

Universidad Politécnica de Nicaragua. (UPOLI)



Plan de negocio: “COCOA CULTURE, S.A.”

Escuela De Ciencias Económicas y Empresariales.

Tesis para obtener el Título de Licenciatura en Economía Gerencial y Licenciatura en Mercadotecnia.

Egresados:	Carrera:	Carnet:
Roa Blanco Ana Belén.	Economía Gerencial.	1211711
Rugama Narváez Gema Karina.	Economía Gerencial.	1310482.
Sánchez Delgado Gabriela Judith.	Economía Gerencial.	1011652.
Tapia Cárdenas Josué Gamaliel.	Economía Gerencial.	1311660.
Urbina López Elieth Massiel.	Mercadotecnia.	1210381

Tutor:

Mba. María Mercedes Pérez Calero

Managua 19 de noviembre del 2017

Managua, Nicaragua

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Contenido

DEDICATORIA.....	3
AGRADECIMIENTOS.....	4
RESUMEN EJECUTIVO.....	5
1. OBJETIVOS.....	6
1.1. Objetivo General.....	6
1.2. Objetivos Específicos.....	6
2. APORTE DEL PROYECTO A LA ECONOMIA LOCAL/NACIONAL.....	7
3. PERFIL ESTRATEGICO.....	8
3.1. MISION.....	8
3.2. VISION.....	8
3.3. VALORES.....	8
3.4. ESTRATEGIA DEL NEGOCIO.....	9
4. Plan de marketing.....	10
4.1 Análisis del entorno.....	10
4.2 Investigación de Mercado.....	27
4.3 Decisiones estratégicas de Marketing.....	33
5. PLAN DE PRODUCCIÓN.....	52
5.1. Curso grama del servicio.....	52
5.2. Activos Fijos.....	53
5.3. Vida Útil de los Activos Fijos.....	56
5.4. Capacidad planificada y futura.....	57
5.5. Mano de Obra Directa.....	59
5.6. Cálculo de Gastos Generales.....	60
6. PLAN DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	62
6.1 Forma de constitución legal de la empresa.....	62
6.2. Estructura de organización.....	65
6.3 Actividades y Gastos Pre operativos.....	67
7. PLAN DE FINANZAS.....	69
7.1 Plan de Inversión.....	69
7.2 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	70
7.3 Balance General.....	73
7.4 Estado de Flujo de Caja.....	74
7.5. Cálculo del Préstamo.....	75
7.6 Punto de Equilibrio.....	78
7.7 Razones Financieras.....	79
7.8 Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR).....	80
7.9 Relación Beneficio Costo (RBC).....	81
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	82
9. ANEXOS.....	83
10. GLOSARIO.....	115

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

DEDICATORIA.

Dedicamos este trabajo a Dios, por permitirnos culminar nuestros estudios, a nuestros padres, por apoyarnos en la decisión de optar a la carrera que hoy culminamos y a nuestros maestros, por guiarnos con sus conocimientos para formarnos como profesionales. Nos comprometemos ante ellos a ser excelentes profesionales y a cumplir todas las metas y objetivos propuestos, confiados en Dios y en la educación impartida por nuestra Alma Mater.

Dedicamos especialmente como estudiantes de la carrera de economía a la docente Alma Iris Moreno Osegueda por ser una de las docentes que más nos acompañó a lo largo del desarrollo de nuestra carrera, por enseñarnos en amor y el arte de la carrera de escogimos, mil gracias profesora, para siempre estará con nosotros.

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

AGRADECIMIENTOS.

Primeramente Gracias Dios por permitirme llegar a la etapa final de este proyecto de vida por haberme Dado la sabiduría y fuerza necesaria para culminar esta carrera como profesional le agradezco a mi madre que me acompañó en este camino por haberme apoyado a mis abuelos, familia y amigos por creer en mí gracias de todo corazón.

Ana Belén Roa Blanco

A Dios por darles la salud y el trabajo a mis padres para que me apoyaran en mis metas y mis sueños, por darme la vida y la fortaleza para seguir adelante ante toda adversidad, a la virgen santísima y a la sangre de cristo por derramar sabiduría en mí, a mis padres Norwing y Emelda Narváez por estar siempre para mí, a los docentes que me acompañaron en este caminar y a mi alma mater por los valores y estudios que implemento en mi persona.

Gema Karina Rugama Narváez.

Infinitamente gracias a Dios por darme las fuerzas para seguir luchando, por darme la sabiduría para culminar este plan de negocios, por el esfuerzo de mi padre ELIAS ALBERTO SANCHEZ FUENTES, (Q.E.P.D) y a mi madre MARTHA ISABEL DELGADO PAVÓN, a mis amigos por creer en mí (Lic. Silvia Torrez Cortez y Lic. Katherine Rosales Zeledón) y a los Ingenieros Manuel Alejandro Godinez Duriez, Pietro Marcelo Silvestri Jirón, Carlos Humberto Delgado Pavón y Afrania Serrano Bravo.

Gabriela Judith Sánchez Delgado.

Gracias a Dios por permitirme llegar a esta meta, a mis padres Brenda López y Germán Urbina por el apoyo incondicional que me han dado a través de estos años. A los docentes que me acompañaron y me ayudaron en mi aprendizaje.

Elieth Massiel Urbina López

Le doy principalmente gracias a Dios y a mis padres por haberme dado la oportunidad de haber llegado hasta donde estoy.

Josué Gamaliel Tapia Cárdenas

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

RESUMEN EJECUTIVO.

El presente plan de negocios “**COCOA CULTURE, S.A.**” constituye la forma de culminación de estudios para los autores, para optar al título de licenciatura en economía gerencial y Mercadotecnia, otorgado por la facultad de ciencias, económicas y Empresariales de la Universidad Politécnica de Nicaragua.

La idea surge en el segundo semestre del presente año, se llegó a tal idea puesto que desde un inicio pensamos en la creación y apertura de una microempresa orientada a la elaboración de productos hechos a base de cacao. Por lo tanto optando por la producción de diversos productos del cacao, ya que en la zona del centro turístico puerto Salvador Allende no existe este tipo de negocio.

“**COCOA CULTURE, S.A.**”, es un pequeño negocio, enfocado en la elaboración y venta de productos a base de cacao con el fin de comercializar los derivados del mismo he incursionar de alguna manera en nuestra cultura agregándole a nuestro negocio algo de historia de Nicaragua.

Dicho negocio estará localizado en el centro turístico puerto Salvador Allende, en este local se realizaran las actividades operacionales de “**COCOA CULTURE, S.A.**” y la comercialización de estos, se eligió este local por ser una zona muy transcurrida y céntrica lo que implica costos de arrendamiento y servicios básicos más favorables.

“**COCOA CULTURE, S.A.**” está estructurado como sociedad anónima debido a las, debido a las ventajas que este representa , puesto que esta es la que más separa al capital de la empresa personal , sus principales socios son: Roa Blanco Ana Belén.

Gema Karina Rugama Narváez, Gabriela Judith Sánchez Delgado, Josué Gamaliel Tapia Cárdenas y Elieth Massiel Urbina López

El Monto total de Inversión para poner en “**COCOA CULTURE, S.A.**” es de \$39,794.38 de los cuales el 50% será asumido por los socios por partes equitativas que es equivalente a U\$ 3,979.44, el 50% equivalente a \$19,897.19 será financiado por un préstamo en el Banco de Finanzas (BDF). También se calculó la **TIR** La tasa interna de retorno tenemos un porcentaje del 82% lo que significa que la recuperación de la inversión es satisfactoria y se recuperara fácilmente en un periodo corto, según los indicadores financieros que se utilizaron para la determinación de la **TIR**.

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

1. OBJETIVOS.

1.1. Objetivo General.

Determinar la viabilidad del plan de negocio de “COCOA CULTURE, S.A.”, a través de distintos planes estratégicos.

1.2. Objetivos Específicos.

- Formular estrategias del marketing mix para el desarrollo adecuado de nuestras operaciones.
- Definir requerimiento con respeto a los materiales y suministro directos e indirectos que se utilizaran para la elaboración de los productos y el servicio ofrecido.
- Establecer una organización óptima para el buen funcionamiento de la empresa.
- Analizar la viabilidad financiera de la microempresa que se planteará en el plan de negocios a través de los estados financieros que se permite las NIIF para pymes.

2. APOORTE DEL PROYECTO A LA ECONOMIA LOCAL/NACIONAL.

“COCOA CULTURE, S.A.” dará a Nicaragua un aporte económico tanto local como nacional.

La inauguración de esta microempresa dará una generación de ingresos económica local y nacional, debido a que al poner en marcha la misma generara puestos de empleo para jóvenes de la ciudad de Managua, esto tendrá un impacto bajo en la reducción de los porcentajes de la tasa de desempleo a nivel nacional.

Los productos ofrecidos en el bar serán 100% nacionales, lo cual quiere decir que la compra de la materia prima para la elaboración de los productos ofertados generará una demanda de compra dentro del mercado a productores meramente nacionales, en específicos a los productores de cacao del pueblo de San Carlos, Rio San Juan, Nicaragua. Estos productores han logrado que Nicaragua se posicione en el lugar número 10 del mejor cacao a nivel mundial debido a la calidad que posee este producto.

Podrá ser un destino turístico donde podrán traer a los turistas ya que nuestro bar estará enfocado en la cultura nicaragüense y aquí tendremos asociaciones con las operadoras turísticas de INTUR.

Nuestra microempresa estará legalmente inscrita, lo cual la sujeta al pago de impuestos según la LCT (Ley de Concertación Tributaria). Aportaremos al desarrollo de los proyectos del país a través de los pagos de nuestros impuestos.

3. PERFIL ESTRATEGICO.

3.1. MISION.

“COCOA CULTURE, S.A.” es una empresa nicaragüense, que busca fomentar la cultura de Nicaragua y el consumo de los productos nacionales derivados del cacao producido en San Carlos, Nicaragua. Dedicado a complacer a sus clientes con los productos y servicios con el placer de una lectura o buena música nacional que ofrecemos en el establecimiento.

3.2 VISION.

Aspiramos ser un local reconocido a nivel nacional por su temática, daremos énfasis al consumo de los productos nacionales, a través de nuestras actividades para despertar el interés de las personas por la cultura nicaragüense.

3.3. VALORES.

- ❖ **Compromiso:** Estamos comprometidos a instar a la población al consumo de productos nacionales y a cultivar la cultura e historia de Nicaragua y brindar servicios de calidad a nuestros clientes.
- ❖ **Excelencia:** Ofrecemos diversificación de productos derivados del cacao con alta calidad, producto del empeño de nuestro talento humano.
- ❖ **Colaboración:** Hacemos trabajo de equipo y sumando nuestros esfuerzos buscamos dar más y perfeccionar nuestro trabajo.
- ❖ **Armonía:** Gozamos de tener un ambiente de trabajo donde gobierna la armonía.
- ❖ **Competitividad:** Somos un talento humano latamente capacitado para atender cualquier necesidad de nuestro clientes.
- ❖ **Singularidad:** Dentro de los productos que ofrecemos hechos a base del cacao ofrecemos en especial “EL CHILATE

3.4. ESTRATEGIA DEL NEGOCIO.

Implementaremos la estrategia de diferenciación enfocada, será efectuada por medio de la temática y servicios que ofreceremos al mercado meta.

Estableciendo estrategias de Marketing digital y de posicionamiento para la captación del mercado nacional e internacional. Esperando así una aceptación satisfactoria, logrando tener un crecimiento que supere las expectativas.

Los productos son hechos a base de cacao, obteniendo así una línea de productos amplios. Desde bebidas, postres, dulces, suplementos, etc. También se ofertará a los clientes la opción de leer sobre la cultura Nicaragüense, en nuestra biblioteca tendremos variedades de libros (literatura, poesía, historia, mitos y leyendas). También habrá noches culturales, los cuales será organizado con bandas nacionales.

Con la idea de diferenciación que ofertaremos al público se espera alcanzar de manera rápida, debido a que en el mercado no existe un lugar que ofrezca este producto-servicio. Una de nuestras principales barreras podría ser la aceptación de la temática del plan de negocio que presentamos.

Lo que nos diferencia del resto de los negocios es no solo un producto de cacao si no también el fomento de la lectura y la cultura nicaragüense mediante una biblioteca y música de artista nicaragüense.

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

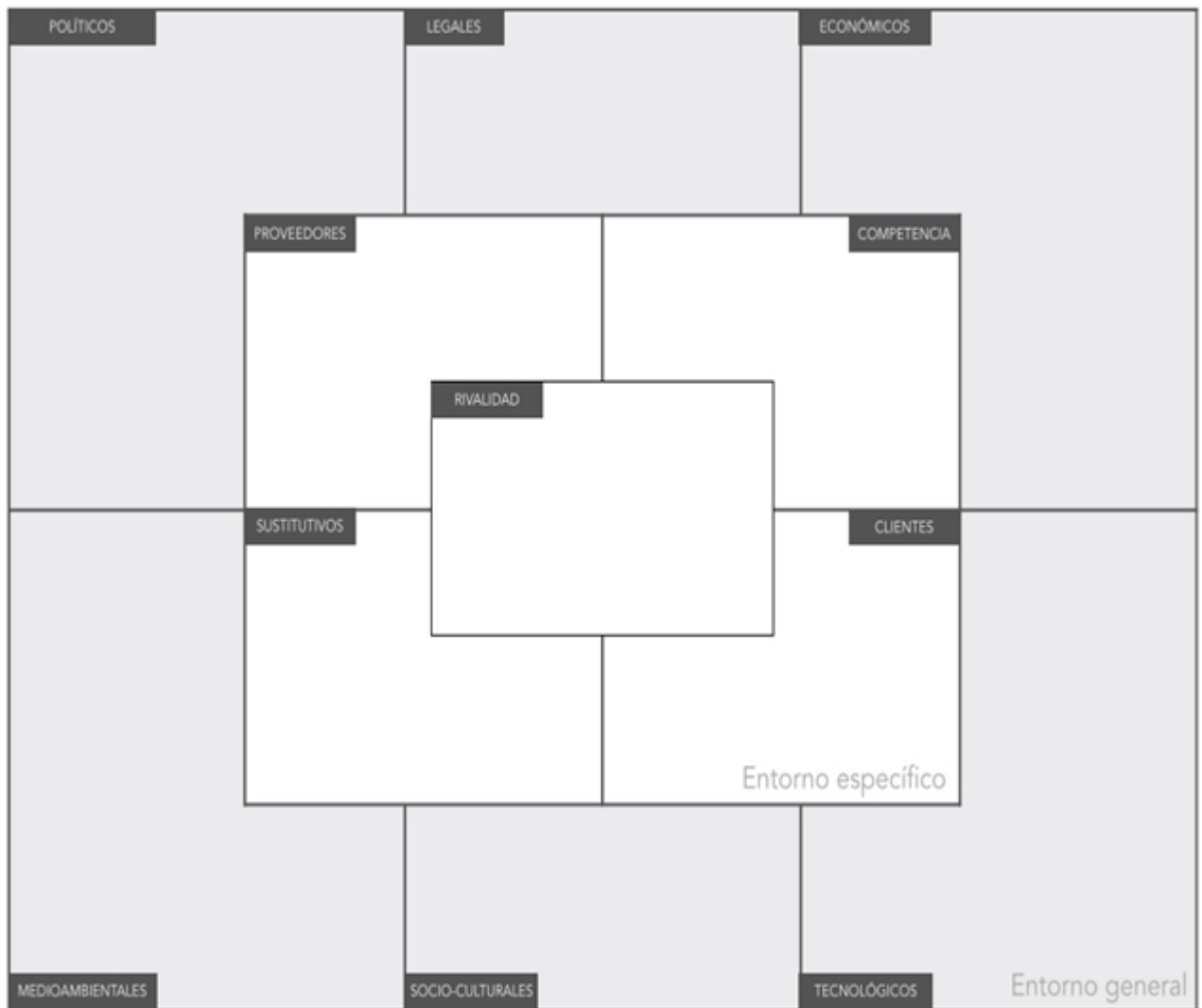
4. Plan de marketing.

4.1 Análisis del entorno.

Para realizar el plan de marketing debemos estimar el impacto, que afectará al sector que incursionaremos. En este caso los Bares con mención en mezclas con cacao. La estructura para realizar un buen análisis PESTEL podría ser ésta.

Grafico 1.

Análisis del Entorno (PESTEL+Porter)



Diseñado por Advenio www.advenio.es

Esta obra está diseñada bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivada 4.0 Internacional

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Describir cada factor, bien sea político, económico, social, tecnológico, medioambiental o legal, describir la forma en la que impacta al sector de bares en MANAGUA- y cuantificar el impacto tanto económico como social.

4.1.1 Análisis externo

AMBIENTE ECONOMICO

Tabla 1.

Medido en porcentajes por el Banco Central		
VARIABLES PROPUESTAS	POSITIVO	NEGATIVO
DISTRIBUCION DEL INGRESO	4.7% ¹	
AHORRO	12.7% ²	
PEA	47.9% ³	
ENDEUDAMIENTO	4.2% ⁴	
PIB	4.7% ⁵	
DESEMPLEO	8.0% ⁶	
INFLACION	3.13% ⁷	
INDICE DE PRECIO AL CONSUMIDOR(IPC)	0.61%	
TASAS DE INTERES (LARGO PLAZO)	11.89%	

Referencias

Desempleo

¹ http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/anual/nicaragua_cifras/nicaragua_cifras.pdf

² http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/eventual/economia/Estado_Economia_2017.pdf

³ http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/anual/deuda_publica/2016/deuda_publica.pdf

⁴ http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/anual/informe_anual/informe_anual_2016.pdf

⁵ http://funides.com/wpcontent/uploads/2017/05/primer_informe_de_coyuntura_economica_de_2017.pdf

⁶ http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/eventual/economia/Estado_Economia_2017.pdf

⁷ http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/trimestral/deuda_externa/deuda_externa_1.pdf

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

El desempleo es un factor positivo ya que De acuerdo a las estadísticas de empleo del BCN, a febrero de 2017 hubo 902,897 asegurados en el Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (INSS), representando un crecimiento de 8.0 por ciento en relación al mismo período de 2015. El crecimiento observado, a pesar de tener una tasa alta, continúa mostrando signos de la desaceleración presente desde el segundo trimestre de 2016.

En Septiembre de 2016 se registró un alza interanual de 10% en el número de trabajadores registrados ante la seguridad social y un aumento de 5% en el salario nominal promedio.

La afiliación al Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (INSS) creció 9,8% en septiembre en comparación con el mismo mes del 2015, destacándose en esta evolución los sectores comercio, hoteles y restaurantes, con un incremento de 18%, transporte, almacenamiento y comunicaciones, 17%, construcción, 15% y servicios comunales, sociales y personales, 11,5%, según datos del Banco Central de Nicaragua.

La Inflación

Inflación positiva proyecciones para el 2017. Los buenos resultados en materia de crecimiento se han presentado en un contexto de baja la Inflación es positiva según datos obtenidos del banco central. Así, la inflación interanual se ubicó en 3.13 por ciento al mes de diciembre 2016, siendo Este resultado menor a la última estimación (3.5%-4.5%).

Esta dinámica ha sido respaldada por un entorno de baja inflación internacional, menores precios de alimentos, especialmente los agrícolas y pecuarios, Consistentes con la regularización del régimen de lluvias y la mayor producción nacional, lo cual compensó El incremento en los precios de los derivados del petróleo registrado a fin de año.

La inflación continúa baja y sigue incidiendo positivamente en los salarios reales. Se continuó observando un crecimiento de los asegurados activos del INSS aunque a tasas menores, reflejando la desaceleración de la economía.

PIB

El Producto Interno Bruto (PIB) de Nicaragua superó el año pasado los 13,000 millones de dólares, lo que significa en cinco años 2.56 por ciento, según reflejan datos publicados por el Banco Central de Nicaragua en su Informe Anual, divulgado en su portal electrónico.

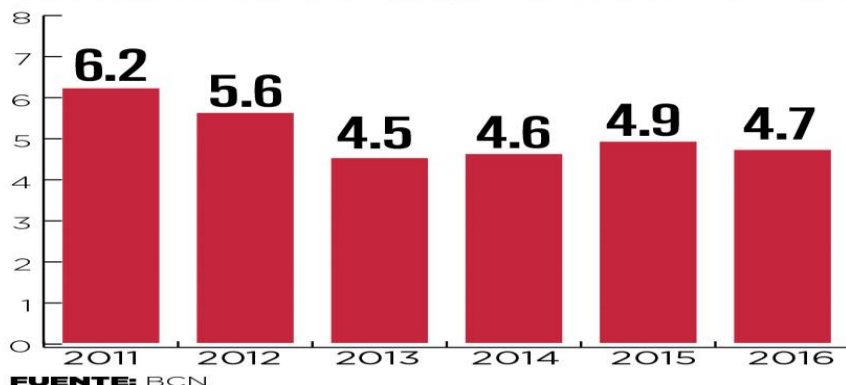
El año pasado, según el máximo órgano bancario, el PIB de Nicaragua se incrementó en términos absolutos 482.4 millones de dólares. Este aumento del PIB

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

se debió al empuje económico que experimentó el país el año pasado, cuya tasa de expansión fue de 4.7 por ciento.

Grafico 2.

CRECIMIENTO PORCENTUAL DEL PIB



Endeudamiento

En el primer trimestre 2017, el saldo de la deuda externa total de Nicaragua (privada + pública) alcanzó 10,943.0 millones de dólares, de los cuales 5,866.1 millones corresponden al sector privado y 5,076.9 millones al sector público.

La deuda externa total disminuyó en 20.9 millones de dólares (0.2%), respecto al cuarto trimestre 2016. La razón de deuda externa total a PIB¹ alcanzó 78.7 por ciento, lo que representó una disminución de 4.2 puntos porcentuales respecto a lo observado en el cuarto trimestre 2016, y la razón de deuda externa total a exportaciones 2 alcanzó 180.2 por ciento (7.4 puntos porcentuales menos de lo observado el trimestre anterior).

En el caso de la deuda externa del sector público, la razón a PIB fue de 36.5 por ciento, la cual descendería a 31.4 por ciento si se dedujera el alivio de deuda pendiente de formalizar bajo la Iniciativa para Países Pobres Muy Endeudados (PPME o HIPC por sus siglas en inglés).

El flujo neto de la deuda externa total fue negativo en 48.4 millones de dólares, como resultado de que las amortizaciones (US\$727.5 millones) superaron los

Desembolsos (US\$679.1 millones) en el primer trimestre del año. El 81.6 por ciento de los desembolsos provino de acreedores privados (banca comercial, proveedores y otros).

Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."

Los sectores de destino más importantes de los desembolsos de deuda externa fueron: intermediación financiera (38.0%), electricidad, gas y agua (18.8%), comercio (17.5%), e industria manufacturera (9.8%).

PEA

Para el año 2050, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) calcula que la Población Económicamente Activa (PEA) de Nicaragua será de 4.9 millones de personas, de una población total de 7.9 millones de habitantes. Es decir, para ese año el 60% de la población estará en edad de trabajar.

Según la Cepal, la PEA actual de Nicaragua es de 2.9 millones y la población total del país es de 6.26 millones, lo que quiere decir que actualmente el 47.9% de los nicaragüenses están en edad de trabajar, aunque no todos lo hacen.

Grafico 3.

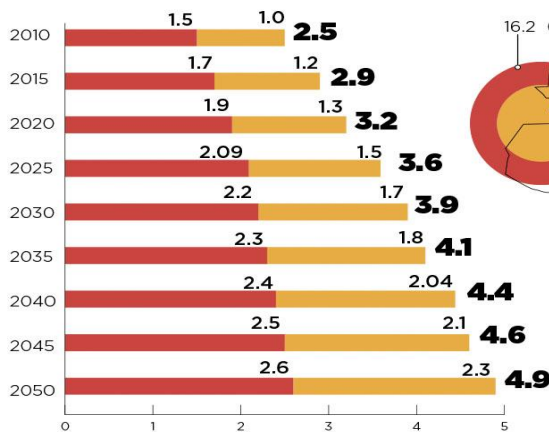


POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA, POR SEXO

Según la Cepal, en el año 2050, la Población Económicamente Activa (PEA) de Nicaragua alcanzará los 4.9 millones de personas de ambos sexos, de los cuales 2.7 millones serán hombres y 2.2 millones serán mujeres. Actualmente la PEA es de 2.9 millones de personas.

En millones de personas.

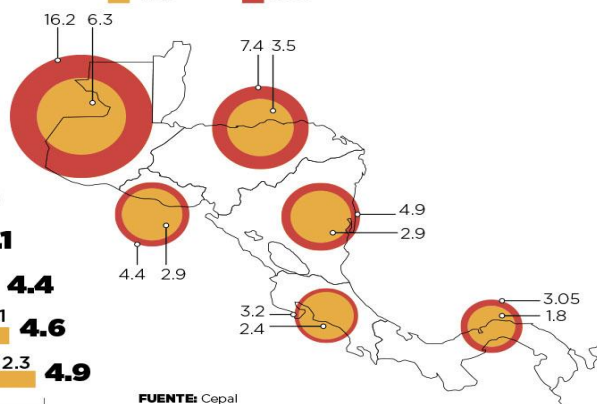
■ Hombres ■ Mujeres



CRECIMIENTO DE LA PEA EN LA REGIÓN

En millones de personas.

■ 2015 ■ 2050



FUENTE: Cepal

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

De acuerdo con el Anuario Estadístico de América Latina y el Caribe 2014, publicado recientemente por la Cepal, para el año 2050, 2.5 millones de hombres y 2.3 millones de mujeres estarán dentro de la PEA. Actualmente ese porcentaje es de 1.7 millones de hombres y 1.1 millones de mujeres.

Distribución del Ingreso

En el año 2006 el Banco Central de Nicaragua realizó la encuesta de Ingreso y Gasto de los hogares, la cual finalizó en Enero de 2007.

La cobertura geográfica fue restringida al área urbana de las cabeceras departamentales. El objetivo principal fue estimar los coeficientes de ponderación del IPC base 2006, los que estaban asociados a la canasta de bienes y servicios, sobre la cual se calcula el IPC. Esta encuesta también proporcionó información sobre los ingresos de los hogares clasificados por estratos socioeconómicos, altos, medios y bajos, lo que permitió caracterizar la distribución del Ingreso, sin embargo, no aportó datos estadísticos para caracterizar la distribución mencionada en las poblaciones del área rural y de la urbana localizada en los municipios que no son cabeceras departamentales.

