



**Escuela de Ciencia Económica y Empresariales**

**Planes de Negocio 2017**

**Nuggets de Garbanzo**

**“Green Munchies”**

---

**Elaborado por:**

- |  |                  |
|--|------------------|
| ➤ Cano Aguirre María Fernanda          | Mercadotecnia    |
| ➤ Chevez Palma Jhovanny Alberto        | Mercadotecnia    |
| ➤ Cuadra Medrano Amy Graciela          | Mercadotecnia    |
| ➤ Reynosa Silva Xochilt de los Ángeles | Banca y Finanzas |
| ➤ Sequeira Blandón Laleska Carolina    | Mercadotecnia    |

**Tutor/ a:**

- Lic. Mayra Rodríguez García
- Msc. Herzen Murillo Reyes

**Managua, 1 Diciembre del 2017**

## Dedicatoria

A mi madre, por su apoyo y motivación, a mi novio por creer en mí, y no dudar de mis capacidades, a mis profesores, a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza, a esta prestigiosa universidad que me abrió sus puertas.

*María Fernanda Cano Aguirre*

Dios por estar delante de nuestro camino, guiándonos hacia el éxito y crecimiento profesional. Por darnos la inteligencia, perseverancia y fuerzas para salir adelante. A mis padres y abuelo por el apoyo incondicional que siempre me han brindado.

*Amy Graciela Cuadra Medrano*

Primeramente, doy gracias a Dios por la oportunidad de estudiar la carrera, de darme fuerzas para no rendirme y sobre todo por aquellas personas que fueron parte de motivación y dedicación, Entre ellas; Roxana Jirón, Erick Jirón, Alejandra Coronado mi equipo de amigos y colegas la maestra Maribel Machado y mis padres que han sido la razón de este logro. Agradezco a la universidad por darme la oportunidad de beca y a todos los docentes que me impartieron clases.

*Jhovanny Alberto Chévez Palmas*

Primeramente, a Dios por guiarme y darme fuerzas para seguir adelante, a mi esposo Cesar Ramírez que creyó en mí desde el inicio, dándome su

apoyo siempre, a mi madre que se esforzó día a día porque yo llegara a la Universidad, a mi bebe que ella me motivo aún más para seguir adelante, a mi padre, hermana y compañeros, que estuvieron desde el inicio de este proyecto.

*Xochilt de los Ángeles Reynosa Silva*

A mi hermana y papa por su gran apoyo y motivación para la culminación de mis estudios por enseñarme que cada día es un nuevo comienzo y que el tiempo se debe aprovechar al máximo sin perder las esperanzas que lo mejor llega cuando lo haces con más esfuerzo y desempeño.

*Laleska Carolina Sequeira Blandón*

## Agradecimiento

A Dios, a todos aquellos que han sido cómplices, quienes me han motivado y comparten esta alegría conmigo, quienes me han guiado y han hecho esto posible, a mi madre, mi novio, profesores y especialmente a mis compañeros por el empeño que le han puesto a este proyecto, gracias infinitas.

*María Fernanda Cano Aguirre*

Agradezco a mi grupo de trabajo por el esfuerzo y perseverancia que demostraron en esta etapa final de nuestro camino para culminar la carrera, a mis padres Miguel Cuadra y Ana Medrano por el apoyo incondicional y motivación.

*Amy Graciela Cuadra Medrano*

Agradezco a DIOS primeramente por la oportunidad de empezar y culminar mis estudios, a todas esas personas que fueron parte de este logro.

*Jhovanny Alberto Chévez Palmas*

Agradezco a Dios, mi familia, compañeros, a esta prestigiosa Universidad que me abrieron sus puertas para yo poder sacar mis estudios, a los maestros que día a día se esfuerzan y dan lo mejor de ellos para que cada estudiante adquiriera los conocimientos necesarios para enfrentarnos al mundo laboral, gracias a todos por su apoyo.

*Xochilt de los Ángeles Reynosa Silva*



A mis hermanos y papa y a todos mis profesores, no solo de carrera sino de toda la vida, mil gracias porque de alguna manera forman parte de lo que soy ahora, especialmente a los docentes del plan de negocio. Pero sin duda alguna al más especial de todos a ti señor que me has brindado salud y bienestar.

*Laleska Carolina Sequeira Blandón*

# Índice

Dedicatoria.....	1
Agradecimiento.....	4
Resumen ejecutivo.....	8
1. Objetivo.....	10
1.1. Objetivo general.....	10
1.2. Objetivo específico.....	10
2. Aporte del proyecto a la economía local/ nacional.....	11
3. Perfil estratégico.....	12
3.1. Misión.....	12
3.2. Visión.....	12
3.3. Estrategia del negocio.....	13
4. Plan de Marketing.....	14
4.1. Análisis del entorno y sector.....	14
4.1.1. Análisis externo.....	14
4.1.1.1. Entorno económico.....	14
4.1.1.2. Entorno político-legal.....	16
4.1.1.3. Entorno socio-cultural.....	20
4.1.1.4. Entorno tecnológico.....	21
4.1.1.5. Entorno ambiental.....	21
4.1.2. Análisis del sector.....	22
4.1.2.1. Poder de negociación de los proveedores.....	22
4.1.2.2. Poder de negociación de los compradores.....	22
4.1.2.3. La rivalidad competitiva.....	23
4.1.2.4. Productos sustitutos.....	23
4.1, 2.5 Foda.....	24
4.2. Investigación de mercados.....	25
4.2.1. Metodología.....	25
4.2.2. Análisis de los resultados.....	28
4.3. Decisiones estratégicas de marketing.....	31
4.3.1. Descripción del producto.....	31

4.3.2. Análisis de la competencia.....	37
4.3.3. Objetivos de marketing.....	39
4.3.4. Descripción del mercado meta.....	40
4.3.5. Demanda y participación de mercado.....	40
4.3.6. Estrategias de marketing.....	43
4.3.6.1. Estrategia de posicionamiento.....	44
4.3.6.2. Estrategia de segmentación de mercado.....	44
4.3.7. Plan de acción.....	44
4.3.7.1. Acciones de producto.....	45
4.3.7.2. Acciones de precio.....	46
4.3.7.3. Acciones de promoción.....	46
4.3.7.4. Acciones de distribución.....	47
5. plan de producción.....	48
5.1. Cursograma.....	49
5.2. Activos fijos.....	50
5.3. Vida útil de los activos fijos.....	52
5.4. Capacidad planificada y futura.....	53
5.5. Materia prima necesaria y costo de la materia prima.....	54
5.6. Mano de obra directa e indirecta.....	56
5.7. Gastos generales de la empresa.....	59
6. Plan de organización.....	64
6.1. Forma de la empresa.....	66
6.2. Estructura organizacional.....	66
6.2.1. Actividades y gastos pre operativos.....	81
7. Plan de finanzas.....	83
7.1. Plan financiero.....	85
7.2. Estado de pérdidas y ganancias.....	86
7.3. Programa de devolución del préstamo.....	89
7.4. Estado de flujo de caja.....	89
7.5. Punto de Equilibrio.....	93
7.6 Balance General.....	95

7.7. Razones Financieras.....	97
8. Conclusión.....	98
9. Anexos.....	99
10. Glosario.....	110

## **Resumen ejecutivo**

El presente plan de negocio de Nuggets de garbanzo, Green Munchies, constituida como forma de culminación de estudios por partes de sus autores con el fin de optar a nuestra titulación como licenciados en Mercadotecnia y Licenciada en Banca y Finanzas de la Universidad Politécnica de Nicaragua.

La elaboración de este negocio surge de una lluvia de ideas que los integrantes del negocio realizaron, la misma se llega a concretar una vez discutidas las distintas ideas planteadas; finalmente la idea se concluye con la creación de la empresa de elaboración de Nuggets de garbanzo, debidoa que los integrantes del grupo les pareció atractiva esta idea, no obstante, se tomó como ventaja para llevar a cabo este proyecto.

Green Munchies es una pequeña empresa dedicada a la elaboración de Nuggets elaboradas a base de garbanzo con una mezcla de vegetales, especias y condimentos, que la hacen una alternativa atractiva, deliciosa y además altamente nutritiva para los consumidores Green Munchies se consideran que son un producto de consumo final. Este se puede utilizar como plato fuerte, como snack o boquitas, dependiendo de la preferencia del consumidor.

El producto busca satisfacer las exigencias y necesidades de los clientes y consumidores, que demandan del mercado productos nutritivos, de excelente calidad e inocuidad, de bajo costo y de fácil preparación. Enfocados a aquellos consumidores como amas de casa, jóvenes, personas que disponen de poco tiempo para preparar sus alimentos; proporcionándoles una manera rápida y sencilla de poder cocinarlos y consumirlos en poco tiempo.

Nuestro mercado está orientado a clientes y consumidores con una personalidad práctica e independiente, con deseo de consumir productos de buena calidad, nutritivos y de fácil preparación. Para la plaza de nuestro producto se utilizarán un método organizado para la conducción de distribución, planificación, existencias y transportes. Será distribuido en los supermercados del distrito V de la capital.

Dentro de los principales competidores tenemos a las grandes industrias que oferta productos similares al nuestro los cuales ofrecen una amplia línea de productos, manteniendo los precios y brindando una excelente calidad.

La empresa estará ubicada de plaza el sol  $\frac{1}{2}$  cuadra al sur,  $\frac{1}{2}$  cuadra al oeste dado que es una zona muy conocida por lo accesible y céntrica, consideramos que nuestra empresa seria instalada cabalmente en este lugar debido a la seguridad

que esta brinda, así como también la ventaja de que habiten gran parte de tráfico de clientes debido a los números tipos de negocios existentes en todo el lugar.

La inversión para poder dar inicio a este plan de negocio es de \$ 47,095.15. En cuanto a los indicadores financieros evaluando la inversión se tiene que el valor actual neto (VAN) es de \$87,861.25. Dólares americanos. Seguidamente se asume una tasa interna de retorno (TIR) es de un 37.38 %. Posteriormente se estima una relación beneficio costo de 1.04.

## **1. OBJETIVOS.**

### **1.1 OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un plan de negocio a la empresa Green Munchies en el distrito V de Managua, que produzca y comercialice Nuggets con mayor contenido orgánico combinándolos al inicio marginalmente carne magra (pollo y pescado y marisco, saborizantes) y todos con garbanzos, que nos permita alcanzar un nivel de rentabilidad aceptable para el sostenimiento y crecimiento de la empresa

### **1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Diseñar un plan de mercadeo que permita analizar el posible mercado meta y canal de distribución en el distrito cinco del departamento de Managua.
- Determinar el proceso productivo, más eficiente para la posibilidad de inversión, así como los requerimientos de materia prima, insumos y activos fijos necesarios para el financiamiento del negocio.
- Analizar la demanda potencial que tiene el producto en base a los diferentes resultados obtenidos del estudio de mercado.
- Diseñar la estructura organizacional y administrativa para la puesta en marcha del negocio, así como sus costos.
- Elaboración de un plan financiero que nos demuestre el nivel de rentabilidad de la empresa en un ejercicio de los primeros cinco años como elemento muestral.

## **2. APORTE DEL PROYECTO A LA ECONOMÍA NACIONAL**

La empresa GREENMUNCHIES además de tener ingresos económicos, también aportará a la economía nacional del país, debido a que la empresa estará legalmente constituida. Generaría inicialmente algunas oportunidades de empleo, como la contratación directa de 12 personas como trabajadores activos dentro de la empresa, lo cual incrementaría el ingreso familiar de cada miembro. No obstante, también esta empresa pasaría a formar parte del sistema tributario nacional a través de sus aportaciones, el cual se traduce a pagos de los impuestos tributarios del país y otros deberes de carácter social como el INSS Patronal (19 %) pago INATEC del (2%) así como también el pago de la incrementación de cuota fija a la D.G.I. correspondientes.

El aporte hacia el cuidado de la salud de los nicaragüenses en razón a la parte ambiental y gastronómica también será de vital importancia debido a las medidas de seguridad sanitarias que emplearemos en la producción de dicho producto, siempre haciendo énfasis en que nuestro producto será una alternativa saludable en su consumo, ya que nuestros clientes podrán consumir un producto más sano (un alto valor en proteínas y sin químicos y de mayor calidad), dado que las propiedades del Garbanzo son positivas en la fabricación de insulina para los diabéticos, mejora el flujo sanguíneo para los hipertensos, y perfecciona el sistema inmunológico y metabólico del cuerpo, evita y permite tratar el cáncer de Colom, etc.



### **3. PERFIL ESTRATÉGICO**

#### **3.1 MISIÓN**

Green Munchies es una empresa dedicada al diseño, producción y comercialización de productos vegetarianos, con algún contenido marginal de carnes magras y saborizantes que nos permitan resistir y vencer a la competencia al menos en un inicio y posteriormente reformular Nuggets orientados a bases alimenticias e ingredientes naturales con sabor competitivos en el mercado del distrito v de Managua u en un futuro en el mercado nacional, con el compromiso de satisfacer las necesidades de nuestros clientes brindando un producto de calidad en el diseño y la manufactura. Para esto contamos con un equipo de trabajo altamente competitivo, comprometidos con los valores de la organización e identificados con el enfoque de calidad y servicio.

#### **3.2. VISIÓN**

Posicionarnos como la empresa líder en el mercado de productos saludables y nutritivos, ofreciendo un producto de calidad en que nuestros clientes puedan confiar. Aumentar la participación de mercado y ser líderes en la distribución de nuestro producto.

### **3.3. ESTRATEGIA DEL NEGOCIO**

Las empresas a nivel mundial deben de tener una estrategia de negocio para poder hacerle de frente a las competencias y así lograr el éxito requerido para poder llegar ser líder en el mercado donde quiera realizar sus operaciones. Nuestra empresa *Green Munchies* implementara una estrategia de diferenciación enfocada en el producto, precio y calidad con bases alimenticias e ingredientes naturales, iniciando con una mezcla de estos materiales naturales con una cantidad marginal de carne magra y saborizantes. Se pretende captar una parte del segmento de los clientes, ofreciendo degustaciones en sectores comerciales.

Se utilizará la estrategia de diferenciación en calidad y precio, a fin de lograr una alta eficiencia en el uso de materias primas, y planteando una propuesta comprometida con la calidad de producción en higiene, nutricional y saludable entre otras.

En la calidad del producto emplearemos acciones con el fin de ofrecer un producto de calidad. Algunas de estas formas son: igualar o mejorar el sabor destacando su característica crujiente del Nuggets, agregándole un sabor diferente sin utilizar químicos, hacer un diseño llamativo lo cual pueda atraer la visión del consumidor, diseñar un empaque especial, cómodo y seguro para la durabilidad del producto y le añadiremos un complemento como valor agregado. (una salsa de aderezo).

## **4. PLAN DE MARKETING**

### **4.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR**

#### **4.1.1. ANÁLISIS EXTERNO**

##### **4.1.1.1. Entorno Económico**

#### **Crecimiento Económico de los Sectores**

##### **Crecimiento de la Inversión**

El índice mensual de actividad económica registra un crecimiento acumulado de 4.3 por ciento a octubre 2016 (4.4) a octubre 2015. Las actividades que mostraron mayor crecimiento acumulado fueron intermediación financiera (9.5%) pecuario (7.4), comercio (5.7%) y agricultura (5.4%) en términos de contribución marginal al crecimiento se destacaron las actividades de comercio, Agricultura, pecuaria administración pública, las que contribuyeron en conjunto con 2.1 puntos porcentuales al crecimiento de IMAE a octubre 2016.

La actividad agrícola registro un crecimiento acumulado de 5.4 por ciento (5.6%) a octubre 2015 favorecida por mejores condiciones climáticas, lo que permitió aportar 0.53 puntos porcentuales al crecimiento de IMAE total.

Las actividades de comercio (0.81pp) transporte y comunicaciones (0.33pp), intermediación financiera (0.32pp) y hoteles y restaurantes (0.19pp), fueron consistentes con mayores importaciones de mercancías, mejor desempeño de las actividades productivas además de la afluencia sostenida de turistas al país.

Nicaragua será uno de los cuatro países de américa latina y el caribe que registraran los crecimientos económicos más altos de la región en 2017, según la comisión económica para américa latina y el caribe (CEPAL).

## **Producto Interno Bruto (PIB)**

El pib trimestral acumulado a septiembre fue impulsado por el consumo y la inversión, lo que permitió crecer en 4.3 por ciento en término acumulado 4.6 por ciento en tasa promedio anual. Las respuestas por el enfoque de producción se concentrarán en comercio, pecuario, intermediación financiera, agricultura e industrial. Los índices mensuales de actividad económica registraron un crecimiento acumulado a octubre de 4.3% por ciento y de 4.5% en promedio anual.

El crecimiento económico que está experimentando Nicaragua en los últimos años está permitiendo ubicarse por encima de la media de Centroamérica y de América latina y el Caribe, en su conjunto. El Banco Central de Nicaragua (BCN) ha proyectado un crecimiento del PIB de Nicaragua para 2017 de entre 4.5% y 5%.

## **Inflación Nacional 2017**

El índice del precio al consumidor (IPC) mostró una variación mensual de 0.61 por ciento (0.11% en enero 2016), explicada principalmente por el comportamiento de los precios en algunos bienes y servicios de las divisiones de alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (3.76%) alimentos y bebidas no alcohólicas (0.77%) y transporte (1.39%) las cuales contribuyeron en conjunto con 0.699 puntos porcentuales a la variación observada.

En tanto la inflación interanual se situó en 3.88 por ciento, 0.69% puntos porcentuales superior a la registrada en enero del 2016, y la inflación subyacente fue de 4.13 por ciento (5.69% en enero 2016).

## **Empleo y Salarios**

### **Empleo**

Consistente con el mayor dinamismo económico el empleo formal INSS registra un mayor ritmo de crecimiento que lo observado en igual periodo del 2015 a

diciembre 2016, se contabilizaron 878,619 trabajadores inscritos a la seguridad social, lo que se tradujo en una tasa de crecimiento promedio anual de 10.8 por ciento (8.9% a diciembre 2015), equivalente a 83,810 nuevos afiliados.

Las actividades de servicios han sido la más dinámica en la afiliación INSS. Entre ellos en los últimos 12 meses, se ubicaron servicios comunales y personales, comercio hoteles y restaurantes con 35,985 y 18,034 nuevos afiliados.

### **Salarios**

Los salarios promedios nominales y reales del INSS registraron aumentos. El salario nominal se ubicó en 9,953.3 córdobas en diciembre 2016 C\$ 9,252.2 en igual mes de 2015). Mientras que el salario promedio real se sitúa en 4,763.7 córdobas C\$ 4,565.1 en diciembre 2015).

### **Tasa de Interés**

El margen de intermediación implícito se mantuvo en torno al promedio del año a noviembre 2016, el margen de intermediación se ubicó en 10.4 por ciento, con una leve disminución de 9 puntos base con la relación al margen observado en noviembre 2015. Por su parte la tasa activa del SFN se ubicó en 12.6 por ciento al cierre, lo cual está en línea con lo observado en lo que va del 2015. En tanto la tasa pasiva, ha tenido un leve aumento de 11 puntos bases en la relación a noviembre 2015 ubicándose en 2.2 por ciento.

Fuente Bibliografía: <http://www.bcn.gob.ni/>

#### **4.1.1.2. -Entorno político-Legal**

### **Regulaciones**

- **Matricula de la Alcaldía:** Regulado por las alcaldías de cada municipio a través del plan de arbitrios, emite matriculas a establecimientos comerciales y de servicios. tales como hoteles, moteles, hospedajes pensiones y similares, bares, restaurantes etc.

- **Contrato de la actividad comercial y de servicios: Código civil artículo 2435** (Contrato es un acuerdo entre dos o más personas para constituir regular o aclarara entre las mismas un vínculo jurídico)
- **Garantías y servicios postventa: Arto. 70 Reglamento a la ley 182** “Ley de defensa de los Consumidores”. Considérese garantía en la prestación de servicios de reparación, la condición de eficiencia en la ejecución o realización de los servicios contrato. **Arto. 75. Idem:** El fabricante está obligado a conceder una garantía razonable en relación al funcionamiento eficiente del producto que manufactura. Cada intermediario en la cadena de comercialización deberá responder de la garantía a su respectivo cliente.
- **Ventas de Promoción: Arto.2 Inciso i) Ley 182 “Ley de defensa de los consumidores”:** Es la práctica comercial de ofrecer al público, bienes o servicios, con un incentivo adicional de corto plazo, sea este de precio, entrega de bonos o de participación en rifas y concursos.

Fuente Bibliográfica: <https://www.managua.gob.ni/>

## **Fitosanitaria**

## **Clima financiero**

La política monetaria y financiera continuará orientada a garantizar la estabilidad de la moneda y el normal desenvolvimiento de los pagos, así como preservar la estabilidad financiera. Para respaldar el régimen cambiario, se mantendrá una cobertura de reservas internacionales a base monetaria cercana a 2.4 veces, así mismo, con el objetivo de mantener una presencia de mercado estable y garantizar condiciones de liquidez ordenadas, la política de colocación actual pretende mantener una tendencia decreciente de la razón de endeudamiento a PIB (2.4% en 2018), lo que adicionalmente apoyará el fortalecimiento de la posición de reservas internacionales.

Los datos del empleo en el sector reflejan que el sector financiero nicaragüense continúa mostrando un buen desempeño, con una evolución favorable en los depósitos y en la cartera de crédito. El sector financiero se ha vuelto un importante empleador en el país. Hasta agosto pasado brindaba empleo a 76,012 personas frente a las 64,440 plazas de trabajo que se contabilizaban a agosto de 2014, es decir, en un año logró crear 11,572 nuevas plazas laborales, experimentando un crecimiento del 17.9%."

De acuerdo a estadísticas del Banco Central de Nicaragua, "...el salario promedio del sector financiero es el segundo más alto de todas.

### **Clima de inversión**

La corrupción, el precio de la energía y el entorno político son los tres factores que, según los empresarios nicaragüenses, continúan abonando al deterioro del **clima de inversión del país**, detalla el Primer Informe de Coyuntura Económica 2017, que presenta la Fundación Nicaragüense para el Desarrollo Económico y Social (Funides).

Según Funides, después de que en abril del año 2016 la percepción de los empresarios alcanzó el nivel más alto de confianza en el clima de inversión, la percepción del sector comenzó a descender y aún mantiene esa tendencia de reducción.

### **Drástica caída**

El indicador, que en abril del año pasado registró un balance neto (factores positivos menos los negativos) de 74 por ciento, en la encuesta que la organización realizó en enero de año 2017, cayó hasta el 38 por ciento.

“Podemos decir que se ha mantenido una expectativa baja desde 2016 y permanece en 2017 una preocupación de los empresarios sobre el clima de inversión”, dice el director ejecutivo de Funides, Juan Sebastián Chamorro.

De acuerdo con las respuestas obtenidas, según Chamorro, lo que está detrás del deterioro de la percepción de los empresarios es principalmente la corrupción que siempre ha sido el factor negativo de mayor incidencia en las respuestas de los entrevistados. Pero también ha crecido el temor por el entorno político y el precio de la energía.

El 88 por ciento de los empresarios percibe que la corrupción afecta negativamente la actividad económica. El 84 por ciento considera que el precio de la energía afecta negativamente al desempeño económico y el 54 por ciento identifica al entorno político como un obstáculo para el desempeño de la economía, detalla el informe de Funides.

### **Buingbusiness.**

Ingresos de Inversión Extranjera Directa En el 2015, la Inversión Extranjera Directa bruta alcanzó los US\$1,385 millones. Los flujos de inversión extranjera hacia Nicaragua registraron una tasa de crecimiento promedio anual de 19 por ciento durante el periodo 2006 - 2015. Estos resultados reflejan la existencia de un clima de estabilidad y seguridad, respaldado por un sólido marco jurídico.