El 4.7% en la tabla de **ambiente económico** es de un promedio sacado del Distribución porcentual, Ingreso promedio y miembros por hogar hombre y mujer. El resultado es positivo ya que hay un equilibrio en el ingreso promedio de mujeres y hombres en la zona urbana.⁸

AHORRO

El ahorro en Nicaragua es positivo ya que al cierre de enero 2017, los agregados monetarios mantuvieron la tendencia de crecimiento del cierre de año 2016, destacando el crecimiento del M3A, impulsado por la evolución de los depósitos en moneda extranjera.

Al cierre de enero 2017 Este resultado se vinculó al dinamismo observado en los depósitos en moneda extranjera, los cuales crecieron 12.7 por ciento (11.9 % en 2016).

⁸<http://www.bcn.gob.ni/estadisticas/estudios/2014/DT-30>
[Distribucion del ingreso en los ambitos urbano.pdf](#)

Índice De Precios al Consumidor (IPC)

El Índice de Precios 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 cambio, la división de Recreación y cultura, mostró una variación de -5.02 por ciento (-0.205pp).

EL IPC Managua mostró una variación mensual de 0.66 por ciento (-0.15% en enero 2016). Las divisiones con mayores contribuciones fueron: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles; Alimentos y bebidas no alcohólicas; y Transporte, con aporte conjunto de 0.458 puntos porcentuales a la inflación de enero. Los productos que registraron mayores contribuciones en sus precios fueron: el gas butano y el queso. Por el contrario, se observó contribuciones negativas en el tomate, billete de lotería y platos preparados para llevar.

La inflación acumulada medida por el IPC registraron un disminución de 3.05% 2015, 3.13% 2016, y 0.61% en 2017.⁹

TASAS DE INTERÉS

Las tasas de interés pasivas para el año 2017 enero son de 1.25% para córdoba en agosto del mismo año son de 0.67% se puede considerar positiva ya que hay una disminución considerable.

Las tasas de interés promedio ponderado corto plazo es de para enero del 2017 en córdobas en enero son de 11.81% para agosto del mismo año son de 10.92%. Como se puede observar hubo una disminución porcentual de (0.89%).

Las tasas de interés promedio ponderado largo plazo córdobas para enero 2017 son de 13.61% para agosto del mismo año son de 11.89%. Lo que representa una disminución porcentual de (1.72).

Lo que quiere decir que es positivo ya que nosotros si optamos a un préstamo tomaríamos como referencia la tasa porcentual de la tasa de interés promedio ponderado a largo plazo.¹⁰

⁹ http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/mensual/inflacion/inflacion_enero.pdf

¹⁰ http://www.bcn.gob.ni/estadisticas/monetario_financiero/financiero/tasas_interes/ponderadas/2017/ponderada_Bancos_16.pdf
http://www.bcn.gob.ni/estadisticas/monetario_financiero/financiero/tasas_interes/pasivas/2017.pdf

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

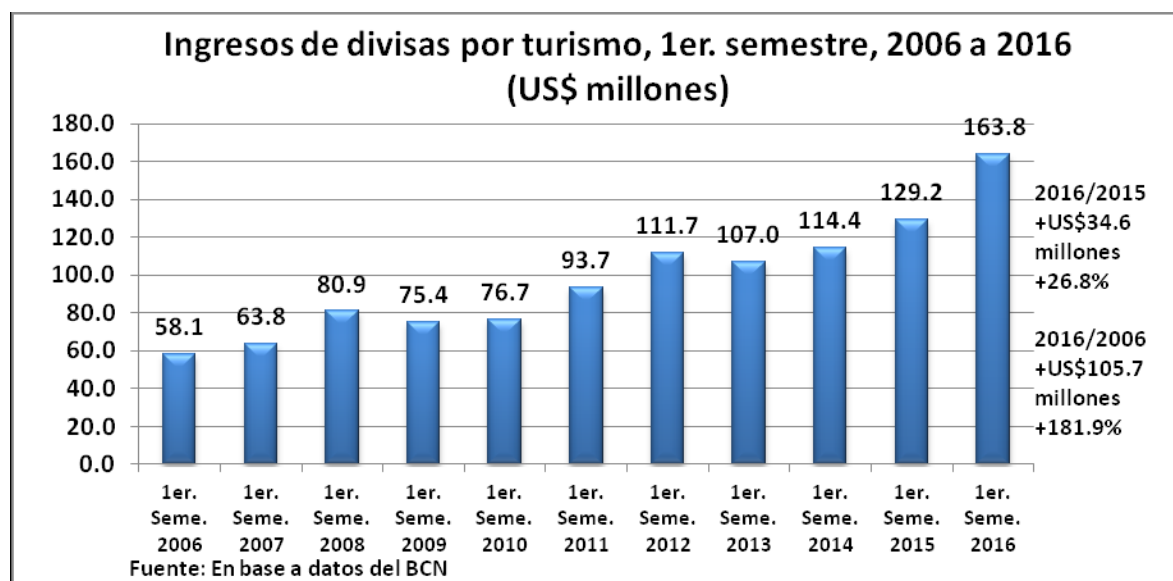
Tabla 2.

Ambiente Sociocultural

Variables	Positivo	Negativo
Segmento socio económico	176.5 ¹¹	
Condición de vida	24.9 ¹²	
Estructura de consumo		0.7
Seguridad ciudadana		
Valores	10 ¹³	
Ingresos por turismo Nicaragua		

Grafico 4.

En esta tabla se muestra un positivo crecimiento del turismo en Nicaragua.



Condiciones de vida

El consumo promedio total anual per cápita creció la mayoría de los quintiles a excepción del último quintil Si fijamos una línea de pobreza, ya sea mayor o menor a

¹¹ http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/anual/nicaragua_cifras/nicaragua_cifras.pdf

¹² <http://www.bcn.gob.ni/publicidad/img/landscape/RESULTADOS%20DE%20POBREZA%202016.pdf>

¹³ http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/anual/nicaragua_cifras/nicaragua_cifras.pdf

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

la observada, en un rango admisible, la incidencia de pobreza será siempre menor en el año 2016 La incidencia de la pobreza decreció en el periodo 2014 – 2016

Grafico 5.

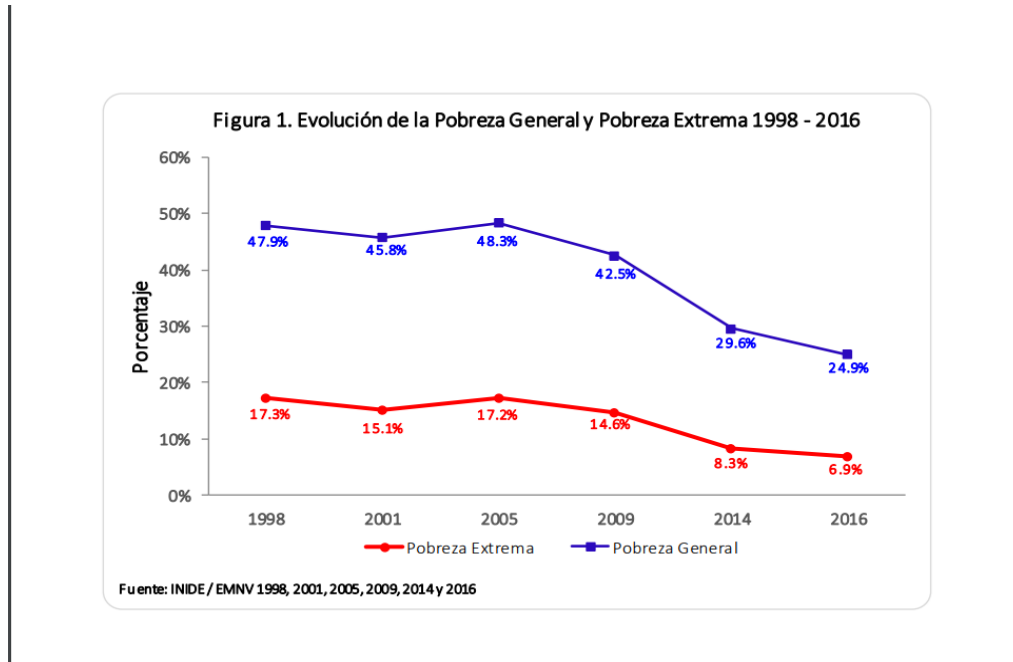
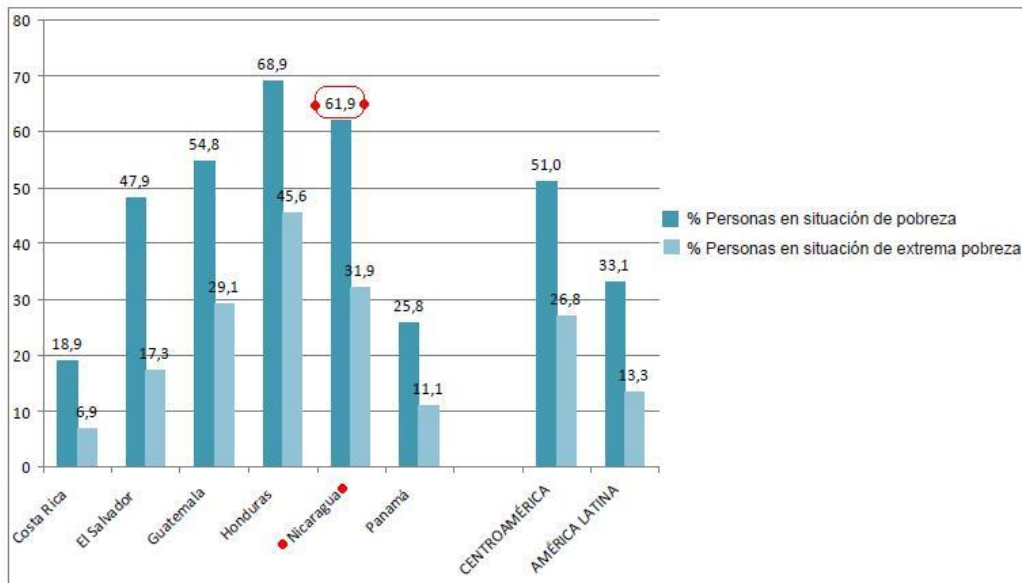


Grafico 6.

Gráfico 3. Centroamérica: Porcentaje de personas en situación de pobreza² y extrema pobreza



Fuente: CEPAL. Los años de referencia son: para pobreza, 2009; para el caso de extrema pobreza, 2009 (Costa Rica, El Salvador y Panamá), 2007 (Honduras y Nicaragua), y 2006 (Guatemala)

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Seguridad ciudadana

Encuesta de percepciones sobre la seguridad ciudadana realizada por el IEEPP entre diciembre 2016 y abril 2017, es un ejercicio anual, que tiene como propósito medir las percepciones de los nicaragüenses en relación a las diferentes manifestaciones de la seguridad y la violencia. La encuesta aborda la seguridad en los entornos de diferentes magnitudes, como el país y el barrio o comunidad, donde las situaciones de violencia o delitos, el crimen organizado, la seguridad vial y la inseguridad que viven las mujeres en las calles; coexisten con las valoraciones sobre el desempeño de las instituciones de seguridad y las posibles soluciones a dichos problemas.

Este documento contiene un acápite específico, donde se analizan las percepciones de las y los habitantes de la Costa Caribe al respecto.

La muestra de la IX Encuesta, es de 1,600 personas residentes en 17 departamentos. La distribución geográfica incluye 59 municipios y 139 puntos muestrales. El territorio se dividió en seis zonas geográficas correspondientes a: Managua, Suroriente (Masaya, Granada, Rivas, Carazo), Occidente (León, Chinandega), Norte (Matagalpa, Jinotega, Estelí, Madriz, Nueva Segovia), Centro (Boaco, Chontales, El Rama, Zelaya y Río San Juan), Caribe (Región Autónoma de la Costa Caribe Norte – RACCN y Región Autónoma de la Costa Caribe Sur – RACCS). El margen de error estimado es de más o menos el 2.50% y el nivel de confianza de 95%.

Grafico 7.

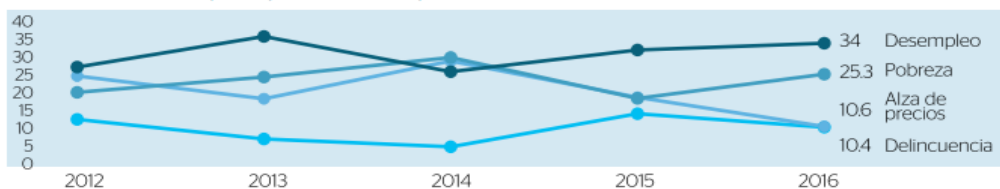
● La percepción de seguridad en el país

Al encuestarse a las personas en Nicaragua sobre los principales problemas, los temas económicos sobresalen entre los problemas más destacados: el desempleo (34%), la pobreza (25.3%) y el alza de los precios de la canasta básica (10.6%). La delincuencia y los problemas de seguridad según la metodología que se ocupe, son considerados como el principal problema solamente para el 10% de la población. En el 2016, 1 de cada 10 nicaragüenses considera

la seguridad como el principal problema de su entorno inmediato.

Como expresión de la delincuencia, las personas identifican algunos problemas de seguridad como los robos a casas y comercios, asaltos con armas de fuego, violencia generada por pandillas y los accidentes de tránsito entre los más destacados.

GRÁFICO 1 Principales problemas del país (%): 2012 - 2016

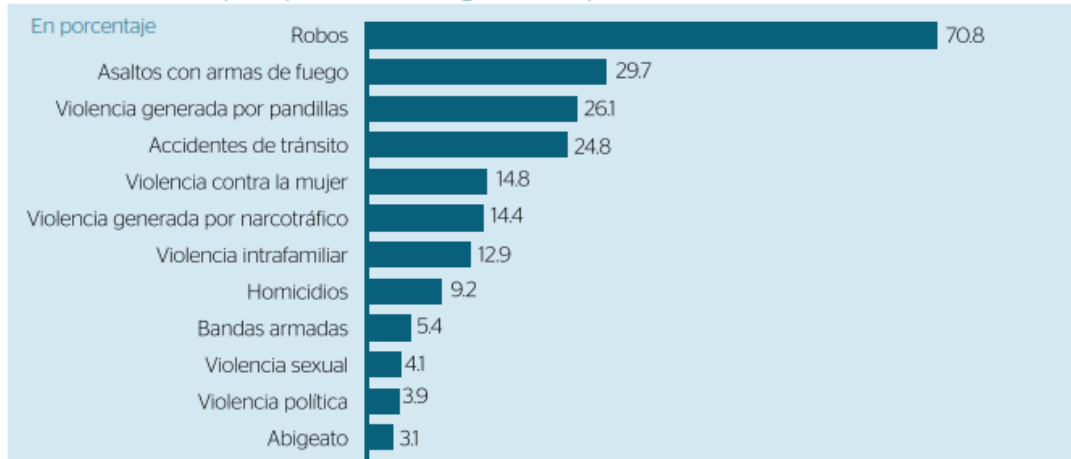


Fuente: Encuesta de Seguridad IEEPP (2012-2016).

Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."

Grafico 8.

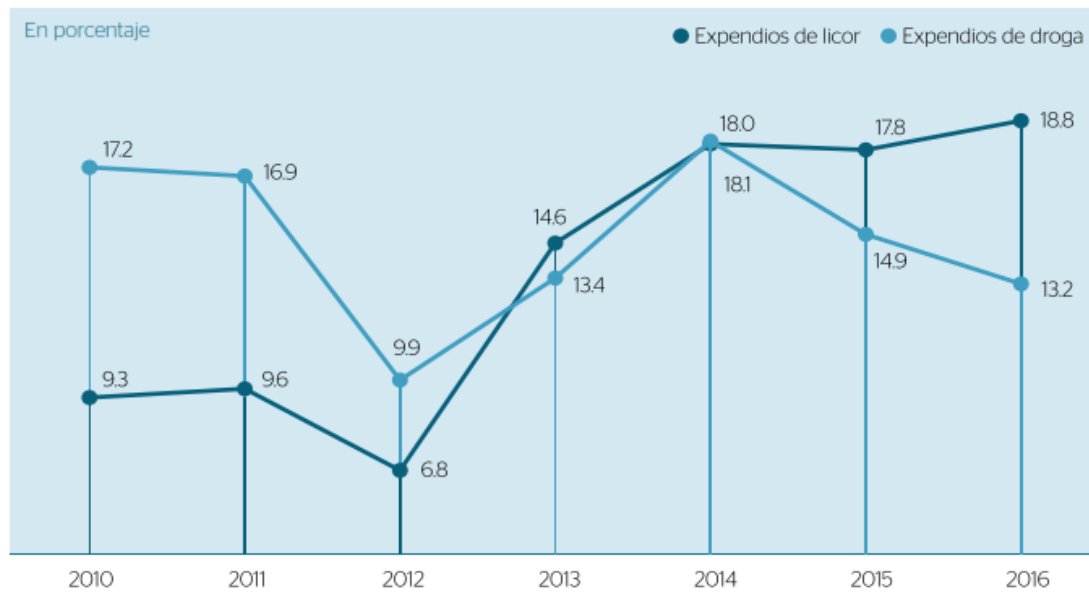
GRÁFICO 2 Principales problemas de seguridad del país, 2016



Fuente: Elaboración propia a partir de IX Encuesta de percepciones sobre seguridad.

Grafico 9.

GRÁFICO 8 Percepción sobre expendios de drogas y licor 2010 - 2016



Fuente: Encuesta de Seguridad IEEPP (2010-2016).

Tabla 3.

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

TABLA 1 En comparación a hace 12 meses, usted diría que en la Nicaragua de hoy (%)

	2012	2013	2014	2015	2016
Hay más seguridad	59.9	60.8	52.1	53.7	70.3
Hay menos seguridad	9.6	11.6	11.2	10	6.3
Se mantiene igual	30	27.2	36.4	36.1	22.4

Fuente: Encuesta de Seguridad IEEPP (2012-2016).

14

Inflación acumulada del primer trimestre del 2017 en comparación con el 2016.

Tabla 4.
Ambiente Político-Legal.

VARIABLES	Positivo	Negativo
Elecciones departamentales y municipales	72.9	
Nueva norma legal para negocios	75	
Modernización tecnológica DGI	17.62	
Incertidumbre legal	10	
Políticas exteriores	69	
Prácticas comerciales	4.9	

Elecciones Municipales.

Un 76,0% valora de muy buena y buena la gestión del Presidente Daniel Ortega, revela la última encuesta de la empresa costarricense Borge y Asociados, facilitada a INFORME PASTRAN.

La encuesta, realizada entre 1,008 personas residentes en todo el país, con un margen de error más menos del 3,1%, con un margen de confiabilidad del 95%, entre el 8 y el 13 de junio del 2013, afirma que la opinión a favor del Presidente Ortega hoy por hoy es del 72,9%, superando por mucho a sus adversarios. Un 19,6% opina desfavorable hacia el mandatario.

Según Borge y Asociados, el 14,2% califica de regular la gestión del mandatario y el 8,4% muy malo.

Además, casi el 73% de la población tiene una opinión favorable del Presidente Daniel Ortega. En cambio las figuras más visibles del liberalismo acumulan una creciente opinión negativa, lo cual no es buena noticia para quienes buscan reforzar los liderazgos para futuras contiendas.

¹⁴ https://www.ieepp.org/media/files/IEEPP_-_SEGURIDAD_CIUDADANA_-_WEB.pdf

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Arnoldo Alemán alcanza ahora 77,9% de opinión desfavorable contra el 14,6% de opinión positiva. Eduardo Montealegre obtiene ahora 71,3% de opinión desfavorable y el 17,9% de opinión positiva.

Sin embargo, hay que resaltar que en abril de este mismo año la valoración presidencial en otra muestra de Borge & Asociados, era favorable en un 74,7%, es decir, en tres meses esa popularidad descendió 1,8%, en cambio las opiniones desfavorables crecieron en el mismo periodo el 4,4%.

Si hoy se realizaran elecciones presidenciales en Nicaragua y el Presidente Ortega se presenta a la reelección, ganaría ampliamente y sin oposición, a juzgar por los resultados de la última encuesta de la prestigiosa firma Borge & Asociados

A la pregunta de por quién votaría si las elecciones fueran hoy, el 33,8% dijo que por el Presidente Daniel Ortega; el 36,6% no respondió; el 12,6% por ninguno; el 4,3% por Fabio Gadea Mantilla; 2,2% por Eduardo Montealegre; 1,0% por Aminta Granera; 0,9% por Arnoldo Alemán, otros 8,6%.

La oposición se encuentra obligada a buscar cómo rehabilitarse y estructurarse para ser competitiva en los comicios del 2016, para lo cual tiene solo tres años, para encontrar candidatos presidenciales, vicepresidenciales, diputados nacionales, departamentales al PARLACEN, alcaldes, vice alcaldes y concejales.

El Partido Frente Sandinista tiene hoy por hoy una sólida base social, según los resultados de la encuesta de Borge & Asociados. Un 49% simpatiza con el FSLN; 35% se declara independiente o sin partido; el 4,1% simpatiza con el PLC; el 4,1% por el PLI; 0,3% por ALN; 0,2% por el MRS; 0,1% Resistencia Nicaragüense; el resto, UDC, Partido Conservador, APRE, no marcan nada.

Nueva norma legal para negocios.

Mediante la creación de nuevas regulaciones y la implementación de las ya existentes. En el caso de Nicaragua, la empresa privada representada por el Cosep en conjunto con el gobierno ha consensado más de 75 leyes en busca del fortalecimiento de la inversión nacional y extranjera. Asimismo han negociado los últimos seis acuerdos de libre comercio. Todo esto crea y prepara un clima apto de inversión.

Actualmente veo a nuestro país con muchas oportunidades de inversión, trabajando para preparar al país para oportunidades de mayores dimensiones y en busca de un progreso económico sostenible. A futuro espero ver a Nicaragua desarrollando proyectos que traigan consigo la generación de empleos dignos, la mejora en la calidad de vida nuestras familias nicaragüenses y por lo tanto la erradicación de la pobreza, basados en un marco de leyes cada vez más actualizado en dependencia de las exigencias de la economía global.

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Modernización tecnológica DGI.

Dentro del marco de la modernización y los procesos de cambios que ha venido impulsando la Dirección General de Ingresos, la Coordinación General de Cooperación Internacional de la DGI, ha centrado sus actividades en implementar la política institucional orientada a la optimización de la cooperación internacional, para alcanzar los objetivos siguientes:

1. Contribuir al incremento sostenible de la recaudación fiscal, para aumentar su aporte al Presupuesto General de la República.
2. Promover y asegurar que todos los esfuerzos de modernización, apoyados por la cooperación técnica y financiera internacional, respondan sin duplicaciones de esfuerzos a los objetivos del Plan FISE 2012-2016 de la DGI.
3. Optimizar y reconocer el respaldo brindado a la DGI, en forma de cooperación internacional al proceso de modernización de la Institución.
4. Respalda los cambios de corto y mediano plazo para fortalecer la institución y convertirla en una entidad eficaz en el cumplimiento de sus objetivos y eficiente en el uso de sus recursos.

Modernización tecnológica DGI.

En enero el ejecutivo logró en recaudación 5,965 millones de córdobas, lo que significó un crecimiento de 17.62¹⁵ por ciento comparado con el total recaudado en igual mes del año pasado. En total captó 893.9¹⁶ millones de córdobas más que el año pasado, cuando se recaudó en términos globales 5,071.1¹⁷ millones de córdobas. En ese lapso respecto a enero de 2014, la tasa de crecimiento había sido de 14.88¹⁸ por ciento.

De hecho, en un análisis presupuestario publicado por el Instituto de Estudios Estratégicos de Políticas Públicas (Ilepp) en noviembre pasado se advirtió que el

¹⁵ <https://www.el19digital.com/articulos/ver/titulo:11214-encuesta-ratifica-apoyo-amplio-y-mayoritario-al-presidente-daniel-ortega>

¹⁶ <http://pronicaragua.gob.ni/es/noticias-sobre-nicaragua/1181-por-que-nicaragua-es-un-destino-atractivo-para-inv/>

¹⁷ <http://www.laprensa.com.ni/2017/04/12/economia/2214194-fuerte-aumento-recaudacion-impuestos-nicaragua>

¹⁸ <http://pronicaragua.gob.ni/es/pronicaragua/227-faqs/>

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Gobierno para este año tiene metas fiscales bastantes subestimadas, lo que ocasiona que el gasto público se restrinja.¹⁹

Ambiente Tecnológico.

“COCOA CULTURE, S.A.” se adaptará a los cambios tecnológicos que afecte al sector, tanto en su parte comercial, industrial y administrativa

El desarrollo de la tecnología está considerado en este plan de negocio con el fin de convertir las actividades de rutina en forma simplificada, transformándolas en ágiles y optimizadoras de recursos permitiendo obtener beneficios en ahorro de costos.

Por tal razón el mercado nacional ha incorporado estas herramientas para adaptación al sistema de desarrollo de las actividades empresariales. En el caso del negocio serán de mucha utilidad para la optimización de recursos.

Entre los equipos que facilitaran las tareas al personal de trabajo se encuentran computadora, teléfono, extractor, licuadora, refrigeradora. Todos ellos existentes en el mercado nacional por medio de casas comerciales tales como Copasa, La Curacao.

Tabla 5.

Variables	Positivo	Negativo
Presupuesto de investigación	0,11	
Nuevos procesos patentes	7	
Cambios en equipos máquinas y accesorios	9	

Continuando con el análisis, se presenta el análisis del micro entorno donde está inmersa la empresa, para ello tomamos como referencia el modelo de las cinco fuerzas de Michael Porter, el cual nos dará una guía de cómo se encuentra este entorno.

El modelo de las cinco fuerzas de Porter es una herramienta de gestión desarrollada por el profesor e investigador Michael Porter, que permite analizar una industria o sector, a través de la identificación y análisis de cinco fuerzas en ella.

Según datos del Banco Mundial, Nicaragua destina en el 2015 gastos de 0,11 para Gasto en investigación y desarrollo,

¹⁹ <http://pronicaragua.gob.ni/media/ckeditor/2017/03/10/2015-annual-report.pdf>

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Siendo más específicos, esta herramienta permite conocer el grado de competencia que existe en una industria y, en el caso de una empresa dentro de ella, realizar un análisis externo que sirva como base para formular estrategias destinadas a aprovechar las oportunidades y/o hacer frente a las amenazas detectadas.²⁰

Análisis Interno.

Tabla 6.