Los cinco principales destinos de la inversión por sector económico fueron industria (37%), telecomunicaciones (16%), comercio y servicios (12%), financiero (10%) y energía (10%), los cuales comprendieron el 87 por ciento del total de los ingresos de inversión extranjera directa en el 2015. Nicaragua ha logrado una mayor diversificación del origen de los ingresos de IED en el país, pasando de un total de 22 países en el año 2007 a 48 en 2015, representando un crecimiento del 118 por ciento. Los cinco principales países origen de los ingresos de inversión extranjera directa en el 2015 fueron: Estados Unidos (18%), México (18%), Panamá (14%),



República Popular de China (7%) y Suiza (6%) comprendiendo el 62 por ciento del total.

Fuente Bibliografía: <http://www.bcn.gob.ni/>

#### **4.1.1.3. Entorno Social-Cultural**

Tenemos una percepción de que comer saludable es desagradable, preferimos la comida chatarra y es por ello que optamos por las grandes industrias de comida rápida. Esto es algo que nos preocupa y que queremos poco a poco hacer un cambio. Que los nicaragüenses opten por comer más saludable que cambiemos esas percepciones negativas hacia lo saludable y que hagamos el hábito de comer sano.

Actualmente cierto número de la población (minoría) está tratando de llevar una dieta balanceada y opta por los productos orgánicos lo cual nos facilita un poco la aceptación de nuestro producto.

Queremos plantear la idea de que comer sano es rico, y que podemos consumir los productos locales, así ayudamos a nuestra economía y principalmente a nuestro cuerpo y mente.

Managua tiene gran variedad de supermercados, tiendas de conveniencia y distribuidores en los distintos puntos del municipio. Esto nos facilita la adquisición de los diferentes productos de consumo diario.

La mayoría de los pobladores tienen una agenda ocupada, el trabajo, la escuela y otros pendientes, que nos ha llevado a preferir lo fácil, lo rápido, es por eso que prefieren adquirir aquellos bienes que les ahorre tiempo. Refiriéndonos siempre en el campo alimenticio, toman algo ya preparado lo que consideramos una oportunidad, de ofrecer la idea de comer sano y fácil preparar, con estos Nuggets que son a base de garbanzo, una legumbre rica en proteínas y que contiene propiedades y beneficios excelentes para nuestro organismo.

#### **4.1.1.4. Entorno Tecnológico**

En la actualidad el ambiente tecnológico ha ido evolucionando de una manera significativa, su desarrollo y aceleración modifican constantemente las condiciones en las que una empresa compite y competirá, dado que suponen, la apertura de nuevas posibilidades competitivas, cabe destacar que la distribución de maquinaria, equipos para el procesamiento ha mejorado significativamente, motivado por crecimiento fuerte del sector turístico, que cuenta con gran conexidad con la industria alimenticia.

Actualmente el subsector en que se encuentra la empresa, presenta problemas de tecnología obsoleta, lo cual le resta competitividad con respecto a los productos industriales importados.

Esto no es un impedimento para lograr ser competitivos, ya que los productos son de carácter casero y se cuenta con la ventaja que los materiales, equipos y accesorios utilizados para su elaboración se encuentran disponibles en el país, así como los proveedores de la materia prima e insumos.

#### **4.1.1.5. Entorno Ambiental**

En la implementación de este plan de negocio se destacan aspectos positivos y negativos dentro del impacto ambiental.

Entre los aspectos positivos cabe mencionar.

- La elaboración del producto no constituye un riesgo para la salud, ni implica daños al medio ambiente.
- La empresa contara con un protocolo de higiene y seguridad industrial para así evitar riesgos de contaminación en la manipulación de los productos.
- Se tendrá un espacio disponible de residuos sólidos y residuos orgánicos.
- Cumple con las leyes sanitarias para el manejo de alimentos.

Entre los aspectos Negativos

- Un mal uso de los desechos sólidos estaremos contribuyendo a la contaminación del planeta.
- Al no implementar un sistema de producción que nos permita que donde se ha cultivado la semilla de garbanzo esa tierra repose y se reconstruya estaremos siendo parte de una deforestación.
- El uso inadecuado de pesticidas y herbicidas que acaben con los nutrientes de los suelos.

#### **4.1.2. ANÁLISIS DEL SECTOR**

**Cinco fuerzas de Porter.**

##### **4.1.2.1. Poder De Negociación De Los Proveedores**

La Negociación que tenemos con nuestros proveedores es alta, dado que existen pocos importadores y no se cultiva en el país.

En nuestra empresa la capacidad de negociación se basa en:

Nuestro producto tiene como principal materia prima el grano de garbanzo, nuestros proveedores serán los productores de la semilla de garbanzo a nivel nacional.

Como pioneros en la comercialización de un producto a base de la semilla de garbanzo consideramos que nuestra relación con nuestros proveedores es de vital importancia para poder brindar un excelente producto al mercado.

##### **4.1.2.2. Poder De Negociación De Los Compradores**

El poder de negociación de nuestros compradores es relativamente bajo, con una red de defensa al consumidor presupuestada y mandada por el gobierno, tendiendo este una fuerte alianza con el sector privado.


Por otro lado, el pueblo hasta hoy ha demostrado un alto grado de temor por defender su derecho por la promoción de un estado policial y poco espíritu de unidad que no permite desarrollar una lucha satisfactoria.

#### **4.1.2.3. Rivalidad Competitiva**











La competencia en razón al producto Nuggets de semilla de garbanzo podemos decir que es baja, con la existencia de un competidor que cuenta con más 90% del mercado, aunque el producto de la empresa está orientado al empleo de bases alimenticias e ingredientes más naturales.

#### **4.1.2.4. Producto sustituto.**

La amenaza de productos sustitutos es alta puesto que una de las principales variables a evaluar es la presencia de las empresas que se dedica a la comercialización de productos vegetarianos y existe una gran variedad que pueden ser utilizados para satisfacer la misma necesidad y estos en los últimos años han llegado a tener una excelente posición y se han mantenido en el mercado.

Fuerza	Intensidad	Símbolo
Poder de Negociación de los proveedores	Alta	
Poder de Negociación de los compradores	Baja	
Rivalidad Competitiva	Baja	
Producto Sustituto	Alta	

#### 4.1.2.5. FODA

Fortaleza	Oportunidades
 Calificación y experiencia del personal de dirección	 Demanda latente en esta línea de producto.
 Mayor valor agregado en el producto.	 Oportunidad para diversificar el portafolio. (productos sustitutos)
 Contamos con una tecnología altamente calificada	 Alianzas con empresas u organizaciones con el mismo enfoque. (Gobierno)
 Empaque y diseño del producto novedoso	 Estrategias de promociones a largo y corto plazo.
 Producto de fácil preparación.	 Tierras fértiles para cultivar el garbanzo.

<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>No hay posicionamiento de marca</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Incremento del costo de materia prima</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>No se cuenta con un local propio</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Desastres naturales que puedan bloquear el cultivo del garbanzo.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>No hay una cultura de consumo saludable</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Incorporación de nuevas empresas en el Mercado.</li></ul>

## 4.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

### 4.2.1. METODOLOGÍA

Nuestra investigación de mercado la realizamos de manera exploratoria ya que es apropiada para las primeras etapas del proceso de toma de decisiones. Es descriptiva porque nos describe el comportamiento, gustos y preferencias y es concluyente ya que nos brindará información para realizar un plan de mercado.

Como modelo de obtención de información utilizamos el método de encuesta, una vez elaborada se procedió a verificar, examinando cada pregunta y teniendo en claro el tipo de información que queremos obtener.

Las encuestas son enumeradas con el fin de disminuir errores. Una vez elaborada la encuesta, procedimos a aplicarla en algunos puntos de la capital. Elegimos al azar ciertos puntos del distrito V de la ciudad de Managua. Abarcando barrios, residenciales y puestos de comercio. Ver anexo No.1

### **Población y muestra**

El universo de estudio y población de interés fue tomado en esta investigación exploratoria a través de un núcleo de habitantes ubicados en el distrito de V de Managua.

## Muestra para aplicar Encuesta

El universo para la empresa Green Munchies estará determinado por una población de 213,845 habitantes del distrito V de la ciudad de Managua.

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

N= 213,845 ( Distrito V)

Z= 1.96

E= 0.05

P= 0.50

Q= 0.50

$$n = \frac{(1.96)^2 \times (0.50) \times (0.50) (213,845)}{(0.05)^2 \times (213,845 - 1) \times (1.96) \times (0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{205,376.738}{261.9589}$$

**= 784 Encuestas**

**Formula de la muestra que aplicamos para realizar las encuestas.**

$$n = \frac{N (Z^2 \cdot p) (q)}{d^2 (N-1) + Z^2 \cdot p (q)}$$

$$N = 213,845$$

$$Z^2 = 1.96$$

$$P = 0.05$$

$$q = 1 - 0.05 = 0.95$$

$$d = 0.05$$

$$n = \frac{213,845 (1.96)^2 (0.05) (0.95)}{(0.05)^2 (213,845 - 1) + (1.96)^2 (0.05) (0.95)}$$

$$n = \frac{39,021.58022}{534.792476}$$

**= 72 Encuestas**



## 4.2.2. ANALISIS DE LOS RESULTADOS

### Pregunta 1

Consumo de Nuggets

Interpretación cuantitativa: el 88.88 % de las personas encuestadas respondieron que si consumen este producto y el 11.11% no consume.

Conclusión: podemos decir que los Nuggets o son un producto bastante popular y conocido dentro del mercado actual. **Ver anexo No.2**

### Pregunta 2

Frecuencia de consumo

Interpretación cuantitativa: el 48.6 % de las personas encuestadas consumen los Nuggets con una frecuencia estimada mensualmente, mientras un 23.61 % lo consume semanalmente.

Conclusión: la venta de Nuggets tiene una gran aceptabilidad y demanda por parte de los consumidores, ya que la frecuencia de consumo mensualmente es alta. **Ver anexo No.3**

### Pregunta 3

Aspectos a tomar usted en cuenta al comprar este producto

Interpretación cuantitativa: el 56.94 % de las personas encuestadas consumen los Nuggets principalmente por su fácil preparación, el 30.56 % por su sabor, el 9.72 % por el precio y el otro 2.77% por rutina.

Conclusión: la venta de Nuggets tiene una gran aceptabilidad y demanda por parte de los consumidores y el factor principal que impulsa a los consumidores a adquirir este tipo de productos es su fácil preparación. **Ver anexo No.4**

### Pregunta 4

Marcas de preferencia

Interpretación cuantitativa: el 97.22 % de las personas encuestadas consumen los Nuggets de TIP TOP, el 2.77% consume los Nuggets de pollo estrella.

Conclusión: TIP TOP está posicionado en la mente del consumidor, pero resulta ser una competencia indirecta el producto es parecido, pero se diferencia con el nuestro.

### **Pregunta 5**

Conocimiento del garbanzo

Interpretación cuantitativa: el 36.11% de las personas encuestadas dijeron que, si tienen conocimiento del garbanzo, un 38.58% no lo conocen y el 25.30% les gustaría conocerlo.

Conclusión: Podemos afirmar que el garbanzo es del conocimiento de la población, por lo que resulta más fácil de introducir al mercado. **Ver anexo No.5**

### **Pregunta 6**

Interés de consumir Nuggets de garbanzo

Interpretación cuantitativa: el 93% de las personas encuestadas dijeron estar interesadas en consumir Nuggets de garbanzo.

El 3% reflejo que no está interesada

Conclusión: la gran mayoría de las personas está interesada en consumir un producto de buen sabor y con un alto valor proteínico y nutricional.

### **Pregunta 7**

Motivación de consumo de este producto

Interpretación cuantitativa: el 60.05% de las personas encuestadas estarían motivados a consumir el producto por su valor nutricional, el 19.44% por su calidad, el 18.05 % por su fácil preparación

Conclusión: el valor nutricional y la calidad en el producto sería el factor principal por él que los consumidores comprarían Green Munchies por lo que éste sería la diferenciación principal con la competencia indirecta actual. **Ver anexo No.7**

### **Pregunta 8**

Porción de preferencia

Interpretación cuantitativa: el 43.05% de las personas preferirían encontrar la presentación de 6 unidades, seguido con un 36.35% que preferirían la de 12 unidades y un 18.05% quisieran la de 18 unidades.

Conclusión: la presentación más aceptada por los consumidores es la de 6 unidades. **Ver anexo No.8**

### **Pregunta 9**

Empaque de preferencia

Interpretación cuantitativa: el 58.33% de las personas preferirían un empaque de caja de cartón, el 20.84% en caja plástica y 18.05% opta por bolsa

Conclusión: el empaque de mayor puntaje son cajas de cartón. **Ver anexo No.9**

### **Pregunta 10**

Lugar de compra

Interpretación cuantitativa: el 38.10% prefiere encontrar este producto en supermercados, el 36.11% pulperías, el 16.61% en tiendas de conveniencia y un 9.10% opta por lugares otros.

Conclusión: el lugar más viable y de mayor alcance para ofertar el producto son los supermercados del sector. **Ver anexo No.10**

### **Pregunta 11**

Medio de información de preferencia

Interpretación cuantitativa: el 50% de los encuestados prefiere informarse por medio de la televisión, seguido de un 41.67% que opta por los medios digitales.

Conclusión: la población opta por el medio tradicional como lo es la televisión, al igual que los medios digitales y es este último el que nos resulta más via

### 4.3. DECISIONES ESTRATÉGICAS DE MARKETING

#### 4.3.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO/SERVICIO

El **garbanzo** (*Cicerarietinum*) es una especie de leguminosa.

Se trata de una planta herbácea, de aproximadamente 50 cm de altura, con flores blancas o violetas que desarrollan una vaina en cuyo interior se encontrarán 2 o 3 semillas como máximo.

El garbanzo es una legumbre con importantes cualidades culinarias y nutritivas.

#### **Producto.**

Nuggets de garbanzo texturizado, con una mezcla de vegetales, especias y condimentos que la hacen una alternativa atractiva, deliciosa y altamente nutritiva.

#### **Nombre del producto**

Nuggets de garbanzo.

La idea del nombre surge debido a que es un producto saludable. Se conjuga de la siguiente manera:

**Green** = verde

**Munchies** = antojos

**Lo que equivale a antojos verdes, haciendo alusión a la comida saludable.**

#### **Ingredientes**

- Garbanzo
- Cebolla blanca
- Pimienta blanca molida
- Sazón
- Empanizador
- Carne magra
- saborizantes

## DISEÑO Y NIVELES DE PRODUCTO

<b>Color</b>	Sabor natural a garbanzo en conjunto con especias y condimentos que realzan el sabor característico de este.
<b>Sabor</b>	Por ser un producto de presentación congelada, no se puede captar a primera instancia un olor característico, sino hasta después de haber pasado su proceso de cocción, el cual puede ser por fritura u horneado.
<b>Olor</b>	Hasta que ha pasado el proceso de cocción, el cual obtiene un color marrón dorado.
<b>Forma</b>	Los Nuggets se elaborarán a partir de una pasta solida a la cual se le dará una forma de dedito cuya, cuyas medidas oscilan en 3.5 cm aproximadamente.

## Marca



## Logotipo



## Empaque

El empaque está compuesto por empaque secundario y primario.

Empaque primario: bolsas de polietileno con sello como garantía para el cliente o consumidor proporcionando mayor durabilidad y estabilidad del producto.

Empaque secundario: caja de cartón 16.3 cm en diagonal y 4.5 cm de los lados en el empaque. Cumplirá con las normas del etiquetado reglamentadas cumpliendo con la seguridad del producto.



## Colores

Se hará usos de los siguientes colores:

- ❖ Verde
- ❖ Amarillo
- ❖ blanco

La cajita donde vaya empacado el producto, sea de cartón reciclable con la intención de ser amigable con el medioambiente.

El color verde por la sencilla razón que es característico de la naturaleza, así se percibí que este producto es saludable, que con él se come verde y sano, amarillo y blanco porque nuestro producto es de carácter alimenticio y por lo general se

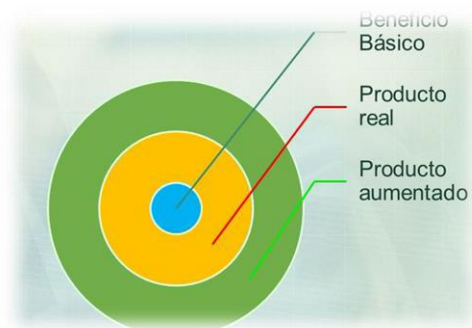
diferencia con estos colores. Hágase mencionar que estos últimos colores serán en pocas cantidades.



### **Niveles del Producto**

Según Kotler y Armstrong, un producto posee tres niveles: producto básico que corresponde al beneficio esencial que cubre la necesidad básica del consumidor, producto esperado (real) los cuales son un conjunto de atributos y condiciones que los consumidores esperan recibir y producto aumentado que sobrepasa las expectativas del consumidor.





### Green Munchies consta de los 3 niveles

**Básico:** Green Munchies es un producto alimenticio con el objetivo de una nueva alternativa de Nuggets de garbanzo para una opción de un producto saludable y nutritivo.

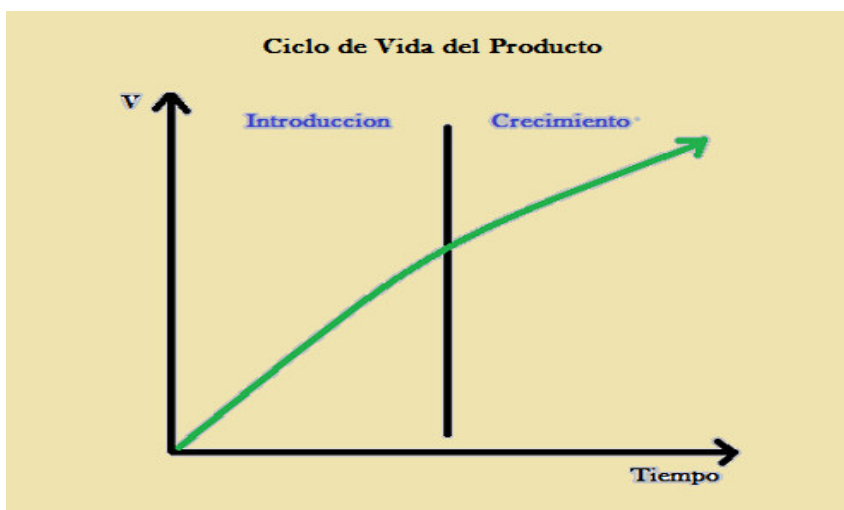
**Producto Esperado (Real):** Nuggets de Garbanzo con beneficios altamente nutritivos y rico en proteínas. Una alternativa nueva en el mercado nacional y para los clientes potenciales que optan por productos alimenticios saludable.

**Producto / Aumentado:** El diseño de este producto es diferente, creativo y con la capacidad de satisfacer una demanda insatisfecha.

### Slogan

El lema publicitario es “**Come sano, Vive para contarlo**” con el cual se expresará una de las principales características de los Nuggets

## Ciclo de Vida del Producto



Introducción	Crecimiento
<p>El producto Nuggets de garbanzo es un producto innovador debido a una nueva alternativa dirigida a todas las edades tendrá característica con un alto grado de beneficio, su contenido es nutricional, empaque llamativo y un sabor agradable.</p> <p>Para este tipo de consumidor los cuales lo determina la competencia de Green Munchies.</p>	<p>Incursionamos en el mercado, utilizando estrategias de marketing (4 p) las cuales impulsan al cliente a optar por nuestro producto, el crecimiento de la empresa depende de una eficaz logística que se encarga de desempeñar al máximo todas las gestiones y áreas administrativas.</p>

### 4.3.2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

#### Competencia Directa

En lo que respecta a la competencia directa llegamos a la conclusión de que nuestra competencia es leve, ya que se trata de una materia prima nueva en lo que respecta a los Nuggets, no obstante, se analizó una posible competencia directa.

En lo que respecta a la competencia directa llegamos a la conclusión de que nuestra competencia es leve, ya que se trata de una materia prima nueva en lo que respecta a los Nuggets, no obstante, se analizó una posible competencia directa.

Siendo este los restaurantes, principalmente los restaurantes vegetarianos, pues ellos los preparan y los integran en su menú, en acompañamiento con otros vegetales o salsas.

Algunos de estos son: Licuados Ananda, Ola Verde, Sian We, entre otros.

#### Competencia Indirecta

<b>Precios</b>	Caja de 18 unid (C\$ 88.00) (Nuggets Dinosaurio Tip Top).
<b>Canales de Distribución</b>	Pulperías, Tiendas de conveniencia, Supermercados, Restaurantes Tip Top, Distribuidoras.
<b>Promociones</b>	Algunas de las promociones que ofertan es añadir porciones de más al producto.

<p><b>Posicionamiento</b></p>	<p>El posicionamiento que deseamos mantener dentro de la mente de los consumidores es "comer saludable no sabe mal" este concepto enfatiza en la idea que GreenMunchies proporciona la alternativa de un platillo de fácil preparación y con un alto valor nutricional. Ofreciendo una buena relación entre calidad y precio. Siendo la diferenciación nuestra ventaja competitiva</p>
-------------------------------	--



### 4.3.3. OBJETIVOS DE MARKETING

#### Objetivo general

- Realizar un plan de mercadeo para la incursión eficiente de un producto nuevo y novedoso con el fin de lograr utilidades y beneficios para la empresa

#### Objetivos específicos

- Desarrollar estrategia de diferenciación añadiendo un aderezo como valor agregado
- Definir un precio más accesible que la competencia, realizando un excelente análisis financiero

- Lograr una óptima distribución del producto
- Garantizar que las actividades de promoción cumplan con sus objetivos de informar, persuadir y recordar a los clientes

#### **4.3.4. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO META**

Considerando que las empresas no pueden atraer a todos los compradores del mercado, ya que los compradores son demasiado numerosos, están muy dispersos o son muy variados en cuanto a su vida alimenticia, hemos seleccionado dos mercados.

Las personas son principal componente de un mercado. Es por ello que decidimos analizar la distribución geográfica y la composición demográfica de la población, como primer paso para entender el mercado del consumidor.

- 1- **Segmentación Geográfica:** Tenemos que tener en cuenta que las personas comparten ciertas necesidades y deseos, diferentes a quienes viven en otras zonas. Es por eso que se tomó como mercado potencial el departamento de Managua, distrito V, elegimos esta zona porque hay mayor concentración de población y creemos que es una de las zonas de mayor comercio.
- 2- **Segmentación Demográfica:** Dirigido a todo público, tanto niños, jóvenes y adultos, hombre y mujeres que deseen optar por una nueva alternativa saludable alimentaria.

#### **4.3.5. DEMANDA Y PARTICIPACIÓN DE MERCADO**

Tomando en cuenta el último censo que realizó El Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE) en el año 2005 en el municipio de Managua en el distrito V hay una población de 213,845 habitantes, de los cuales casi el 80.00%, son personas que consume Nuggets, esto es un equivalente a 171,076

consumidores y datos arrojados de nuestra investigación de mercado reflejan que el 61% más un 19% que está dispuesto a probarlo por su valor nutricional y calidad. En la encuesta se determinó que el de las familias consumo 2 veces al mes por lo tanto 171,076 entre 3.5 habitantes promedio por hogar nos da 48,878 hogares por 2 veces que consumen a la semana por 52 semanas al año nos da 5,083,312 cajas de Nuggets/ anuales, y el proyecto pretende conquistar aproximadamente el 8% del mercado equivalente a 403,200 cajas al año.