Fuerza	Intensidad
Amenaza de nuevos ingresos	Alto
Poder de negociación de los proveedores	Bajo
Poder de negociación de los compradores	Alta
Rivalidad	Media
Productos sustitutos	Alta

Amenaza de nuevos ingresos.

La amenaza de los nuevos competidores para el negocio es considerada alta, ya que las barreras de entrada son un conjunto de factores que hacen que las empresas instaladas en el sector tengan ventajas sobre los potenciales de entrada, algunos de los factores que pueden afectar a los nuevos productos son: Diferenciación de productos, ventajas en producción y distribución, necesidad de capital para inversiones y el efecto aprendizaje o experiencia de la industria.

De acuerdo a los factores antes mencionados se logra percibir alta ya que contribuyen en un 40 %²¹ en el sector de las PYMES, La inserción de nuevos negocios orientados a la venta de cacao, puesto que algunos de los competidores se establecen en centros comerciales, kioscos, personas individuales que se unen a la idea frente a la búsqueda de nuevas fuentes de ingreso, lo que hace aún más competitivas de la industria.²²

²⁰

<https://datos.bancomundial.org/indicador/GB.XPD.RSDV.GD.ZS?end=2015&start=2015&view=bar>

²¹ <http://www.laprensa.com.ni/2012/05/15/economia/101452-pymes-crecen-un-2-7>
²² <http://www.laprensa.com.ni/2017/09/01/economia/2289652-cacao-valor-agregado-se-abre-paso>

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Poder de negociación de los proveedores.

El poder de negociación de los proveedores se considera bajo, puesto que en el mercado existe gran diversidad de empresas que se dedican a la venta de los productos y herramientas necesarios para el curso y puesta en marcha de las operaciones del negocio, entre los cuales figuran casas comerciales (Copasa, Curacao, Gallo más Gallo, Electrónica, El Verdugo, Almacenes Tropigas) o empresas individuales como Mueblisa, en caso de la materia prima (cacao) nos abastecerá el mercado municipal (de San Carlos, Rio San Juan, Nicaragua), como nuestro proveedor principal.

Poder de negociación de los compradores.

El poder de negociación de los clientes esperados por el negocio comprende un nivel alto, ya que en muchas ocasiones se percibe la necesidad de reducir el precio del producto con el fin de generar acuerdos que satisfaga los intereses comunes entre las partes (productor- consumidor).

Rivalidad competitiva.

La rivalidad entre los competidores actuales se considera alta, ya que existen muchos negocios dirigidos a satisfacer las necesidades de nuestro segmento meta, tanto por negocios locales que se establecen en el sector, entre ellos se encuentran kioscos o personas individuales.

Productos sustitutos.

A razón de que existen muchas variedades y categorías de productos y empresas orientadas a la venta de bebidas la amenaza es alta, puesto que por la trayectoria de la industria existen distintas empresas que realizan ventas de productos con características que les proporcionan ventaja que a través de la sistematización de los procesos que implementan en su producción (café, refrescos naturales, bebidas energizantes, te, reposterías de otro tipo).

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Tabla 7.

Oportunidades y Amenazas

Oportunidad
1. Poca competencia en el sector.
2. Local céntrico- Managua. Salvador Allende.
3. Concurrencia de población de diferentes sectores.
Ventas de productos de cacao.
Amenaza
1. Productos sustitutos derivados del cacao.
2. Afectaciones a los cultivos de cacao.

4.2 Investigación de Mercado

Antecedentes y definición del problema.

Nicaragua se caracteriza por ser un país rico en vegetación, el cultivo de cacao es un producto nativo de nuestro país y se cultiva en todo el territorio Nacional Se producen tres variedades de cacao (el Forastero amazónico, el criollo y el trinitario), pero su producción está dispersa en varias zonas, principalmente en el Atlántico Sur (Nueva Guinea San Carlos , Bluefields, Kukara Hill), la zona de Las Minas (Siuna, Bonanza y Rosita(s)), el Atlántico Norte (Waslala, Rio Coco), Matagalpa, Jinotega y Rivas. La principal cosecha se realiza entre los meses de octubre y enero, aunque es un cultivo que se produce todo el año

En la actualidad solo existe un lugar que produce Cacao como producto terminado pero no presta el servicio de poder consumirlo en el lugar está ubicado en carretera a La Dalia Matagalpa, Nicaragua este comenzó sus inicios en el mercado desde el año 2011.

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Es por esto que Cacao Bar sería el primer bar pionero en Nicaragua en producir y elaborar todos los derivados del Cacao a nivel nacional creada por emprendedores jóvenes Nicaragüenses que aprovecharon la grandiosa oportunidad de introducirse en el sector comercial de nuestro país por tal razón que nuestro objetivo principal es tener un segmento de mercado de aceptación para que nuestros clientes al probar nuestros productos y servicio de calidad tenga una satisfacción placentera al visitar nuestro local ya que los precios son totalmente accesible a la economía Nicaragüense

El negocio está orientado a brindar un aporte nutricional a nuestros clientes. Todos los productos a ofertar se identifican como un bien de consumo necesario, puesto que las características surgen de una necesidad básica a la que ningún ser humano puede ser inherente, ya que la alimentación es la principal fuente de energía que coadyuva a la realización diaria de las actividades que elabora cada individuo. Tomando en cuenta el nivel básico de alimentación, sabor, gusto y preferencias de los consumidores.

Problema de decisión administrativa

¿Debe inaugurarse un local, en el cuál sus productos sean a base de cacao y con enfoque de interés a la cultura nacional?

Problema de la Investigación.

Debido a los antecedentes de estudios y bases de datos se llegó a la conclusión que existe una baja tendencia en el consumo del Cacao por parte de nuestro segmento meta debido a que no existe un hábito de consumo.

Considerando esto, el problema principal formulado de la siguiente manera: ¿Cuál es el grado de aceptación por parte de los consumidores nicaragüense al consumir y visitar nuestro local en todo lo que es el cacao?

Sistematización.

Nuestra idea surge a través de motivar a los nicaragüense a consumir lo propio que se cultiva y que sea nuestro negocio en ser el primero de implementar y promover el consumo en la alimentación de las familias nicaragüenses suplir gustos y preferencias.

¿Cuál es el **perfil de clientes** que consume bebida de cacao y productos derivados del cacao?

¿Qué porcentaje de la población consume bebida de cacao?

¿Qué tipo de bebidas consume más la población?

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

¿Qué atributos considera la población al momento de seleccionar una bebida de cacao?

Justificación.

Esta idea surge con el anhelo de implementar una cultura olvidada a los nicaragüenses, a consumir más productos nicas derivados del cacao con el fin de abrir nuevos mercados a nivel nacional.

Una alimentación sana y equilibrada es el pilar fundamental sobre el que se debe sustentar la salud. Una correcta nutrición y la adquisición de hábitos saludables aumentan el bienestar y calidad de vida.

Los productos ofrecidos en el bar serán 100% nacionales, lo cual quiere decir que la compra de la materia prima para la elaboración de los productos ofertados generará una demanda de compra dentro del mercado a productores meramente nacionales, en específicos a los productores de cacao del pueblo de San Carlos, Rio San Juan, Nicaragua.

En la actualidad la mayor parte población está compuesto en un sesenta por ciento de personas jóvenes lo que nos lleva a la segmentación de los mercados esto debido a los gustos y las preferencias de los consumidores por lo que hemos decidido implementar

un negocio que satisfaga estos aspectos antes mencionado y por ende optamos y consideramos necesario una investigación de mercado.

Metodología.

Tipos de investigación.

Con la investigación se busca conocer la aceptación que nuestro producto o servicio puede tener en el mercado, para esto consideramos dos tipos de investigación, la exploraría a fin de determinar el ámbito de desarrollo del proyecto determinando los posibles problemas y oportunidades que pueden ocurrir en la puesta en marcha del negocio; la descriptiva que nos permitirá conocer la aceptación de nuestro producto de parte de nuestros potenciales cliente, tomando en cuenta gustos, preferencias y comportamientos.

Fuentes de datos.

Investigación exploratoria.

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Dentro del proceso de la investigación exploratoria se visitaron distintas instituciones públicas y empresas privadas para la obtención de información ligada al registro de la empresa, tramites de permisos, licencias de operación y proveedores que surtirán a la empresa de la materia prima y equipos para la puesta en marcha del proyecto.

Instituciones Gubernamentales.

- Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC)
- Registro Publico
- Dirección General de Ingresos (DGI)
- Ministerio de Salud (MINSA)
- Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (INSS)
- Ministerio del Trabajo (MITRAB)

Empresas privadas (Proveedores materia prima y equipos)

Investigación Descriptiva.

Fuentes primarias mediante encuestas estructurada dirigida a las personas entre las edades de 18 a 40 años que ayudan a conocer la aceptación de producto y de esta forma tener una idea preliminar en cuanto está dispuesto a pagar.

Encuestas realizadas en las cercanías del negocio, misma que nos permitirá determinar la afluencia de posibles consumidores, rango de precio y preferencias de estos.

Población y muestra.

El universo de estudio y población de interés que fue tomado en esta investigación exploratoria, tuvo como fuente todas aquellas instituciones gubernamentales y empresas privadas que estén ligadas para la puesta en marcha de este negocio,

además negocios similares a nuestro proyecto, y en la investigación descriptiva tuvimos como fuentes a los consumidores.

Selección de la muestra.

Investigación exploratoria.

Conforme a las necesidades de información planteadas anteriormente se estimó pertinente realizar una investigación exploratoria dirigida a fuentes secundarias que facilitaran las condiciones del desarrollo de algunos aspectos del negocio. Se utilizó un muestreo por conveniencia y por criterios.

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Investigación descriptiva.

De acuerdo a los términos concluyentes se aplicó encuestas a los pobladores seleccionados por el estudio, lo cual permitió a los investigadores obtener una identificación clara de los niveles de consumo, preferencias, e intencionalidad de consumo frente a la iniciativa de la inserción de este negocio.

Instrumento de recolección de datos.

Investigación exploratoria.

Para esta investigación se consideraron fuentes secundarias como empresas proveedoras de materia prima, insumos y equipos necesarios para la elaboración de diversas bebidas de cacao y los productos derivados de esta Información que será de utilidad para el análisis de muchos de los aspectos incluidos en el plan de negocio.

Investigación descriptiva.

Los métodos utilizados fueron encuestas las cuales fueron de tipo personal y de carácter administradas. Las encuestas fueron estructurada-Combinada, con 2 preguntas dicotómicas, 9 preguntas de opción múltiple.

La primera parte es para conocer los datos demográficos de los encuestados. Una segunda parte que es muy importante, la de conocer la demanda, los competidores actuales, preferencias en la compra de este tipo de producto.

Validación, Evaluación y Trabajo de Campo.

La encuesta nos proporciona información necesaria para la toma de decisiones. Se procedió a verificar y examinar cada pregunta a fin de sacar datos para validar la captación de mercado que tendría nuestro proyecto.

Estas encuestas fueron enumeradas y ambientadas a una duración máxima de cinco minutos para completarlas.

Una vez elaborada la encuesta y seleccionada la muestra del presente estudio, considerando nuestro punto focal la zona en la que se piensa establecer el negocio.

Procesamiento de la Información y Análisis de los Datos.

El procesamiento de datos para la elaboración de tablas estadísticas, se realizó mediante el programa informático Excel se obtuvieron los correspondientes gráficos,

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

que nos arrojaron los resultados de la investigación y nos proporcionaron los elementos para realizar el análisis de los resultados.

Análisis de Resultados.

Investigación exploratoria.

Dentro de esto encontramos todo lo referente a las cotizaciones de los equipos que se utilizarán para la producción de los productos, el local con el que se contará para la puesta en marcha, así como los requerimientos legales para la inscripción del negocio.

También se realizó análisis con distintas instituciones financieras para conocer tasa de interés y montos a los que podría aplicar la empresa en su puesta en marcha.

Se realizó cotizaciones en diversas casas comerciales para manejar los costos de mobiliario, equipos, a fin de determinar la viabilidad y seleccionar el proveedor que nos brinde una mejor opción de compra tanto por tasa de interés por crédito como en calidad y precio de los artículos.

Mediante las visitas e investigaciones en la página web de diversas instituciones gubernamentales se logró conocer los diversos requerimientos legales para la inscripción de un nuevo negocio, igualmente se obtuvo la información referente a procedimientos y pago de aranceles.

Investigación descriptiva.

Para esto se consideró una muestra de 73 personas a encuestarse, tomado de la siguiente fórmula.

Población de interés: Visitantes del Puerto Salvador Allende, departamento de Managua.

Muestreo.

El cálculo de la muestra se realizará a través de la fórmula que a continuación se presenta. Por medio del resultado obtenido se determinará la cantidad de encuestas a realizar.

Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."

En donde:

- N = Total de la población
 - $Z\alpha = 1.96$ al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
 - p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
 - q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
 - d = precisión (en su investigación use un 5%).
- n= Tamaño de la muestra.
Z= Coeficiente de Confianza. (95%)
N=Universo o Población.
q= Probabilidad de Fracaso.
E2= Error de estimación (10%)
n= $(1.95)^2 \cdot (0.50) \cdot (0.50) = 0.9506$ 95.06 (0.1)
Población total: 34,200

$$\frac{N * Z\alpha^2 P * q}{d^2 * (N - 1) + Z\alpha^2 P * q} = \frac{34200(1.96)^2(0.05)(0.95)}{(0.05^2)(34200-1) + (1.96^2)(0.05)(0.95)} = \frac{6240.67}{85068} = 72.8.$$

4.3 Decisiones estratégicas de Marketing.

4.3.1 Descripción del producto/servicio.

El cacao es una planta tropical que crece en climas cálidos y húmedos con temperaturas óptimas que oscilan entre los 21° y 32° C y una precipitación anual entre 1, 200 a 2,000 mm en las zonas más frescas o los valles altos y 1,500-2,500 mm en las zonas bajas más calida, su producción se concentra en una banda estrecha de 20o al norte y al sur de la línea Ecuatorial. El uso más conocido es como el ingrediente principal del chocolate, pero existen productos intermedios como: licor de cacao, manteca de cacao, torta de cacao y cacao en polvo.

Los Estándares Internacionales requieren que el cacao de calidad negociable sea fermentado, completamente seco, libre de granos con olor a humo y otros olores anormales, y de evidencia de adulteración, debe encontrarse libre de insectos vivos, de granos partidos, fragmentos, partes de cáscara y debe ser de tamaño uniforme. En todo el mundo, los estándares contra los que se mide son los del cacao de Ghana, el cual se clasifica sobre la base de la cuenta de los granos defectuosos en la prueba de corte. Se estima que dos tercio de la producción mundial de grano de cacao se utiliza para producir chocolate, mientras el restante se destina a la elaboración de cacao en polvo y manteca de cacao, que a su vez, puede utilizarse para hacer chocolate.

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Además, son materia prima para las industrias de cosméticos, de alimentación animal, de bebidas alcohólicas entre otras.

Ancho: Chilate, licor de cacao, chocolate, café cacao, dulces de cacao, torta de cacao Granizado de cacao y chocolate caliente y otros derivados.

Largo: El largo de mezcla de productos de “COCOA CULTURE, S.A.” es de 7 productos o ítems de la empresa.


Profundidad: Chilate es una bebida que se sirve únicamente de manera fría; el licor de cacao tiene mayor profundidad que los demás productos, al menos unos 5 tipos de licores; El chocolate se ofrecerá en 3 estados, líquido, sólido y en polvo; cacao en polvo; café cacao se ofertará en dos presentaciones, helado y caliente; dulces de cacao estos pueden ser duros y blandos; masa de cacao; manteca de cacao y por último chocolate caliente.

Consistencia: La consistencia de los productos en su gran mayoría es comestible.

El servicio del local será informado por medio de campañas publicitarias en redes sociales y mantas publicitarias, las consultas podrán ser digital en páginas oficiales del establecimientos y por números de contacto, la toma de pedido será por medios de facturación digital, se realizará capacitaciones a los colaboradores de la empresa para estos mismos aprendan como realizar una buena atención al cliente. La forma de pago se efectuará en efectivo y por pago de tarjetas.

El producto/servicio se encuentra en un nivel de producto real, se obtiene el producto básico para poder comercializar y consumirlo. Esto lo lograremos a través de diseño, empaque, marca y a su vez se evaluará la calidad y características que se desea ofertar al consumidor.

Tabla 8.

Descripción del producto	Ingredientes	Precio
Granizado de cacao 	Cacao. Leche. Hielo. Azúcar. Agua.	\$2.21

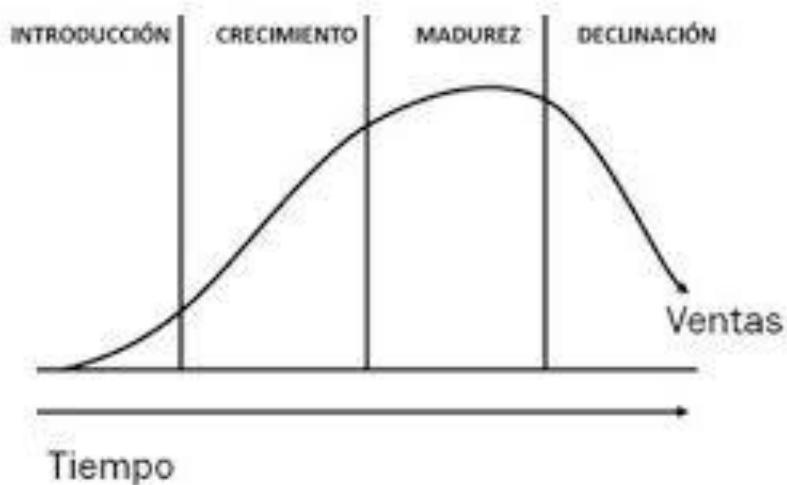
Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."

<p>Chilate</p> 	<p>Cacao. Maíz. Leche. Agua. Hielo. Azúcar.</p>	<p>\$1.88</p>
<p>Pastel de Cacao</p> 	<p>Harina. Azúcar. Cacao en polvo. Polvo para hornear. Bicarbonato de sodio. Leche. Mantequilla suave. Vainilla. Huevo. Sal</p>	<p>\$1.55</p>
<p>Café de Cacao</p> 	<p>Café frío. Helado de chocolate blando. "Crema de cacao". Crema de leche fresca. Nuez moscada.</p>	<p>\$1.88</p>
<p>Dulce de Cacao</p> 	<p>Leche condensada. Mantequilla. Azúcar en polvo. Cacao, Sal. Vainilla.</p>	<p>\$0.55</p>
<p>Licor de Chocolate</p> 	<p>1 litro de leche entera. Azúcar. Cacao amargo. Alcohol fino.</p>	<p>\$2.55</p>
<p>Chocolate Caliente</p> 	<p>Chocolate. Agua. Leche. Maicena. Azúcar. Vainilla.</p>	<p>\$1.88</p>

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

4.3.2 Análisis de la competencia.

CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO



El producto/servicio se encuentra en definitiva en la fase de introducción, donde se fijará la concepción, definición y periodo experimental del local. En el cual se tendrá estrategias de marketing para no llegar al punto de bajo volumen de ventas y dificultades para introducir el producto/servicio. Se realizará una rentabilidad positiva debido a los recursos para fabricar los productos de manera excepcional, a su vez se buscará la manera de perfeccionarlos. Estos tipos de productos en el mercado se encuentran en la etapa de crecimiento, debido a que los últimos 5 años ha existido un crecimiento de negocio con este giro de producto/servicio.

“COCOA CULTURE, S.A.” Es un producto/servicio que será ubicado en el puerto Salvador Allende, en el cual por medio de nuestra investigación de mercado logramos localizar las necesidades de los visitantes de dicho lugar, estas personas buscan un lugar donde puedan degustar y consumir en un ambiente tranquilo con música en vivo y cultural a un precio accesible para ellos. El producto base es cacao, teniendo la facilidad de transformarlo y combinarlo con otros ingredientes. Obteniendo así variación y mayor oferta para los consumidores. El cacao es un producto que es consumido por la mayoría de nicaragüenses siendo así sabemos que tendrá una aceptación en el mercado.

La principal estrategia de posicionamiento será el de un local que ofrece productos a base de cacao, en el puerto Salvador Allende no existe un local de esta característica. Por el cual, tienen uno de los principales atributos que los posicionan

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

en el mercado, otro atributo que pueden ofrecer a su perfil de clientes son los beneficios del cacao para la salud de los consumidores.

Tales como: propiedades antioxidantes, altos contenidos de magnesio, anandamida (ayuda a tratar la depresión), ayuda a bajar de peso y regula las cantidades de azúcar en la sangre.

“**COCOA CULTURE, S.A.**” Es un local donde no solo se ofrece licor, bebidas y alimentos. También es un lugar donde puedes aprender sobre la cultura nicaragüense, sus mitos y leyendas, historia, lugares donde visitar y sobre todo escuchar en vivo a los cantantes. Cacao’s Bar & Culture con esta oferta será el primer local en el puerto que ofrecerá al público conciertos y charlas lo que nos posicionaría por encima de los demás pretendiendo ser líderes de la zona.

Estarán enfocados en tener una buena calidad en todos los aspectos, para que el cliente se sienta satisfecho por el producto/servicio que le ofrecen.

La estrategia de Marketing será diferenciada debido a que ofertarán bebidas heladas, calientes, postres, dulces, charlas culturales y conciertos. Estos son perfiles de clientes diferentes por el cual tendrán que elaborar estrategias diferentes de cada una.

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”



“COCOA CULTURE, S.A.”

El Isologotipo es representado por una entidad muy famosa en nuestra cultura conocida como el Macho Ratón, como el interés es el de atraer personas a que conozcan la cultura se considera idóneo utilizar una animación del macho ratón, el cual también será atractivo y llamativo para extranjeros. La gama de colores que decidimos utilizar hacen gustoso a la vista, no golpea, ni molesta. A su vez es un isologotipo fácil de recordar y posicionarse en la mente de los consumidores.

4.3.3 Análisis de la competencia

Al momento de realizar la investigación de mercado pudimos observar en el lugar el nivel de la competencia directa e indirecta, las principales competencias son: Maura y Simón, Ron Kon Rolas, La estación, Botánicos Beer Garden, El molino, Casa del Café, Café Las Flores, Casona del Café, Siembras y cosechas. En el puerto Salvador Allende tenemos como competencia indirecta en su gran mayoría son productos sustitutos como: Raspados loli, quesillos y tistes nagrandanos.

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”



Producción	Bocas, cervezas y servicios de conciertos
Precios	Desde \$2 hasta los \$15
Canales de Distribución	Sólo un canal existente
Promociones	Promociones de cerveza y de entradas a conciertos
Estrategias	Su estrategia está basada en la atracción de jóvenes interesados por la música en vivo.
Posicionamiento	Su posicionamiento es muy alto, ya que es el único lugar que ofrece conciertos para bandas en auge en Managua.



Producción	Cervezas y alimentos.
Precios	Varían desde \$2 hasta los \$20
Canales de Distribución	Un canal.
Promociones	Promociones de cervezas.
Estrategias	Atracción por la fabricación de cerveza artesanal, y variedad de la misma.
Posicionamiento	Es uno de los bares que se está comenzando a posicionar en los consumidores por su ambiente y productos que ofrecen.



Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."

Producción	Bocas y cervezas
Precios	Desde \$2 hasta los \$15
Canales de Distribución	Dos canales existentes (Managua y Granada)
Promociones	Promociones de cervezas
Estrategias	Se enfocan en ser un lugar donde solo escucharas rock, punk y grunge. Para las personas que le gustan este género de música, es el lugar ideal
Posicionamiento	Tiene un posicionamiento alto, ya que es reconocido por la mayoría de jóvenes en Managua y Granada.



Producción	Café, granizados y postres.
Precios	Desde los \$2 hasta los \$5
Canales de Distribución	Un canal.
Promociones	Ninguna
Estrategias	Ninguna
Posicionamiento	Su posicionamiento es bajo



Producción	Café, postres y sandwiches.
Precios	Desde \$1 hasta los \$9.
Canales de Distribución	6 canales de distribución (metrocentro, multicentro, plaza españa, galerías, carretera norte, carretera a Masaya).
Promociones	Promociones del mes de un café en específico, por temporadas o festividad.

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Estrategias	De publicidad masiva.
Posicionamiento	Su posicionamiento es muy alto.



Producción	Cervezas y bocas.
Precios	Desde los \$3 hasta los \$20.
Canales de Distribución	Un canal.
Promociones	Ninguna.
Estrategias	Ofertar al mercado variedad de cerveza artesanal.
Posicionamiento	Su posicionamiento es medio, está comenzando a ser reconocido por los consumidores.



Producción	Café, postres y alimentos.
Precios	Desde los \$2 hasta los \$15
Canales de Distribución	Dos canales.
Promociones	Ninguna.
Estrategias	Atención personalizada y ambiente comfortable.
Posicionamiento	Su posicionamiento es alto.



Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Producción	Café, postres y alimentos.
Precios	Desde \$3 hasta los \$10
Canales de Distribución	Cinco canales de distribución (metrocentro, carretera a Masaya, galerías, plaza españa y carretera norte)
Promociones	Ninguna
Estrategias	Calidad de café, atención personalizada en ambiente agradable
Posicionamiento	Su posicionamiento es alto



Producción	Helados
Precios	Desde C\$30 a C\$50
Canales de Distribución	Cuatro canales (Carretera nueva a León, linda vista, puerto Salvador Allende y Nejapa)
Promociones	Ninguna
Estrategias	Ninguna
Posicionamiento	Su posicionamiento es medio.

Como el local se basa en productos de cacao serán los únicos en el lugar que ofrecen este tipo de servicios, ya que también en el puerto no existe un local que oferten productos calientes o café, un lugar donde se pueda tomar con calma un chocolate caliente, leyendo sobre revista de la cultura nicaragüense y a su vez ofreciendo conciertos a los clientes.

4.3.4 Objetivos de Marketing

- Alcanzar a más clientes a través de publicidad masiva en redes sociales y en revistas matutinas de canales nacionales.
- Atención personalizada logrando así la compra de los productos, y obtener la fidelización de cada cliente. Logrando que estos clientes conozcan del producto/servicio a través de una experiencia única.

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

- Dirigir una estrategia de post-venta para mantener informado a nuestros clientes de nuestras promociones, productos y actividades que se realizarán en el futuro.
- Con la idea de diferenciación que se ofertará al público se espera alcanzar de manera rápida y efectiva para obtener mayor participación del mercado.