Departamento	Total de consumidores distrito V	Frecuencia de consumo	% de consumo de producto	Hogares demandante con 3.5 miembro promedio	Demanda anual de cajas de Nuggets de garbanzo
Managua	171,076	2 veces al mes	8%	3910	5,083,312

Tabla. **Calculo de la demanda**

Fuente: Datos de encuestas

Para el cálculo de demanda total de cada producto, se tomó en cuenta un aumento de 1.4% que representa la tasa de crecimiento anual poblacional del municipio de Managua, según datos el último Censo Poblacional y de Vivienda (INIDE, 2005b).

#### 4.3.5.1. Demanda Anual proyectada

Departamento	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Managua Distrito V en cajas de Nuggets	5,083,312	5,235,811.36	5,392,885	5,554,672	5,892,951

Tabla. ***Demanda proyectada a 5 años***

Fuente: Datos de encuestas

**4.3.5.2. Participación de Mercado**

<b>Guía de aproximaciones de porcentaje de participación de mercado</b>				
<b>N°</b>	<b>¿Qué tan grandes son sus competidores?</b>	<b>¿Qué tantos competidores tienen?</b>	<b>¿Qué tan similares son sus productos a los suyos?</b>	<b>¿Cual parece ser su porcentaje?</b>
<b>5</b>	Grandes	Algunos	Diferentes	0.05 % -8%

La participación de mercado de Green Munchies está determinada por el número de competidores, el tamaño del sector y las características del producto que se pretende ofrecer.

Según lo anteriormente mencionado, se determina una participación de 8% para el distrito V de Managua, Dado que existen algunas empresas que cubren la misma necesidad, pero con un producto similar.

Así también, este porcentaje se tomó considerando las características del sector, donde se encontró que existen muchos competidores, nuestra empresa es pequeña y se multiplico con la demanda anual del primer año.

<b>Departamento</b>	<b>Demanda Anual de unidades del distrito v</b>	<b>% participación de mercado</b>	<b>Participación de mercado unidades</b>
Managua	5,083,312	8%	403,200

Tabla. ***Calculo de Participación de mercado***

Fuente: Datos de encuestas

La participación que se tendrá para el producto ofrecido para el primer y segundo año tendrá una participación del 8% en el distrito V de Managua.

En la siguiente tabla se muestra la participación de mercado que Green Munchies tendrá en los primeros cinco años.

#### 4.3.5.3. Precio de Venta

Para la estimación del precio de nuestro producto, primeramente, se determinó el objetivo de la asignación de precios, el cual se orienta a las utilidades, el costo más margen de utilidad.

Así también, se tomó en cuenta ciertos factores que influyen en la determinación del precio, el precio dispuesto a pagar por los consumidores según la investigación de mercado y el precio de la competencia

Precio sin IVA					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nuggets	\$1.79	\$ 1.84	\$ 1.82	\$ 1.82	\$ 1.82

Tabla 6. **Precio de venta con IVA**

Fuente: Elaboración propia

Precio con IVA					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nuggets	\$ 2.05	\$ 2.12	\$ 2.10	\$ 2.10	\$ 2.10

Tabla 7. **Precio de venta sin IVA**

Fuente: Elaboración propia

#### 4.3.6. ESTRATEGIAS DE MARKETING

##### 4.3.6.1. Estrategia de Posicionamiento

La empresa adoptara una estrategia de penetración en el mercado con diferenciación en cálida y precio de poder competir con quienes ya se encuentran posicionados en el mercado distribuyendo un producto similar al nuestro.



Dado que nuestro producto es innovador parecido a lo actual, ya que es un producto existente en el mercado y lo que nos va a diferenciar, es nuestro concepto de alimentos saludable.

De igual manera consideramos que en los primeros años de comercialización del producto (lo que corresponde a su introducción y creación del mercado), este será comercializado a un precio favorable que las personas pagan por otros productos similares.

#### **4.3.6.2. Estrategia de Segmentación de Mercado**

##### **Perfil Demográfico**

Personas de todas edades, con diferentes estados civiles, trabajando o estudiando, localizados en el distrito V de la ciudad de Managua, con un nivel de ingresos promedio medio, alto y con un nivel de formación media.

##### **Perfil Psico gráfico**

Personas que desean alcanzar un estilo de vida más saludable buscando satisfacer una necesidad con una nueva alternativa de un producto con un alto valor nutricional.

#### **4.3.7. PLAN DE ACCIÓN**

La estrategia de mercado se estableció de acuerdo a la estrategia genérica de la empresa es decir la diferenciación. Para un mayor entendimiento de las estrategias nos centramos en la mezcla de marketing con la finalidad de lograr el desarrollo del negocio, la aceptación de Green Munchies y la aceptación de nuevos mercados.

#### **4.3.7.1. Acciones de Producto**

Green Munchies además de poseer un gran sabor tiene un atractivo visual y valor nutricional para el consumidor debido a su forma y color. Por lo cual se optará por una estrategia de posicionamiento por diferenciación, debido a que los Nuggets de garbanzo son totalmente saludables que permite que los clientes disfruten de un producto sano y nutritivo, sin necesidad de tener que elaborarlo.

Igualmente, los Nuggets vendrán en empaque plástico (polietileno) que ayudan a conservar su sabor. A esto se le suma el atributo psicológico de la marca, lo cual aporta la diferenciación.

Con esta característica se pretende diferenciar Green Munchies del resto.

Además, se tiene como objetivo la satisfacción de los clientes, por lo cual al momento de realizar un pedido se adquiere el compromiso de entregar exactamente lo que se solicitó por los supermercados y minimarket. Por lo cual podemos afirmar que el servicio al cliente juega un papel importante en las operaciones de esta empresa.

#### **4.3.7.2. Acciones de Precio**

El precio es el valor que un comprador de un bien entrega a cambio de la utilidad que recibí por la adaptación del mismo.

El precio fijado para el producto está de acuerdo con la realidad del mercado es decir lo que actualmente pagan los consumidores de este producto.

Nuestros precios serán competitivos, teniendo como ventaja que nuestro producto (Nuggets de Garbanzo),

En el caso de Green Munchies establecerá un precio promedio al del mercado con el objetivo de entrar y posicionarse en el mercado, ya que para nosotros

es de vital importancia porque estos productos deben cubrir los costos de producción.

#### **4.3.7.3. Acciones de Promoción**

Green Munchies realizará distintas actividades que le permitirá promociones de manera efectiva en el mercado. ¿Estos fueron definidos de acuerdo a las preferencias de los posibles clientes, mencionado en la investigación de mercado, (¿En qué medio le gustaba informarse de este producto?).

Así mismo se tomó en consideración, la plaza en la cual se ubicará dicho producto.

A continuación, mencionamos las distintas medidas publicitarias a tomar.

- Ingresar al mercado con una campaña fuerte de promoción, lo cual incluye publicidad por medio de spot publicitario para dar a conocer el producto y sus beneficios.
- Para esto se implementará técnicas de publicidad, relaciones públicas, ventas personalizadas y promociones.
- Nuestro producto será promocionado mediante.
  - ✓ Degustaciones en punto de venta por impulsores eventuales.
  - ✓ Folletos promocionales con información acerca del producto.
  - ✓ Fanpage en redes sociales

PLAN DE MEDIOS			
GREEN MUNCHIES			
Tipo de Acción	Medio	Descripción	Tiempo
<b>Televisión</b>	Canal 2 y 14	Programas de cocina y anuncios publicitarios en horarios.	Por un mes, 3 veces a la semana
<b>Internet</b>	Página Web ( <a href="http://www.Greenmunchies.com">www.Greenmunchies.com</a> ) Facebook GreenMunchies	Catalogo digital, información y diseños	Largo plazo
<b>Publicidad Exterior</b>	Huella, Imagina tu publicidad	Vallas, afiches, Display.	Indefinido
<b>Publicidad Móvil</b>	Transporte Local	Aviso de Bus Completo, Expone diseños, nombre de la empresa, teléfono, página web, Facebook.	Diariamente por 1 mes
<b>Campañas Publicitarias</b>	Supermercados, Universidades, ferias de Gastronomía.	Degustaciones, inducción, Display exhibidores	Por eventos.

#### 4.3.7.4. Acciones de Distribución

Como estrategia de distribución utilizaremos la estrategia escalonada por medio de intermediarios. Esto se hará a través de ciertas empresas (Supermercados, Maxi Pali, La Colonia, La Unión, Pali, etc.) que se encargaran de llevar nuestros productos hacia el consumidor final.

#### 4.3.8. PROYECCIONES DE VENTAS

Para el estimado de las ventas, únicamente se procedió a multiplicar las unidades proyectadas, según la participación de mercado, por su precio sin IVA, dando como resultado las ventas estimadas para los primeros cinco años de operación.

##### 4.3.8.1. Estimado de venta

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nuggets	403,200	419,328	425,398	431,151	437,187
Precio sin IVA	\$1.789	\$ 1.837	\$ 1.817	\$ 1.823	\$ 1.816
Total	\$ 720,882.41	\$ 770,279.32	\$ 772,653.21	\$ 786,039.26	\$ 793,947.52














Tabla. Proyecciones **de venta**

Fuente: Elaboración propia

## 5. PLAN DE PRODUCCIÓN

### 5.1. CURSOGRAMA DEL SERVICIO / CURSOGRAMA DE PRODUCCIÓN.

En la tabla siguiente se muestra las actividades en la preparación de los Nuggets, por lo tanto, si uno de estos procesos falla causaría el atraso de alguna de estas actividades, lo que se traduce en la insatisfacción del cliente, al no tener su pedido a tiempo.







Actividad	Herramientas					Cargo
Compra de Materia Prima	Microbús					Administrador
Pesado de Materia Prima	Bascula					Ayudante de Producción
Preparación de ingredientes	Utensilio de cocina					Operario de producción
Coser el Garbanzo	Hoyas y Cocina Industrial					Operario de producción
Mezclado de los demás ingredientes	Mezcladora de Alimentos					Operario de producción
Vaciar al molde	Moldes de Acero					Operario de Producción
Proceso de Congelación	Mantenedora					Operario de Producción
Empacado	Bolsa y Caja					Empacador
Traslado a la bodega de producto Terminado	Carretilla					Ayudante de Producción

Crusograma de Producción

Fuente: Elaboración Propia

### 5.1.1. Cursograma de comercialización

En la tabla anterior se detalla las actividades que se deberán realizar en cada uno de los procesos, por lo tanto, si se falta en uno de estos procesos provocara el atraso de alguna de estas actividades provocara una mala atención lo que se traduce en menos ventas.

Actividades	Herramienta					Cargo
Traslado a los puntos de ventas	Microbús					
Ubicar en los exhibidores	Carretilla					

**Crusograma de Comercialización**  
Fuente: Elaboración Propia

### 5.2. ACTIVOS FIJOS

En la siguiente tabla de costo de activos fijos de **Green Munchies**, se muestra el monto total de los activos fijos que la empresa requiere para iniciar operaciones.

Concepto	Costos
Equipo de Oficina	\$ 26,189.02
Equipo de Producción	\$ 17,586.88
Equipo de ventas	\$21,542.14
<b>Total</b>	<b>\$ 95,318.04</b>

Fuente: Elaboración Propia

El costo de nuestros activos fijos tiene un total de \$95,318.04 este monto fue calculado con un periodo de los 5 primeros años.

A continuación, en las siguientes tablas, se presentan los detalles de cada uno de los activos fijos que serán necesarios en **Green Munchies** tomando en cuenta las cantidades y su precio.

### 5.2.1. Equipo de Transporte

Cantidad	Descripción del Activo	Precio Unitario	Costo Total	Vida útil	Depreciación Anual
1	Microbús Toyota	\$20.000	\$20.000	5	\$ 4000
<b>Total de Equipo de transporte</b>			<b>\$20.000</b>		<b>\$ 4000</b>

**Fuente: Elaboración Propia**

Nuestro equipo de transporte será adquirido a través de la empresa casa pellas a un costo de \$20,000 (proforma en anexo), con una vida útil de 5 años y una depreciación de \$4000.

### 5.2.2. Equipo de Producción

Cantidad	Descripción del activo	Precio Unitario	Costo Total	Vida útil	Depreciación anual
2	Cocina Industrial	\$1,600	\$3,200.00	5	640.00
3	Mantenedoras	\$1,842.10	\$5,526.30	10	552.63
3	Mesa de acero inoxidable	\$253	\$759.00	5	151.80
1	Mezcladora	\$3,947.37	\$3,947.37	10	394.74
10	Bandejas	\$150	\$1,500.00	5	300.00
350	Moldes de Acero	\$3	\$1,050.00	5	210.00
1	Procesador de Alimentos	\$1,302.08	\$1,302.08	10	130.21
1	Bascula Digital	\$179.90	\$179.90	5	35.98
2	Sellador	\$9	\$18.00	5	3.60
2	Rodillos de Cocina	\$20	\$40.00	5	8.00
3	Olla grande de 55	\$17.36	\$52.08	5	10.42
5	Cucharas	\$2.43	\$12.15	5	2.43
<b>Total, Equipo de Producción Total</b>			<b>\$17,586.88</b>		<b>\$2,439.80</b>



**Fuente: Elaboración Propia**

El equipo de producción tiene un total de \$17,586.88 en un periodo de 5 años y una depreciación en estos mismos de \$ 2,439.80. Estos equipos serán adquiridos en diferentes empresas del país.

**5.2.3. Equipo de Oficina Área de Administración**

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Costo Total	Vida útil	Depreciación anual
3	Computadora de escritorio Lenovo	\$299.00	\$ 897.00	2	\$ 448.50
2	Escritorios	\$ 185.00	\$ 370.00	5	\$ 74.00
1	Escritorio Recepción	\$138.00	\$138.00	5	\$27.60
1	Sillas de Gerencial	\$ 110.00	\$ 110.00	5	\$ 22.00
1	Silla Contador	\$110.00	\$110.00	5	\$22.00
1	Silla Recepción	\$50.60	\$50.60	5	\$10.12
4	Sillas de Visita	\$ 51.00	\$204.00	5	\$40.80
3	Archiveros	\$ 344.00	\$ 1,032.00	5	\$ 206.4
1	Impresoras	\$ 299.00	\$ 299.00	2	\$ 149.50
6	Sillas de Espera	\$51.00	\$306.00	5	\$61.20
1	Dispensador de Agua	\$160.00	\$160.00	5	32.00
<b>Total Equipo de Oficina</b>			<b>\$26,176.60</b>		<b>\$ 1,094.12</b>

**Fuente: Elaboración Propia**

El equipo de oficina será adquirido a través de empresas nacionales y su costo total será de \$26,176.60 en un periodo de 5 años y con una depreciación total de \$1,094.12.

**5.2.4. Equipo Ventas**

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Costo Total	Vida útil	Depreciación anual
1	Computadora de Escritorio Lenovo	\$299.00	\$299.00	2	\$ 149.50
1	Escritorio	\$ 185.00	\$185.00	5	\$ 37.00
1	Silla de Vendedor	\$ 110.00	\$110.00	5	\$ 22.00
2	Sillas de Visita	\$51.00	\$102.00	5	\$20.40
1	Archivero	\$343	\$343	5	\$ 68.60

1	Impresora	\$299.00	\$299.00	2	\$ 149.50
1	Microbús	\$20,000.00	\$20,000.00	5	\$4,000.00
1	Equipo de registro de pedidos de venta	\$200.00	\$200.00	2	\$100.00
<b>Total Equipo</b>			<b>\$21,538.00</b>		<b>\$ 4,547.00</b>

**Fuente: Elaboración Propia**

Nuestro equipo de ventas tendrá un costo total de \$21,538.00 durante 5 años y una depreciación total de \$4,547.00. Estos equipos serán adquiridos por medio de empresas nacionales.

### 5.3. VIDA ÚTIL DE LOS ACTIVOS FIJOS

Para realizar los cálculos de depreciación de los activos fijos, se utilizó el método lineal, el porcentaje de depreciación está determinado por el reglamento de la ley tributaria y la ley de equidad fiscal de Nicaragua.

Concepto	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo de Producción	\$ 17,586.88	\$2,439.80	\$2,439.80	\$2,439.80	\$2,439.80	\$2,439.80
Equipo de Administración	\$26,189.02	\$ 1,094.12	\$ 1,094.12	\$ 496.12	\$ 496.12	\$ 496.12
Equipo de Ventas	\$21,542.14	\$ 4,547.00	\$ 4,547.00	\$ 4,148.00	\$ 4,148.00	\$ 4,148.00
<b>Totales</b>	<b>\$ 95,318.04</b>	<b>\$8,080.92</b>	<b>\$8,080.92</b>	<b>\$7,083.92</b>	<b>\$7,083.92</b>	<b>\$7,083.92</b>

**Calculo vida Útil Activo Fijo**

**Fuente: Elaboración Propia**

### **Términos y Condiciones de la compra de Equipos, Mantenimiento y Reparaciones.**

La adquisición de Maquinaria, equipos de oficina, equipos de venta, y material de reposición serán adquiridos en la ciudad de Managua teniendo en cuenta la participación de diferentes proveedores, entre estos están:

- Food Machine
- Fernández Sera S.A
- Sol Maya
- Imisa
- Librería San Jerónimo

En todos los casos el tiempo de entrega es inmediato y la forma de pago es crédito.

#### 5.4. CAPACIDAD PLANIFICADA Y FUTURA

Con el Objetivo de definir la capacidad Planificada de **Green Munchies**, es importante establecer con anticipación el número de horas de la jornada laboral y la capacidad que posee cada uno de los moldes.

- **Jornada Laboral**, Esta tendrá una duración de 8 horas laborales a partir de las 8:00 am hasta las 5:30 pm de lunes a viernes y los sábados de 8:00am a 12:30pm.  
El fondo de la jornada será de 48 horas para trabajadores y 45 para oficina.
- **Días Hábiles**, Los días que se estarán Produciendo y Comercializando GreenMunchies serán de lunes a sábados.  
Capacidad planificada por molde, se detallan la cantidad de Nuggets que los moldes producirán.

Cantidad de moldes	Cantidad de Nuggets que produce cada molde.	Cantidad total que producen los 150 moldes.	Cantidad producida mensualmente.(24 días) cajas las cifras de 4500 x 24 se divide entre 6 para calcular el número de cajas	Cantidad de cajas de 6unds producida anualmente.	Producción con un 80% de aprovechamiento de la jornada laboral
<b>350</b>	30	10,500	42,000	504,000	403,200

Para obtener la cantidad de 403,200 cajas de Nuggets se procedió a determinar la cantidad de Nuggets que produce cada molde que son 30 Nuggets por moldes, esa cantidad la multiplicamos por la cantidad de molde que son 350 al multiplicar las dos cantidades (30\*350) serian 10,500 unidades por día que mensualmente (24 días al mes) seria 252,000 y la dividimos entre 6 para calcular el número de cajas dándonos como resultado 42,000 cajas y la multiplicamos por 12 que anualmente serian 504,00 cajas tomando en cuenta el aprovechamiento de la jornada laboral del 80% nos da 403,200 de cajas.

## 5.5. MATERIA PRIMA NECESARIA Y COSTO DE LA MATERIA PRIMA

### 5.5.1. Costo de materia prima por año

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nuggets de garbanzo (cajas)	483,840.00	422,554.00	426,372.59	432,341.37	438,394.49
Consumo de kg por caja de garbanzo	0.22	0.22	0.22	0.22	0.22
Consumo total en kg	108,462.41	94,723.93	95,579.94	96,917.97	98,274.89
Precio x kg	5.76	5.76	5.76	5.76	5.76
<b>Costo total</b>	<b>624,743.50</b>	<b>545,609.84</b>	<b>550,540.48</b>	<b>558,247.48</b>	<b>566,063.38</b>

Fuente: Elaboración propia

En esta tabla se representa el análisis de los costos de materia prima para elaborar una caja de Nuggets de 6 unidades, a un costo unitario de \$5.76, en un periodo de 5 años.

### 5.1.1. Costo de la materia prima e insumos (para una producción mensual) Materia Prima Necesaria y Costo de la Materia Prima

En las siguientes tablas se muestra los costos totales y unitarios de la materia prima que se utilizara para la elaboración de Nuggets de Garbanzo

Descripción	Cantidad total en kg	Costo por kg en \$	Costo unitario	Norma de consumo en gramos
Garbanzos	63,527.98 kg	\$1.64	\$0.31	125
Pimienta	38,736.58 kg	\$0.66	\$0.01	2.5
Cebolla	17,818.82 kg	\$0.30	\$0.023	50
Empanizador	58,104.86 kg	\$0.99	\$0.025	16.67
Salsa	69,725.84 kg	\$1.18	\$0.018	10
Carne magra y saborizantes	58,104.86 kg	\$0.99	\$0.03	20
<b>Total</b>		<b>\$5.76</b>	<b>\$ 0.42</b>	<b>224.17</b>

### 5.1.2. Insumos (según proveedor de material de empaque)

Descripción	Costo
Tanque de gas	\$78.43
Bolsas de polietileno	\$59.52
Cajas impresas	\$2774.07
Empaque para aderezo	\$158.00
<b>Total</b>	<b>\$3070.02</b>

### 5.1.4. Disponibilidad de materia prima

En vista que nuestra materia prima, el garbanzo es muy poco cultivado en nuestra zona, procederemos a importar el grano en el país de argentina, haciendo uso del tratado de libre comercio MERCOSUR. Con una visión a futuro de comprar hectáreas de tierra en zona del occidente del país como lo es el departamento de León, con el fin de cultivar esta legumbre.

## 5.6. MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA

### Costo de mano de Obra Directa e Indirecta

El Ministerio del Trabajo (MITRAB) junto con la Comisión Nacional de Salario mínimo fueron convocados para acordar nuevos salarios mínimos; por tanto, los nuevos salarios mínimos entraron en vigencia a partir del 1 de septiembre del año 2017 hasta el 28 de febrero del año 2018. Cabe destacar que el salario mínimo establecido para sector de Electricidad y agua, comercio, restaurantes y hoteles, transporte, almacenamiento y comunicaciones es de C\$ 6,921.93 con un aumento anual de 4 %.

Asimismo, se aplica en los cálculos el **45.99%** que representa la suma de las

Siguientes Obligaciones de ley:

- INSS 19%
- Vacaciones 8.33%

- Aguinaldo 8.33%
- Indemnización 8.33%
- INATEC 2%

Green Munchies empleará a 15 trabajadores, 6 de ellos serán parte de mano de obra directa e indirecta y 9 del área de administración y vetas.

### 5.6.1. Mano de Obra Directa

La Mano de Obra Directa es la fuerza de trabajo empleada para extraer, producir o transformar la materia prima en bien final.

A continuación, se muestra los costos de mano de obra directa en concepto de salarios proyectados para los próximos 5 años, Aquí se considera un aumento de salario del 4% anual para mano de obra directa a partir del 2do año y los porcentajes correspondientes para el cálculo de la antigüedad por año 2do año 2%; 3er año 4%; 4to año 5% y 5to año 6%.

#### Mano de obra Directa.

Puesto	Cant	Salario Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Chef de producción</b>	1	260.00	\$4,554.89	\$4,831.82	\$5,123.62	\$5,379.81	\$5,648.29
<b>Ayudante de producción</b>	2	230.00	\$5,520.00	\$8,548.61	\$9,064.88	\$9,518.13	\$9,993.13
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>\$720</b>	<b>\$10,074.89</b>	<b>\$13,380.43</b>	<b>\$14,188.50</b>	<b>\$14,897.94</b>	<b>\$15,641.42</b>

Fuente: Elaboración propia

En esta tabla de mano de obra directa para calcular el año 1, se multiplico el salario mensual por los 12 meses, el resultado multiplicándolo por el 45.99% que son la sumatoria de las obligaciones de ley, lo que dio se le sumo a la cantidad que había dado en la multiplicación del salario mensual por los 12 meses, y a partir del 2do año se va aumentando el 4% de salario.