4.3.5 Descripción del mercado meta

De acuerdo a nuestra investigación de mercados, el segmento de mercado al cual están dirigidos son hombres y mujeres que visitan el puerto Salvador Allende de Managua entre las edades de 17 a 50 años, que sean de clase social media-baja con ingresos mensuales de C\$6,500 a C\$10,500 dispuestos a tener una experiencia nueva y única en nuestro local “COCOA CULTURE, S.A.”, ya que para ellos es una nueva oferta que motiva a la visita debido a su concepto de cultura y elaboración de cada producto.

4.3.6 Demanda y Participación de mercado

En las siguientes tablas se mostrará la participación de mercado de Cacao’s Bar & Culture que tendrá en los primeros cinco años. La ecuación utilizada para obtener estos resultados es el siguiente: población total * frecuencia de visita * frecuencia de consumo * consume bebidas de cacao * ingresos mensuales.

Tabla 9. Participación del mercado

Línea	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Chilate	1398	1672	2012	2414	2896
Licor de Cacao	9334	11200	13440	16128	19353
Pastel de Cacao	21013	25215	30258	36309	43570
Bebida de Cacao granizado	12838	15405	18486	22183	26619
Café de cacao	81668	98001	117601	141121	169345
Dulce de cacao	81668	98001	117601	141121	169345
Chocolate caliente	11670	14004	16804	20164	24196

Fuente: Elaboración propia.

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

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Se determina una participación de mercado del 1%, la cual permanecerá constante en las presentaciones ofrecidas, dado que existen muchas empresas que cubren la misma necesidad pero con productos diferentes o con similares beneficios.

El porcentaje se tomó considerando las características del sector, donde existe mucha competencia directa e indirecta, nuestra empresa la cual busca posicionarse en el mercado, busca mantener la demanda el primer año y con los siguientes años aumentando aún más con las diferentes estrategias que se implementarán.

Para conocer este dato se implementa la siguiente ecuación: # de compradores posibles * precio promedio * cantidad promedio del producto.

Tabla 10. Demanda actual en unidades monetarias

Demanda actual en unidades Monetarias					
Linea	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Chilate	69900	83600	100600	120700	144800
Licor de Cacao	653380	784000	940800	1128960	1354710
Pastel de Cacao	840520	1008600	1210320	1452360	1742800
Bebida de Cacao granizado	770280	924300	7056060	8467260	10160700
Café de cacao	69900	83600	100600	120700	144800
Dulce de cacao	816680	980010	1176010	1411210	1693450
Chocolate caliente	69900	83600	100600	120700	144800

Fuente: Elaboración propia.

La población que visita el puerto Salvador Allende mensualmente equivale a 34,200 si lo convertimos anualmente es la de 410,400.

Al momento de realizar nuestra investigación de mercado logramos obtener los datos necesarios de aceptación. La demanda se proyecta en un laxo de cinco años, tomando de referencia el porcentaje de visita del puerto Salvador Allende en un 20%.

El cálculo para determinar la demanda se realiza multiplicando la población, el porcentaje demandante, frecuencia de consumo y cantidad que demanda (estos datos los encontramos en la investigación de mercado).

El análisis de la tabla de demanda actual, nos refleja que los productos como el licor de cacao (10.95%) y el chocolate caliente (13.69%). El licor de cacao tiene un resultado para el año 1: 9334 unidades, aumentando de manera significativa para el año 2 en 11,200 unidades, siguiendo en 13,440 unidades para el año 3, creciendo en el año 4 a 19,353 y culminando en el quinto año en 23,223.

El segundo producto chocolate caliente con 69,900, el tercer producto demandado es el pastel de cacao con 21,013, siguiente producto demandado chilate con 1,398.

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Todos los productos que ofertaremos tendrán gran aceptación por parte del mercado, ya que nuestro menú ofrece gran variedad para el consumidor.

4.3.7 Estrategia de Marketing.

Estrategia de precio.

Para el cálculo del precio de venta tomamos en cuenta factores muy importantes que influyen en el mismo tales son: costos de producción, precios de la competencia, precio que estaría dispuesto a pagar según resultados de la investigación de mercado y margen de ganancia del producto. Con un porcentaje de aumento del 4% para cada año.

Tabla 11. Precio sin IVA

Precio sin IVA					
Linea	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Chilate	1.67	1.74	1.81	1.88	1.95
Licor de cacao	2.34	2.41	2.48	2.55	2.62
Pastel a base de cacao	1.34	1.41	1.48	1.55	1.62
Bebida de cacao granizado	2	2.07	2.14	2.21	2.28
Café con cacao	1.67	1.74	1.81	1.88	1.95
Dulce de cacao	0.34	0.41	0.48	0.55	0.62
Chocolate caliente	1.67	1.74	1.81	1.88	1.95

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 12. Precios con IVA

Precio con IVA					
Linea	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Chilate	1.88	1.96	2.04	2.12	2.2
Licor de cacao	2.55	2.65	2.76	2.87	2.99
Pastel a base de cacao	1.55	1.61	1.67	1.74	1.81
Bebida de cacao granizado	2.21	2.30	2.39	2.49	2.59
Café con cacao	1.88	1.96	2.04	2.12	2.2
Dulce de cacao	0.55	0.57	0.59	0.61	0.63
Chocolate caliente	1.88	1.96	2.04	2.12	2.2

Fuente: Elaboración propia

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

En este caso, podemos observar que los precios se encuentran en dólares, tomando en cuenta que los mismo incrementan cada año por el comportamiento de la inflación del último año que ha sido del 5% en promedio, ya que se situó entre 4.5% y 5.5% tomando en cuenta una variación del 4.3% para todos los años.

Dada la tabla, podemos decir que nuestro precio es competitivo de acuerdo a la competencia indirecta que poseemos, no se compara con los precios de la competencia, siendo el nuestro el más accesible.

Es por ello que nuestro precio está dentro de los estándares de la industria. Por lo que nuestra estrategia de precio será orientada en precios de penetración para lograr entrar positivamente en el mercado. Logrando atraer rápidamente a nuevos clientes con base a su bajo costo, para obtener un aumento en la participación de mercado, en ventas y desalentar a la competencia.

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Estrategia de publicidad y promoción.

Tabla 13.

Acción	Objetivo	Actividades	Responsable	Duración/Frecuencia
Redes Sociales	Llegar a nuestro perfil de clientes de manera directa a través de esta plataforma	1. Realizar diseño de páginas en Facebook, instagram y twitter. 2. Crear publicaciones que promuevan el interés por visitar nuestro local	Elieth Urbina	Durante operación diaria del local
Revistas mañaneras en la TV	Estos espacios en la TV tienen una gran audiencia a nivel nacional	1. Realizar visitas en las revistas mañaneras de los canales 2,6,8,10,12,14	Ana Belén	2 meses
Material POP	Mantener un posicionamiento en la mente de los consumidores, a su vez solidificando la relación comercial	1. Cotizar 2. Elaborar Material POP 3. Entregar con cada compra a los clientes	Gabriela Sánchez	Indeterminado
Degustaciones	Estimular la compra de los consumidores	1. Cotizar stands 2. Determinar cantidad a degustar 3. Elaborar dichos productos	Gema Narváez	3 veces al año

La estrategia de mercado se determinó de acuerdo a la estrategia genérica del negocio, esto mediante la diferenciación. Para mayor aclaración se estableció la mezcla de marketing mix, con el propósito de lograr un mejor desarrollo del negocio, la aceptación de nuestros productos, la inserción y captación de nuevos mercados.

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

El giro del negocio está enfocado principalmente en el consumo del cacao y a su vez que las personas tengan más conocimiento sobre nuestra cultura, puesto que cuando hablamos de alimento debemos tener riguroso estándares de higiene y calidad que certifiquen nuestro producto 100% naturales nutritivo y saludable para el debido consumo.

Por otra parte podemos darnos a conocer mediante relaciones directas e indirecta de nuestros trabajadores ya que estos nos beneficiara también en la expansión del posicionamiento de nuestro negocio.

Nuestro precio será accesible al bolsillo de la población ya que estaremos en apertura de la nueva empresa.

Estrategia de Distribución

Canal directo:

Productor - Consumidor

Nos referimos al momento que el cliente realiza la compra directa del producto, el negocio contara con un menú en el que aparecerá muestra del producto. El local cuenta con diez mesas, para aquellos que desean consumir en el lugar. La estrategia de distribución que posee Cacao's Bar & Culture es selectiva ya que contaremos con un número de distribuidores reducido, todos estos además, deben cumplir diversos requisitos que le darán valor a nuestros producto/servicio.

Localización geográfica.

Municipio de Managua, distrito II, puerto Salvador Allende. Este punto geográfico nos permite maximizar el rendimiento de la distribución y las entrega de pedidos a nuestros clientes; logrando de esa forma establecer criterios estratégicos favorecedores para nuestra empresa tales como:

-Mayores ventas.

-Fácil acceso a nuestro producto/servicio.

-Posicionamiento frente a nuestra competencia indirecta.

Disponibilidad de costos de mano de obra

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Tiene un nivel bajo de importancia, ya que si un trabajador opta por dejar de colaborar para nuestra empresa se contrataría y capacitaría a un nuevo trabajador.

Cercanía de las fuentes de abastecimiento.

El grado de importancia es medio, porque nuestros proveedores enviarán nuestra materia prima a la capital, realizaremos pedidos mensualmente y proyecciones de la cantidad adecuada que necesitamos para la producción del mes.

Factores ambientales.

El cacao es una planta del estrato bajo de los bosques húmedos tropicales en donde el clima es cálido y húmedo durante casi todo el año. Su zona de cultivo es bastante restringida limitándose en un área próxima al Ecuador terrestre a límites de 20 grados aproximadamente, tanto al norte como al sur de la línea equinoccial.

La temperatura del aire y la precipitación pluvial son considerados como los factores climáticos críticos para su normal desarrollo, sin embargo existen otros factores que se deben considerar como son: viento, humedad relativa, luz, sombra y el factor ecológico suelo.

Cercanía del mercado.

Es de suma importancia estar cerca de nuestro mercado meta, de esta forma le brindaremos una atención personalizada y de calidad al momento de que tengan cualquier inconveniente.

Costo y disponibilidad de los suelos.

El nivel de importancia de esta variable es baja, porque la propiedad donde se realizar “COCOA CULTURE, S.A.” será alquilada con fondos propios de los accionistas.

Topografía de los suelos.

La zona del puerto Salvador Allende, se encuentra en una zona sísmica, por lo que las infraestructuras se encuentran debidamente construidas. Por esta razón tiene un grado de importancia alta.

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Estructura impositiva y legal.

Esta variable tiene un nivel medio de importancia porque se efectuará los pagos de todos los impuestos al día.

Disponibilidad de agua, energía y costo de suministros.

Estas variables son importante, necesitamos de servicios básicos como la luz y el agua para poder ofrecer nuestros servicios y productos.

Comunicaciones.

Mantener el contacto entre cada una de las áreas de la empresa es muy importante para saber cómo va el desempeño individual y conjunto de la empresa, de esa manera podremos cumplir las metas establecidas en el plazo que corresponde.

Posibilidad de desprenderse de desechos.

Tiene un nivel bajo de importancia porque día a día se desechará la basura generada del día, evitando la contaminación ambiental dentro y fuera de la empresa.

4.3.8 Plan de acción.

Tabla 14.

Presupuesto de Marketing					
Acción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Redes sociales	\$ 1,000.00	\$ 1,050.00	\$ 1.100.00	\$1.150.00	\$ 1.200.00
Revistas mañaneras	\$ 0.00	\$ 0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Anuncios Radiales	\$ 400.00	\$450.00	\$ 500.00	\$550.00	\$ 600.00
Material POP	\$ 560.00	\$ 670.00	\$ 770.00	\$870.00	\$ 970.00
Degustaciones	\$ 100.00	\$ 150.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00
Total	\$ 2,060.00	\$ 2,330.00	\$ 2,590.00	\$2,800.00	\$ 2,960.00

Fuente: Elaboración Propia.

El costo de publicidad en redes sociales es muy bajo, debido a que se realizarán estrategias para que las personas publiquen, compartan y recomienden la página y el lugar, para esto contrataremos a un administrador para la red social de nuestro

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

local. Las revistas mañaneras tienen espacios en el cual no cobran por presentar una empresa, esto lo aprovechará la empresa para reducir el presupuesto publicitario.

El material POP se entregará a los clientes, ya sea llaveros, tazas, libros y afiches. Las degustaciones se efectuarán por medio de pequeñas presentaciones de cada uno de los productos.

4.3.9 Proyecciones de ventas.

Tabla 15.

Demanda potencial en unidades físicas					
Línea	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Chilate	15937000	17530700	19283770	21212147	23333361
Licor de cacao	44623600	49085960	53994556	54394011	65333412
Pastel a base de cacao	12749600	14024560	15427016	16969717	18666688
Bebida de cacao granizado	19124400	21036840	23140524	25454576	28000033
Café con cacao	15937000	17530700	19283770	21212147	23333361
Dulce de cacao	6374800	7012280	7713508	8484858	17818201
Chocolate caliente	15937000	17530700	19283770	21212147	23333361

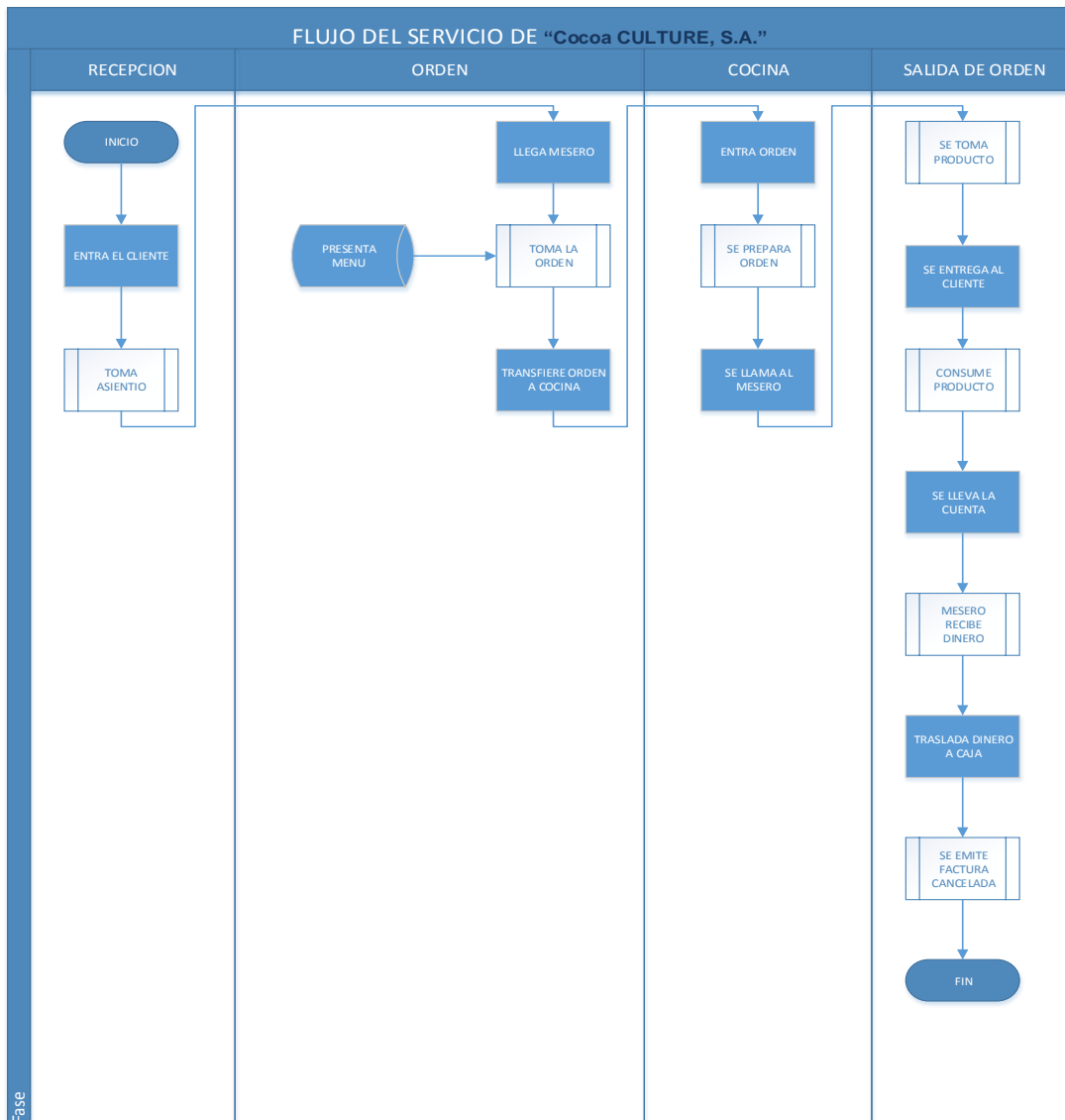
Se estima que en el primer año de proyección de la demanda de Cacao's Bar & Culture es de 90522100 para los productos ofertados, este dato fue calculado con el total de la población demandante y la cantidad anual que estarían dispuestos a comprar los consumidores por el valor de cada producto, luego se suma el dato de cada producto obteniendo así la demanda monetaria potencial para el primer año.

De acuerdo a lo que podemos observar en la tabla es que nuestras proyecciones de venta correspondiente, van creciendo cada año, en un 10% esto corresponde al aumento de la población, de esta manera se puede apreciar que en el primer año se prevee vender C\$130,683,400, así en el segundo año C\$274,435,140 continuando con el tercer año C\$432,562,054 el cuarto año C\$601,501,657 y finalmente el quinto año con C\$801,320,054.

5. PLAN DE PRODUCCIÓN.

Se inicia con la entrada al cliente luego toma asiento, el mesero llega toma su orden y la lleva a cocina donde se inicia el proceso de elaboración del producto, luego el mesero toma el producto se lo lleva al cliente para ser consumido el producto después el mesero lleva la cuenta el cliente luego paga en caja y se retira.

5.1. Flujograma del servicio



Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

5.2 Activos Fijos

En la presente tabla se presenta el detalle del total de los activos que se utilizarán para la puesta en marcha del negocio, en ella se muestra el detalle del Equipo de Cocina y el Mobiliario y Equipo de Oficina del negocio.

En la tabla se muestra relativamente todo lo que consideramos necesario para la puesta en marcha del negocio, en ella tenemos cuantas unidades utilizaremos de cada uno de ellos y su correspondiente precio en dólares.

Para obtener los precios reales de dichos artículos realizamos distintas cotizaciones en distintos comercios a nivel nacional e internacional.

Tabla 16.

Activo	Detalle	Precio US \$	Cantidad	Valor Total US \$
Equipo de Cocina.	Empacadora	400.00	1	400.00
	Cocina	311.44	1	311.44
	Cafetera	75.38	2	150.76
	Refrigeradora	983.57	1	983.57
	Licuada	86.36	3	259.08
Mobiliario y Equipo de Oficina	Computadoras	426.2	2	852.40
	Caja Registradora	113	1	113.00
	Impresora	45.87	1	45.87
	Teléfono	26.2	1	26.20
	Sillas Ejecutivas	131.15	2	262.30
	Escritorio	85	1	85.00
Otros Activos	Televisor	327.84	1	327.84
	Tablet	163.9	2	327.80
	Libreros	82	3	246.00
	Sillas	11.48	60	688.80
	Mesas	25.25	15	378.75
	Juego de Sofás Plásticos	193.44	5	967.20
	Libros (Usados)	2.62	100	262.00
	Cuadros Artesanales	20	4	80.00
Total		\$ 3,510.70	206	\$ 6,768.01

Fuente: Elaboración Propia.

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Tabla 17. Términos y Condiciones de la compra de los equipos

Activo	Detalle	Proveedor	Características del Activo/ Especificaciones técnicas	Tipo de Compra (Crédito/Contado)	Uso que se le dará
Equipo de Producción	Empacadora	NOVA MART SOLUTION.	Mantenimiento preventivo.	Contado	Servicio
	Cocina	Gallo más Gallo	Mantenimiento preventivo.	Contado	Servicio
	Cafetera	Gallo más Gallo	Mantenimiento correctivo.	Contado	Servicio
	Refrigeradora	Gallo más Gallo	Mantenimiento preventivo.	Contado	Servicio
	Licuada	Gallo más Gallo	Mantenimiento correctivo.	Contado	Servicio
Mobiliario y Equipo de Oficina	Computadoras	La Curacao	Mantenimiento preventivo.	Contado	Admon.
	Caja Registradora	Prince Smart	Mantenimiento preventivo.	Contado	Servicio
	Impresora	La Curacao	Mantenimiento preventivo.	Contado	Admon.
	Teléfono	Radio Shack	Mantenimiento correctivo.	Contado	Admon.
	Sillas Ejecutivas	La Curacao	Mantenimiento correctivo.	Contado	Admon.
	Escritorio	Muebles en línea	Mantenimiento preventivo.	Contado	Admon.

Fuente: Elaboración Propia.

Para la adquisición de nuestros activos tomamos como proveedores al Gallo más Gallo, La Curacao, Prince Smart, entre otros.

Decidimos comprar todo el mobiliario y equipos al contado, dado que al comprar al contado los artículos poseen un menor valor y es recomendable tener una sola deuda o mejor dicho de otra forma un solo financiamiento y así hacerle un solo préstamo al banco.

Por lo general dichos mobiliarios y equipos recibirán un mantenimiento preventivo, ya que los artículos en su mayoría son eléctricos y existe un estimado de cada cuánto hay que realizarles mantenimiento.

Los mobiliarios y equipos se utilizarán en el área de administración y en el área de servicio.

Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."

Tabla 18. Gastos de Mantenimiento

Activo	Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo de Producción	Empacadora	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00
	Cocina	\$5.00	\$5.00	\$5.00	\$5.00	\$5.00
	Refrigeradora	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00
Mobiliario y Equipo de Oficina	Computadoras	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00
	Caja Registradora	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00
	Impresora	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00
	Sillas Ejecutivas	\$10.00	\$15.00	\$15.00	\$15.00	\$15.00
	Escritorio	\$15.00	\$5.00	\$5.00	\$5.00	\$5.00
Otros Activos	Televisor	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00
	Tablet	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00
	Libreros	\$15.00	\$15.00	\$15.00	\$15.00	\$15.00
Total		\$255.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00

Fuente: Elaboración Propia.

Estipulamos una cuota fija para los 5 años sobre los gastos de mantenimiento de los activos dado a que el los valores están fijados en dólares, ya que el córdobas se deprecia con forme al dólar, es decir al hacerle el tipo de cambio de en esos momentos, se pagara más en córdobas por esos servicios y por lo general los precios en dólares no son tan cambiantes.

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Tabla 19. Vida Útil de los Activos Fijos.

Activo	Detalle	Valor del Activo US \$	Monto a depreciar Año 1	Monto a depreciar Año 2	Monto a depreciar Año 3	Monto a depreciar Año 4	Monto a depreciar Año 5
Equipo de Producción	Empacadora	\$ 400.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00
	Cocina	\$ 311.44	\$ 62.29	\$ 62.29	\$ 62.29	\$ 62.29	\$ 62.28
	Cafetera	\$ 150.76	\$ 30.16	\$ 30.15	\$ 30.15	\$ 30.15	\$ 30.15
	Refrigeradora	\$ 983.57	\$ 196.72	\$ 196.72	\$ 196.71	\$ 196.71	\$ 196.71
	Licuadora	\$ 259.08	\$ 51.82	\$ 51.81	\$ 51.81	\$ 51.81	\$ 51.81
Mobiliario y Equipo de Oficina	Computadoras	\$ 852.40	\$ 426.20	\$ 426.20	\$ -	\$ -	\$ -
	Impresora	\$ 45.87	\$ 22.94	\$ 22.93	\$ -	\$ -	\$ -
	Telefono	\$ 26.20	\$ 13.10	\$ 13.10	\$ -	\$ -	\$ -
	Caja Registradora	\$ 113.00	\$ 22.60	\$ 22.60	\$ 22.60	\$ 22.60	\$ 22.60
	Sillas Ejecutivas	\$ 262.30	\$ 52.46	\$ 52.46	\$ 52.46	\$ 52.46	\$ 52.46
Otros Activos	Escritorio	\$ 85.00	\$ 17.00	\$ 17.00	\$ 17.00	\$ 17.00	\$ 17.00
	Televisor	\$ 327.84	\$ 65.57	\$ 65.57	\$ 65.57	\$ 65.57	\$ 65.56
	Tablet	\$ 327.80	\$ 163.90	\$ 163.90	\$ -	\$ -	\$ -
	Libreros	\$ 246.00	\$ 24.60	\$ 24.60	\$ 24.60	\$ 24.60	\$ 24.60
	Sillas Plásticas	\$ 688.80	\$ 137.76	\$ 137.76	\$ 137.76	\$ 137.76	\$ 137.76
	Mesas Plásticas	\$ 378.75	\$ 75.75	\$ 75.75	\$ 75.75	\$ 75.75	\$ 75.75
	Juegos de Salas Plásticos	\$ 967.20	\$ 193.44	\$ 193.44	\$ 193.44	\$ 193.44	\$ 193.44
Total		\$ 6,426.01	\$ 1,636.30	\$ 1,636.28	\$ 1,010.14	\$ 1,010.14	\$ 1,010.12

Fuente: Elaboración Propia.

Según la Ley De Concertación Tributaria (LCT), Ley N° 822 y su respectivo reglamento le permite a las empresas depreciar sus activos conforme ley. Según el Artículo 39, numeral 12 dice que la depreciación es deducible para efectos de producir la renta gravable.

La depreciación de los activos se da través del método de línea recta, donde se toma en cuenta el valor total de cada activo que entre en ley para depreciarlo y divide entre los años que estipula en la ley que se deberá depreciara cada activo.

Según el Artículo 45 de la LCT y el Artículo 34 de su reglamento, numeral 3, inciso d) numeral i, dice que la depreciación de maquinarias y equipos de oficina de depreciaran en un periodo de 5 años.

Cabe destacar que en el mismo Artículo 45 de la LCT y el Artículo 34 de su reglamento, numera 3, inciso d) numeral iv, recita que la depreciación para Equipos de Computación (Laptop, tableta, escáner, fotocopiadoras, entre otros) se depreciaran en un periodo de dos años.

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Tabla 20: Capacidad planificada y futura.

Capacidad	Producción/Número de Servicios que se pueden atender/ Producción	Participación d Mercado en Unidades Físicas/Servicio	Eficiencia del Sistema (%)	Capacidad Ociosa (%)
Año 1	252,000	219,589	87%	13%
Año 2	288,000	263,498	91%	9%
Año 3	372,600	361,202	96%	4%
Año 4	388,800	379,440	97%	3%
Año 5	460,600	455,324	98%	2%
Total	1762,000	1679,053		

Fuente: Elaboración Propia.

Tomando en cuenta la participación del mercado en unidades físicas/ servicios obtuvimos los resultados que se muestra en la tabla, en la eficiencia del sistema que utilizamos en el negocio para atender a nuestro clientes y la Capacidad ociosa tuvimos que calcular la Producción/Número de servicios que se pueden atender.

Para el cálculo de Producción/Número de servicios que se pueden atender tomamos en cuenta que para el primer año atenderemos 7 horas, 360 días calendario, con una capacidad de atender a 100 personas, eso al dividirlo con la participación del mercado nos dio la eficiencia del sistema, que para el primer año representa el 87%, con una capacidad ociosa del 13% dentro del cual estipulamos que existen de 15 a 20 min en los que tardan en llegar más cliente y lo que tardan los mesero en tener despejada el área de atención.

Para el segundo año atenderemos 8 horas, 360 días calendario, con una capacidad de atender a 100 personas, eso al dividirlo con la participación del mercado nos dio la eficiencia del sistema, que para el primer año representa el 91%, con una capacidad ociosa del 9% dentro del cual estipulamos que existen de 15 a 18 min en los que tardan en llegar más cliente y lo que tardan los meseros en tener despejada el área de atención.

Para el tercer año atenderemos 9 horas, 360 días calendario, con una capacidad de atender a 115 personas, eso al dividirlo con la participación del mercado nos dio la eficiencia del sistema, que para el primer año representa el 96%, con una capacidad ociosa del 4% dentro del cual estipulamos que existen de 10 a 15 min en los que tardan en llegar más cliente y lo que tardan los meseros en tener despejada el área de atención.

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Para nuestro penúltimo años, tomamos las mismas 9 horas pero con una capacidad para atender de 120 personas, esto nos dio una eficiencia del 97% y un tiempo de ociosidad del 3%.

En el último año se laborara 10 horas en los 360 días calendarios en los cuales se atenderá a 128 personas, esto nos da una eficiencia del 98% y una ociosidad del 2%.

Tabla 21. Costos Unitarios.

Linea de Producto/Servicio	Costo (US \$) Año 1	Costo (US \$) Año 2	Costo (US \$) Año 3	Costo (US \$) Año 4	Costo (US \$) Año 5
Chilate	0.87	0.91	0.96	1.01	1.06
Licor de Cacao	0.33	0.35	0.37	0.39	0.41
Pastel de Cacao	0.77	0.81	0.85	0.89	0.93
Bebida de Cacao granizado	0.54	0.57	0.6	0.63	0.66
Café de cacao	0.56	0.59	0.62	0.65	0.68
Dulce de cacao	1.4	1.47	1.54	1.62	1.7
Chocolate caliente	0.58	0.61	0.64	0.67	0.7
Total	\$ 5.05	\$ 5.31	\$ 5.58	\$ 5.86	\$ 6.14

Fuente: Elaboración Propia

Para el cálculo de los Costos Unitarios de cada producto tomamos en cuenta el precio que mantiene cada ingrediente de los productos actualmente en el mercado.

Para la proyección de los siguientes años tomamos en cuenta un indicador, el cual dicho indicar que tomamos fue la inflación ya que el porcentaje que representa la inflación toma en cuenta la mayoría de los indicadores económicos, entre ellos el más importante para esta proyección el IPC.

Le dimos un 5% de inflación promedia según estudios realizados en nuestro plan de marketing.

Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."

5.5. Mano de Obra Directa.

En el personal de la mano de obra directa del primer año tendremos 4 personas, el cual se conforma por 1 cocinero y 1 ayudante de cocina. Los salarios que se muestra en las presentes tablas para determinar el pago del primer año tomamos como referencia el comunicado que emitió el Ministerio del trabajo el día uno de septiembre del año 2017, donde se estipulan los salarios por sector.

En el cual también dice que se realizara un ajuste salarial cada 6 meses al salario mínimo del 4.125%, el cual da un 8.25% anual.

Dentro del cálculo de los salarios, en las cifras que se presenta va influido el 46% de las prestaciones sociales estipuladas en distintas secciones del código del trabajo.

Para las proyecciones de los salarios anualmente aumentamos el 8.25% en los salarios como lo dice el Acta N° 2 CNSM 17/08/17.

Para el primer y segundo año mantendremos los mismos trabajadores, para el tercer y cuarto año se contrataran dos ayudantes más de cocina, uno por cada año.

Tabla 22. Calculo de Mano de Obra

Mano de Obra Directa	Número de personas en el Cargo	Salario Mensual por colaborador	Salario Anual
Cocinero	1	\$ 350.00	\$ 4,200.00
Ayudante	1	\$ 300.00	\$ 3,600.00
Total	2	\$ 650.00	\$ 7,800.00

Fuente: Elaboración Propia

Mano de Obra Directa	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cocineros	\$ 4,200.00	\$ 4,200.00	\$ 4,200.00	\$ 4,200.00	\$ 4,200.00
Ayudante	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 7,200.00	\$ 14,400.00	\$ 28,800.00
Total	\$ 7,800.00	\$ 7,800.00	\$ 11,400.00	\$ 18,600.00	\$ 33,000.00

Fuente: Elaboración Propia

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Para el cálculo de la Mano de Obra Indirecta tendremos un administrador, un cajero y tres meseros en el local.

Tomamos como punto de partida en comunicado emitido por el ministerio del trabajo como base para determinar el salario de cada uno de los trabajadores.

Los salarios no sufrirán ningún tipo de aumento dado que los salarios están estipulados en dólares.

Para los puestos de los meseros a partir de tercer año de operación de la empresa se contratara un mesero más por año.

Tabla 23. Mano de Obra Indirecta.

Mano de Obra Indirecta	Número de personas en el Cargo	Salario Mensual por colaborador	Salario Anual
Administrador	1	\$ 460.00	\$ 5,520.00
Cajero	1	\$ 370.00	\$ 4,440.00
Meseros	3	\$ 320.00	\$ 11,520.00
Total	5	\$ 1,150.00	\$ 21,480.00

Fuente: Elaboración Propia

Mano de Obra Indirecta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administrador	\$ 5,520.00	\$ 5,520.00	\$ 5,520.00	\$ 5,520.00	\$ 5,520.00
Cajero	\$ 4,440.00	\$ 4,440.00	\$ 4,440.00	\$ 4,440.00	\$ 4,440.00
Meseros	\$ 11,520.00	\$ 11,520.00	\$ 15,360.00	\$ 19,200.00	\$ 13,440.00
Total	\$ 21,480.00	\$ 21,480.00	\$ 25,320.00	\$ 29,160.00	\$ 23,400.00

Fuente: Elaboración Propia

5.6. Cálculo de Gastos Generales

Como se puede apreciar en la tabla anterior tenemos todos los gastos generales en los que se incurrirán por 5 años la empresa, donde tenemos el alquiler del local, dado que rentaremos un local en El Puerto Salvador Allende, dado que en ese centro turístico solamente se pueden alquilar los locales, no se venden, también se puede observar el pago de los servicios básicos como los son el agua, energía eléctrica, cable, teléfono e internet.

Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."

Contratamos servicios contables como lo son del contador y el guarda de seguridad, por lo cual nos sale más factible y así reducimos costos, porque al contratar a una persona por servicios profesionales no se le tendrá que pagar ningún tipo de prestaciones sociales.

Decidimos pagarle al contador una comisión y el combustible por el uso de su vehículo, ya que la microempresa no cuenta con un vehículo propio porque es más rentable pagarle al administrador del negocio estas prestaciones que adquirir un vehículo ya sea nuevo o usado.

Podemos observar que la depreciación es significativa con respecto al cálculo de los gastos.

Para las proyecciones de todos los gastos generales utilizamos un 5% de la inflación.

Tabla 24. Gastos Generales.

Gastos Generales					
Detalles	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Presupuesto de Mercadeo	\$ 1,000.00	\$ 1,050.00	\$ 1,100.00	\$ 1,150.00	\$ 1,200.00
Depreciación	\$ 1,636.30	\$ 1,636.30	\$ 1,010.14	\$ 1,010.14	\$ 1,010.12
Servicios básicos (agua, luz telef, internet)	\$ 4,800.00	\$ 5,040.00	\$ 5,292.00	\$ 5,556.60	\$ 5,834.43
Alquiler del local.	\$ 14,400.00	\$14,400.00	\$ 14,400.00	\$ 14,400.00	\$ 14,400.00
Utencilios	\$ 277.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Insumos	\$ 283.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Materiales de reposición	\$ -	\$ 290.00	\$ 300.00	\$ 310.00	\$ 320.00
Gastos Administrativos en general	\$ 13,280.00	\$13,944.00	\$ 14,641.20	\$ 15,373.26	\$ 16,141.92
1% sobre ventas	\$ 3,077.65	\$ 3,877.67	\$ 4,885.95	\$ 6,156.25	\$ 7,756.79
Matricula alcaldia (2%)	\$ 80.00	\$ 652.74	\$ 822.47	\$ 1,036.30	\$ 1,305.73
Gastos Generales	\$ 38,833.95	\$40,890.71	\$ 42,451.76	\$ 44,992.56	\$ 47,968.99
Gastos Generales sin depreciación	\$ 37,197.65	\$39,254.41	\$ 41,441.62	\$ 43,982.42	\$ 46,958.87

Elaboración Propia.

6. PLAN DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

6.1 Forma de constitución legal de la empresa

COCOA CULTURE. S.A. Es una empresa creada por varios socios fundada como sociedad ANONIMA en Nuestro caso todos los inversionistas/ socios (5) cada uno de ellos aportara el 20% del capital de inversión equitativamente al 100% debido a la unión de esfuerzos y capitales de este modo todos los socios invertirán partes iguales para la sociedad convirtiéndose estas en acciones iguales con fines de lucro para cada uno de ellos y así poder dar inicio con **COCOA CULTURE, S.A.**

Esta sociedad se establece mediante Escritura Pública de Constitución de Sociedad y Estatutos, la cual para adquirir la personalidad jurídica se inscribe ante el REGISTRO PUBLICO DE LA PROPIEDAD INMUEBLE Y MERCANTIL DE MANAGUA. La administración de la Sociedad le corresponde a una Junta Directiva integrada únicamente por los accionistas y la representación legal de la Sociedad la Representara uno de los inversionistas debido a la responsabilidad directa ante terceros y reparto de utilidades entre socios .

Concluimos por esta forma de constitución debido a que la sociedad anónima (S.A) tiene ventajas que nos ayudan y nos favorece como empresa que quiere posicionarse en el comercio y poder dar sus inicios de los cuales las ventajas de la protección especial de la ley para asegurar interés de socios frente a terceros y administradores frente a posibles abusos también una de las ventajas primordial es que las deudas tanto interna como externas de la empresa se solventan con las mismas utilidades de la empresa y no con el capital de los socios o miembro

Señor Registrador Público de la Propiedad Inmueble Mercantil de Managua, Yo Ana Belén Roa Blanco, Mayor de edad (24 años), Soltera, Lic. En economía de nacionalidad Nicaragüense Identificado con Cedula de identidad No.001-290593-0021F de este domicilio que sita en Managua UNI rupap 1cabajo1calsur1abajo1/2alsur De conformidad con el artículo 157 de la ley 698 ley general de los registros públicos.

Solicito inscribirme como Representante legal de “**COCOA CULTURE, S.A.**” individual y el sellado de mis libros Diario y mayor y para ese fin expongo:

- 1- La dirección de mi negocio es: Managua/Nicaragua puerto salvador allende
- 2- Me dedicare a: Restaurante-Bar
- 3- Fecha en la que iniciara mi actividad económica será: 13 de Noviembre 2017

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

4- El nombre comercial será: “COCOA CULTURE, S.A.”

Afirmo bajo mi responsabilidad no estar sujeto a la patria potestad, ni comprendido en ninguna de las incapacidades generales para contratar, ni en las especiales señaladas en el Código de Comercio sobre las prohibiciones para ejercer el comercio.

Managua, 8 de octubre del año 2017.

Ana Belén Roa Blanco
Nombre y firma del solicitante
Cédula de identidad 001-290593-0021F

Según la LEY DE PROMOCIÓN, FOMENTO Y DESARROLLO DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA (LEY MIPYME) LEY No. 645, Aprobada el 24 de Enero del 2008 Publicada en La Gaceta No. 28 del 08 de Febrero del 2008 el objetivo principal es fomentar y desarrollar de manera integral la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME) propiciando la creación de un entorno favorable y competitivo para el buen funcionamiento de este sector económico de alta importancia para el país.

Toda persona natural debidamente inscrita como comerciante en el Registro Público Mercantil correspondiente, tendrá los mismos beneficios, deberes y derechos que concede la presente Ley y podrá inscribirse en el Registro Único de las MIPYME.

El tamaño de una empresa se clasifica dependiendo del número total de trabajadores permanentes, activos totales y ventas anuales totales

6.1.2 Tamaño de la empresa.

El tamaño de una empresa según la Ley 645 se clasifica de acuerdo al número total de trabajadores permanentes, activos totales y ventas anuales.

	Micro	Pequeña	Mediana
Nº de trabajadores	1-5	6-30	31-100
Activos totales C\$	Hasta 200 mil	Hasta 1.5 millones	Hasta 6.0 millones
ventas totales C\$	Hasta 1 millón	Hasta 9 millones	Hasta 40 millones

Tabla 47. Clasificación Legal de Pequeñas y Medianas empresas en Nicaragua.

Fuente: Reglamento de Ley MIPYME, Decreto No. 17-2008

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Según su tamaño e infraestructura es considerada una pequeña empresa ya que cuenta inicialmente con un total 5 empleados sus ventas anuales ascenderán según sus activos fijos ya que las ventas y activos están valorados en dólares

Como sociedad anónima debemos cumplir ciertos requisitos y cumplir con permisos específicos de acuerdo a nuestro tipo de negocio, los cuales están descritos a continuación:

6.1.3 Trámites, Permisos y Licencias de Operación que debe cumplir.

Como Sociedad Anónima tenemos la debida obligación de cumplir con las reglas y obligaciones permisos específicos que estipula la ley de acuerdo a nuestro rubro de empresa los cuales estarán descrito a continuación:

Tramite	Instancia	Requisito	Periodo
Constitución Legal	Registro público de la propiedad inmueble y mercantil de Managua.	*Escritura de constitución. *Solicitud de inscripción como comerciante original en papel sellado y firmada por el presidente. * Fotocopia de cedula de identidad de la persona que emite la solicitud. * Libros contables de la empresa. *poder general en administración con papel sellado con C\$ 70 del pago de timbre Fiscales.	Vencimiento o 30 días
Poder de Administración al representante legal	Notario Público.	Documento de identidad del representante.	2 días
Número Ruc	Dirección General de ingreso DGI	Documentos de identificación del Representante Legal de la persona jurídica, el documento que hace constar su domicilio fiscal. * Copia certificada del acta constitutiva y sus estatutos, debidamente inscritos en los respectivos libros que lleva el Registro.	30 días
Apertura de cuenta	BDF	*cedula Ruc *origen de fondos * original y copia del documento del	4 días

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

		representante legal	
Registro en la Alcaldía	Alcaldía de Managua	*Libros contables debidamente registrados *Copia de escritura de constitución *Constancia de Matricula	2 semanas
Registro Sanitario	Ministerio de Salud	* Copia de Licencia Sanitaria o Permiso de *Funcionamiento vigente para la Fábrica *Llenar solicitud que lleve datos del titular, fabricante y datos del producto.	30 Dias
Contribuyente al Admón. de las rentas	Administración de Rentas	Realizar Inspección en el comercio *solicitar inspección como contribuyente	
Instituto Nicaragüense De seguridad Social	INNS	Incorporación de solicitud al nuevo empleador.	2 Meses

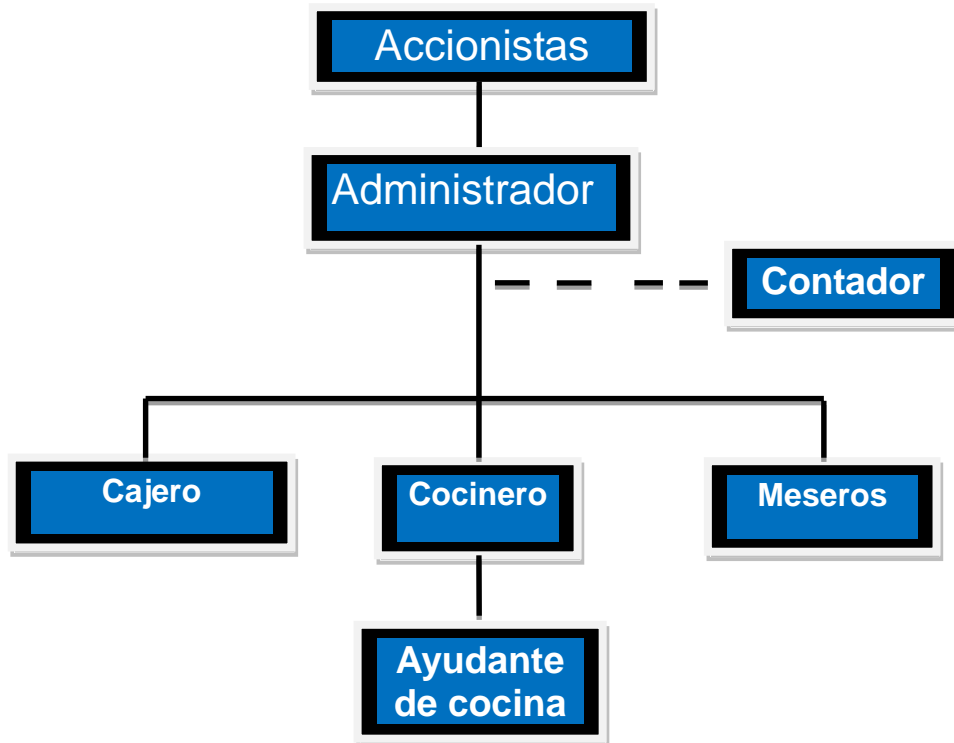
Ley 645. Ley de Promoción, Fomento y Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Pág. 4

6.2. Estructura de organización.

Cocoa Culture mantendrá El tipo de estructura organizacional es funcional, ya que el personal se encuentra dividido según las funciones que desempeñan, esta estructura permite aprovechar con eficiencia los recursos especializados. Otra ventaja importante de la estructura por funciones es que facilita mucho la supervisión, además, facilita el movimiento de las habilidades especializadas, para poder usarlas en los puntos donde más se necesitan.

A Continuación describiremos la estructura organizacional de “**COCOA CULTURE S.A**” de acuerdo al siguiente organigrama:

“COCOA CULTURE, S.A.”



Descripción del Organigrama.

En el presente Organigrama se muestra primeramente a los Accionistas ya que ellos son los dueños de la microempresa, por debajo de lo accionistas se encuentra el administrador ya que será el que represente a los accionistas ante los trabajadores y ante el público en general.

Luego por debajo del administrador con líneas discontinuas tenemos al contador, dado que las líneas discontinuas significan que el contador labora para la empresa, pero es independiente ya que es contratado por servicios profesionales.

Del Administrador se desprenden el Cajero, Meseros y Cocinero a un mismo rango, ya que los tres ellos serán mandados por el Administrador.

Por ultimo por debajo del cocinero se encuentra el ayudante de cocina, para efectos de jerarquía, su jefe inmediato será el Cocinero, pero siempre su jefe superior será el Administrador.

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

6.3 Actividades y Gastos Pre operativos.

A continuación se describen las actividades y gastos pre-operativos que **COCOA CULTURE, S.A.** Debe realizar antes de poner en funcionamiento la empresa. La información se muestra en las siguientes tablas con la duración y el costo de cada una.

Tabla 25.

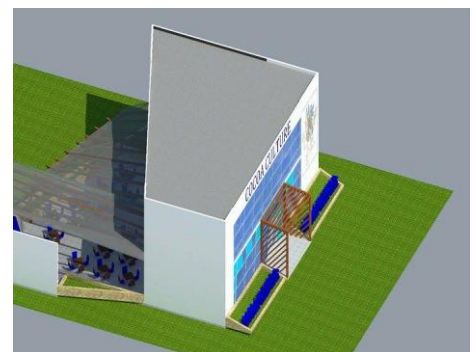
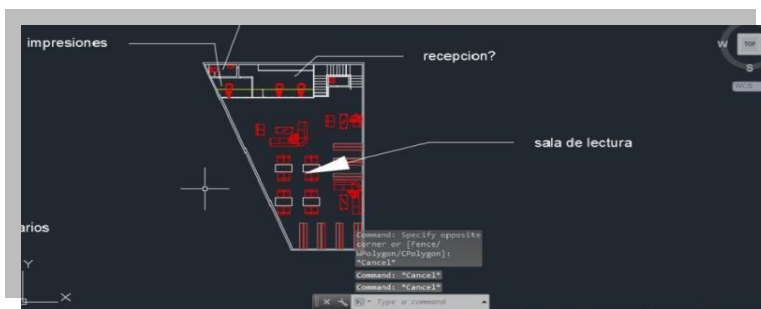
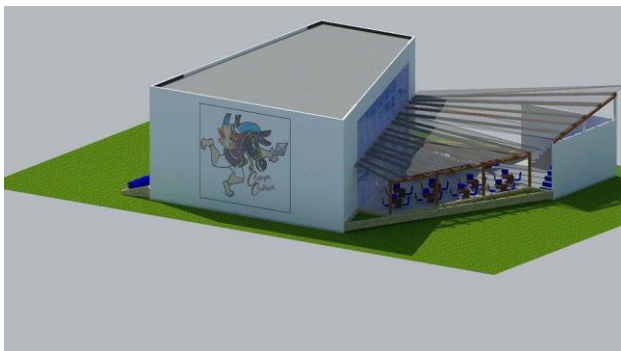
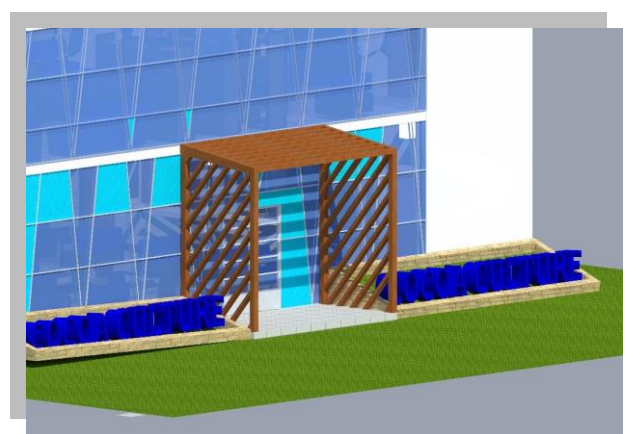
Actividad	Duración	Gastos
Trámites Legales	1 MES	U\$ 100
Plan de Negocio	4 MESES	U\$ 500
Búsqueda de Financiamiento.	1MES	U\$ 100
Reclutamiento del Personal	15 DIAS	U\$ 200
Cotización de Maquinaria	15 DIAS	U\$ 100
Instalación de Mobiliario y Equipo.	1 MES	U\$ 100
TOTAL		U\$ 1,000

Así mismo, se muestra mediante un diagrama de Gantt el cronograma de actividades que se realizaron, los números que aparecen es el número de meses que duró la tarea descrita de nuestro plan de negocios **COCOA CULTURE, S.A.”. año 2017**

Mes	Julio	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre	
Semanas	1	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
Plan de Negocio															
Trámites Legales															
Búsqueda de Financiamiento															
Reclutamiento del Personal															
Cotización de Maquinaria															
Instalación de Mobiliario y Equipo.															
Apertura del Negocio															

Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."

Plano de las Instalaciones



Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

7. PLAN DE FINANZAS.

El Monto total de Inversión para poner en “COCOA CULTURE, S.A.” es de \$39,794.38 de los cuales el 50% será asumido por los socios por partes equitativas que es equivalente a U\$ 3,979.44, el 50% equivalente a \$19,897.19 será financiado por un préstamo en el Banco de Finanzas (BDF).

El cual el total de su inversión lleva incluido el total de sus activos y su capital de trabajo, también es conformado por sus gastos pre operativo para la formación de la empresa.

Decidimos financiarlo 50% socios y 50% a través de un préstamo con el banco BDF ya que para poder adquirir un préstamo es necesario que el deudor posea capital para responder sobre su deuda en caso que no la pueda cubrir. Al tener más capital propio el negocio obtendrá más beneficios, porque entre menos se deba menos intereses cobrara.

7.1 Plan de Inversión.

Tabla 26.

Concepto	Inversión total	Financiamiento	
	Monto	Fondos Propios	Préstamos
Equipo de Oficina y Cocina	\$ 6,768.02	\$ 3,384.01	\$ 3,384.01
Equipo de Oficina	\$ 2,104.85	\$ 1,052.43	\$ 1,052.43
Equipamiento de Cocina	\$ 4,663.17	\$ 2,331.58	\$ 2,331.58
Capital de Trabajo:	\$ 23,527.00	\$ 11,763.50	\$ 11,763.50
Capital Trabajo	\$ 23,527.00	\$ 11,763.50	\$ 11,763.50
Gastos pre operativos	\$ 9,499.37	\$ 4,749.68	\$ 4,749.69
Gastos pre operativos	\$ 9,499.37	\$ 4,749.69	\$ 4,749.69
Totales:	\$ 39,794.38	\$ 19,897.19	\$ 19,897.20
	Total	Aporte	Financiamiento
	100%	50%	50%

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

7.2 Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 27.