Para calcular el año 2 solo se tomó el salario mensual se le sumo 1.04 que es el aumento de salario por año le sumamos la antigüedad del segundo año correspondiente a 1.02 y posteriormente le sumamos las obligaciones de 1.4599 y igual con los otros años con sus debidos porcentajes correspondientes.

### 5.6.2. Mano de Obra Indirecta

Se entiende como Mano de Obra Indirecta que no interviene directamente en la Producción o transformación de la materia prima y en la obtención del producto final.

A continuación, se muestra los costos de mano de obra indirecta en concepto de salarios proyectados para los próximos 5 años, adicional se considera un aumento de salario del 4% anual para mano de obra indirecta a partir del 2do año los porcentajes correspondientes para el cálculo de la antigüedad por año 2do año 2%; 3er año 4%; 4to año 5% y 5to año 6%.

#### Mano de obra indirecta

Puesto	Cant	Salario Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empacador	2	\$230.00	\$5,520.00	\$8,548.61	\$9,064.88	\$9,518.13	\$9,993.13
Limpieza	1	\$230.00	\$2,760.00	\$4,274.30	\$4,532.44	\$4,759.06	\$4,996.56
Repartidor/ Mensajero	1	\$230.00	\$2,760.00	\$4,274.30	\$4,532.44	\$4,759.06	\$4,996.56
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>\$920.00</b>	<b>\$11,040.00</b>	<b>\$17,097.20</b>	<b>\$18,129.76</b>	<b>\$19,036.24</b>	<b>\$19,986.24</b>

#### Fuente: Elaboración propia

Aquí se muestran los salarios de mano de obra indirecta para calcular el año 1, se multiplico el salario mensual por los 12 meses, el resultado multiplicándolo por el 45.99% que son la sumatoria de las obligaciones de ley, lo que dio se le sumo a la cantidad que había dado en la multiplicación del salario mensual por los 12 meses, y a partir del 2do año se va aumentando el 4% de salario.

Para calcular el año 2 solo se tomó el salario mensual se le sumo 1.04 que es el aumento de salario por año le sumamos la antigüedad del segundo año correspondiente a 1.02 y posteriormente le sumamos las obligaciones de 1.4599 y igual con los otros años con sus debidos porcentajes correspondientes.

### Total, mano de obra

Mano de obra Total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total MOD US\$	\$10,074.89	\$13,380.43	\$14,188.50	\$14,897.94	\$15,641.42
Total MOI US\$	\$11,040.00	\$17,097.20	\$18,129.76	\$19,036.24	\$19,986.24
Total MO US\$	<b>\$21,114.89</b>	<b>\$30,477.63</b>	<b>\$32,318.26</b>	<b>\$33,934.18</b>	<b>\$35,627.66</b>

Fuente: Elaboración propia

### 5.6.3. Salarios Administrativos y Venta

Puesto	Cant	Salario Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Salarios Administrativos</b>							
Gerente Administrativo	1	300	\$5,256.00	\$5,556.84	\$5,873.35	\$6,157.28	\$6,454.53
Contador General	1	276	\$4,835.52	\$5,112.30	\$5,403.48	\$5,664.70	\$5,938.17
Recepcionista/Cajero	1	260	\$4,555.20	\$4,815.93	\$5,090.23	\$5,336.31	\$5,593.93
Guarda de Seguridad	4	230	\$16,118.40	\$16,832.60	\$17,578.15	\$18,882.33	\$19,793.89
<b>Total Salarios Administrativos</b>			<b>\$30,765.12</b>	<b>\$32,317.67</b>	<b>\$33,945.21</b>	<b>\$36,040.62</b>	<b>\$32,186.59</b>
<b>Salarios de Venta</b>							
Vendedor	1	285	\$4,993.20	\$5,279.00	\$5,579.68	\$5,849.42	\$6,131.80
Repartidor y Mensajero	1	230	\$4,029.60	\$4,260.25	4,502.90	\$4,720.58	\$4,948.47
<b>Total salario Ventas</b>			<b>\$9,022.80</b>	<b>\$9,539.25</b>	<b>\$10,082.58</b>	<b>\$10,570.00</b>	<b>\$11,080.28</b>
<b>Total Salarios</b>			<b>\$39,787.92</b>	<b>\$41,856.92</b>	<b>\$44,027.79</b>	<b>\$46,610.62</b>	<b>\$43,266.87</b>



## 5.7. GASTOS GENERALES DE LA EMPRESA

Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Presupuesto de Mercadeo	\$2,184.68	\$2,307.02	\$2,436.21	\$2,572.64	\$2,716.71
Mantenimiento y Reparación	\$14,034.72	\$14,820.66	\$15,650.61	\$16,527.02	\$17,452.55
Servicios Básicos	\$4,032	\$4,257.79	\$4,496.23	\$4,748.02	\$5,013.91
Combustible	\$1,241.37	\$1,310.88	\$1,384.29	\$1,461.81	\$1,543.67
Gastos de Oficina	\$1034.75	\$1,092.70	\$1,153.89	\$1,218.50	\$1,286.74
Gastos de Limpieza	\$708.51	\$748.19	\$790.09	\$834.33	\$881.06
Pago de impuesto al alcaldía sobre ventas 1%	3,533.50	3799.16	3866.93	3829.72	4,025.83
Depreciación	\$7,874.12	\$7,874.12	\$6,977.72	\$6,977.72	\$6,977.72
Total Gastos Generales	\$26,769.53	\$28,337.40	\$29,778.25	\$31,192.04	\$32,920.47
<b>Total de Gastos Generales menos</b>	<b>\$18,895.41</b>	<b>\$20,463.28</b>	<b>\$22,800.53</b>	<b>\$24,214.32</b>	<b>\$25,942.75</b>

Fuente: Elaboración propia

### 5.7.1. Gastos de Servicios Básicos Año 1

Concepto	Costo Mensual	Costo Anual
Agua	\$56.00	\$672
Electricidad	\$230	\$2,760
Teléfono e Internet	\$50	\$600
<b>Total de Servicios Básicos</b>	<b>\$ 336</b>	<b>\$4,032</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 5.7.2. Gastos de Oficina Año 1

Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Costo total anual
Papel bond 40 t/c icopy	30	3.56	106.91
Folder manila t/carta	4	5.05	20.20
Fastenes metálico ok115 8 cm	8	1.14	9.15
Perforadora 2 h. ok 15 (15h)	2	2.71	5.42
Calculadora 12 dígitos ax-120b	4	10.69	42.75
Calculadora 12 dígitos hr 150tm c	4	59.74	238.95
Lápiz corrector ecr-p7	5	0.69	3.43
Notas adhesivas 3x3 st-05417 (4 col	10	2.03	20.26
Lapicero ek-8210 azul 12 unid	4	45.00	180.00
Pizarra acrílica 24x36 (nacional)	2	13.73	27.45
Marcador acrílico ek-159 azul	10	0.58	5.80
Marcador acrílico ek-159 negro	10	0.58	5.80
Marcador permanente ek-109 neg	10	0.42	4.18
Borrador plástico er210a-30	10	0.07	0.65
Lápiz grafito st-03415 12 unid	4	36.00	144.00
Basurera plastica.st-02043	4	3.89	15.56
Tape ind. 2" x 70 ok109 transparente	10	0.82	8.17
Bandeja de escritorio plástica 2	4	8.07	32.29
Engrapadora st-04322 25h metal	6	5.82	34.90
Grapas estándar st-16002 26/6	6	0.85	5.10

Clips jumbo metal st-02005	3	0.70	2.11
Tabla con clamp t/carta	6	1.57	9.41
Goma en barra korés 40 grs	10	1.54	15.36
Tijeras	6	0.79	4.74
Block facturas full color 50 unidcada block	6	4.90	29.41
Block retenciones full color 50 unid cada block	6	3.27	19.61
Block recibos de caja full color 50 unid cada Block	6	3.27	19.61
Kit de sellos administrativos y contables 4 unid	1	23.53	23.53
<b>Total gastos de Oficina</b>			<b>\$ 1034.75</b>

Fuente: Elaboración propia

### 5.7.3. Gastos de Materiales de Limpieza Año 1

Concepto	Cantidad	Precio unitario	Costo total anual
Alcohol en gel (Galón)	12	\$13.69	\$164.28
Jabón líquido para Mano (1 litro)	12	\$3.42	\$41.04
Desinfectante con aroma( galón)	12	\$4.21	\$50.52
Bolsas para Basura (50 unidades)	12	\$1.57	\$18.84
cloro (galón)	12	\$2.53	\$30.36
Detergente (5 kg)	8	\$8.56	\$102.72
Escoba	4	\$2.22	\$8.88
Jabón de lavar traste(250gr)	24	\$0.99	\$23.76
Lampazo	2	\$2.22	\$4.44
Mecha de lampazo	9	\$2.87	\$25.83
Pala plástica	2	\$1.50	\$3.00
Papel higiénico (6 rollos)	24	\$4.04	\$96.96
Papel Toalla	24	\$4.41	\$105.84
Paste	24	\$0.39	\$9.36
<b>Total de atención al cliente</b>			<b>\$708.51</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 5.7.4. Costo de mantenimiento

Activo Fijo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mantenedoras	\$1,842.10	1,945.26	2,054.19	2,169.22	2,290.69
mezcladora	\$3,947.37	4,168.42	4,401.85	4,648.35	4,908.66
Procesador de Alimentos	\$1,302.08	1,374.99	1,451.99	1,533.30	1,619.16
Bascula Digital	\$179.90	189.97	200.61	211.84	223.70
Computadora de escritorio Lenovo	\$299	315.74	333.42	352.09	371.81
Impresoras	\$ 299	315.74	333.42	352.09	371.81
Equipo de Ventas en campo	\$200	211.20	223.03	235.52	248.71
Vehículo	\$20.000	21,120	22,302.72	23,551.67	24,870.56
<b>Total Mantenimiento y Operaciones</b>	<b>\$14,034.72</b>	<b>\$14,820.66</b>	<b>\$15,650.61</b>	<b>\$16,527.02</b>	<b>\$17,452.55</b>

***Gasto de mantenimiento***  
**Fuente: Elaboración Propia**

Para el caculo de mantenimiento, tomamos el costo de los activos fijos principales, utilizando un margen de gastos del 5.6% par cada año y un 50% del total de la suma de los activos.

## **6. PLAN DE ORGANIZACIÓN**

### **6.1. FORMA DE LA EMPRESA**

Green Munchies es una empresa de elaboración y comercialización de Nuggets de Garbanzo, creada por la iniciativa de Amy Graciela Cuadra Medrano, María Fernanda Cano Aguirre, Laleska Carolina Sequeira Blandón, Xochilt de los Angeles Reynosa Silva, JhovannyAlbertoChevez Palma siendo está constituida bajo sociedad anónima, dichos socios fundaran la empresa aportando equitativamente al 49.83% del capital de inversión. Todo esto con el objetivo de poner en marcha una idea emprendedora que será aportando entre dichos socios partes iguales.

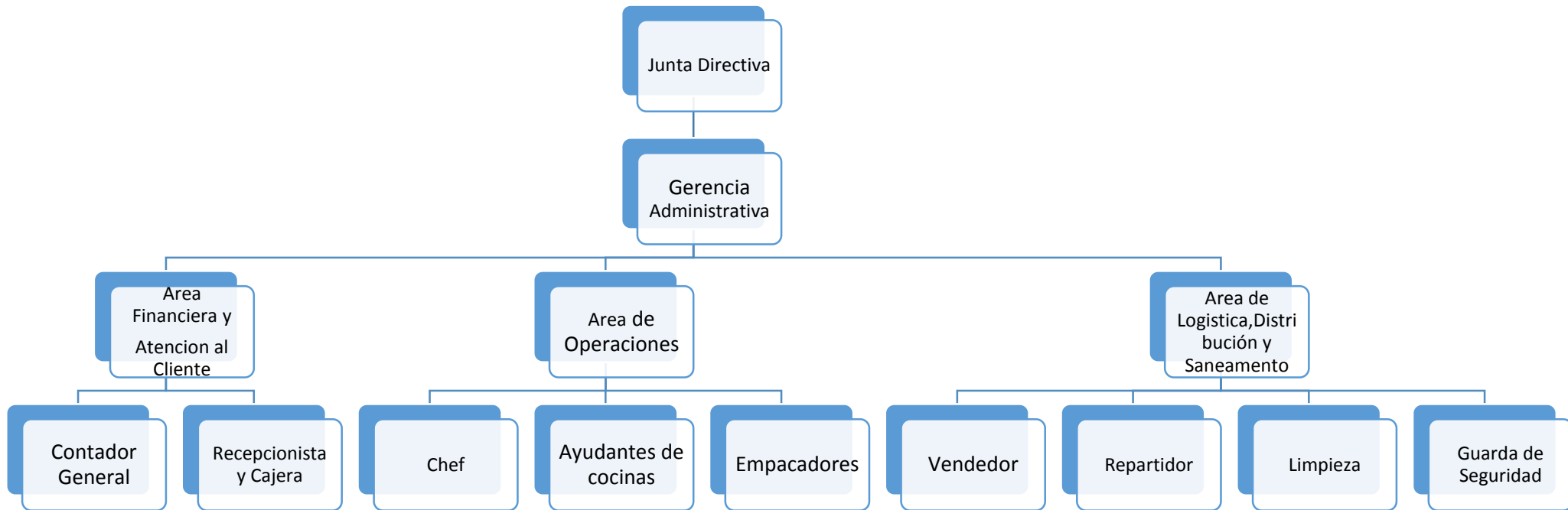
Por otro lado, la sociedad anónima cuenta con ventajas tales como responsabilidad limitada ante terceros, las deudas de la empresa son solventadas con dinero de la misma y sin tomar capital personal de los socios, además en caso que uno de los socios desee retirase la sociedad no se disolvería.

Previo a la organización de esta sociedad se tomarán en cuenta las respectivas medidas administrativas y tributarias conforme lo establece la Ley. Además, se inscribirá la escritura social y los estatutos en el registro Mercantil Correspondiente.

### **6.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

El organigrama elaborado para **Green Munchies** de carácter lineal funcional, es de tipo lineal puesto que las comunicaciones serán realizadas directamente y sin necesidad de intermediarios, de carácter funcional ya que cada representante de las áreas puede tomar decisiones para mejorar o solucionar problemas del área asignada, con decisiones de mayor magnitud que afecten a la empresa en general serán tomadas por la gerencia o socios de la empresa.

Este organigrama nos permite visualizar la estructura organizacional de la empresa de forma gráfica pudiendo darnos cuenta que con diferentes áreas funcionales contamos y en esta se desempeñarán las tareas necesarias para el funcionamiento adecuado de **Green Munchies**.



## 6.2.1. Fichas ocupacionales

### Ficha Ocupacional #1

Nombre del Puesto: Gerente Administrativo

Jefe Inmediato: Ninguno

Puestos que le reportan: Ninguno

Nivel Académico: Contador Público o licenciado en Administración con Experiencia en Finanzas.

Conocimientos Requeridos en el Puesto:

- Administración de Recursos Humanos
- Contabilidad Financiera
- Finanzas para Pymes
- Informática Administrativa con Microsoft Excel
- Manejo de Software Empresarial(ERP)

Habilidades Necesarias para Desarrollar el Puesto:

- Interpretación de Estados Financieros
- Elaboración de Presupuestos
- Análisis de Flujo de Efectivo
- Diseño y Seguimiento a Indicadores Financieros
- Administración del Proceso de Compras

Objetivo del Puesto: Administrar los Recursos Humanos, Materiales (Logística) y financieros relacionados con los procesos del negocio, Garantizando el suministro oportuno de los recursos necesariamente requeridos en la implementación de los proyectos operativos y operación de las unidades del negocio.

Relaciones del Cargo (Interna y Externas):

- Interna: Dirección general, Gerente de áreas.
- Externas: Clientes, Proveedores, Directores de empresas.

Funciones Generales:

- Velar por la correcta distribución en la adquisición de materiales, equipos, alquileres, servicios, entre otros.

- Implementar programas tendientes al ahorro y control del gasto, administrando y controlando las partidas estratégicas como el suministro de combustible, compras de activo fijo, viáticos y gastos de representación para la ejecución de los proyectos etc.
  - Planear, Organizar y controlar las actividades de la empresa donde me desarrolle con el objetivo de apoyar a generar mayor rentabilidad.
  - Realizar toma de decisiones en forma oportuna y confiable en beneficio de la operación de la empresa.
  - Crear lineamientos de control, análisis financiero.
  - Supervisar cumplimientos de políticas, Crear sinergia con las demás áreas operativas para lograr el objetivo.
  - Proveer un ambiente de trabajo que conduzca a la excelencia en las actividades que realiza la gerencia.

## **Ficha Ocupacional #2**

Nombre del Puesto: Contador

Jefe Inmediato: Gerente Administrativo

Puestos que le reportan: Recepción y caja

Nivel Académico: Licenciado en contabilidad o administración de empresas con experiencia de 0 2 años en un puesto similar.

Conocimientos Requeridos en el Puesto:

- Universitarios y/o técnicos
  - Contador público y auditor
  - Estudios complementarios: computación, finanzas, contabilidad
- Experiencia: que tenga 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

Habilidades Necesarias para Desarrollar el Puesto:

- Habilidad mental que debe poseer la persona para este cargo es la capacidad numérica, de lenguaje y conocimientos contable, tributarios y financieros
  - Administrativa, organizativas y de comunicación.



Objetivo del Puesto: Planificar adecuadamente las actividades contables de la institución, controlando y verificando así los procesos de registro, a fin de garantizar que los estados financieros sean confiables y oportunos.

Relaciones del Cargo (Interna y Externas):

- Interna: Mantiene relaciones continuas con el personal de la unidad y otras unidades administrativa, a fin de apoyar y/o ejecutar y/o coordinar y/o controlar lo relativo al área, exigiéndose para ello una buena habilidad para obtener cooperación.
- Externa: Mantiene relaciones ocasionales con entidades bancarias, a fin de ejecutar y/o controlar lo relativo al área, exigiéndose para ello una buena habilidad para obtener cooperación.

Funciones generales:

- Elaborar la nómina semanal de los empleados
- Mantener actualizados los saldos de bancos, clientes y proveedores
- Elaborar mensualmente los estados financieros correspondientes a la empresa
- Realizar diariamente un corte de caja
- Recopilar y organizar la información sobre los asuntos financieros de la empresa
- Mantener informado al director, gerente y director de compras y ventas de la información contable de la empresa
- Efectuar el pago de impuestos correspondientes.

### **Ficha Ocupacional #3**

Nombre del Puesto: Ejecutivo de Ventas

Jefe Inmediato: Gerente Administrativo

Puesto que le Reportan: Ninguno

Nivel Académico: Licenciado en Administración de Empresas o en Mercadotecnia en Publicidad con experiencia de al menos un año en ventas.

Conocimientos Requeridos en el Puesto:

- Conocimiento Office: (Sistemas) Requerimientos específicos formulas y formatos a nivel medio, administración y análisis de bases de datos (Excel, Word, Power Point)

- Experiencia en atención al cliente

#### Habilidades Necesarias para Desarrollar el Puesto:

- Habilidad de escucha
- Comunicación asertiva
- Pensamiento analítico
- Trabajo en equipo
- Manejo de Conflictos
- Persuasión
- Desempeño por objetivos
- Presentación
- Administrado, organizado, Creativo e innovador
- Facilidad de aprendizaje

Objetivo del Puesto: Generar y mantener relaciones positivas con clientes nuevos y existentes. Lograr experiencias positivas con clientes en el proceso de venta y servicio. Establecer y mantener un vínculo entre el cliente y la empresa. Alcance de objetivos de ventas. Asistir a cursos de capacitación y actualización.

#### Relaciones del Cargo (Interna y Externas):

- Interna: Departamentos de ventas y publicidad
- Externas: Proveedores, clientes.

#### Funciones Generales:

- Buscar clientes por medio de trato directo para incrementar las ventas
- Organizar los pedidos de los clientes por medio de calendarizaciones para brindar un mejor servicio a estos.
- Atender y satisfacer las necesidades de los clientes a través de su solicitud de pedido para incrementar el nivel de ventas.
- Informar las altas y bajas del cliente al jefe directo por medio de las tablas para aplicar las estrategias correspondientes

## **Ficha Ocupacional #4**

Nombre del Puesto: Recepción y Caja

Jefe Inmediato: Contador

Puestos que le Reportan: Ninguno

Nivel Académico: Mínimo bachillerato general, Bachillerato en asistente administrativo o asistente contable, Cualquier nivel universitario con un año de experiencia progresiva de carácter operativo en el área de caja.

Conocimientos Requeridos en el Puesto:

- Contabilidad técnica para el manejo de máquina registradora
- Programas de computación aplicables en caja.

Habilidades Necesarias para Desarrollar el Puesto:

- Realizar cálculos aritméticos

Objetivo del Puesto: Efectuar las actividades que le se han asignadas de manera oportuna, Captando y manteniendo a los clientes con una buena atención, seguridad y confort en las instalaciones de la empresa logrando así la preferencia y satisfacción de nuestros clientes.

Relaciones del Cargo (Interna y Externas):

- Interna: Ventas, Mantenimiento, Teléfonos, Producto etc.
- Externa: Clientes en general, Proveedores

Funciones Generales:

- Recibir y entregar cheques, dinero en efectivo y depósitos bancarios
- Monitorear que los montos de los recibos de ingreso por caja y deposito coincidan
- Realizar arqueo de caja
- Registrar los movimientos de entrada y salida de dinero
- Transcribe y accesa información operando una computadora
- Manejo transparente del efectivo
- Elaboración de informe de actividades realizadas
- Atención al cliente

- Atender a personas que solicitan información
- Realizar cualquier otra tarea a fin que le sea asignada.

### **Ficha Ocupacional #5**

Nombre del Puesto: Limpieza

Jefe Inmediato: Gerente Administrativo

Puestos que le Reportan: No aplica

Nivel Académico: Primaria Terminada

Conocimientos Requeridos en el Puesto:

- Limpieza en general
- Técnicas de Limpieza

Habilidades Necesarias para Desarrollar el Puesto:

- Actitud de servicio
- Facilidad de expresión verbal y escrita
- Trabajo en equipo
- Disponibilidad de tiempo
- Orden y limpieza en el trabajo
- Mantener buenas relaciones laborales con los compañeros.

Objetivo del Puesto: Crear un ambiente agradable en la empresa, manteniendo siempre buenas relaciones con su entorno siempre y cuando se trate de cosas laborales. Capacidad para cargar cosas pesadas cuando surjan cambios necesarios en la empresa.

Relaciones del Cargo (Interna y Externas):

- Interna: Los trabajadores de la empresa
- Externa: Visitantes en las instalaciones

Funciones Generales:

- Asear las instalaciones, equipo y mobiliario, manteniéndolos en óptimas condiciones

- Efectuar movimiento de mobiliario y equipo cuando así lo requieran las necesidades de la empresa
- Atender las indicaciones del área administrativa de intendencia de cualquier irregularidad que se presente durante el desarrollo de sus actividades y, si es el caso, solicitar la reparación de cualquier desperfecto ocurrido al equipo o mobiliario
- Solicitar oportunamente al área administrativa los artículos y materiales de limpieza requeridos para el desarrollo
- Aprovechar al máximo los artículos y el material de limpieza requeridos para el desarrollo de las actividades
- Ordenar cuidadosamente el equipo, mobiliario y materiales de trabajo a efecto de mantener su conservación
- Mantener las paredes, vidrios, puertas debidamente aseados lavándolos una vez por semana
- Aplicar soluciones desinfectantes, detergentes con el fin de mantener los pisos en óptimas condiciones.