Calculo de Rentabilidad Proyectada					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 307,764.91	\$ 387,766.69	\$ 488,595.44	\$ 615,625.50	\$ 775,678.90
Costo de los bienes vendidos	\$ 207,822.98	\$ 258,890.56	\$ 328,500.13	\$ 409,583.60	\$ 511,747.54
Utilidad Bruta	\$ 99,941.93	\$ 128,876.13	\$ 160,095.32	\$ 206,041.89	\$ 263,931.35
Gastos Generales (sin depreciación)	\$ 37,197.65	\$ 39,254.41	\$ 41,441.62	\$ 43,982.42	\$ 46,958.87
Gastos Administración	\$ 33,979.32	\$ 31,634.60	\$ 39,581.88	\$ 45,184.44	\$ 45,184.44
Depreciación	\$ 1,636.30	\$ 1,636.30	\$ 1,010.14	\$ 1,010.14	\$ 1,010.12
Total Gastos de Operación	\$ 72,813.27	\$ 72,525.31	\$ 82,033.64	\$ 90,177.00	\$ 93,153.43
Utilidad de Operación	\$ 27,128.66	\$ 56,350.83	\$ 78,061.67	\$ 115,864.90	\$ 170,777.93
Intereses pagados	\$ 3,100.70	\$ 2,399.19	\$ 1,573.44	\$ 595.84	
Utilidad antes de impuestos	\$ 24,027.96	\$ 53,951.64	\$ 76,488.24	\$ 115,269.06	\$ 170,777.93
Impuestos 30% IR	\$ 7,208.39	\$ 16,185.49	\$ 22,946.47	\$ 34,580.72	\$ 51,233.38
Utilidad neta	\$ 16,819.57	\$ 37,766.15	\$ 53,541.77	\$ 80,688.34	\$ 119,544.55

En la tabla anterior se demuestra que el plan de negocio Cocoa Culture es rentable, ya que a como se puede observar nuestro proyecto generara ganancias desde el primer año, la utilidad que presenta desde el primer año es de \$ 16, 819.57 esta es su utilidad neta, después de sus deducciones y gastos, la empresa es rentable cumplido con los deberes fiscales y haber cubierto sus costos, lo cual se cumple lo que planteamos en nuestro entorno económico, ya que cubriendo los impuestos generara desarrollo al país.

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Las utilidades que presenta son de manera ascendente en todos sus años, de manera que para el quinto año este plan de negocios nos muestra una ganancia de \$ 119,544.55.

Esto se debe a que el margen de ganancia sobre los costos es bueno, dado que el producto que escogimos procesar tiene costos aceptables y es una materia prima que siempre se puede encontrar, por lo cual eso ayuda a que se mantenga en costo de estos productos, siendo así sus costos no muy elevados.

Tabla 26.

Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."

Balance general						
ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos circulantes	\$ 33,026.36	\$ 47,693.32	\$ 82,605.35	\$ 131,841.07	\$ 207,237.87	\$ 327,792.54
Caja y bancos	\$ 33,026.36	\$ 47,693.32	\$ 82,605.35	\$ 131,841.07	\$ 207,237.87	\$ 327,792.54
Activo fijo	\$ 6,768.02	\$ 5,131.72	\$ 3,495.42	\$ 2,485.28	\$ 1,475.14	\$ 465.02
Equipo de Oficina	\$ 2,104.85	\$ 2,104.85	\$ 2,104.85	\$ 2,104.85	\$ 2,104.85	\$ 2,104.85
Terreno y Edificio	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Equipos y Utensilios	\$ 4,663.17	\$ 4,663.17	\$ 4,663.17	\$ 4,663.17	\$ 4,663.17	\$ 4,663.17
Depreciación acumulada		\$ (1,636.30)	\$ (3,272.60)	\$ (4,282.74)	\$ (5,292.88)	\$ (6,303.00)
Activo Diferido	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pre-Operativos (Constitución y Legalización)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortización Diferidos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total de activos diferidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total de activos	\$39,794.38	\$ 52,825.04	\$ 86,100.77	\$ 134,326.35	\$ 208,713.01	\$ 328,257.56
PASIVOS	\$19,897.20	\$ 16,108.29	\$ 11,617.86	\$ 6,301.69	\$ -	\$ -
Pasivo largo plazo	\$ 19,897.20	\$ 16,108.29	\$ 11,617.86	\$ 6,301.69	\$ -	\$ -
Préstamo largo plazo	\$ 19,897.20	\$ 16,108.29	\$ 11,617.86	\$ 6,301.69	\$ -	\$ -
CAPITAL	\$ 19,897.19	\$ 36,716.76	\$ 74,482.90	\$ 128,024.67	\$ 208,713.01	\$ 328,257.56
Capital social	\$ 19,897.19	\$ 19,897.19	\$ 19,897.19	\$ 19,897.19	\$ 19,897.19	\$ 19,897.19
Utilidad acumulada			\$ 16,819.57	\$ 54,585.72	\$ 108,127.48	\$ 188,815.82
Utilidad del periodo		\$ 16,819.57	\$ 37,766.15	\$ 53,541.77	\$ 80,688.34	\$ 119,544.55
Total pasivo mas capital	\$ 39,794.39	\$ 52,825.05	\$ 86,100.77	\$ 134,326.35	\$ 208,713.01	\$ 328,257.56

Estado de Pérdidas y Ganancias
Fuente: Elaboración Propia

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

7.3 Balance General.

Análisis del Balance General.

Para el Estado de Situación Financiera o Balance General para su primer año nos muestra un total de activos de \$39,794.39 y para el final de sus operaciones a los 5 años presenta un saldo de \$328,257.56, lo cual se muestra un crecimiento en cuanto a sus cuentas de activos, la depreciación de los activos disminuye la utilidad del periodo para efectos de pagos de impuestos.

Para los activos circulantes existe un aumento en la cuenta de caja y banco, para los activos no circulantes existe una disminución en los 5 periodos debido a la disminución de la depreciación.

Los pasivos a largo plazo representan el préstamo en el banco que adquirió la empresa, por lo cual en el quinto año la empresa aumenta sus utilidades dado que al cuarto año se termina de pagar el préstamo más sus intereses.

El capital social es constante en los 5 años, para la cuenta de utilidades operativas de igual forma es de manera ascendente, la cual de segundo a quinto año se obtiene un aumento de 6 veces más para el último año con respecto al segundo año.

Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."

7.4 Estado de Flujo de Caja.

En la siguiente tabla se reflejan los ingresos y egresos que tendrá **COCOA CULTURE, S.A.** tendrá, obteniendo como resultado el saldo en efectivo al final de cada periodo.

Tabla 28.

Flujo de caja						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo inicial		\$ 33,026.36	\$ 47,693.32	\$ 82,605.35	\$ 131,841.07	\$ 207,237.87
Ingresos (Utilidad contable)	\$ 39,794.38	\$ 16,819.57	\$ 37,766.15	\$ 53,541.77	\$ 80,688.34	\$ 119,544.55
Egresos	\$ 6,768.02					
Amortización		\$ 3,788.91	\$ 4,490.42	\$ 5,316.18	\$ 6,301.69	\$ -
Depreciación		\$ 1,636.30	\$ 1,636.30	\$ 1,010.14	\$ 1,010.14	\$ 1,010.12
Saldo final	\$ 33,026.36	\$ 47,693.32	\$ 82,605.35	\$ 131,841.07	\$ 207,237.87	\$ 327,792.54

Análisis del flujo de caja

En la tabla anterior de Flujo de Caja demuestra cuanto es el dinero que realmente posee en sus arcas la microempresa, la microempresa solamente demuestra egresos para el año cero y comienza sin flujos de caja, para poseer un resultado en los saldos finales de los flujos de caja le sumaremos la depreciación y la amortización del préstamos a los saldos iniciales de caja que presente cada año.

Los saldos de caja son auto trasladado al siguiente año, según lo que queda al final de la operación o al final del año.

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Para su año cero demuestra un saldo final de \$33,026.36 lo cual va en crecimiento debido al aumento de la depreciación, la amortización y su saldo inicial, para el último año tiene un saldo de \$327,792.54 en el cual ya no se suma la amortización por que el préstamo es a 4 años.

7.5. Cálculo del Préstamo.

El préstamo se realizará mediante el BDF Banco de Finanzas (BDF), del cual la tasa de interés anual es del 17% sobre saldo, el plazo de pago del financiamiento será de 48 meses' al cual nos cobrara una cuota mensual de \$574.13 durante 4 años.

Tabla 29.

Cálculo Cuota Préstamo	
Monto	\$ 19,897.20
Interés Anual	17%
Plazo en Meses	48
Cuota	(\$574.13)
Seguros	0%
Cuota Total	\$ 574.13

Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."

Tabla de amortización de préstamo						
Período	Cuota	Interés	Capital	Saldo		
0				\$ 19,897.20		
Año 1						
1	\$ 574.13	\$ 281.88	\$ 292.26	\$ 19,604.94		
2	\$ 574.13	\$ 277.74	\$ 296.40	\$ 19,308.54		
3	\$ 574.13	\$ 273.54	\$ 300.60	\$ 19,007.95		
4	\$ 574.13	\$ 269.28	\$ 304.86	\$ 18,703.09		
5	\$ 574.13	\$ 264.96	\$ 309.17	\$ 18,393.92		
6	\$ 574.13	\$ 260.58	\$ 313.55	\$ 18,080.36		
7	\$ 574.13	\$ 260.58	\$ 313.55	\$ 17,766.81		
8	\$ 574.13	\$ 251.70	\$ 322.44	\$ 17,444.37		
9	\$ 574.13	\$ 247.13	\$ 327.01	\$ 17,117.36		
11	\$ 574.13	\$ 237.80	\$ 336.34	\$ 16,449.39		
12	\$ 574.13	\$ 233.03	\$ 341.10	\$ 16,108.29	\$ 3,100.70	\$ 3,788.91

Para el primer año se pagara un capital de \$ 3,788.91 y un interés de \$ 3,100.70, quedando un saldo a deber de \$ 16,108.29.

Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."

Año 2								
13	\$	574.13	\$	228.20	\$	345.93	\$	15,762.35
14	\$	574.13	\$	223.30	\$	350.83	\$	15,411.52
15	\$	574.13	\$	218.33	\$	355.80	\$	15,055.71
16	\$	574.13	\$	213.29	\$	360.85	\$	14,694.87
17	\$	574.13	\$	208.18	\$	365.96	\$	14,328.91
18	\$	574.13	\$	202.99	\$	371.14	\$	13,957.77
19	\$	574.13	\$	197.74	\$	376.40	\$	13,581.37
20	\$	574.13	\$	192.40	\$	381.73	\$	13,199.64
21	\$	574.13	\$	186.99	\$	387.14	\$	12,812.50
22	\$	574.13	\$	181.51	\$	392.62	\$	12,419.88
23	\$	574.13	\$	175.95	\$	398.19	\$	12,021.69
24	\$	574.13	\$	170.31	\$	403.83	\$	11,617.86
Año 3						AÑO 2		
25	\$	574.13	\$	164.59	\$	409.55	\$	11,208.31
26	\$	574.13	\$	158.78	\$	415.35	\$	10,792.96
27	\$	574.13	\$	152.90	\$	421.23	\$	10,371.73
28	\$	574.13	\$	146.93	\$	427.20	\$	9,944.53
29	\$	574.13	\$	140.88	\$	433.25	\$	9,511.28
30	\$	574.13	\$	134.74	\$	439.39	\$	9,071.88
31	\$	574.13	\$	128.52	\$	445.62	\$	8,626.27
32	\$	574.13	\$	122.21	\$	451.93	\$	8,174.34
33	\$	574.13	\$	115.80	\$	458.33	\$	7,716.01
34	\$	574.13	\$	109.31	\$	464.82	\$	7,251.18
35	\$	574.13	\$	102.73	\$	471.41	\$	6,779.77
36	\$	574.13	\$	96.05	\$	478.09	\$	6,301.69
Año 4						AÑO 3		
37	\$	574.13	\$	89.27	\$	484.86	\$	5,816.83
38	\$	574.13	\$	82.41	\$	491.73	\$	5,325.10
39	\$	574.13	\$	75.44	\$	498.70	\$	4,826.40
40	\$	574.13	\$	68.37	\$	505.76	\$	4,320.64
41	\$	574.13	\$	61.21	\$	512.93	\$	3,807.71
42	\$	574.13	\$	53.94	\$	520.19	\$	3,287.52
43	\$	574.13	\$	46.57	\$	527.56	\$	2,759.96
44	\$	574.13	\$	39.10	\$	535.04	\$	2,224.93
45	\$	574.13	\$	31.52	\$	542.61	\$	1,682.31
46	\$	574.13	\$	23.83	\$	550.30	\$	1,132.01
47	\$	574.13	\$	16.04	\$	558.10	\$	573.91
48	\$	574.13	\$	8.13	\$	573.91	\$	-
						AÑO 4		
						Interés	Capital	
						\$ 2,399.19	\$ 4,490.42	
						\$ 1,573.44	\$ 5,316.18	
						\$ 595.84	\$ 6,301.69	

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Para el segundo año sus intereses serán \$2,399.19 y su capital será de \$4,490.42, en los años siguientes disminuyen los intereses y aumentó el pago del capital del préstamos para el cuarto y último año tiene un interés de \$595.84 y un capital de \$6,301.69.

7.6 Punto de Equilibrio.

Tabla 30.

Punto de equilibrio (U\$)						
Detalle		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Porcentaje sobre ventas %		85%	73%	70%	64%	57%
Punto de Equilibrio		\$ 261,264.96	\$ 283,354.63	\$ 340,569.81	\$ 392,547.41	\$ 445,172.49
Ventas		\$ 307,764.91	\$ 387,766.69	\$ 488,595.44	\$ 615,625.50	\$ 775,678.90
Porcentaje sobre ventas %		31%	26%	25%	23%	21%
Costos Fijos		\$ 94,502.56	\$ 102,490.19	\$ 123,186.15	\$ 141,986.15	\$ 161,019.41
Mano de Obra Directa		\$ 11,380.20	\$ 11,380.20	\$ 16,632.60	\$ 16,632.60	\$ 16,632.60
Gastos Generales (sin depreciación)		\$ 37,197.65	\$ 39,254.41	\$ 41,441.62	\$ 43,982.42	\$ 46,958.87
Gastos Administración		\$ 33,979.32	\$ 31,634.60	\$ 39,581.88	\$ 45,184.44	\$ 45,184.44
Depreciación		\$ 1,636.30	\$ 1,636.30	\$ 1,010.14	\$ 1,010.14	\$ 1,010.12
Intereses pagados		\$ 3,100.70	\$ 2,399.19	\$ 1,573.44	\$ 595.84	\$ -
Impuestos		\$ 7,208.39	\$ 16,185.49	\$ 22,946.47	\$ 34,580.72	\$ 51,233.38
Porcentaje sobre ventas %		64%	64%	64%	64%	64%
Costos Variables		\$ 196,442.78	\$ 247,510.36	\$ 311,867.53	\$ 392,951.00	\$ 495,114.94
Costo de Venta (sin M.O.D.)		\$ 196,442.78	\$ 247,510.36	\$ 311,867.53	\$ 392,951.00	\$ 495,114.94

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

Punto de equilibrio

Para el primer año se necesita un punto de equilibrio en sus ventas de \$261,264.96 para poder cubrir el total de sus costos tanto fijos como variables, lo cual en porcentaje representa un 85%, para el primer año se proyectan unas ventas de \$307,764.91, para cada año posteriores al primer año el punto de equilibrio disminuirá hasta llegar al quinto año con un punto de equilibrio para sus ventas de \$445,172.49 con un porcentaje con respecto a sus ventas del 57%, lo cual sus ventas son pronosticadas por un valor de \$775,678.90.

7.7 Razones Financieras.

Tabla 31.

Razones Financieras					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rentabilidad sobre ventas	5%	10%	11%	13%	15%
Rentabilidad sobre inversion	42%	95%	135%	203%	300%

Análisis de las Razones Financieras

Rentabilidad sobre ventas.

La Rentabilidad esperada sobre las ventas para el primer año es de un 5% que según estimaciones incrementará gradualmente hasta llegar a un 15% en el quinto año.

Rentabilidad sobre inversión

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

En la Rentabilidad sobre la inversión, los accionistas recuperaran para el primer año casi la mitad de su inversión, de primer al segundo año existe un incremento del 53% del segundo año con respecto al primer año, para el quinto año los inversionistas obtendrán una rentabilidad sobre su inversión del 300%, lo cual representa un aumento de 258% en base al primer año.

7.8 Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR).

Tabla 32.

Flujo de fondos						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad contable		\$ 16,819.57	\$ 37,766.15	\$ 53,541.77	\$ 80,688.34	\$ 119,544.55
Depreciación		\$ 1,636.30	\$ 1,636.30	\$ 1,010.14	\$ 1,010.14	\$ 1,010.12
Amortización		\$ 3,788.91	\$ 4,490.42	\$ 5,316.18	\$ 6,301.69	
Flujo de fondos	\$ (39,794.38)	\$ 14,666.96	\$ 34,912.02	\$ 49,235.73	\$ 75,396.80	\$ 120,554.67
VAN al 13.34%	144,286.97					
TIR	82%					
Tasa de descuento	13.34%					

VAN

Se calculó una VAN de \$144,286.97, que representa un 13.34%, este valor es dado a partir del primer año hasta el quinto año, según sus flujos de fondo que presentara la microempresa Cocoa Culture El Guenguense, S.A.

TIR

Para un periodo de 5 años nuestro plan de negocio Cocoa Culture, S.A. tendrá una Tasa Interna de Retorno esperada del 82%, tomando en cuenta los flujos de caja desde el primer año hasta el último año.

Plan de Negocios: “COCOA CULTURE, S.A.”

7.9 Relación Beneficio Costo (RBC).

Tabla 33.

		FACTOR DE DESCUENTO				
		Año 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		1.13	1.28	1.46	1.65	1.87
		FLUJO DE FONDOS DESCONTADOS POR AÑO				
		1	2	3	4	5
RELACION BENEFICIO COSTO	4.63	12,940.16	27,175.28	33,812.63	45,682.62	64,443.88
Periodo de Recuperacion		(26,854.23)	321.06	34,133.68	79,816.30	144,260.18

La empresa durante su primer año de operación no obtendrá beneficios económicos; iniciará su crecimiento a partir del segundo año y continuará con este comportamiento creciente durante los años siguientes hasta llegar al quinto año.

Nuestro plan de negocios Cocoa Culture, S.A. es un plan de negocio lo suficiente atractivo para los inversionistas, ya que tiene una TIR del 82% y una VAN del 13.34% lo cual representa un \$ 144, 286.97, esto debido a los flujos de caja que presenta en los 5 años de operación de plan de negocios.

La demanda de este producto es bastante factible y sus costos directos son bajos, lo cual es un negocio rentable para los inversionistas, debido al punto estratégico que tomamos para ubicarnos favorece nuestra demanda del producto, debido al lugar y al número de visitas que llegan al centro turístico Puerto Salvador Allende.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/anual/nicaragua_cifras/nicaragua_cifras.pdf
- ¹http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/eventual/economia/Estado_Economia_2017.pdf
- ¹http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/anual/deuda_publica/2016/deuda_publica.pdf
- ¹http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/anual/informe_anual/informe_anual_2016.pdf
- ¹http://funides.com/wpcontent/uploads/2017/05/primer_informe_de_coyuntura_economica_de_2017.pdf
- ¹http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/eventual/economia/Estado_Economia_2017.pdf
- ¹http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/trimestral/deuda_externa/deuda_externa_1. <http://www.bcn.gob.ni/estadisticas/estudios/2014/DT-30>
- [Distribucion del ingreso en los ambitos urbano.pdf](http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/trimestral/deuda_externa/deuda_externa_1)
- ¹ http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/mensual/inflacion/inflacion_enero.pdf
- ¹http://www.bcn.gob.ni/estadisticas/monetario_financiero/financiero/tasas_interes/ponderadas/2017/ponderada_Bancos_16.pdf
- http://www.bcn.gob.ni/estadisticas/monetario_financiero/financiero/tasas_interes/pasivas/2017.pdf
- ¹
- http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/anual/nicaragua_cifras/nicaragua_cifras.pdf
- ¹
- <http://www.bcn.gob.ni/publicidad/img/landscape/RESULTADOS%20DE%20POBREZA%202016.pdf>
- ¹
- http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/anual/nicaragua_cifras/nicaragua_cifras.pdf
- ¹https://www.ieepp.org/media/files/IEEPP_-_SEGURIDAD_CIUDADANA_-_WEB.pdf
- ¹<https://www.el19digital.com/articulos/ver/titulo:11214-encuesta-ratifica-apoyo-amplio-y-mayoritario-al-presidente-daniel-ortega>
- ¹ <http://pronicaragua.gob.ni/es/noticias-sobre-nicaragua/1181-por-que-nicaragua-es-un-destino-atractivo-para-inv/>
- ¹ <http://www.laprensa.com.ni/2017/04/12/economia/2214194-fuerte-aumento-recaudacion-impuestos-nicaragua>
- ¹ <http://pronicaragua.gob.ni/es/pronicaragua/227-faqs/>
- ¹ <http://pronicaragua.gob.ni/media/ckeditor/2017/03/10/2015-annual-report.pdf>
- ¹<https://datos.bancomundial.org/indicador/GB.XPD.RSDV.GD.ZS?end=2015&start=2015&view=bar>
- ¹ <http://www.laprensa.com.ni/2012/05/15/economia/101452-pymes-crecen-un-2-7>
- ¹<http://www.laprensa.com.ni/2017/09/01/economia/2289652-cacao-valor-agregado-se-abre-paso>

9. ANEXOS

Anexo 1. Encuesta



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE NICARAGUA.

Encuesta.

Buenos/as días/tardes/noches me permite un momento de su tiempo para que me pueda contestar la siguiente encuesta, la cual estamos realizando con motivo de un Plan de Negocios con la finalidad de conocer si las personas de la clase media y alta que visitan el centro turístico Puerto Salvador Allende, para la aceptación de un bar donde su temática es la cultivación de la cultura Nicaragüense.

Encierre en círculo la respuesta que sea de su mayor preferencia.

- I. Sexo:
 1. Hombre 2. Mujer
- II. Ocupación
 1. Estudia 2. Trabaja y estudia
- III. ¿Cuál es su Procedencia?
 1. Managua 2. Otro departamento 3. Extranjero
- IV. ¿Visita el Puerto Salvador Allende por primera vez?
 1. Si 2. No
- V. ¿Con qué frecuencia visita el puerto salvador allende?
 1. Diario
 2. Semanal
 3. Quincenal
 4. Mensual
 5. Otro. Especifique _____
- VI. Consume productos nacionales
 1. Si 2. No
- VII. ¿Cuándo visita el puerto normalmente consume o visita bares/restaurantes?
 1. Si 2. No
- VIII. Si la respuesta es sí, ¿Qué consume?
 1. Bebidas
 2. comidas
 3. todas las anteriores
- IX. ¿De cuanto es su gasto en cada visita?
 1. De C\$10 A C\$30
 2. DE C\$31 A C\$60
 3. DE C\$61 A MÁS
- X. ¿Con quién visita?
 1. Familiares
 2. Amigos
 3. Solo
- XI. ¿Qué días visita?
 1. De lunes a viernes
 2. De sábado a domingo
- XII. ¿Qué horarios visita?

Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."

1. 8-12am
2. 1-8pm

XIII. ¿Qué criterios considera al momento de seleccionar un establecimiento?

1. Ambiente
2. Comida/variedad
3. Atención
4. Precios
5. Todas las anteriores
6. Otros(especifique) _____

XIV. Consume productos hechos a base de cacao Satisfacción

Muy insatisfecho	insatisfecho	satisfecho	Muy satisfecho
------------------	--------------	------------	----------------

XV. ¿Consume productos de cacao?

1. Si
2. No

XVI. Estaría dispuesto a visitar un establecimiento que proporciones una oferta de productos a base de cacao

1. SI
2. NO

XVII. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un producto hecho a base de cacao?

1. De U\$10 A U\$50
2. DE U\$51 A U\$100
3. DE U\$101 A MAS

XVIII. consumiría estos productos que precios estaría dispuesto a pagar

PRODUCTO	VISITA	PRECIO
CHILATE		
LICOR DE CACAO		
PASTEL A BASE DE CACAO		
BEBIDA DE CACAO GRANIZADA		
CAFE CON CACO		
DULCES DE CACAO		
CHOCOLATE CALIENTE		

XIX. SI EL CONCEPTO DE ESTE BAR FUERA NACIONAL, QUE LE GUSTARIA ENCONTRAR

1. LIBROS
2. MUSICA EN VIVO
3. ROCONOLA
4. MARIMBA
5. MUSICA CLASICA
6. BIBLIOTECA
7. CHARLAS SOBRE LA HISTORIA DE NICARAGUA

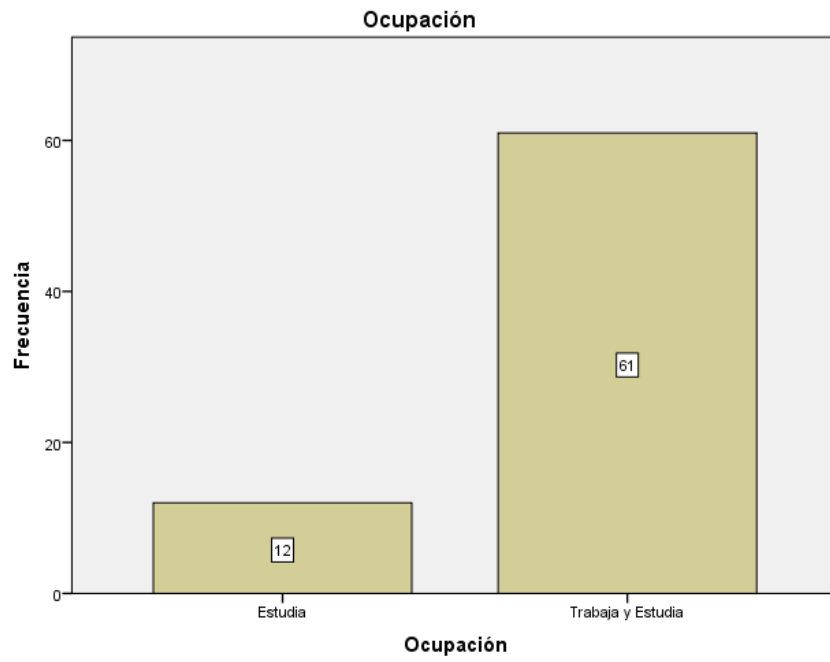
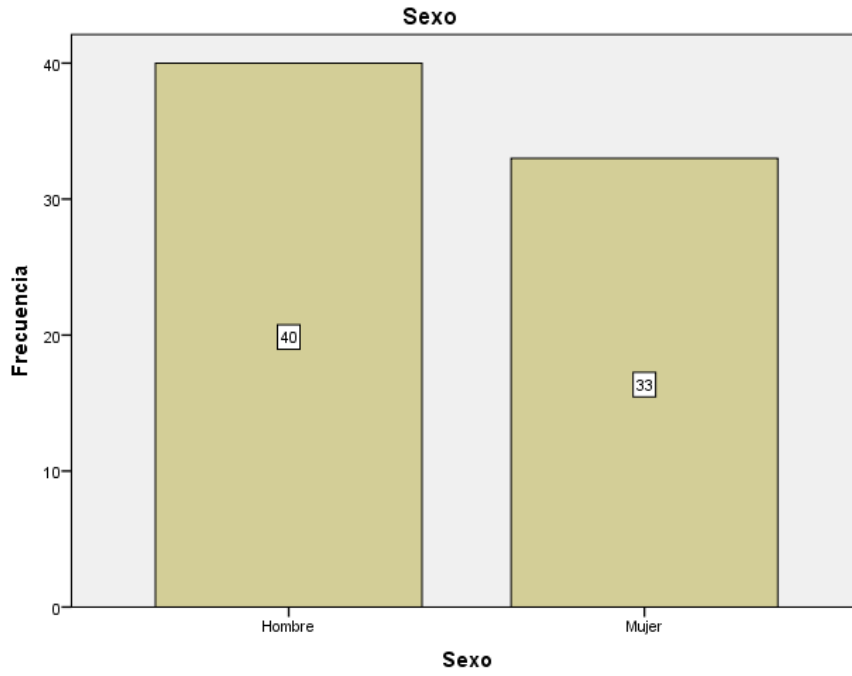
XX. ¿Conoce usted la historia y cultura de Nicaragua?