### **Ficha Ocupacional #6**

Nombre del Puesto: Seguridad

Jefe Inmediato: Gerente Administrativo

Puestos que le Reportan: No aplica

Nivel Académico: Tener aprobada la educación básica

Conocimientos Requeridos en el Puesto:

- Manejo de armas de fuego o armas no letales
- Conocimiento de los riesgos envueltos en su trabajo y de las medidas de seguridad requerido

Habilidades Necesarias para Desarrollar el puesto:

- Habilidad para seguir instrucciones orales y escritas
- Habilidad para mantener relaciones efectivas de trabajo
- Integridad
- Tolerancia al estrés

- Atención al detalle

Objetivo del Puesto: Mantener todo bajo control dentro y fuera de las instalaciones tomando en cuenta las medidas necesarias que el área administrativa le indique.

Relaciones del Cargo (Interna y Externas):

- Los Trabajadores de la empresa, Gerentes por áreas, Sus superiores.
- Clientes de la empresa

Funciones Generales:

- Controlar según las instrucciones, la entrada estacionamiento y salida de vehículos en áreas pertenecientes a la empresa
- Recorrer las instalaciones en áreas asignadas, a fin de detectar cualquier irregularidad
- Verificar condiciones de seguridad de las puertas, ventanas y demás vías de acceso de la institución
- Reportar al superior inmediato cualquier anomalía observada en el área bajo su vigilancia
- Dar informaciones sencillas de la ubicación de las distintas dependencias o funcionarios de la entidad
- Realizar otras tareas afines y complementarias, conforme a lo asignado por su superior inmediato.

### **Ficha Ocupacional #7**

Nombre del Puesto: Chef

Jefe Inmediato: Gerente Administrativo

Puestos que le Reportan: Ayudante de Cocina

Nivel Académico: Tener aprobada la educación básica

Conocimientos Requeridos en el Puesto:

- 1 año de experiencia en el sector.
- Dominio de informática.
- Formación (Estudios en Escuelas), valorándose la asistencia a cursos y jornadas gastronómicas.

- Persona creativa, con don de mando.

#### Habilidades Necesarias para el Desarrollo del Puesto:

- Tomar el trabajo en serio
- Limpieza e higiene
- Establecer su liderazgo
- Ser obstinado y orgulloso
- Aspirar a mejorar sus habilidades
- Buscar la perfección propia.

Objetivo del Puesto: Realizar las preparaciones culinarias conforme a las recetas indicadas, empleando las técnicas, con base en los estándares de calidad y procedimientos de la empresa, a fin de contribuir al logro del servicio.

#### Relaciones del Cargo (Interna y Externas):

- Interna: Colaboradores de cocina, ayudantes de cocina, meseros, almacén, mantenimiento
- Externa: no aplica

#### Funciones Generales:

- Realizar de manera cualificada la planificación, organización y control de todas las tareas propias del departamento de cocina
- Repartirá, organizará y dirigirá el trabajo de sus ayudantes en la preparación de los platos de la partida o evento, supervisando de cerca el trabajo y aclarando e informando sobre las dudas que puedan surgir.
- Realizar inventarios, escandallos, controles de materiales, mercancías, etc.... de uso en el departamento de su responsabilidad.
- Realizar propuestas de pedidos de mercancías y materias primas y gestionar su conservación, almacenamiento y rendimiento.
- Supervisar y controlar el mantenimiento y uso de maquinaria, materiales, utillaje del departamento, realizando los correspondientes inventarios y propuestas de reposición.
- Colaborará en la instrucción del personal a su cargo.
- Comprobar que los ingredientes seleccionados para el platillo cumplen con los requisitos establecidos.

- Verificar que el sabor, color y presentación del platillo cumplen con los estándares establecidos.
- Supervisar el almacenamiento de los insumos y alimentos cocinados, de acuerdo a procedimiento.
- Verificar que el almacenamiento de los ingredientes y alimentos de cocinados se realice de manera inmediata.
- Operar el equipo de cocina, siguiendo las instrucciones del fabricante y respetando los parámetros establecidos

### **Ficha Ocupacional #8**

Nombre del Puesto: Ayudante de Cocina

Jefe Inmediato: Chef

Puestos que le Reportan: Ninguno

Nivel Académico: Preparatoria o Técnica

Conocimientos Requeridos en el Puesto:

- Con formación específica como ayudante de cocina
- Conocimiento sobre los procedimientos de higiene, salud y seguridad en la cocina
- Conocimiento de la materia primas y las técnicas culinarias básicas
- Normas de higiene y seguridad integral

Habilidades Necesarias para el Desarrollo del Puesto:

- Activo
- Capacidad para trabajar bajo presión durante periodos de mucho trabajo
- capacidad para trabajar en equipo
- capaz de trabajar con rapidez
- habilidades comunicativas
- habilidoso con las manos y dedos
- Muy meticuloso con su higiene personal.

Objetivo del Puesto:



Resistencia para estar de pie mucho rato y levantar o cargar objetos pesados, una actitud flexible, una buena higiene personal, trabajar en cocinas que pueden ser calurosas, ruidosas o estar llenas de humo. Trabajando con rapidez y eficiencia.

Relaciones del Cargo (Interna y Externas):

- Interna: No aplica
- Externa: No aplica

Funciones Generales:

- Ayudar a los cocineros a preparar los alimentos (limpiar y pelar y cortar todo lo que se necesite).
- Medir y mezclar ingredientes, utilizando básculas y jarras medidoras.
- Preparar platos empaque envoltura etc. para servirlos.
- Controlar las existencias e informar al supervisor cuando se necesite hacer más pedidos.
- Desempaquetar y almacenar las existencias en congeladores, armarios y otras áreas de almacenaje.
- Mantener limpia la zona de trabajo (limpiando las superficies de trabajo, los utensilios, los armarios y el equipo de cocina).
- Mantener limpia la cocina (barriendo y fregando suelos y sacando la basura).
- Escurrir y lavar los utensilios y colocarlos en el sitio adecuado (en armarios, cajones, etc).

### **Ficha Ocupacional #9**

Nombre del Puesto: Empacador

Jefe Inmediato: Gerente Administrativo

Puestos que le Reportan: ninguno

Nivel Académico: Preparatoria o Técnica

Conocimientos Requeridos en el Puesto:

- lector-escritura aplicada a manejo de máquinas.
- Sentido de la trazabilidad.
- Uniforme de trabajo a utilizar según la normativa vigente

- Criterios de buenas prácticas de manufactura y nociones de análisis de riesgos y puntos críticos.
- Conceptos de higiene personal.
- Aporte del rol en el funcionamiento general del frigorífico.
- Identificación de productos según el destino.
- Materiales de empaque.
- Comprende el sentido de las normas de seguridad e higiene.
- 

Habilidades Necesarias para el Desarrollo del Puesto:

Objetivo del Puesto:

Agilidad para empacar los productos en envases primarios y secundarios de acuerdo con la orden de trabajo teniendo en cuenta la correspondencia de datos del etiquetado del producto.

Relaciones del Cargo (Interna y Externas):

- Interna: No aplica
- Externa: No aplica

Funciones Generales:

- Sujeta y envuelve productos y materiales con herramientas de mano.
- Coloca o vacía productos o materiales en contenedores, mediante el uso de herramientas de mano y equipo.
- Marca y etiqueta contenedores o productos, mediante el uso de instrumentos para marcar.
- Carga materiales y productos en el equipo para procesar paquetes.
- Mide, pesa y cuenta productos y materiales, mediante el uso de equipo. Se encarga del mantenimiento de máquinas y equipo que preparan y empacan materiales y productos.
- Limpia contenedores, materiales o área de trabajo con soluciones para limpieza y herramientas de mano.
- Quita y coloca producto o materiales terminados o defectuosos en equipo móvil o área especificada.

- Registra información sobre el producto y empaque en formas y registros específicos.
- Examina e inspecciona contenedores, materiales y productos para garantizar que el proceso de empaque cumpla con las especificaciones.
- Obtiene y clasifica productos, materiales y órdenes, mediante el uso de herramientas de mano.
- Sella contenedores o materiales con pegamento, sujetadores y herramientas de mano.
- Arma y forra cartones, cajones de embalaje y contenedores con herramientas de mano.

### **Ficha Ocupacional #10**

Nombre del Puesto: Conductor

Jefe Inmediato: Gerente Administrativo

Puesto que le Reportan: Ninguno

Nivel Académico: Tener aprobada la educación básica, Poseer licencia de conducir

Conocimientos Requeridos en el Puesto:

- Conocimientos de los riesgos envueltos en su trabajo y de las medidas de seguridad requeridas.
- Conocimientos de las diferentes rutas que comprende el área metropolitana
- Al menos 1 año de experiencia en labores relacionadas con el cargo

Habilidades Necesarias para el Desarrollo del Puesto:

- Disciplina
- Responsabilidad
- Atención al detalle
- Buenas relaciones interpersonales
- Autocontrol

Objetivo del puesto:

Cumplir con todas las indicaciones requeridas en tiempo y forma que la merite la empresa, con una actitud de superación, positividad y confiabilidad brindando así un servicio altamente calificado.

Relaciones del Cargo Interna Y Externas:

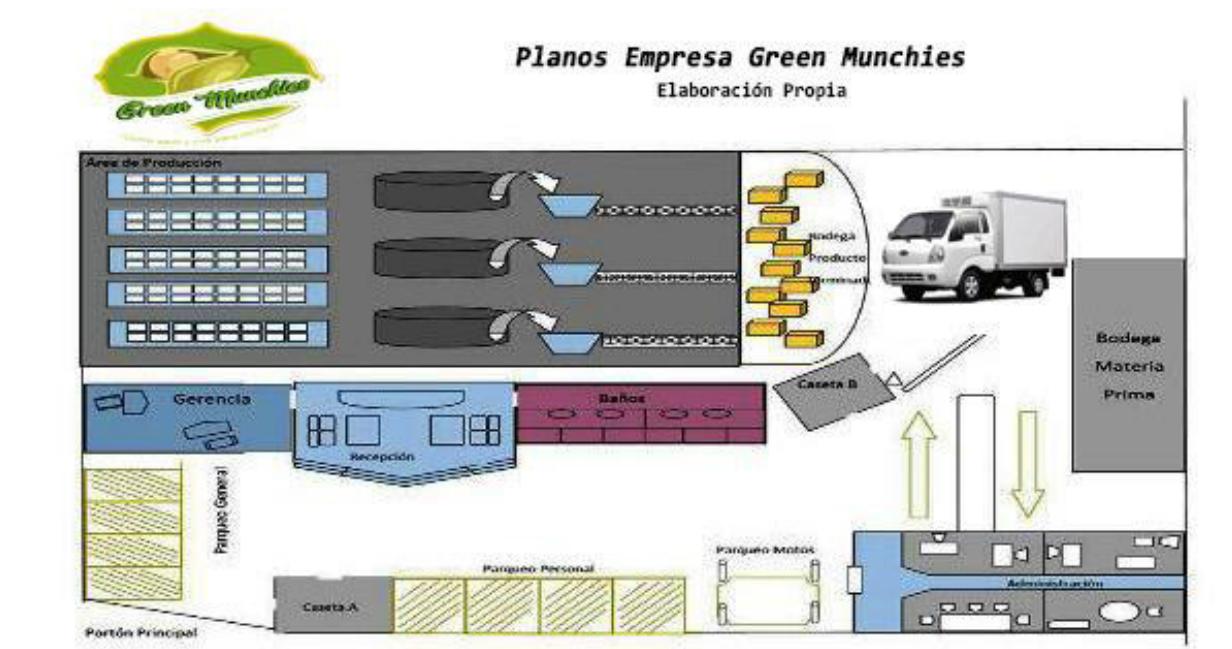
- Interna: Funcionarios, Gerentes por áreas, colaboradores etc.
- Externa: No aplica

Funciones Generales:

- Conducir vehículos livianos para transportar personas, materiales y equipos
- Hacer diligencias según se le ordene
- Inspeccionar el vehículo asignado antes de salir y velar por el buen funcionamiento del mismo
- Informar al supervisor Inmediato sobre desperfectos observados
- Velar por el suministro oportuno del combustible
- velar por la oportuna renovación del seguro y placa del vehículo asignado
- Velar por la limpieza del vehículo
- Cumplir con las metas individuales que le sean asignadas y los comportamientos que ellas conlleven, conforme a la naturaleza del cargo.

### Ubicación y Diseño de la Planta

Este negocio tendrá su ubicación en el distrito V de Managua debido que será el punto de comercialización del Negocio.



Plano arquitectónico Green Munchies

### 6.2.2. ACTIVIDADES Y GASTOS PRE-OPERATIVOS.

En las tablas siguientes se muestran las actividades Pre-Operativas de Green Munchies que se realizarán antes de iniciar operaciones detallando la duración y sus costos para cada una.

Actividades	Duración
Elaboración del plan de negocios	12 semanas
Constitución de la empresa y disposiciones legales	3 semanas
Aprobación del plan del financiamiento	3 semanas
Contactar a proveedores	1 semana
Acondicionamiento del local	2 semanas
Compra de activos fijos	1 semana
Reclutamiento del personal	1 semana
Capacitación del personal	1 semana

En las tablas siguientes se muestran las actividades Pre-Operativas de N-CRAFT que se realizarán antes de iniciar operaciones detallando la duración y sus costos para cada una.

#### 6.2.2.1. Gastos Pre- Operativos/ Instalación (Contable)

Descripción	Costos
Elaboración del plan de negocios	\$ 1,230.00
Constitución de la empresa y disposiciones legales	\$ 600.00
Visitar a proveedores	\$ 60.00
Reclutamiento del personal	\$ 30.00
Instalación de activos fijos	\$ 30.00
Capacitación del personal	\$ 50.00
Total	\$ 2,040.00

El plan de negocio será elaborado por los socios, por lo tanto, los gastos a incurrir son en concepto de transporte, impresiones y fotocopias. La constitución legal de la empresa incluye inscripción al registro mercantil, constancia de matrícula del negocio, registro en la DGI, registro de marca y la afiliación al INSS.

## 7. PLAN DE FINANZAS

### 7.1. PRESUPUESTO DE VENTAS

Presupuesto de Ventas de Nuggets de Garbanzo  
Cifras en dólares

Producto	Años					Total
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
<b>NUGGETS DE GARBANZO (Cajas)</b>	403,200.00	419,328.00	425,198.59	431,151.37	437,187.49	2,116,065
<b>Precio</b>	1.79	1.84	1.82	1.82	1.82	1.82
<b>Ingresos U\$</b>	720,882.41	770,279.32	772,653.21	786,039.26	793,947.52	3,843,801.71

Partimos de una capacidad de producción de 350 bandejas por 30 Nuggets por 24 días semanales todo ello dividido entre 6 unidades que lleva una caja de Nuggets, y multiplicada por 12 meses, produciendo a un 80% de nuestra capacidad es igual al 403,200, proyectando un crecimiento de 1.4% interanual del año 2 hasta el quinto año.

### 7.2. PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN

Presupuesto de Producción en Unidades (en Cajasde Nuggets de Garbanzo) de la Empresa GREEN MUCHIES						
Cajas de Nuggets						
Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
<b>Unidades a vender</b>	403,200	419,328	425,199	431,151	437,187	2,116,065
<b>+Inventario Final Deseado</b>	80,640	83,866	85,040	86,230	87,437	87,437
<b>=Unidades requeridas</b>	483,840	503,194	510,239	517,381	524,624	2,203,502
<b>-Inventario Inicial</b>	-	80,640	83,866	85,040	86,230	-
<b>=Unidades a producir</b>	483,840	422,554	426,373	432,341	438,394	2,203,502

### 7.3. ESTADO DE RESULTADOS PRESUPUESTADO CON FINANCIAMIENTO

**Estados de Resultados Presupuestado  
de la Empresa GREEN MUCHIES  
Cifras en Dólares**

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
<b>Ventas</b>	720,882.41	770,279.32	772,653.21	786,039.26	793,947.52	3,843,801.71
<b>-costo de ventas</b>	549,790.87	575,576.01	585,478.64	594,636.58	603,906.26	2,909,388.36
<b>=Utilidad Bruta</b>	171,091.54	194,703.31	187,174.56	191,402.68	190,041.26	934,413.36
<b>-Gastos de Operación</b>	61,133.37	65,923.50	58,331.46	60,383.01	57,688.05	303,459.39
<b>=Utilidad de Operación</b>	109,958.17	128,779.81	128,843.11	131,019.67	132,353.21	630,953.97
<b>-Intereses</b>	4,656.52	3,881.78	2,982.51	1,938.67	727.03	14,186.51
<b>=Utilidad antes de impuestos</b>	105,301.65	124,898.02	125,860.60	129,081.00	131,626.18	616,767.46
<b>-Impuestos</b>	31,590.50	37,469.41	37,758.18	38,724.30	39,487.85	185,030.24
<b>=Utilidad Neta</b>	<b>73,711.16</b>	<b>87,428.62</b>	<b>88,102.42</b>	<b>90,356.70</b>	<b>92,138.33</b>	<b>431,737.22</b>
<b>Margen de Utilidad Neta</b>	10%	11.35%	11%	11%	11.61%	11%

Dentro del contexto del estado financiero podemos apreciar que contamos con un margen de rentabilidad de las ventas (Utilidad neta entre ventas totales en %) entre 10% en el primer año hasta un 11.6% en los años posteriores, lo cual es un resultado fabuloso para el proyecto en cuestión.



## 7.4. ESTADO DE RESULTADOS PRESUPUESTADO SIN FINANCIAMIENTO

**Estados de Resultados Presupuestado  
de la Empresa GREEN MUCHIES  
Cifras en Dólares sin Financiamiento**

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
<b>Ventas</b>	720,882.41	770,279.32	772,653.21	786,039.26	793,947.52	3,843,801.71
<b>-costo de ventas</b>	549,790.87	575,576.01	585,478.64	594,636.58	603,906.26	2,909,388.36
<b>=Utilidad Bruta</b>	171,091.54	194,703.31	187,174.56	191,402.68	190,041.26	934,413.36
<b>-Gastos de Operación</b>	61,133.37	65,923.50	58,331.46	60,383.01	57,688.05	303,459.39
<b>=Utilidad de Operación</b>	109,958.17	128,779.81	128,843.11	131,019.67	132,353.21	630,953.97
<b>-Intereses</b>						-
<b>Utilidad antes de impuesto</b>	109,958.17	128,779.81	128,843.11	131,019.67	132,353.21	630,953.97
<b>-Impuestos</b>	32,987.45	38,633.94	38,652.93	39,305.90	39,705.96	189,286.19
<b>=Utilidad Neta</b>	<b>76,970.72</b>	<b>90,145.87</b>	<b>90,190.17</b>	<b>91,713.77</b>	<b>92,647.25</b>	<b>441,667.78</b>
<b>Margen de Utilidad Neta</b>	11%	12%	12%	12%	12%	11%

Dentro del contexto del estado financiero con escenario pasivo sin financiamiento de menos de producción, podemos apreciar que contamos con un margen de rentabilidad de las ventas (Utilidad neta entre ventas totales en %) entre 11% en el primer año hasta un 12% en los años posteriores, lo cual es un resultado fabuloso para el proyecto en cuestión.

## 7.5. DETALLE DE INVERSION INICIAL

### Detalle de Inversión Inicial

En Dólares

Concepto	Monto en Dólares	Aporte de Capital	Monto a Financiar
<b>Cocina industrial</b>	3,200.00		3,200.00
<b>procesador de alimentos</b>	1,302.08		1,302.08
<b>mezcladora</b>	3,947.37		3,947.37
<b>Equipo Rodante</b>	20,000.00		20,000.00
<b>Equipo de Cómputo</b>	1,196.00		1,196.00
<b>Mobiliario</b>	2,754.60		2,754.60
<b>Capital de Trabajo (desglosar sus rubros)</b>	60,073.53	45,055.15	15,018.38
<b>Gastos preoperativos (desglosar sus rubros)</b>	2,040.00	2,040.00	
<b>Total Inversión Inicial</b>	<b>94,513.58</b>	<b>47,095.15</b>	<b>47,418.43</b>

El monto de inversión para poner en marcha Green Munchies es de \$ 94,513.58. El aporte de los socios representa el 49.82% y la parte a financiar será 50.17 (15.21% con crédito de proveedores) y 34.96% financiado por línea bancaria a una tasa de interés del 15% anual, lo cual consideramos propicia una mezcla de financiamiento más eficiente, dado que los proveedores no nos cobran intereses de forma directa.

## 7.6. PROGRAMA DE DEVOLUCIÓN DEL PRÉSTAMO

El préstamo se realizará en el BAC, por medio de un préstamo de hipoteca con una tasa de interés anual del 15% sobre saldo a un período de pago de 60 meses.

Cálculo Cuota Préstamo	
Monto	\$ 33,192.90
Interés Anual	15%
Plazo en Meses	60
Cuota	(\$ 789.66)
Seguros	0%
Cuota Total	\$ 789.66

Tabla36: *cálculo de prestamos*

Fuente: elaboración propia

El monto a financiar con el banco es de \$ 33,192.90 dólares, con una cuota mensual de \$ 789.66 dólares a 5 años de plazo.



**7.7. FLUJO DE EFECTIVO**  
**Flujo de efectivo**  
**proyectado a 5 años**  
**de la Empresa GREEN MUCHIES**  
**Sin Financiamiento FianCifras en dólares**

Descripción	Años					Total	
	0	1	2	3	4		5
<b>Ingresos</b>							
Ventas		720,882.41	770,279.32	772,653.21	786,039.26	793,947.52	3,843,801.71
<b>Total ingresos</b>		<b>720,882.41</b>	<b>770,279.32</b>	<b>772,653.21</b>	<b>786,039.26</b>	<b>793,947.52</b>	<b>3,843,801.71</b>
<b>Egresos</b>							
Costo MP		624,743.50	545,609.84	550,540.48	558,247.48	566,063.38	2,845,204.68
Costo MOD		8,640.00	8,812.80	9,345.02	9,812.28	10,301.95	46,912.05
Costos indirectos de fabricación		24,045.74	24,171.79	25,118.70	26,078.07	27,076.37	126,490.67
Gastos Administrativos		33,045.72	37,184.47	29,904.67	31,319.46	27,956.49	159,410.81
Gastos de ventas		22,443.22	23,094.60	23,779.36	24,416.13	25,084.13	118,817.42
Gastos financieros							-
Pago de Principal							-
Impuestos		31,590.50	37,469.41	37,758.18	38,724.30	39,487.85	185,030.24
Inversiones	<b>94,513.58</b>						-
<b>Total egresos</b>	<b>94,513.58</b>	<b>744,508.67</b>	<b>676,342.91</b>	<b>676,446.40</b>	<b>688,597.71</b>	<b>695,970.18</b>	<b>3,481,865.87</b>
<b>Flujo de efectivo Neto</b>	<b>(94,513.58)</b>	<b>(23,626.26)</b>	<b>93,936.41</b>	<b>96,206.80</b>	<b>97,441.55</b>	<b>97,977.34</b>	<b>361,935.84</b>
<b>Saldo Inicial</b>		45,055.15	21,428.89	115,365.30	211,572.10	309,013.65	45,055.15
<b>Efectivo Disponible</b>	<b>(94,513.58)</b>	<b>21,428.89</b>	<b>115,365.30</b>	<b>211,572.10</b>	<b>309,013.65</b>	<b>406,990.99</b>	<b>406,990.99</b>
<b>Indicadores</b>	<b>Resultado</b>						
<b>VAN</b>	\$ 123,653.37						
<b>TIR</b>	46.23%						
<b>VAN INGRESOS</b>	C\$ 2,561,480.86						
<b>VAN EGRESOS</b>	C\$ 2,437,827.48						
<b>Relación Beneficio / Costo</b>	1.05						

Quando valoramos la de \$123,653.37 de valor actual neto, en otras es el valor actual de los flujos futuros de efectivos descontados a una tasa

del 15%

Una TIR de 46.23% es mayor que tasa descuento en la que iguala el valor de la inversión (pago) con el valor de los flujos de tesorería futuros (cobros).

**Flujo de efectivo  
proyectado a 5 años  
de la Empresa GREEN MUCHIES  
Cifras en dólares**

Descripción	Años					Total	
	0	1	2	3	4		5
<b>Ingresos</b>							
Ventas		720,882.41	770,279.32	772,653.21	786,039.26	793,947.52	3,843,801.71
<b>Total ingresos</b>		<b>720,882.41</b>	<b>770,279.32</b>	<b>772,653.21</b>	<b>786,039.26</b>	<b>793,947.52</b>	<b>3,843,801.71</b>
<b>Egresos</b>							
Costo MP		624,743.50	545,609.84	550,540.48	558,247.48	566,063.38	2,845,204.68
Costo MOD		8,640.00	8,812.80	9,345.02	9,812.28	10,301.95	46,912.05
Costos indirectos de fabricación		24,045.74	24,171.79	25,118.70	26,078.07	27,076.37	126,490.67
Gastos Administrativos		33,045.72	37,184.47	29,904.67	31,319.46	27,956.49	159,410.81
Gastos de ventas		22,443.22	23,094.60	29,904.67	24,416.13	25,084.13	124,942.74
Gastos financieros		4,656.52	3,881.78	2,982.51	1,938.67	727.03	14,186.51
Pago de Principal		4,819.36	5,594.10	6,493.37	7,537.21	8,748.85	33,192.90
Impuestos		31,590.50	37,469.41	37,758.18	38,724.30	39,487.85	185,030.24
Inversiones	<b>94,513.58</b>						-
<b>Total egresos</b>	<b>94,513.58</b>	<b>753,984.55</b>	<b>685,818.79</b>	<b>692,047.60</b>	<b>698,073.59</b>	<b>705,446.06</b>	<b>3,535,370.60</b>
<b>Flujo de efectivo Neto</b>	<b>(94,513.58)</b>	<b>(33,102.15)</b>	<b>84,460.53</b>	<b>80,605.61</b>	<b>87,965.67</b>	<b>88,501.45</b>	<b>308,431.12</b>
<b>Saldo Inicial</b>		45,055.15	11,953.01	96,413.54	177,019.14	264,984.81	45,055.15
<b>Efectivo Disponible</b>	<b>(94,513.58)</b>	<b>11,953.01</b>	<b>96,413.54</b>	<b>177,019.14</b>	<b>264,984.81</b>	<b>353,486.27</b>	<b>353,486.27</b>
<b>Indicadores</b>	<b>Resultado</b>						
<b>VAN</b>	\$ 87,861.25						
<b>TIR</b>	37.38%						
<b>VAN INGRESOS</b>	C\$ 2,561,480.86						
<b>VAN EGRESOS</b>	C\$ 2,473,619.60						
<b>Relación Beneficio / Costo</b>	1.04						

### **7.8. VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

Para la toma de decisión sobre la rentabilidad de un proyecto, hay que compararlo con el beneficio que el dinero invertido en el proyecto pueda generar ganancias. La viabilidad financiera del plan de negocios se demuestra con el Valor Actual Neto, en este caso igual \$87,861.25, debido a que este es mayor que cero, se puede concluir que la idea de negocio es rentable, por lo tanto, puede implementarse.

### **7.9. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

La Tasa Interna de Retorno obtenida en las proyecciones es igual a 37.38%, siendo esta distante a la tasa de descuento aplicada equivalente a 15%, es por ello que se acepta la inversión, puesto que a mayor TIR, mayor rentabilidad.

### **7.10 RELACIÓN BENEFICIO COSTO**

La relación costo beneficio es de \$1.04 dólares, es decir que por cada dólar invertido se obtiene un beneficio de \$0.4 dólar.

### **7.11 PERIODO DE RECUPERACIÓN**

El período de recuperación de la inversión es 1 año, 9 meses, 14 días, 9 horas y 36 minutos.



## 7.12. PUNTO DE EQUILIBRIO

### Cálculo del Punto de Equilibrio Operativo de la Empresa GREEN MUCHIES

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Costos Fijos</b>	96,138.91	101,227.89	95,114.98	98,593.16	97,386.17
<b>Precio de Venta</b>	1.79	1.84	1.82	1.82	1.82
<b>Costo Variable</b>	624,743.50	545,609.84	550,540.48	558,247.48	566,063.38
<b>Costo Variable Unitario</b>	1.29	1.29	1.29	1.29	1.29
<b>Punto de Equilibrio Operativo anual</b>	193,561.68	185,494.78	180,847.85	185,361.21	185,562.80
<b>P.E. Promedio Mensual</b>	16,130.14	15,457.90	15,070.65	15,446.77	15,463.57

En cuanto al punto de Equilibrio Financiero, tenemos que en el primer año es de 193,561.68 dólares equivalentes a 16,130.14 dólares mensuales y posteriormente se estabiliza entre 15000 y casi 15400 dólares.

## 7.13. FLUJO DE CAJA EN RELACION A NUESTRAS VENTAS

GREEN MUCHIES						
FLUJO DE CAJA ANUAL (C\$)						
Concepto	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Saldo Inicial de la cuenta en efectivo</b>		<b>\$60,073.53</b>	<b>\$141,837.56</b>	<b>\$236,544.31</b>	<b>\$330,028.59</b>	<b>\$424,723.31</b>
<b>Ingresos:</b>						
Aporte Inicial de los Socios	\$47,095.15					
Ventas de Contado		\$720,882.41	\$770,279.32	\$772,653.21	\$786,039.26	\$793,947.52
Préstamo Bancario	\$33,192.90					
Préstamo a Proveedores	\$14,225.53					
<b>Total Ingresos:</b>	<b>\$94,513.58</b>	<b>\$780,955.94</b>	<b>\$912,116.88</b>	<b>\$1,009,197.52</b>	<b>\$1,116,067.86</b>	<b>\$1,218,670.83</b>
<b>Costos de producción:</b>						
Compra Materia Prima de Contado y mano de obra		\$549,790.87	\$575,576.01	\$585,478.64	\$594,636.58	\$603,906.26
<b>Total Egresos Ctos. Produc.</b>		<b>\$549,790.87</b>	<b>\$575,576.01</b>	<b>\$585,478.64</b>	<b>\$594,636.58</b>	<b>\$603,906.26</b>
<b>Costos de Operación y Financieros:</b>						
Gastos de Administración		\$34,142.32	\$38,281.08	\$30,403.27	\$31,818.06	\$28,455.09
Gastos de Ventas		\$26,991.05	\$27,642.43	\$27,928.19	\$28,564.95	\$29,232.95
Gastos Financieros		\$4,656.52	\$3,881.78	\$2,982.51	\$1,938.67	\$727.03
<b>Total Costos de Admón. y Financieros</b>		<b>\$65,789.89</b>	<b>\$69,805.29</b>	<b>\$61,313.97</b>	<b>\$62,321.68</b>	<b>\$58,415.07</b>
Equipo de transporte	\$20,000.00					
Maquinaria y Equipo	\$8,449.45					
Terreno e Infraestructura						
Equipo de Oficina	\$3,950.60					
gts preoperativos	\$2,040.00					
<b>Total Inversiones</b>	<b>\$34,440.05</b>	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Impuestos		\$31,590.50	\$37,469.41	\$37,758.18	\$38,724.30	\$39,487.85
Pago principal préstamo bancario		\$4,819.36	\$5,594.10	\$6,493.37	\$7,537.21	\$8,748.85
<b>Total de Salidas</b>	<b>\$34,440.05</b>	<b>\$651,990.61</b>	<b>\$688,444.80</b>	<b>\$691,044.16</b>	<b>\$703,219.78</b>	<b>\$710,558.04</b>
Adición de la Depreciación		\$7,964.23	\$7,964.23	\$6,967.23	\$6,967.23	\$6,967.23
gts preoperativos y alquiler de edificio		\$4,908.00	\$4,908.00	\$4,908.00	\$4,908.00	\$4,908.00
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	<b>\$60,073.53</b>	<b>\$141,837.56</b>	<b>\$236,544.31</b>	<b>\$330,028.59</b>	<b>\$424,723.31</b>	<b>\$519,988.02</b>

## 7.14. BALANCE GENERAL

Balance General de la Empresa de Nuggets GREEN MUCHIES							
En Dolares							
Balance General (U\$)							
	Año 0	Año 1		Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activos</b>							
<b>Activos circulantes</b>	\$ 60,073.53	\$ 141,837.56	86.80%	\$ 236,544.31	\$ 330,028.59	\$ 424,723.31	\$ 519,988.02
Caja y Bancos	\$ 60,073.53	\$ 141,837.56	86.80%	\$ 236,544.31	\$ 330,028.59	\$ 424,723.31	\$ 519,988.02
<b>Activo fijo</b>	\$ 32,400.05	\$ 24,435.82	9.78%	\$ 16,471.58	\$ 9,504.35	\$ 2,537.12	\$ (4,430.11)
Mobiliario y Equipo de computo	\$ 3,950.60	\$ 3,950.60	2.42%	\$ 3,950.60	\$ 3,950.60	\$ 3,950.60	\$ 3,950.60
Cocina industrial	\$ 3,200.00	\$ 3,200.00	1.96%	\$ 3,200.00	\$ 3,200.00	\$ 3,200.00	\$ 3,200.00
procesador de alimentos	\$ 1,302.08	\$ 1,302.08	0.80%	\$ 1,302.08	\$ 1,302.08	\$ 1,302.08	\$ 1,302.08
mezcladora	\$ 3,947.37	\$ 3,947.37	2.42%	\$ 3,947.37	\$ 3,947.37	\$ 3,947.37	\$ 3,947.37
Terreno		\$ -	0.00%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Vehículos	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	12.24%	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00
Depreciación Acumulada		\$ (7,964.23)	-4.87%	\$ (15,928.47)	\$ (22,895.70)	\$ (29,862.93)	\$ (36,830.17)
<b>Activos Diferidos (gastos preoperativos+ pago de alquiler)</b>	\$ 2,040.00	\$ (2,868.00)	-1.76%	\$ (7,776.00)	\$ (12,684.00)	\$ (17,592.00)	\$ (22,500.00)
<b>Amortizacion anual del activo diferido</b>	\$ 2,040.00	\$ 1,632.00		\$ 1,224.00	\$ 816.00	\$ 408.00	\$ -
<b>Amortizacion de alquiler de Edificio</b>		\$ (4,500.00)		\$ (9,000.00)	\$ (13,500.00)	\$ (18,000.00)	\$ (22,500.00)
<b>Total de Activos</b>	\$ 94,513.58	\$ 163,405.38	94.83%	\$ 245,239.90	\$ 326,848.94	\$ 409,668.43	\$ 493,057.90
<b>Pasivos</b>							
<b>Pasivos a corto plazo</b>	\$ 14,225.53	\$ 14,225.53	9%	\$ 14,225.53	\$ 14,225.53	\$ 14,225.53	\$ 14,225.53
Credito de Proveedores	\$ 14,225.53	\$ 14,225.53		\$ 14,225.53	\$ 14,225.53	\$ 14,225.53	\$ 14,225.53
Pasivo Largo Plazo	\$ 33,192.90	\$ 28,373.54	17%	\$ 22,779.44	\$ 16,286.07	\$ 8,748.85	\$ (0.00)
Préstamo Largo Plazo	\$ 33,192.90	\$ 28,373.54		\$ 22,779.44	\$ 16,286.07	\$ 8,748.85	\$ (0.00)
<b>Total Pasivos</b>	\$ 47,418.43	\$ 42,599.07	26%	\$ 37,004.97	\$ 30,511.60	\$ 22,974.38	\$ 14,225.53
<b>Capital</b>							
<b>Capital Social</b>	\$ 47,095.15	\$ 120,806.31	74%	\$ 208,234.92	\$ 296,337.34	\$ 386,694.04	\$ 478,832.37
Capital Social	\$ 47,095.15	\$ 47,095.15	29%	\$ 47,095.15	\$ 47,095.15	\$ 47,095.15	\$ 47,095.15
Utilidad Acumulada				\$ 73,711.16	\$ 161,139.77	\$ 249,242.19	\$ 339,598.89
Utilidad del Periodo		\$ 73,711.16	45%	\$ 87,428.62	\$ 88,102.42	\$ 90,356.70	\$ 92,138.33
<b>Total pasivo mas capital</b>	\$ 94,513.58	\$ 163,405.38	100%	\$ 245,239.9	\$ 326,848.941	\$ 409,668.43	\$ 493,057.90

En lo que se refiere al Balance General podemos observar que en el primer año el activo circulante constituye el 86.80% del total de los activos y los activos fijo el 9.78% del total de los activos sin tomar en cuenta las depreciaciones

En cuanto a la estructura de capital y pasivo tenemos que el capital representa el 26%, la utilidad del periodo el 45% mientras que los pasivos el 26%.

Lo que refleja que este es un negocio con poca demanda de capital y contribuye de manera significativa al crecimiento del mismo

## 7.15. RAZONES FINANCIERAS

RAZONES FINANCIERAS						
AÑOS	Formula	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo corriente =	Activos corrientes / Pasivos corriente	997.06%	1662.82%	2319.97%	2985.64%	3655.32%
Razon de Endeudamiento =	Total Pasivo/ Total Activo	50.17%	15.09%	9.34%	5.61%	2.74%
Margen de Utilidad Neta =	Utilidad Neta / Ventas Totales	10.23%	11.35%	11.40%	11.50%	11.61%
Rentabilidad del Capital =	Utilidad Neta / Patrimonio	156.52%	185.64%	187.07%	191.86%	195.64%

El índice de activo corriente es mayor de 4 veces los activos corrientes que los pasivos corrientes en el primero y segundo año y 9.06%

En relación a la razón de endeudamiento se cubre con el 50.17% de los activos totales en el primer año y alcanzando tan solo el 2.74% de los activos totales para cubrir la deuda del quinto año.

El margen de utilidad neta es de 10.23% con relación a las ventas totales en el primer año y en el último año representa un 11.61%.

En relación a la rentabilidad del capital tenemos un 156.52% de utilidad neta sobre el capital y al quinto año es de 195.64%

## **8. CONCLUSIÓN**

A través del presente estudio técnico-económico de factibilidad para la elaboración de Nuggets de garbanzo, se pudo comprobar la factibilidad técnica y la rentabilidad ad económica para la ejecución de dicho plan de negocio.

Los factores más grandes que se consideraron son la demanda insatisfecha, la competencia, los recursos, tipo de producto, localización, tamaño del proyecto, inversión o capital para la ejecución del proyecto, y proyecciones de venta; ya que al no considerarse éstos, se puede poner en peligro el éxito de proyecto afectando directamente la rentabilidad del mismo. Es por ello que se evaluaron cada uno de estos aspectos obteniendo una respuesta positiva que indica que el plan de Green Munchies tiene todas las posibilidades de desarrollo y crecimiento.

Los resultados del estudio de mercado, indican que más del 50% de la muestra seleccionada estaría dispuesta a comprar Green Munchies debido a que la mayoría de las personas encuestadas están en busca de productos innovadores, nutritivos y que tengan excelente calidad.

Los resultados de los indicadores económicos empleados para determinar la rentabilidad de proyecto de negocio fueron positivos.

Se logró elaborar y formular un producto alimenticio inocuo, de buen sabor y de Excelente calidad nutricional, en base a las Buenas Prácticas de Manufactura y tomando en consideración todos los procesos de producción para su elaboración. Un producto de gran calidad, con un muy buen sabor y con un alto valor nutricional.

## 9. Anexos

### Anexo No.1



### ENCUESTA

Reciba un caluroso saludo, los invitamos a realizar la siguiente encuesta que tiene como objetivo determinar el grado de aceptación de un nuevo producto (Nuggets a base de garbanzo). MARQUE CON UNA X.

Gracias por su colaboración.

Sexo:  M  F

Edad: 18 -28  29-39  40 a más

Ocupación: \_\_\_\_\_

Ingreso mensual: C\$ 5,000 -10,000  C\$10,000 – 20,000  C\$ 20,000 a más

\_\_\_\_\_  

---

1. ¿Consume Nuggets?
  - Si
  - No
  
2. ¿Con que frecuencia lo consume?
  - Semanal
  - Quincenal
  - Mensual
  
3. ¿Qué aspectos toma en cuenta al comprar este producto?
  - Sabor
  - Fácil preparación
  - Precio
  - Rutina
  
4. ¿Qué marca de Nuggets es la que consume habitualmente y por qué?
  
  
  
  
  
5. ¿Conoce usted el garbanzo?
  - Si lo conozco
  - No lo conozco
  - Me gustaría conocerlo
  
  
6. ¿Le interesaría consumir Nuggets hechos a base de garbanzo con un alto valor en proteínas? Si su respuesta es NO díganos el porqué.
  - Si
  - No



Porque:

---

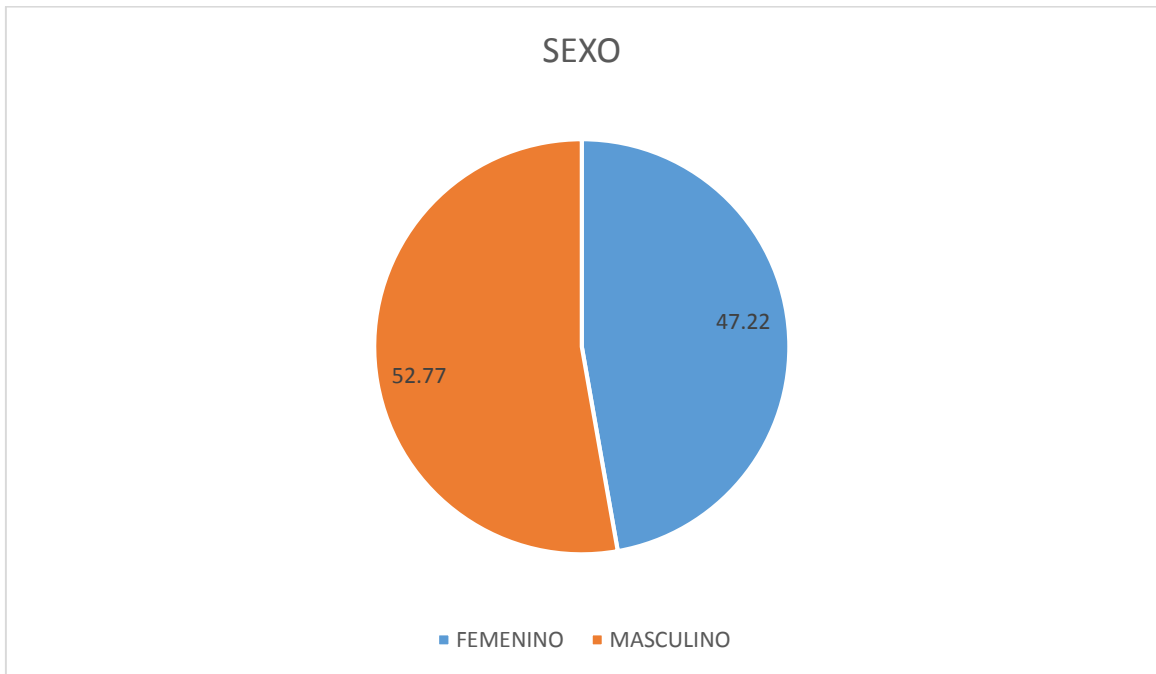
- 
7. ¿Cada cuánto consumiría nuestro Producto?
    - Semanal
    - Quincenal
    - Mensual
  
  8. ¿Qué le impulsaría a comprar este producto?
    - Calidad del producto
    - Valor nutricional
    - Fácil preparación
  
  9. ¿Qué porción sería de su preferencia?
    - 6 unidades
    - 12 unidades
    - 18 unidades
  
  10. ¿En qué empaque le gustaría este producto?
    - Caja de cartón
    - Caja plástico
    - Bolsa
  
  11. ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por este producto?
  
  
  12. ¿En qué lugares preferiría encontrar este producto
    - Mercados
    - Supermercados
    - Tiendas de conveniencia
-

- Pulperías
- Otros (especifique)

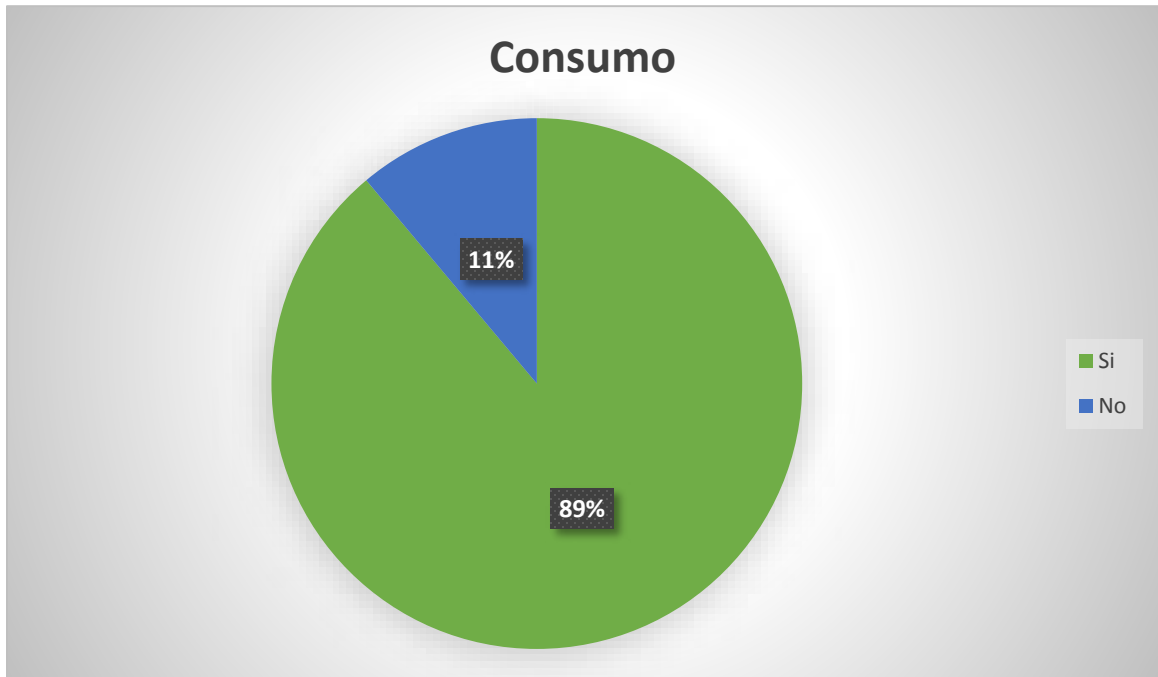
13. ¿En qué medio le gustaría informarse de este producto?