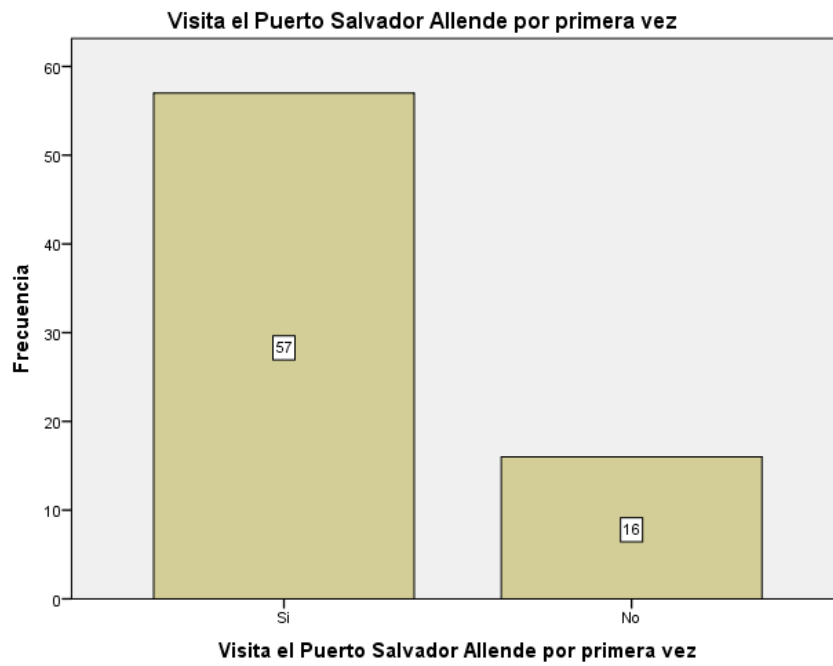
MUY POCO	POCO	LO NECESARIO	BASICO	MUY BIEN
----------	------	--------------	--------	----------

XXI. ¿Cuánto es su ingreso mensualmente ¿

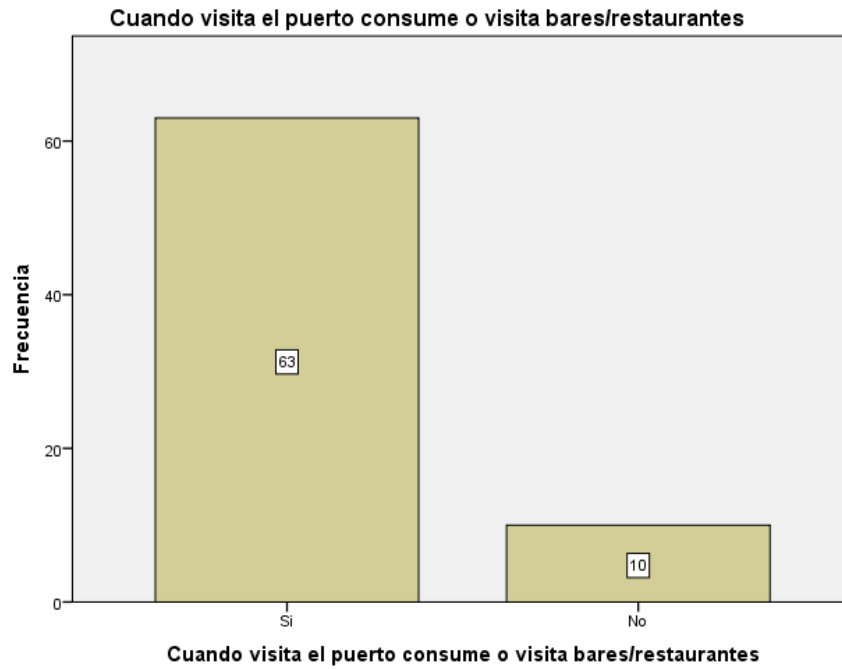
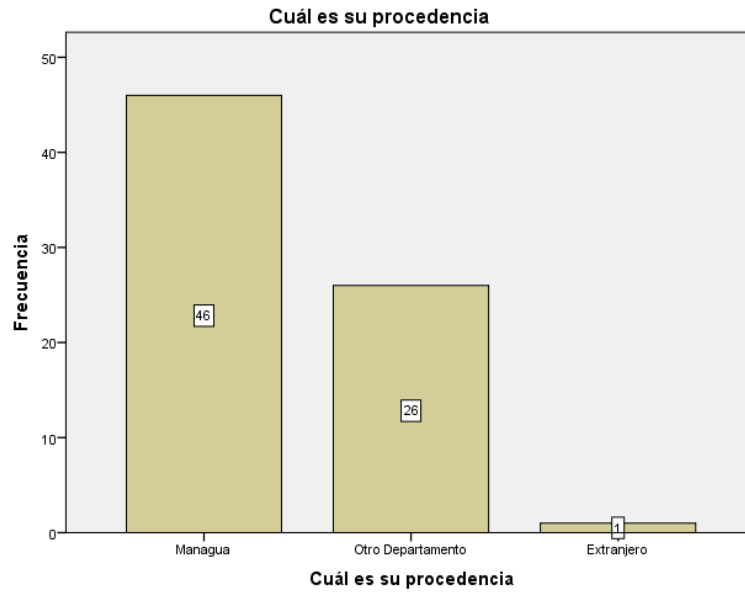
1. De 0 a 6,500 C\$
2. De 6,501 a 8,500 C\$
3. De 8,501 a 10,500 C\$
4. De 10,501 C\$ a más

Anexo 2. Resultado de la encuesta

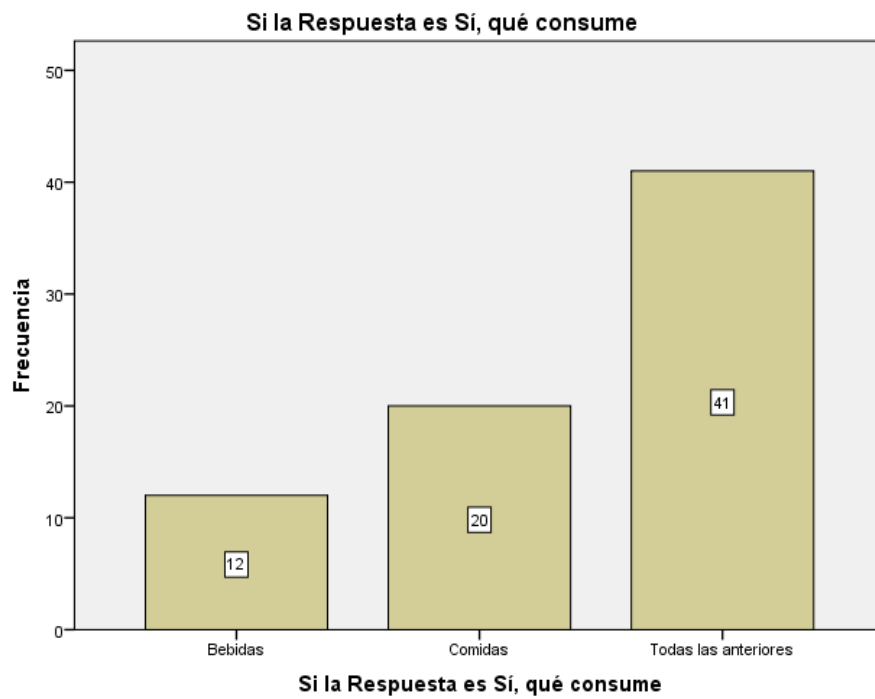
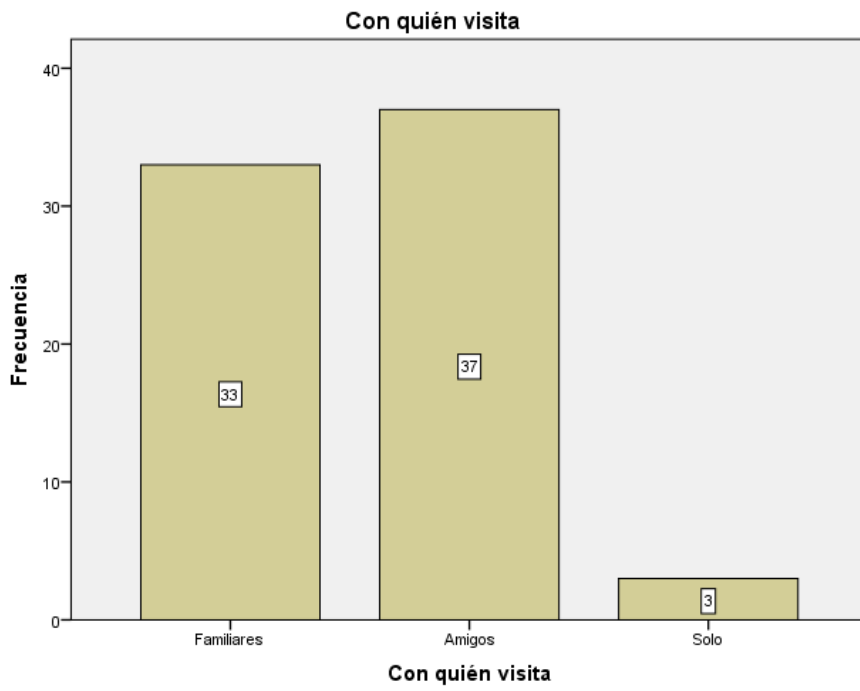




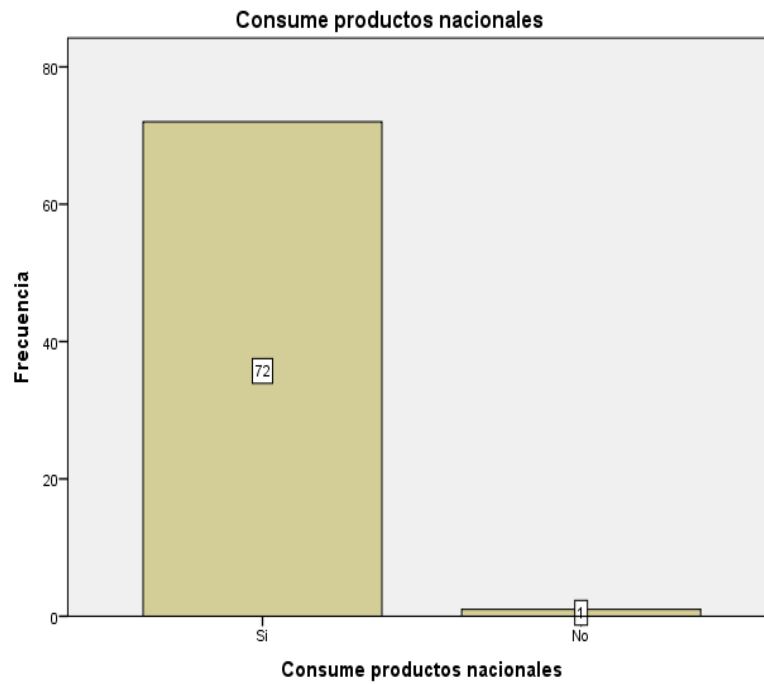
Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."



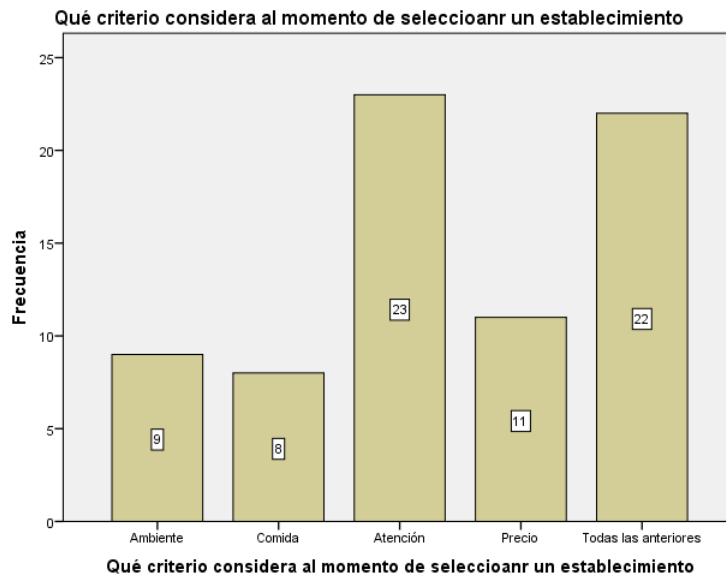
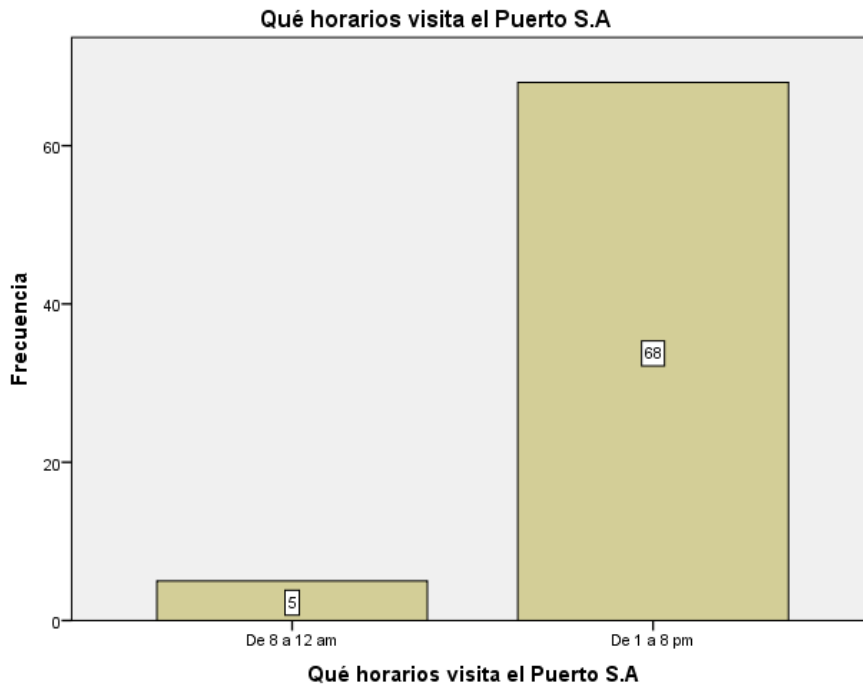
Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."



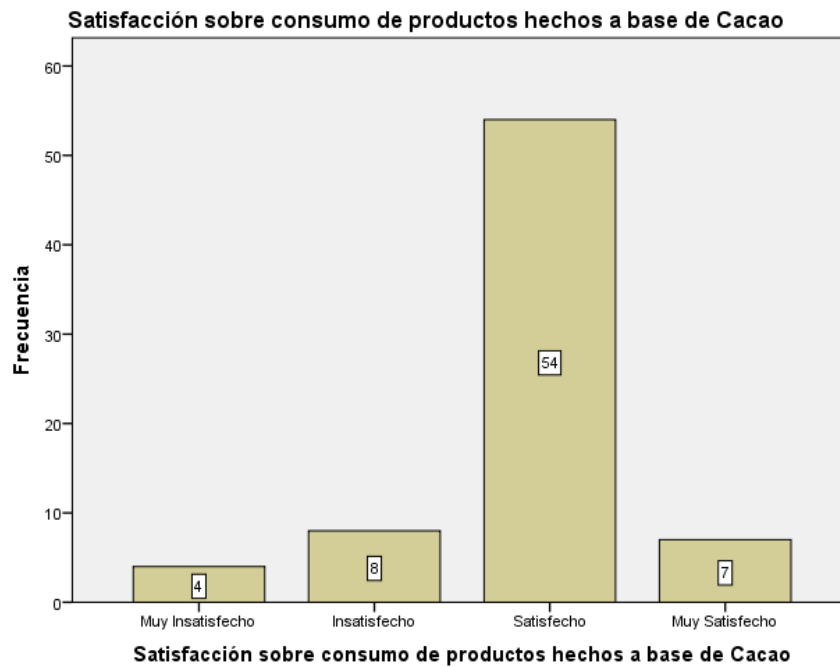
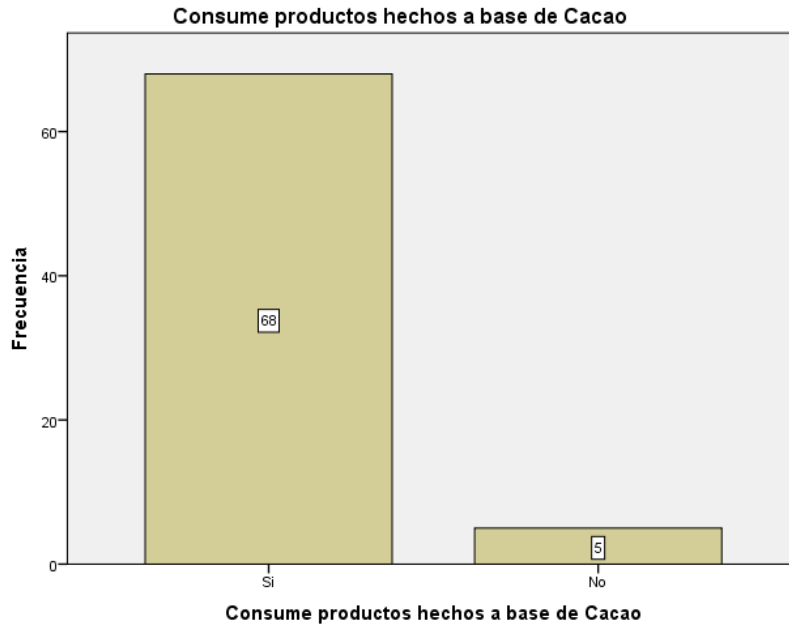
Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."



Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."



Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."

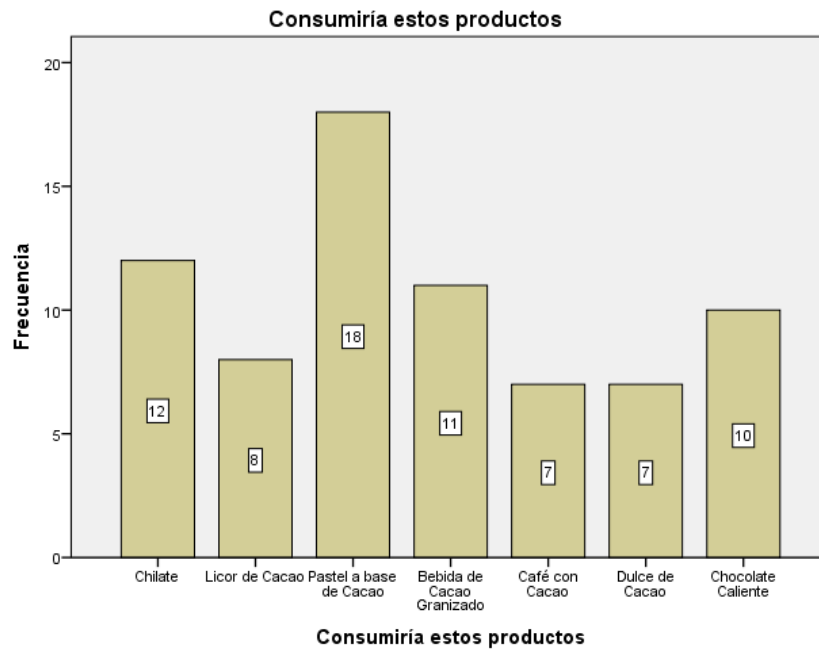


Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."

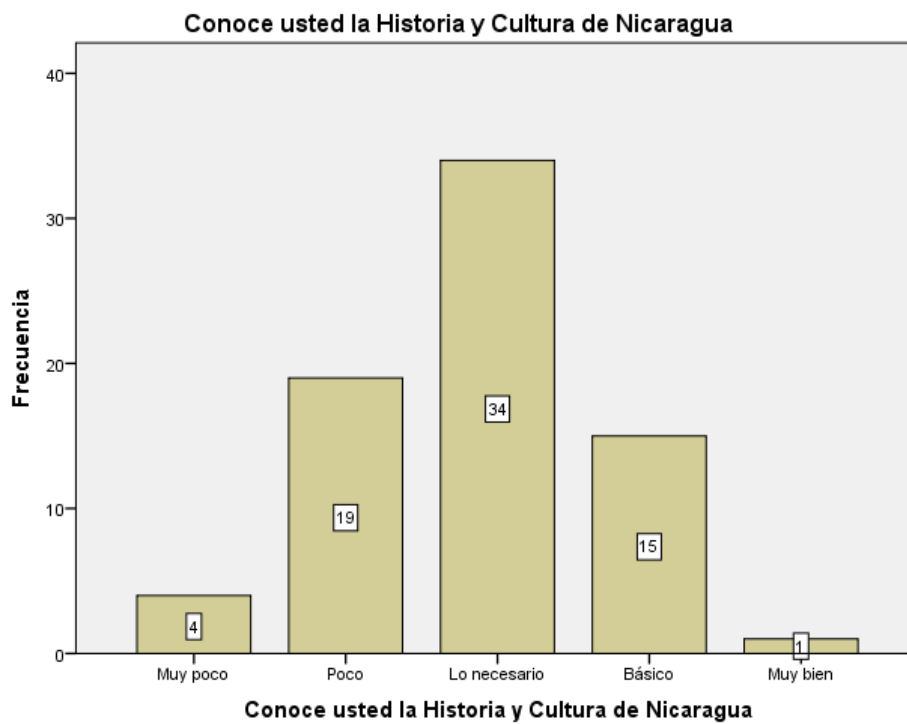
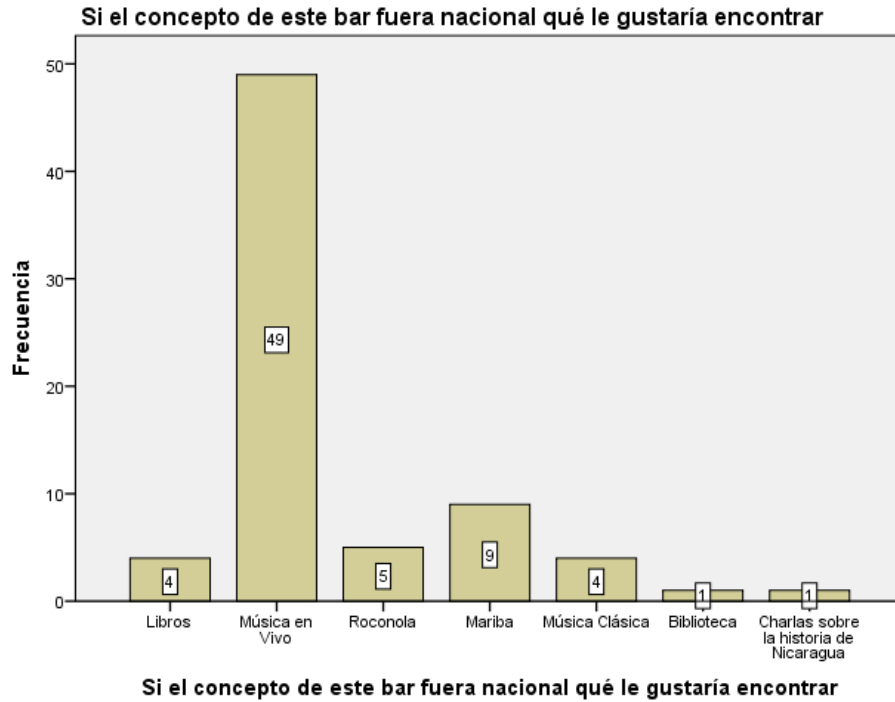
Visitaria un establecimiento que proporcione oferta de productos a bases de cacao



Visitaria un establecimiento que proporcione oferta de productos a bases de cacao



Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."



Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."



ALCALDIA DE MANAGUA DIRECCION GENERAL DE RECAUDACION DIRECCION REGISTRO AL CONTRIBUYENTE CONSTANCIA

Por medio de la presente hacemos constar, que la Razón Social.

Con la Actividad: _____

Dirección: _____

RUC: _____ Quien se identifica con cedula de identidad NO: _____ Tiene derecho a matricular año: _____ en la Alcaldía de Managua, a partir del mes de _____ en base al Arto. No. 66 del P.A.V. (Plan de Arbitrio Vigente), que literalmente dice:

ARTO. No. 66 del P.A.V.

"Toda persona Natural o Jurídica que en la circunscripción del Municipio de Managua abra o reinicie operaciones afectadas al presente Plan de Arbitrio deberá presentarse a la Alcaldía de la ciudad de Managua dentro de los 15 días subsiguientes a los dos meses de apertura o reinicio y llenar formulario correspondiente y pago de matriculas

Para efecto de Matricula presentarse a la Dirección de Registro al Contribuyente, portando sus dos primeras Declaraciones debidamente canceladas.

La presente Constancia, es válida por dos (2) meses a partir de la fecha de inicio de la Razón Social. La concesión del derecho a matricular que se acredita con la presente Constancia, es sin perjuicio de la obediencia debida a las disposiciones y reglamentaciones de la Dirección General de Medio Ambiente y Urbanismo de la Municipalidad de Managua.

Cualquier cambio de giro, actividad o clausura deberá notificar a la Alcaldía de Managua a más tardar una semana después de ocurrida la clausura o el giro (Arto. 65 P.A.V), de lo contrario incurre a multas o pagos innecesarios.