- Televisivo
- Radial
- Escrito
- Digital

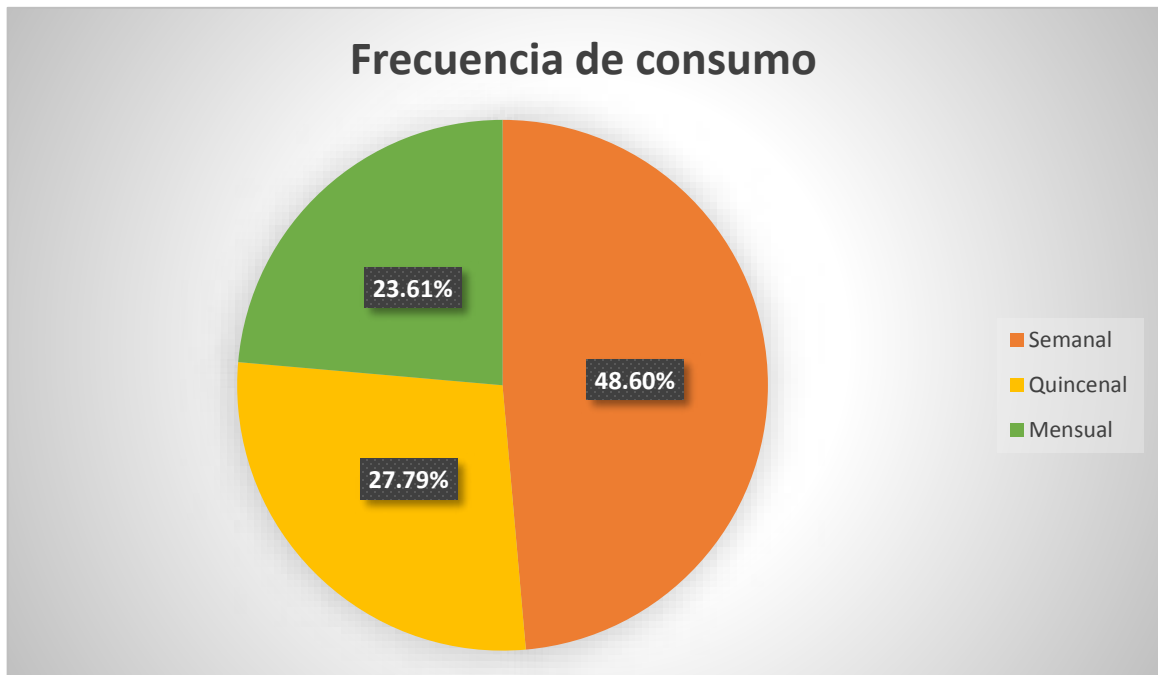
### Anexo No.1



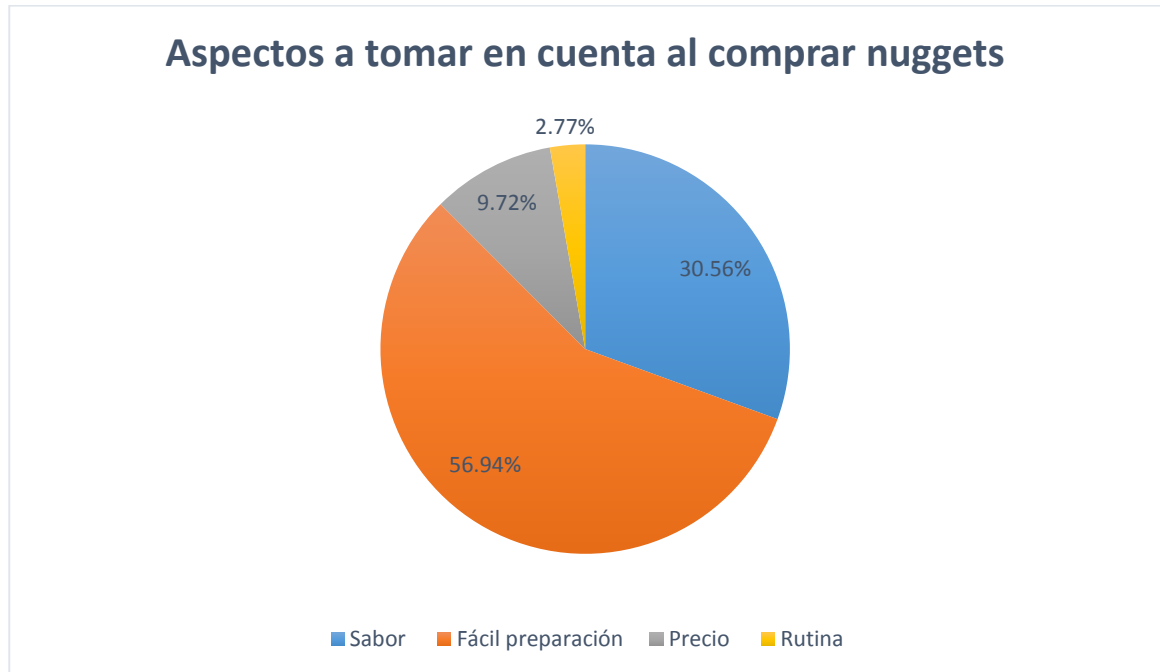
Anexo No.2



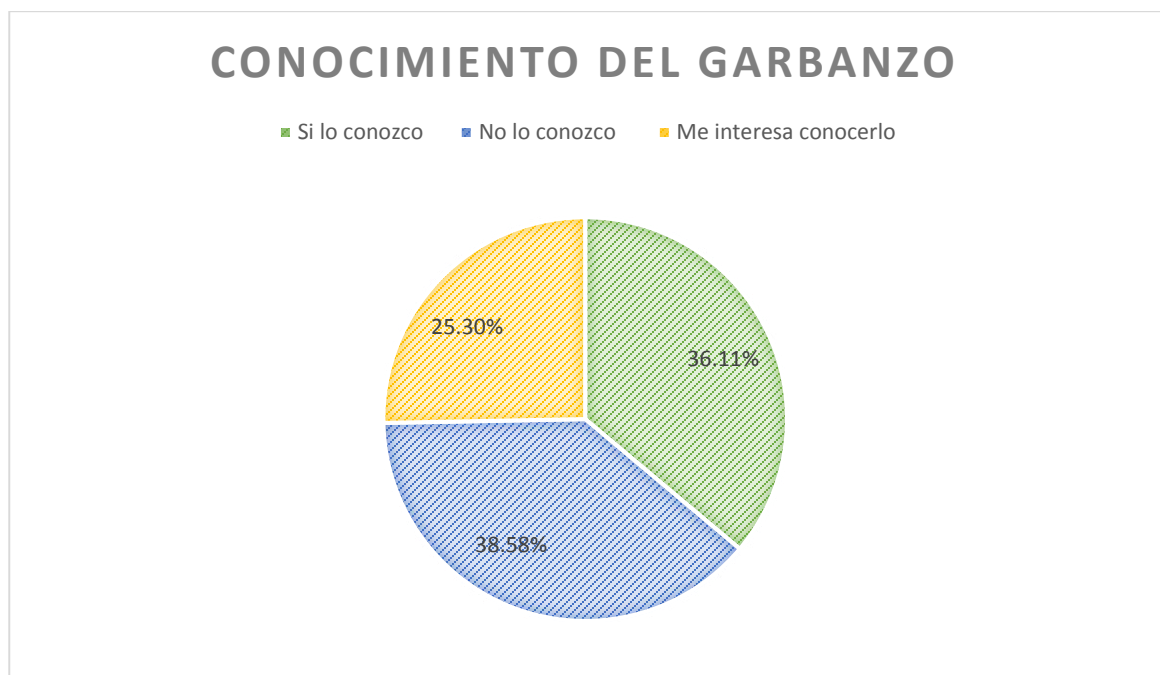
Anexo No.3



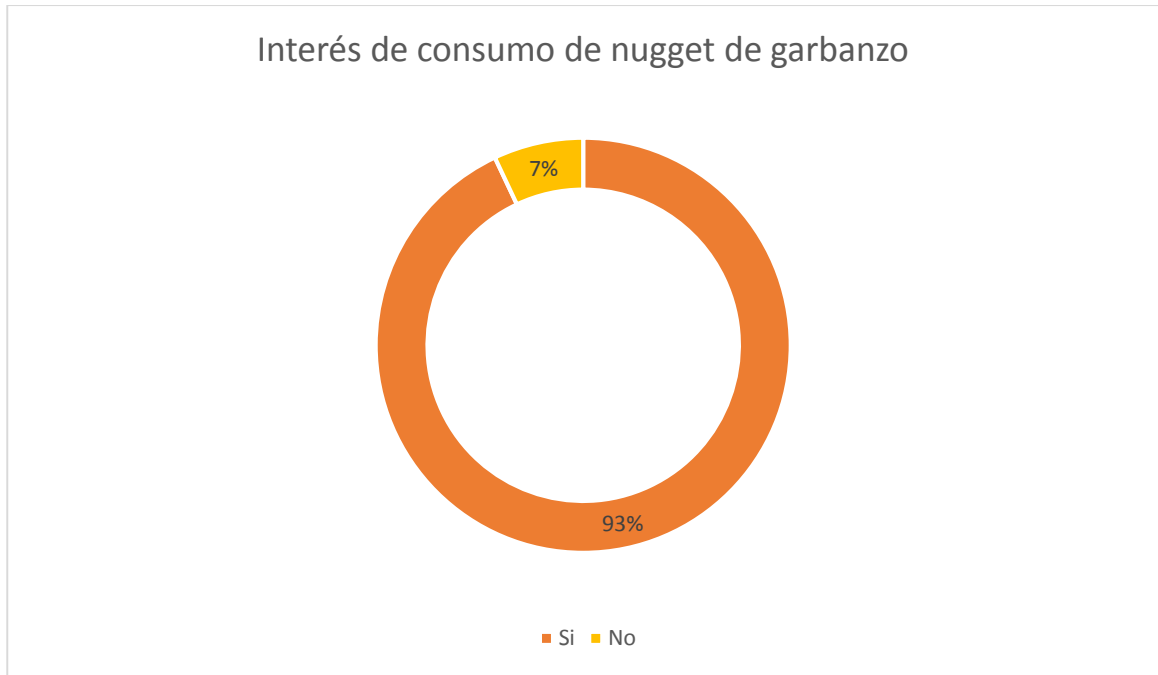
#### Anexo No.4



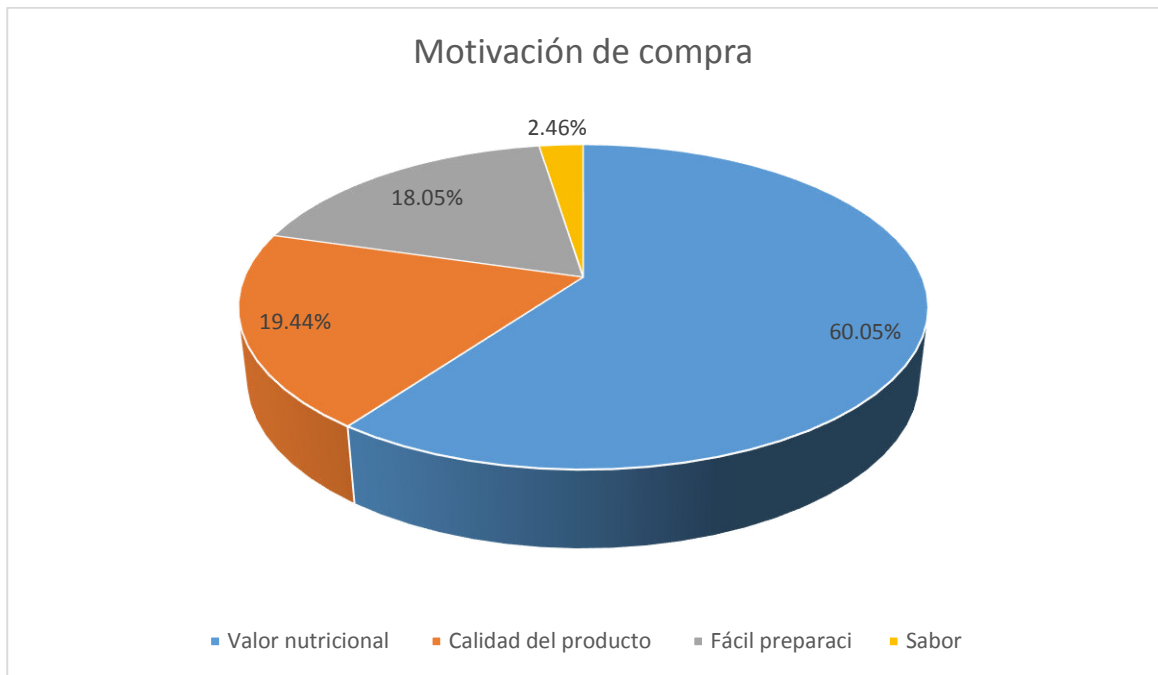
#### Anexo No.5



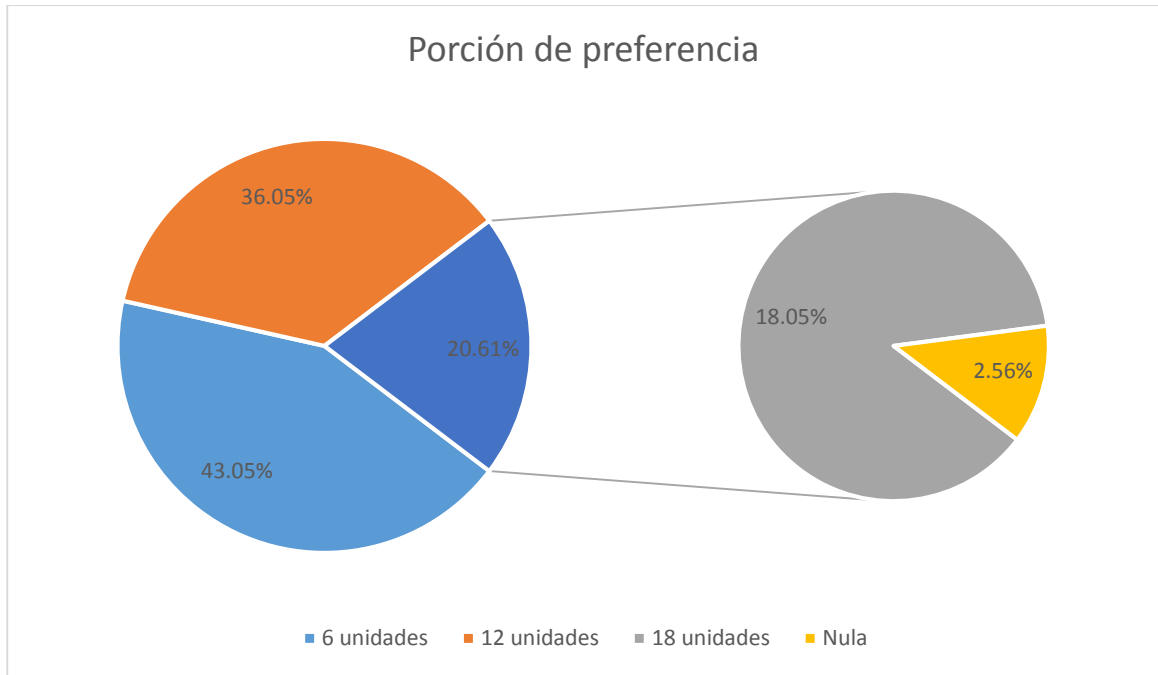
### Anexo No.6



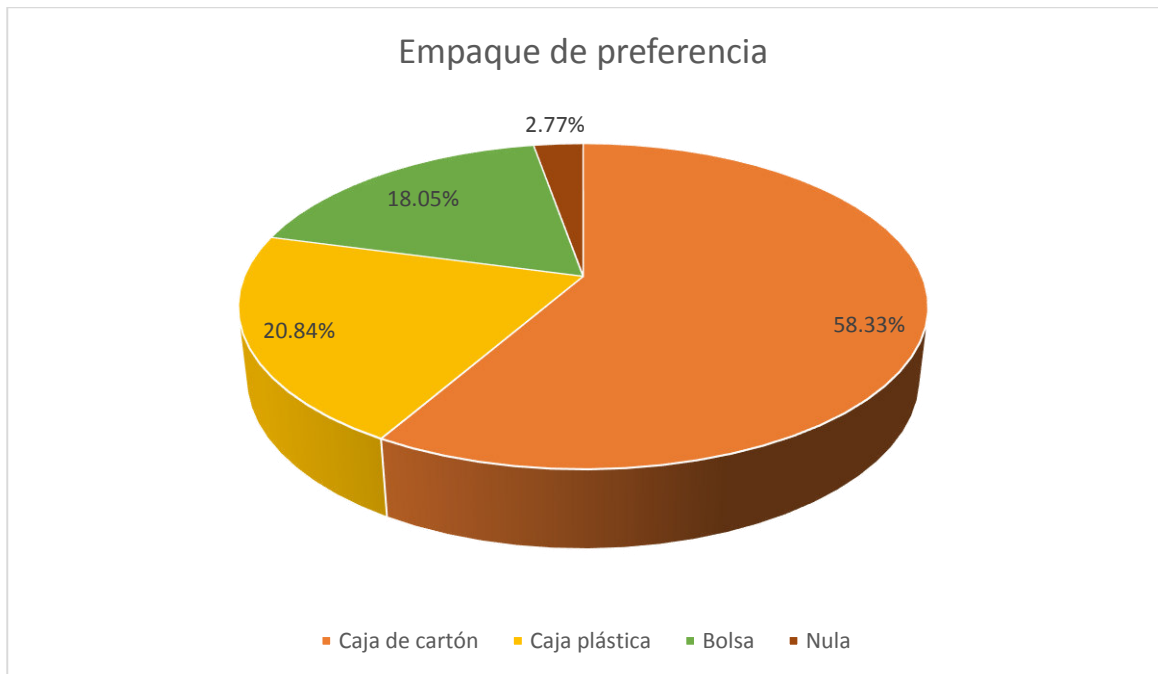
### Anexo No.7



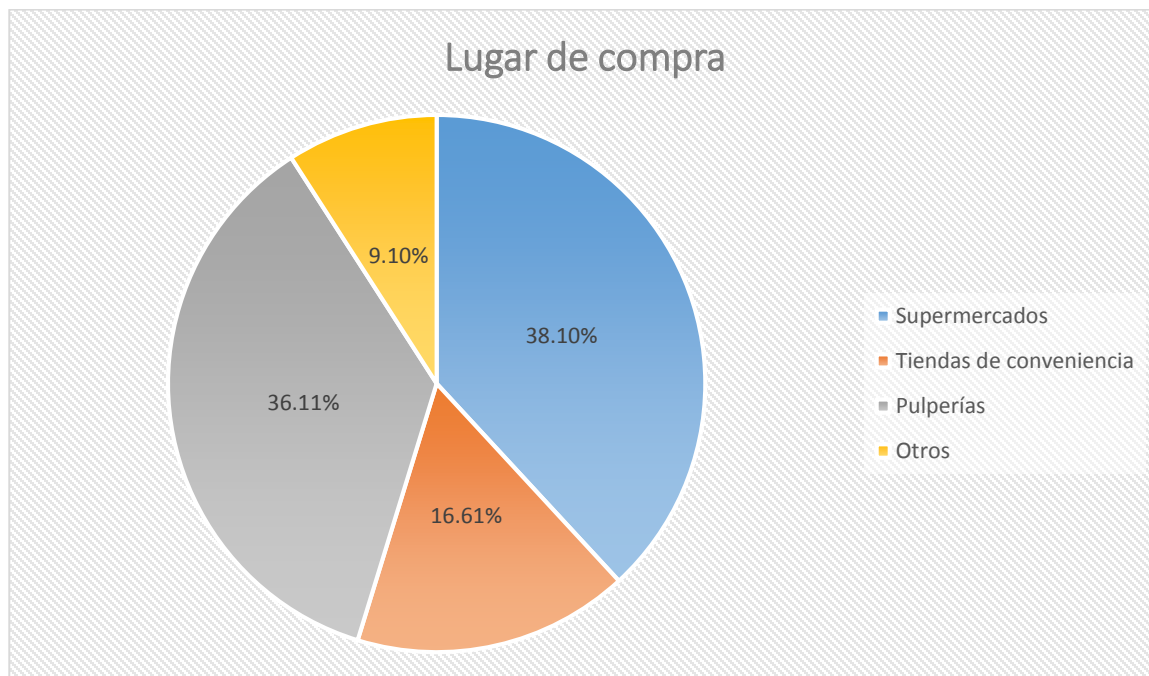
Anexo No.8



Anexo No.9



## Anexo No.10



### REQUISITOS VARIOS PARA INSCRIPCIÓN, PERMISOS DE OPERACIONES

Requisitos para inscribir una Sociedad Anónima

Requisitos para constituir empresa que se dedicara a la elaboración y comercialización de jabón natural de café como persona jurídica bajo régimen general.

1. Original y copia del acta constitutiva y de los estatutos, debidamente inscrita en el Registro Mercantil
2. Fotocopia de recibo de agua, luz, teléfono
3. Fotocopia de cédula del representante legal
4. Inscripción de libros contables en la Admón. de Rentas

## **REQUISITOS PARA INSCRIPCIÓN EN ALCALDÍA DE MANAGUA**

1. Fotocopia de la Solicitud de Comerciante, inscrita en el Registro Mercantil.
2. Fotocopia del RUC
3. Fotocopia de Cédula de Identidad o Cédula de residencia.
4. Llenar formulario de solicitud de matrícula en la alcaldía.
5. Fotocopia de la Solicitud de Comerciante, inscrita en el Registro Mercantil.
6. Carta de solicitud de Matrícula.
7. Fotocopia de Poder Especial para realizar trámite y cédula de identidad, si el trámite es realizado por un gestor, con sus respectivos timbres fiscales.

## **TRÁMITES EN EL INSTITUTO NICARAGÜENSE DE LA SEGURIDAD SOCIAL**

Para afiliar a los trabajadores es necesario presentar al Departamento de Afiliación

Fiscalización los formularios siguientes:

1. Inscripción y movimiento del empleador.
2. Inscripción e ingreso del trabajador.
3. Inscripción del beneficiario (a).
4. Acceso al Sistema integrado de aplicaciones específicas.
5. Contrato de Acceso al sistema integrado de aplicaciones específicas.
6. Si la persona es nacional, deberá presentar la respectiva cédula de identidad, si el interesado es extranjero, deberá presentar su cédula de residencia.
7. Copia de la Cédula RUC.



8. Matrícula municipal.
9. Licencia en materia de higiene y seguridad del MITRAB.
10.       Constancia de la DGI.
11.       Carta de Solicitud de Afiliación.

### **REQUISITOS PARA INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO MERCANTIL**

1. Escritura de Constitución de Sociedad (original y copia).
2. Solicitud de Inscripción como Comerciante (original en papel sellado) firmada por el presidente de la empresa, y fotocopia de la cedula de identidad (si la solicitud es firmada por un representante, se debe insertar íntegramente el poder que lo acredita y adjuntar copia de cedula de Identidad del mismo).
3. Presentar libros contables de la empresa, si ésta ha sido constituida como "S.A". (libro Diario, libro Mayor, libro de actas y libro de acciones).
4. Poder General de Administración, en Original y una copia certificada con timbres fiscales.

## 10. GLOSARIO

**Garbanzo:** (*Cicerarietinum*) es una planta anual de la familia de las Leguminosas. Es una especie de clima semiárido muy extendida en países cálidos. Se trata de una planta herbácea, con flores blancas que desarrollan una vaina en cuyo interior se encontrarán 2 ó 3 semillas. El garbanzo es una legumbre con importantes cualidades culinarias y nutritivas muy rica en proteínas.

**Nuggets de Garbanzo:** Es una fuente de proteína vegetariana alimenticia saciante por su contenido en fibra soluble.

**Green Munchies:** Green (verde) Munchies (Mucho) el nombre de nuestro producto alimenticio una nueva alternativa de Nuggets de garbanzo para opción de un producto nutritivo.

**Activo Circulante:** Es un bien o derecho líquido o que puede convertirse en líquidos en menos de un año. Es decir, es el dinero que una empresa tiene más o menos disponibles para usar en cualquier momento.

**Activo Diferido:** Son aquellos gastos realizados por los que se recibirá un servicio, ya sea en el ejercicio en curso o en ejercicios futuros.

**Activos:** Bien que la empresa posee y que pueden convertirse en dinero u otros medios líquidos equivalentes Almacenaje: Conjunto de actividades que se realizan para guardar y conservar artículos en condiciones óptimas para su utilización desde que son producidas hasta que son requeridas por el cliente.

**Amortización:** Es un término contable, referido al proceso de distribución en el tiempo de un valor duradero. Activo: es un bien que la empresa posee y que pueden convertirse en dinero u otros medios líquidos equivalentes.

**Apilar:** Poner unas cosas sobre otras de forma ordenada.

**Balance General:** Es un informe financiero contable que refleja la situación de una empresa en un momento determinado.

**Bascula:** Instrumento para medir pesos, generalmente grandes, que consiste en una plataforma que se coloca lo que se quiere pesar, un sistema de palancas que transmite el peso a un brazo que se equilibra con una pesa y un indicador que marca el peso.

**Capacidad Futura:** Incremento de la capacidad de producción que una empresa puede hacer en el futuro.

**Capacidad Instalada:** Potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa puede lograr en un periodo de tiempo, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles.

**Capital Social:** Valor de los bienes que posee la empresa y la aportación que realizan los socios.

**Costo de Venta:** Costo en que se incurre para comercializar un bien o para prestar un servicio. Es el valor que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende.

**Costo Unitario:** Costo en el que incurre para producir una unidad de un bien.

**Curso grama:** Modelo esquemático de un procedimiento que utiliza la forma gráfica como medio de expresión. Para la confección de los mismos se utilizan símbolos y reglas convencionales.

**Depreciación:** Se refiere a una disminución periódica del valor de un bien material.

**Descomposición:** Acto de y consecuencia de descomponer es decir segmentar las partes de un compuesto.

**Edificio:** Toda construcción que es propiedad de la empresa y forma parte de su activo, ya que ese edificio es utilizado para las operaciones de dicha empresa.

**Endeudamiento:** Conjunto de obligaciones de pago de una empresa o persona tiene contraídas con otras personas e instituciones.

**Equipo de Producción:** Equipo responsable de la ejecución de productos que son elaborados.

**Estado de Resultado:** Estado de rendimiento económico o estado de pérdidas o ganancias, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.

**Estrategias:** Plan que especifica una serie de pasos que tienen como fin un determinado objetivo.

**Fines de Lucro:** Sacar provecho de una actividad, es obtener ganancias.

**Flujo de Caja:** Flujos de entradas y salidas de efectivo en un periodo dado, es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado.

**Galerón:** Cobertizo, estructura y techado para un área de producción.

**Gastos Administrativos:** Gastos se relacionan con la organización en su conjunto frente a los gastos relacionados con los distintos departamentos.

**Gastos Generales:** Término contable que se refiere a todos los gastos del negocio.

**Gastos Pre-Operativos:** Se trata de los también llamados gastos de organización. Son erogaciones que se realizan antes de iniciar las actividades de la empresa.

**Inflación:** Proceso económico provocado por el desequilibrio existente entre la producción y la demanda; causa una subida continuada de los precios de la mayor parte de los productos y servicios, y una pérdida del valor del dinero para poder adquirirlos o hacer uso de ellos.

**Isologo:** Identificador gráfico que sirve para firmar las comunicaciones de una entidad, se forma por la unión de un símbolo gráfico y un estímulo textual.

**Liquidez:** Capacidad que tiene una entidad para obtener dinero en efectivo y así hacer frente a sus obligaciones a corto plazo. En otras palabras, es la facilidad con la que un activo puede convertirse en dinero en efectivo.

**Mano de Obra Directa (MOD):** Mano de obra consumida en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio.

**Mano de Obra Indirecta (MOI):** Mano de obra consumida en las áreas administrativas de la empresa que sirven de apoyo a la producción y al comercio.

**Materia Prima:** Sustancia natural o artificial que se transforma industrialmente para crear un producto.

**Mercado Meta:** Parte del mercado disponible calificado que la empresa decidió servir.

**Mescladora:** Aparato o máquina que sirve para mezclar diversas sustancias.

**Muestras:** Parte o una porción de un producto que permite conocer la calidad del mismo.

**Organigramas:** Representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas y de las relaciones que guardan entre sí los órganos que la integran.

**Pasivos:** Consiste en las deudas que la empresa posee, recogidas en el balance de situación, comprende las obligaciones actuales de la compañía.

**Periodo de Recuperación:** Instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

**Plan de Mercado:** Documento escrito en el que de una forma estructurada se definen los objetivos comerciales a conseguir en un periodo de tiempo determinado, se detallan las estrategias y acciones q se van a realizar en el plazo previsto.

**Plan de Negocios:** Es una declaración formal de un conjunto de objetivos de una idea o iniciativa empresarial que se constituye con una fase de proyección y evaluación.

**Plan de Organización:** Es demostrar que el equipo promotor del proyecto está capacitado para afrontar y sacar adelante la nueva empresa. Se trata de asignar las distintas responsabilidades a las distintas personas que van a laborar en la

empresa.

**Plan de Producción:** Sirve para detallar como se van a fabricar los productos que se han previsto vender, se trata de conocer los recursos humanos y materiales que habrá que movilizar para llevar adelante a la empresa.

**Plan Financiero:** Es un instrumento de planificación y gestión que permite a emprendedores y empresarios tener una versión cuantificada de su idea de negocio, trazar objetivos, encontrar la manera más adecuada de llevar lo planeado a la realidad y generar credibilidad ante los inversionistas, es decir es un mapa que contiene la dirección a seguir para alcanzar las metas en el plano económico.

**Plaza:** Se refiere a los medios de distribución o canales adecuados por los cuales el cliente podrá tener acceso a los productos que se ofrecen.

**Población Económicamente Activa:** Conjunto de personas que en una sociedad determinada ejercen habitualmente una actividad económica.

**Precio:** Al pago o recompensa asignado a la obtención de bienes o servicios.

**Presupuesto de Mercadeo:** Estimado de los gastos proyectados en la investigación del mercado, la compensación del personal y las comunicaciones. Es asignar los gastos por mes y años para que los fondos necesarios estén donde sean necesarios.

**Producto:** Es una opción elegible, viable y repetible que la oferta pone a disposición de la demanda para satisfacer una necesidad o atender un deseo a través de su uso o consumo.

**Producto Interno Bruto (PIB):** Es la principal unidad de medida que expresa el

valor monetario de la producción de bienes y servicios de demanda fina de un país durante un periodo de tiempo.

**Promoción:** Son técnicas integradas en un plan de marketing que facilitan la compra o venta de un producto o un servicio.

**Punto de Equilibrio:** Es el nivel de un negocio en el cual los ingresos igualan a los egresos y que por lo tanto no arroja ni perdidas ni ganancias.

**Razones de Actividad:** Miden la efectividad con que la empresa emplea los recursos de que dispone.

**Recolector:** Se dedica a la recolección de los frutos de la tierra.

**Rentabilidad de la Inversión:** es un indicador que mide la relación que existe entre la ganancia de una inversión y el costo de esta, al mostrar que porcentaje del dinero invertido se ha ganado. Residuos: son todos los desechos que producimos en nuestras actividades diarias y de los que nos tenemos que desprender por haber perdido su valor o su utilidad.

**Segmento de Mercado:** Identificación de grupos homogéneos de clientes Para adecuar el producto o servicio de las características del mercado.

**Tasa de descuento:** Es una medida financiera que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro.

**Tasa de interés:** Es el pago estipulado por encima del valor depositado, es decir, es el precio que se paga por solicitar un préstamo.



**Valor Actual Neto (VAN):** Es un método de valoración de inversiones que se define como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión.



**Dirección:** Monseñor Lezcano, de la Estatua 1 c. al Lago 4 1/2 c. abajo  
**Teléfono:** 2250-1543 / 2250-2949 Celular: 8157-7826  
**E-mail:** graficaspublicidadnic@gmail.com  
 Managua, Nicaragua  
**RUC:** 0013101880013C

**19 de Octubre de 2017**  
**Empresa: Green Munchies**  
**Contacto: Xochilt Reynosa Silva**  
**Dirección: Managua**

**Teléfono:**

**Código:**  
**Ejecutivo: Alioshka**  
**Fax:**  
**Celular: 86413328**  
**E-mail: [x.reynosa28@gmail.com](mailto:x.reynosa28@gmail.com)**

A continuación tenemos el agrado de enviarle la siguiente cotización

**COTIZACION No. 1971**

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNITARIO	P. TOTAL
6	Block Facturas full color 50 piezas por block media carta	C\$ 150.00	C\$ 900.00
6	Block Recibos de caja full color 50 piezas por block media carta	C\$ 100.00	C\$ 600.00
6	Block Retenciones IR 2% full color 50 piezas por block media carta	C\$ 100.00	C\$ 600.00
1	Kit de sellos Administrativos y Contables 4cm * 3cm cuadrados (incluye 4unid)	C\$ 720.00	C\$ 720.00
<b>NOTA:</b>		<b>SUB-TOTAL C\$</b>	<b>C\$ 2,820.00</b>
<b>Tiempo de Entrega:</b> Se determina una vez aprobado por el Cliente; días Habiles		<b>DESCUENTO %</b>	<b>C\$ 0.00</b>
<b>Forma de Pago:</b> 60% al Ordenar 40% Contra Entrega <b>Cotización:</b> Valida por 30 días		<b>TOTAL C\$</b>	<b>2,820.00</b>
<b>FAVOR ELABORAR CK. A NOMBRE DE: Yolanda L. Cuevas Garcia</b>			

Todo Diseño es de Cortesia, una vez Aprobado el Trabajo  
 Incluye Separacion de colores y Boceto Atentamente,

Entregue Conforme	Recibido Conforme
-------------------	-------------------

Somos Cauta Fija

- Membrete • Afiches • Libros • Serigrafia
- Flyers • Volantes • Revistas • Etiquetas
- Banners • Brochures • Anuarios • Agendas
- Sublimación • Periodicos • Calendarios • Cajas

Original: Cliente / Copia: Archivo Venta

Sus Ideas Impresas ...

SABALLOS MAQUINARIA



Bosques de Altamira No. 500, FARMACIA 5ta. Ave. 1/2 C. al lago.  
 Telefax 22706808 - Teléfonos: 22786201-22706967-22785613  
 Managua, Nicaragua  
 E-mail: [asistente.ventas@saballosmaquinaria.com.ni](mailto:asistente.ventas@saballosmaquinaria.com.ni)  
[www.saballosmaquinaria.com.ni](http://www.saballosmaquinaria.com.ni)

OFERTA / CONTADO

CLIENTE:		No:	SM-9661-2017
ATENCIÓN:	Fernanda Cano	FECHA:	27/10/17
EMAIL:	<a href="mailto:fcano895@gmail.com">fcano895@gmail.com</a>	VENDEDOR	Yader Tellez
TEL:		CEL:	82400445 77770903

ITEM	COD.	CANT.	DESCRIPCIÓN	ENTREGA	PREC. NETO	PREC. DESC.	SUBTOTAL
1	IMP-033	1	IMPRESORA DE CODIGOS DE BARRA MARCA TSC , MODELO TE200. 	INMEDIATA	\$ 430.00	\$ 400.00	\$ 400.00

Observaciones:

- 1.\_ Los equipos tienen un año de garantía.
- 2.\_ Cheque a nombre de Saballos Maquinaria y/o Alfredo Saballos Vargas.
- 3.\_ Oferta valida por 8 días.
4. TC: 30.81

Sub Total \$400.00

IVA \$60.00

**TOTAL \$460.00**

SIN MAS POR EL MOMENTO Y EN ESPERA DE PODER SERVIRLE COMO SE LO MEREcen, NOS DESPEDIMOS DE USTEDES.  
 MUY ATENTAMENTE.

Yader Tellez  
 82400445



Managua, 27 de octubre de 2017

Sr.  
Jhovanny Chevez  
Managua  
[jhovannychevez@gmail.com](mailto:jhovannychevez@gmail.com)

Estimado Señor **Chevez**

Para Food Machine Latinoamérica, es un placer dirigirse a usted para agradecer su interés en nuestro equipo para la industria alimenticia de la más alta calidad, cumpliendo con nuestra misión de **Satisfacción Total al cliente** a través de la innovación y tecnología a precios accesibles con servicio de asistencia técnica integro, con asesoría directa de **nuestros** ingenieros de la **Fabrica Metalúrgica Venancio**.

A continuación, detallamos la información solicitada,

**Propuesta No. 1**  
**Batidora de 40 Litros**

**Modelo VBP-40**

- Marca Venancio
- Voltaje 220V/60HZ
- Capacidad de 40 Litros
- Incluye gancho, raqueta y globo
- Engranajes contruidos en bronce
- Gran tracción para trabajo pesado
- Batidora planetaria de engranaje y motor
- Construida en hierro colado, terminada en acero



Precio Guatemala	Q29,999.99
Precio El Salvador	\$3,947.37
Precio Nicaragua	\$3,947.37

[[info@foodmachine.us](mailto:info@foodmachine.us)]

**NICARAGUA**

**EL SALVADOR**

**GUATEMALA**

**QUETZALTENANGO**

**Propuesta No. 2**  
**Procesador**

**Modelo VC55MF**

- Marca Venancio
- Voltaje 110V/60HZ
- Potencia 550 watts
- Tecnología Europea
- Corta, Pica y Tritura
- Armazón de Acero Inoxidable
- Fácil de manipulación y limpieza
- Cinco diferentes cuchillas de Acero Inoxidable

Precio Guatemala	Q9,999.99
Precio Nicaragua	\$1302.08
Precio El Salvador S/IVA	\$1,152.28



**Propuesta No. 3**  
**Exhibidor Frio Doble**

**Modelo HT-1000**

- Marca Brasfrio
- Voltaje 110V/60HZ
- Capacidad de 1000 Litros
- Capacidad de 1000 Kilogramos
- Capacidad de 36.6 Pies Cúbicos
- Ideal para Exhibición de Productos Lácteos,
- Pasteles, embutidos, bebidas y productos farmacéuticos
- Sistema de doble puerta corrediza para mayor comodidad
- Medidas de 111 de frente \* 69 de fondo y 210 centímetros de alto

Precio Guatemala	Q11,999.99
Precio El Salvador	\$1,578.95
Precio Nicaragua	\$1,578.95



[info@foodmachine.us]

**Propuesta No. 4**  
**Exhibidor Frio de Triple Puerta**

**Modelo**

- Marca Brasfrio
- Voltaje 110V/60HZ
- Capacidad de 1200 Litros
- Capacidad de 44 Pies Cúbicos
- Capacidad de 1200 Kilogramos
- Ideal para Exhibición de Productos Lácteos,
- Pasteles, embutidos, bebidas y productos farmacéuticos
- Sistema de triple puerta abatible para mayor comodidad
- Medidas de 160 frente, 61 fondo y 198 centímetros de alto

Precio Guatemala	Q13,999.99
Precio El Salvador	\$1,842.10
Precio Nicaragua	\$1,842.10



Atentamente,  
**Flora balladares aguilar**  
Asesora de Negocios  
Food Machine Latinoamérica  
☎ **Movistar: 7834-3000**  
☎ **Claro: 8443-7850**  
☎ **Teléfono: 2252-4137**

El equipo y maquinaria cuenta con **Seis meses de garantía**; somos el canal de venta directo de nuestra Fabrica Metalúrgica Venancio, contando con repuestos y servicio de mantenimiento preventivo y correctivo; en la ciudad de Guatemala y Quetzaltenango; además en Managua y San Salvador. Con esto nos consolidamos como la empresa con mayor garantía en equipos nuevos importados y mejor soporte técnico a nivel regional; y en espera de poder servirle.

- ✚ Confirme disponibilidad de equipos.
- ✚ Las fotografías pueden variar al modelo en Existencia.
- ✚ Precios pueden cambiar sin aviso previo, de acuerdo a la tasa de cambio de cada País.
- ✚ Rectifique y confirme medidas y modelos de los equipos, ya que fabrica puede cambiar modelos y medidas sin previo aviso.

**¡Mejoramos Cualquier Cotización!!!**

[info@foodmachine.us](mailto:info@foodmachine.us)

**NICARAGUA**

**EL SALVADOR**

**GUATEMALA**

**QUETZALTENANGO**



**LIBRERIA SAN JERONIMO S.A.**

Colonial Los Robles, Shell Plaza El Sol 4 1/2 c. al sur

Tels. 22700731 / Fax: 22700716

RUC: J0310000136270

**Cotización No.: A000018389****ventas@libsanjeronimo.com**

SORIAL FI

01:54:20p.m.

Cod.: 000000	Cliente: GREEN MUNCHIES	Fecha: 23-oct-2017	Contado
Atención: XOCHILT REYNOSA		Vendedor: Maria Fernanda Cano A	
Dirección:		eMail: x.reynosa28@gmail.com	
Teléfono: 86413328		Fax:	

Item	Código	Cantidad	Medida	Descripción	Marca	P. Unitario	Tot. Exento	Tot. Gravado
1	7501249809	3	RESMA	PAPEL BOND 40 T/C ICOPY	PEREZ T	109.05	0.00	327.15
2	7441046302	1	CAJA	FOLDER MANILA T/CARTA	AMPO	154.50	0.00	154.50
3	8578158751	2	UND	FASTENER METALICO OK115 8 CM	OFIMAK	35.00	0.00	70.00
4	4546456889	2	UND	PERFORADORA 2 H. OK 15 (15H)	OFIMAK	83.00	0.00	166.00
5	4971850032	2	UND	CALCULADORA 12 DIGITOS AX-120B	CASIO	327.00	0.00	654.00
6	4971850174	1	UND	CALCULADORA 12 DIGITOS HR 150TM C CASIO	CASIO	1,828.00	0.00	1,828.00
7	60200003	6	UND	CINTA DE PAPEL BOND 2 1/4 OK58 57MM	OFIMAK	12.50	0.00	75.00
8	7453015114	1	CAJA	PUSH PINS ST-04055 100 pcs	STUDMA	24.00	0.00	24.00
9	4974052862	3	UND	LAPIZ CORRECTOR ECR-P7	ARTLINE	21.00	0.00	63.00
10	7453015108	3	TACO	NOTAS ADHESIVAS 3x3 ST-05417 (4 COL)	STUDMA	62.00	0.00	186.00
11	4974052855	12	UND	LAPICERO EK-8210 AZUL	ARTLINE	3.75	45.00	0.00
12	2040003	1	UND	PIZARRA ACRILICA 24X36 (NACIONAL)	SIN MARCA	420.00	420.00	0.00
13	2040019	1	UND	PIZARRA DE CORCHO 16X24 OK22D	OFIMAK	202.00	0.00	202.00
14	4974052836	3	UND	MARCADOR ACRILICO EK-159 AZUL	ARTLINE	17.75	53.25	0.00
15	4974052836	3	UND	MARCADOR ACRILICO EK-159 NEGRO	ARTLINE	17.75	53.25	0.00
16	4974052819	2	UND	MARCADOR PERMANENTE EK-109 NEGRO	ARTLINE	12.80	25.60	0.00
17	7453010000	4	UND	BORRADOR PLASTICO ER210A-30	POINTER	2.00	8.00	0.00
18	7453015120	12	UND	LAPIZ GRAFITO ST-03415	STUDMA	3.00	36.00	0.00
19	10460002	2	UND	BASURERA PLASTICA. ST-02043	STUDMA	119.00	0.00	238.00
20	7451058105	6	ROLLO	TAPE IND. 2" X 70 OK109 TRANSPARENTE	OFIMAK	25.00	0.00	150.00
21	7453015122	3	UND	CALADOR PLASTICO ST-04109 18mm	STUDMA	28.50	0.00	85.50
22	7453015112	2	SET	BANDEJA DE ESCRITORIO PLASTICA 2 PSTUDMA	STUDMA	247.00	0.00	494.00
23	7453015120	2	UND	ENGRAPADORA ST-04322 25H METAL	STUDMA	178.00	0.00	356.00
24	7453015101	2	CAJA	GRAPAS STANDAR ST-16002 26/6	STUDMA	26.00	0.00	52.00
25	7453015103	2	CAJA	CLIPS JUMBO METAL ST-02005	STUDMA	21.50	0.00	43.00
26	7441046321	2	UND	TABLA CON CLAMP T/CARTA	AMPO	48.00	0.00	96.00
27	9023800124	2	UND	GOMA EN BARRA KORES 40 GRS	KORES	47.00	94.00	0.00

Estamos exentos del 1% de la Alcaldía.  
Precios y Cantidades se mantienen por 8 días.  
Elaborar CK a nombre de Librería San Jerónimo, S.A

Sub-Total:	735.10	5,264.15
Descuento:	73.51	526.42
Total:	661.59	4,737.73
Impuesto:		710.66
Retención:		0.00
Total Neto:	661.59	5,448.39
Gran Total:		6,109.98



**LIBRERIA SAN JERONIMO S.A.**

Colonial Los Robles, Shell Plaza El Sol 4 1/2 c. al sur

Tels. 22700731 / Fax: 22700716

RUC: J0310000136270

**Cotización No.: A000018390****ventas@libsanjeronimo.com**

Cod.: 000000	Cliente: GREEN MUNCHIES	Fecha: 23-oct-2017	Contado
Atención: XOCHILT REYNOSA		Vendedor: Maria Fernanda Cano A	
Dirección:	eMail:		
Teléfono: 86413328	Fax:		

Item	Código	Cantidad	Medida	Descripción	Marca	P. Unitario	Tot. Exento	Tot. Gravado
1	207127200	1	UND	SILLA EJECUTIVA L-005	SIN MARC	3,375.00	0.00	3,375.00
2	20710019	1	UND	SILLA DE ESPERA EN TELA TUBO CROMSIN MARC		1,562.00	0.00	1,562.00
3	20046602	1	UND	ESCRITORIO EJECUTIVO 6 GAVETAS MEFACMO		5,670.00	0.00	5,670.00

Estamos exentos del 1% de la Alcaldía.  
Precios y Cantidades se mantienen por 8 días.  
Elaborar CK a nombre de Librería San Jerónimo, S.A

Sub-Total:	0.00	10,607.00
Descuento:	0.00	0.00
Total:	0.00	10,607.00
Impuesto:		1,591.05
Retención:		0.00
Total Neto:	0.00	12,198.05
Gran Total:		12,198.05

Elaborado por  
Maria Fernanda Cano A

Autorizado por

Recibido



# Fernandez Sera, s.a.

**PROFORMA**  
**110258**

INTERSECCION PISTA DEL MAYOREO Y CAMINO SABANA GRANDE 2 KM. AL ESTE  
TEL. 233-0830 PBX FAX: 233-4638 APDO. A-258 E-mail: [asistenteventas3@fernandezsera.com](mailto:asistenteventas3@fernandezsera.com)  
**R.U.C. # J0310000000930**

**CLIENTE :** X1 FERNANDA CANO  
**DIRECCION :** EDIFICIO FERNANDEZ SERA  
**TELEFONO :** 22330830  
**ATENCION :**  
**R.U.C :** #

CANT.	CODIGO	COD. SAC	DESCRIPCION	DESC.	PRECIO/U	TOTAL
1.00	P-TISH300	8422.30.90.00.0	SELLADORA MANUAL 12" 110 VOLT	0.00%	4,114.2635	4,114.26

**Estamos excentos de la retención del 1% del IR Municipal**  
D1 DENISSE ARGUELLO

FORMA DE PAGO	FECHA
CONTADO	27/10/2017

<b>SUBTOTAL :</b>	C\$	4,114.26
<b>DESCUENTO :</b>	C\$	0.00
<b>IMP.VENTA :</b>	C\$	617.13
<b>TOTAL :</b>	C\$	4,731.40

FECHA DE VENCIMIENTO DE LA OFERTA: **04/11/2017**



GABITO EL GARBANZO

Personaje



# Empaque



# Banner

---





# Aplicaciones

---



# Camisas

---





# Gracias