Dado en la Ciudad de Managua, el día _____ de _____ de año _____

MARCIA PINEDA Z.
J' Dpto. Impuestos sobre Ingresos y Tasas

LIC. LETICIA HERRERA
Directora Registro al Contribuyente

C/c: Dirección Especifica Registro al Contribuyente
Expediente del Contribuyente
LH/LE /SONIA



NICARAGUA DE VICTORIA EN VICTORIA!
CRISTIANA, SOCIALISTA, SOLIDARIA!
CENTRO CIVICO, MODULO F, PUERTA-414
Telf. 22651009/ 22652228 Apdo. Postal 141
[www.managua, gob.ni](http://www.managua.gob.ni)

Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."

ALCALDIA DE MANAGUA
CONSTANCIA DE MATRICULA
COLOCAR EN LUGAR VISIBLE

ALCALDIA DE MANAGUA
 Con un nuevo Ciudad

MODALIDAD DE PAGO: _____ AÑO: _____
 LA DIRECCION DE RECAUDACION, HACE CONSTAR QUE EL CONTRIBUYENTE:

ESTA MATRICULADO CON No. TUC: _____
 DIRECCION: _____

ACTIVIDAD ECONOMICA: _____ DISTRITO: _____

No. RECIBO DE CAJA: _____ FECHA DE EMISION: _____

No. 177923
 Serie "A"

ALCALDIA DE MANAGUA
 FIRMA Y SELLO

ESTA MATRICULA NO ES VALIDA SIN LA PRESENTACION DEL RECIBO CORRESPONDIENTE

Ministerio de Economía y Finanzas
 DGI

DOCUMENTO UNICO DE REGISTRO (DUR)

Este documento es el único que acredita el cumplimiento de los requisitos de registro de la Ley de Comercio Exterior y de la Ley de Incentivos Fiscales en el Sector Industrial, y de la Ley de Incentivos Fiscales en el Sector Agrario y de la Ley de Incentivos Fiscales en el Sector de Inversión Privada.

Se genera para el contribuyente, cuando este cumple los requisitos de registro de la Ley de Comercio Exterior y de la Ley de Incentivos Fiscales en el Sector Industrial, y de la Ley de Incentivos Fiscales en el Sector Agrario y de la Ley de Incentivos Fiscales en el Sector de Inversión Privada.

Nombre completo: _____
 Nombre de contribuyente: _____
 NIT: _____

Inicio vigencia del incentivo: _____
 Fecha emisión: _____
 Fecha cancelación: _____

ESTRUCO0025162014002100001670

Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."

RECIBIDO

ALCALDIA DE MANAGUA
DIRECCIÓN GENERAL DE RECAUDACIÓN
ROC -
Teléfonos 22-65-11-00 / 22-52-76-45
OFICINA CENTRAL
RECIBO OFICIAL No. 130343473

Caja: CAJA 3 / MINISTROZA
Fecha: 17/01/2014 3:31 PM
Cédula/Ruc:
Contrib: CIA LTDA
Actividad: SERVICIOS PROFESIONALES 1
DIR:

CONCEPTO	VALOR
153 TMP-90009032 00/14 MA	252.50
TOTAL PAGADO CS	252.50

RFC **252.50**

Recibo No. 130343473

Recibo necesita sello y firma del cajero.

[Firma]

CANCELADO
ALCALDIA DE MANAGUA

Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."

Logo of Nicaragua and the Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) are visible at the top. The text reads: "Instituto Nicaragüense de Turismo INTUR En uso de sus facultades otorga la presente: Título - Licencia". Below this, there are several lines for data entry: "Nombre del Establecimiento:", "Dirección:", "Actividad:", "Por el cumplimiento en el Control de Calidad por Servicios y Productos Turísticos en la Categoría de:", "Nombre del Propietario o Razón Social:", "Valencia o ciudad de:", "Provincia de:", "Distrito de:". At the bottom, it says "Firma Autorizada INTUR" and "COLOCAR EN LUGAR VISIBLE".

Instituto Nicaragüense de Turismo
INTUR
En uso de sus facultades otorga la presente:
Título - Licencia

Nombre del Establecimiento: _____
Dirección: _____
Actividad: _____
Por el cumplimiento en el Control de Calidad por Servicios y Productos Turísticos en la Categoría de: _____
Nombre del Propietario o Razón Social: _____
Valencia o ciudad de: _____ Provincia de: _____ Distrito de: _____

Firma Autorizada
INTUR

COLOCAR EN LUGAR VISIBLE

Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."

Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional
 El Pueblo, Presidente!
 2017
 TIEMPOS DE VICTORIAS!
 Con Unidad, con Justicia y con Libertad!
 COMISION NACIONAL DE SALARIO MINIMO
 ACTA NO. 2
 CNSM-17/08/17
 CTS COTBACOS
 FNT
 FEDAW
 UNE-Error
 UNE-FNT
 UNE-FNT


En la ciudad de Managua, a las nueve y treinta minutos de la mañana del día diecisiete de Agosto del año dos mil diecisiete, reunida la Comisión Nacional de Salario Mínimo por disposición del Acuerdo Ministerial ALTB 01-02-17 de fecha veintiuno de febrero del año dos mil diecisiete, presidida por la Ministra del Trabajo, doctora Alba Luz Torres Briones, y después de comprobarse el quórum de la misma, el plenario ha acordado lo siguiente:

Uno.-Ratificar el Acuerdo Ministerial ALTB 01-02-17 suscrito el veintiuno de febrero del año dos mil diecisiete.

Dos.- En consecuencia, esta Comisión Nacional de Salario Mínimo dispone que a partir del uno de septiembre del año dos mil diecisiete, deban regir los siguientes salarios mínimos:

Sector de actividad económica	Vigente a partir	
	Incremento%	Mensual
Agropecuario*	4.125%	3,773.82
Pesca	4.125%	5,738.20
Minas y Canteras	4.125%	6,777.61
Industria Manufacturera	4.125%	5,074.31
Micro y pequeñas Industria artesanal y turística nacional	4.125%	4,054.76
Industrias Sujetas Régimen Fiscal**	0	5,044.69
Electricidad y Agua	4.125%	6,921.93
Comercio, Restaurantes, Hoteles; Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones.	4.125%	6,921.93

*Sector Agrario
 **Sector Industrial
 CTS COTBACOS
 FNT
 FEDAW
 UNE-Error
 UNE-FNT
 UNE-FNT
 FE
 FAMILIA, SOCIALIZADA, SOLIDARIA!
 Y COMUNIDAD!
 Ministerio del Trabajo
 conditua



Ministerio del Trabajo:
 Dra. Alba Luz Torres Briones
 Dr. José León Arguello Malespin
 ANUAPI FICVA VARIAS
 M. al SP. M. ex sig Dolmas Poiz
 CO COTSA CEP
 RODRIGO GONZALEZ - CESER
 FNT LEONARDO TOMAS
 CO NIAS BRUC central CNTD
 CNE Leslie Martinez Suarez
 FRANCISCO ESPINOZA
 CUT
 CUS
 ATE



República de Nicaragua
POLICIA NACIONAL
División de Servicios Policiales Administrativos

"A TU SERVICIO SIEMPRE"

CONSTANCIA DE AUTORIZACION PARA TRÁMITES DE EXPENDIOS DE LICOR Y OTROS.

El suscrito Jefe del Distrito IV de la Policía Nacional, en uso de sus facultades que le están conferidas en la Ley 228, Arto. 3 inciso 15, Decreto 2696, Arto 75 inciso "M" de la Sección II de los servicios policiales.

CONSIDERANDO:

PRIMERO: Que es facultad de la Policía Nacional otorgar, denegar, controlar y sancionar permisos relacionados a la autorización de funcionamiento de Bares, Cárnicas y todo centro que expendá Bebidas Alcohólicas Embotelladas.

SEGUNDO: Que el (la) Sr. (a) **NOMBRE DEL CIUDADNO** Se presentó el día ___ del mes de ___ del año **2010** a solicitar aval para el funcionamiento de _____. Con dirección: _____

TERCERO: Que habiéndose realizado inspección correspondiente al local donde expendirá Bebidas Alcohólicas, dado que reúne los requisitos de ley, no viola el Decreto 163 y la comunidad no se opone a la apertura de su negocio.

POR TANTO, RESUELVO:

PRIMERO: Autorizar constancia para que inscriba el negocio en las instituciones correspondientes, como son: **ALCALDIA, D.G.I, MINSA, INTUR, BOMBEROS,**

SEGUNDO: Deberá presentar los documentos legales de las instituciones antes mencionadas, más el abancel de pago de acuerdo a la categoría que se autorice, para otorgarle el permiso policial para el funcionamiento del negocio.

RECOMENDACIONES:

Esta constancia es válida únicamente para hacer trámites en las instancias antes descritas y tiene vigencia por quince días a partir de la fecha emitida.

Managua, ___ de ___ del año **2010**

SUB COMISIONADO
JUAN A. VALLE VALLE
JEFE DE SEGURIDAD PÚBLICA D-4 MANAGUA
POLICIA NACIONAL

Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."

Anexo 4. Cotizaciones

Proforma.

N.T.I: 3501798-6.







Managua, Nicaragua, 03 de octubre del 2017.

Sanchia Guatemala, S.A.
Representate en Nicaragua: Walter Mendoza.
Cel. (505) 89786602.

Artículo.	Cantidad Unid.	Precio Unitario C\$	Total C\$
	60	350.00	21,000.00
	15	700.00	10,500.00
	5	5,500.00	27,500.00
Total			C\$ 59,500.00

Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."



PROFORMA				
CLIENTE:	COCOA BAR			
ATENCIÓN:	ANABELIN ROA BLANCO			
DIRECCIÓN:				
TELÉFONO:	09523652			
FECHA:	21/9/2017			
<p>Estimado Cliente, Reciba un cordial saludo y deseándole éxito en sus funciones. Se presenta cotización de los productos solicitados. En espera que nuestra proforma sea de su agrado, quedamos atentos.</p>				
LA FURNITURE				
CANT.	CODIGO	DESCRIPCION	UNIDAD	TOTAL
15	SES100PU	SILLAS PLASTICAS PVC PIRAL	\$ 40.00	\$ 600.00
2	SHAB02	ESCITORIOS EN FORMA DEL	\$ 710.00	\$ 1,420.00
2	CH 0200	SILLAS ERGONOMICAS DE CUERO SINCRODICAL PATAS CRUJIDAS	\$ 380.00	\$ 760.00
			TOTAL	\$ 2,780.00
			DESC. 5%	\$ 139.00
			SUBTOTAL	\$ 2,641.00
			IVA	\$ 396.15
			GRAN TOTAL	\$ 3,037.15
SES100PU		SHAB02		CH 0200
				
ELABORADO POR SCARLETH CALDERON 0952748				
TERMINOS Y CONDICIONES DE LA OFERTA				
GARANTIA DEL PRODUCTO OFERTADO:		* 1 AÑO EN SILLAS * 1 AÑO EN MOBILIARIO DE OFICINA * MERCADERIA EN LIQUIDACION NO APLICA GARANTIA Garantía es válida para defectos de fabricación/ No aplica a desperfectos causados por su mal uso.		
TIEMPO DE ENTREGA DEL PRODUCTO		INMEDIATA		
FORMA DE ENTREGA:		SOLUCIONES INTEGRALES realiza las entregas localmente en Managua en donde se destinaron los muebles de forma gratuita dentro de un radio de 18 kms Las entregas fuera de ese radio aplicarán un costo adicional de transporte/ Solicitar información.		
VALIDEZ DE LA OFERTA:		30 días calendario Esta oferta es válida una vez recibida por el cliente, una vez caducada la fecha la oferta esta sujeta a cambios.		
FORMA DE PAGO:		CANCELACION TOTAL CONTRA ENTREGA DEL PRODUCTO CONTRA ENTREGA DE LOS BIENES/ TRAMITE DE CHEQUE/ SUJETO A REVISIÓN Efectuar cheque a nombre de : SOLUCIONES INTEGRALES S.A. Pagos con TARJETA DE CREDITO no aplica descuento./ Para efectuar el descuento pagar en efectivo a cheque. La cancelación debe efectuarse en dolar o a la tasa de cambio del BANPRO Realizar las retenciones del 2% del IR		
INFORMACION ADICIONAL:		RUC de la empresa: 102100009740 Cuenta BANPRO DOLAR: 1001-22-3-705590-5 Cuenta BANPRO CORDOBA: 1001-22-4-705591-5 Cuenta BAC CORDOBA: 355-12051-0		
PARA CONSULTAS Y MAYOR INFORMACION:		(505) 2278-4962 (505) 2278-8114 Camino de Oriente, de la lotería Nacional 15o es al sur www.solucionesintegrales.com.ni		
SIGUENOS EN FACEBOOK:		https://www.facebook.com/solucionesintegrals.com 		

Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."

C O T I Z A C I O N 52910628516

Nombre : RUGAMA NARVAEZ GEMA KARINA
 Dirección :
 Teléfono :

Fecha Cotizacion: 23/09/2017

Fecha Actual: 23/09/2017

Plan de Ventas: CONTADO
 Período :

Almacen : CAM PLAZA LAS AMERICAS

Vendedor : 01638405 MONJE CASTILLO ABNER

Marca	Modelo	Descripción	Unid.	Unitario	Precio Contado		Total
					Valor Neto	Impuesto	
HEWLETT PACKARD	3785	MULTIF 3785 INK ADV MILLEMULTI	1	C\$ 1,216.52	C\$ 1,216.52	C\$ 182.48	C\$ 1,399.00
HEWLETT PACKARD	15AY024LA	15 CI3 5005U 4GB 500 GB WCOMPU	2	C\$ 11,303.47	C\$ 22,606.94	C\$ 3,391.04	C\$ 25,997.98
ALCATEL	8080	T 10P 1GB16GB 3G TECLADO T 10P	2	C\$ 4,346.95	C\$ 8,693.90	C\$ 1,304.09	C\$ 9,997.99
<i>Sillas De Escritorio</i>			<i>2</i>				<i>\$ 3999</i>

C O T I Z A C I O N 52910628494

Nombre :
 Dirección :
 Teléfono :

Fecha Cotizacion: 23/09/2017

Fecha Actual: 23/09/2017

Plan de Ventas: CONTADO
 Período :

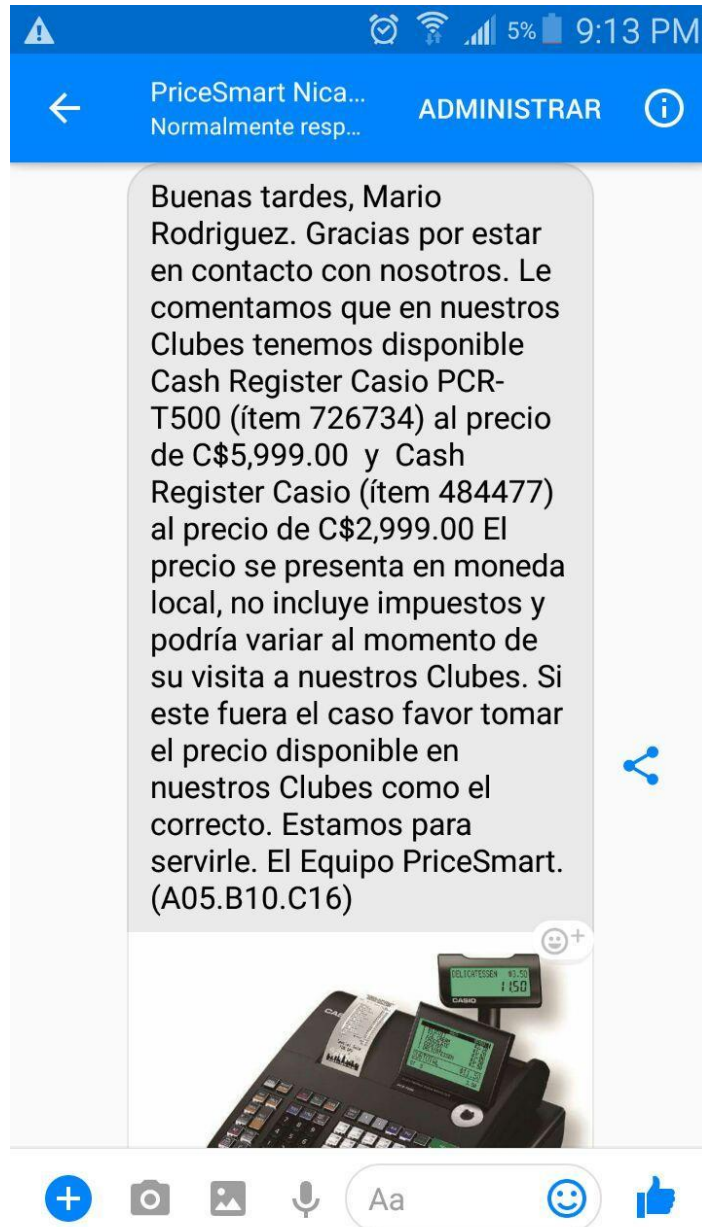
Almacen : CAM PLAZA LAS AMERICAS

Vendedor : 00000000 SIN COMISION

Marca	Modelo	Descripción	Unid.	Unitario	Precio Contado		Total
					Valor Neto	Impuesto	
ALCATEL	8080	T 10P 1GB16GB 3G TECLADO T 10P	2	C\$ 4,346.95	C\$ 8,693.90	C\$ 1,304.09	C\$ 9,997.99

Abner Monje
 EJECUTIVOS DE VENTAS
 8700-3226 7750-1253

Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."



Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."

Lista de Precios Enero 2015 Selladoras de Vasos para Jugos y Batidos

Photo	Descripción	Precio
	Selladora Manual de Vasos <ul style="list-style-type: none"> ■ Inserción Manual de Bandeja con Vaso ■ Bobinado Manual del Rollo ■ Sellado Manual de Vaso con palanca ■ Salida Manual de la Bandeja con Vaso Sellado ■ Control Manual de Temperatura Manual ■ Voltage: 110v - 60Hz 	C190.000 IVI
	Selladora Manual de Vasos con Contador Digital <ul style="list-style-type: none"> ■ Inserción Manual de Bandeja con Vaso ■ Bobinado Manual del Rollo ■ Sellado Manual de Vaso con palanca ■ Salida Manual de la Bandeja con Vaso Sellado ■ Temperatura Preprogramada ■ Contador Digital ■ Voltage: 110v - 60Hz 	C230.700 IVI
	Selladora Semi-Automática de Vasos <ul style="list-style-type: none"> ■ Inserción Manual de Bandeja con Vaso ■ Bobinado Automático de Rollo ■ Sellado Manual de Vaso con palanca ■ Control Manual de Temperatura Manual ■ Voltage: 110v - 60Hz 	C275.000 IVI
	Selladora Semi-Automática de Vasos con Contador Digital Selladora Manual de Vasos con Contador Digital <ul style="list-style-type: none"> ■ Inserción Manual de Bandeja con Vaso ■ Bobinado Automático de Rollo ■ Sellado Manual de Vaso con palanca ■ Salida Manual de la Bandeja con Vaso Sellado ■ Temperatura Preprogramada ■ Contador Digital ■ Voltage: 110v - 60Hz 	C305.000 IVI
	Selladora de Vasos Automática Digital <ul style="list-style-type: none"> ■ Inserción Manual de Bandeja con Vaso ■ Bobinado Automático del Rollo ■ Sellado Automático de Vaso ■ Salida Manual de la Bandeja con Vaso Sellado ■ Control Digital de Temperatura y Tiempo de Sellado ■ Contador Digital de Vasos ■ Voltage: 110v - 60Hz 	C420.000 IVI

NOVAMART SOLUTION SRL

Plaza Los Arcos, Local #10, Belén, Heredia, Costa Rica, Centroamerica

Tel: +506-2239-3114

Fax: +506-2239-3087

E-Mail: info@novamart.com

Web: www.novamart.com

Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."

Anexo 5. Tabla de Amortizaciones

Tabla de amortización de préstamo					
Período	Cuota	Interés	Capital	Saldo	
0				\$	21,228.33
Año 1					
1	\$ 612.54	\$ 300.73	\$ 311.81	\$	20,916.52
2	\$ 612.54	\$ 296.32	\$ 316.23	\$	20,600.29
3	\$ 612.54	\$ 291.84	\$ 320.71	\$	20,279.59
4	\$ 612.54	\$ 287.29	\$ 325.25	\$	19,954.34
5	\$ 612.54	\$ 282.69	\$ 329.86	\$	19,624.48
6	\$ 612.54	\$ 278.01	\$ 334.53	\$	19,289.95
7	\$ 612.54	\$ 278.01	\$ 334.53	\$	18,955.42
8	\$ 612.54	\$ 268.54	\$ 344.01	\$	18,611.41
9	\$ 612.54	\$ 263.66	\$ 348.88	\$	18,262.52
10	\$ 612.54	\$ 258.72	\$ 353.83	\$	17,908.70
11	\$ 612.54	\$ 253.71	\$ 358.84	\$	17,549.86
12	\$ 612.54	\$ 248.62	\$ 363.92	\$	17,185.94
Año 2					
13	\$ 612.54	\$ 243.47	\$ 369.08	\$	16,816.86
14	\$ 612.54	\$ 238.24	\$ 374.31	\$	16,442.56
15	\$ 612.54	\$ 232.94	\$ 379.61	\$	16,062.95
16	\$ 612.54	\$ 227.56	\$ 384.99	\$	15,677.96
17	\$ 612.54	\$ 222.10	\$ 390.44	\$	15,287.52
18	\$ 612.54	\$ 216.57	\$ 395.97	\$	14,891.55
19	\$ 612.54	\$ 210.96	\$ 401.58	\$	14,489.97
20	\$ 612.54	\$ 205.27	\$ 407.27	\$	14,082.70
21	\$ 612.54	\$ 199.50	\$ 413.04	\$	13,669.66
22	\$ 612.54	\$ 193.65	\$ 418.89	\$	13,250.77
23	\$ 612.54	\$ 187.72	\$ 424.83	\$	12,825.95
24	\$ 612.54	\$ 181.70	\$ 430.84	\$	12,395.10
Año 3					
25	\$ 612.54	\$ 175.60	\$ 436.95	\$	11,958.16
26	\$ 612.54	\$ 169.41	\$ 443.14	\$	11,515.02
27	\$ 612.54	\$ 163.13	\$ 449.41	\$	11,065.60
28	\$ 612.54	\$ 156.76	\$ 455.78	\$	10,609.82
29	\$ 612.54	\$ 150.31	\$ 462.24	\$	10,147.58
30	\$ 612.54	\$ 143.76	\$ 468.79	\$	9,678.80
31	\$ 612.54	\$ 137.12	\$ 475.43	\$	9,203.37
32	\$ 612.54	\$ 130.38	\$ 482.16	\$	8,721.21
33	\$ 612.54	\$ 123.55	\$ 488.99	\$	8,232.21
34	\$ 612.54	\$ 116.62	\$ 495.92	\$	7,736.29
35	\$ 612.54	\$ 109.60	\$ 502.95	\$	7,233.34
36	\$ 612.54	\$ 102.47	\$ 510.07	\$	6,723.27
Año 4					
37	\$ 612.54	\$ 95.25	\$ 517.30	\$	6,205.97
38	\$ 612.54	\$ 87.92	\$ 524.63	\$	5,681.35
39	\$ 612.54	\$ 80.49	\$ 532.06	\$	5,149.29
40	\$ 612.54	\$ 72.95	\$ 539.60	\$	4,609.69
41	\$ 612.54	\$ 65.30	\$ 547.24	\$	4,062.45
42	\$ 612.54	\$ 57.55	\$ 554.99	\$	3,507.46
43	\$ 612.54	\$ 49.69	\$ 562.86	\$	2,944.60
44	\$ 612.54	\$ 41.72	\$ 570.83	\$	2,373.77
45	\$ 612.54	\$ 33.63	\$ 578.92	\$	1,794.86
46	\$ 612.54	\$ 25.43	\$ 587.12	\$	1,207.74
47	\$ 612.54	\$ 17.11	\$ 595.43	\$	612.31
48	\$ 612.54	\$ 8.67	\$ 612.31	\$	-

Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."

Anexo 6. Planillas Anual y Mensual del personal

Planilla Anual Primer año

COCOA CULTURE S.A

Nº Emplados	Cargo	Nombre	Salario Mensual	Salario Anual	INSS Laboral	IR	TOTAL DEVENGADO	INSS Patronal	INATEC	Aguinaldo	Vacaciones	Indemnización
1	Gerente Admon.	Gabriela Sánchez.	\$ 327.87	\$ 3,934.43	\$ 245.90	\$ 98.36	\$ 3,590.16	\$ 747.54	\$ 78.69	\$ 327.87	\$ 327.87	\$ 327.87
2	Supervisor	Josué Tapia.	\$ 262.30	\$ 3,147.54	\$ 196.72	\$ -	\$ 2,950.82	\$ 598.03	\$ 62.95	\$ 262.30	\$ 262.30	\$ 262.30
3	Cajera	Gema Rugama.	\$ 229.51	\$ 2,754.10	\$ 172.13	\$ -	\$ 2,581.97	\$ 523.28	\$ 55.08	\$ 229.51	\$ 229.51	\$ 229.51
4	Cocinero	Elieth Urbina.	\$ 226.95	\$ 2,723.38	\$ 170.21	\$ -	\$ 2,553.17	\$ 517.44	\$ 54.47	\$ 226.95	\$ 226.95	\$ 226.95
5	Mesero	Ana Roa.	\$ 226.95	\$ 2,723.38	\$ 170.21	\$ -	\$ 2,553.17	\$ 517.44	\$ 54.47	\$ 226.95	\$ 226.95	\$ 226.95
6	Mesero	Mássiell Narváez.	\$ 226.95	\$ 2,723.38	\$ 170.21	\$ -	\$ 2,553.17	\$ 517.44	\$ 54.47	\$ 226.95	\$ 226.95	\$ 226.95
7	Mesero	Francisco Cárdenas.	\$ 226.95	\$ 2,723.38	\$ 170.21	\$ -	\$ 2,553.17	\$ 517.44	\$ 54.47	\$ 226.95	\$ 226.95	\$ 226.95
Total			\$ 1,727.47	\$ 20,729.59	\$ 1,295.60	\$ 98.36	\$ 19,335.63	\$ 3,938.62	\$ 414.59	\$ 1,727.47	\$ 1,727.47	\$ 1,727.47



Planilla Mensual COCOA CULTURE,S.A.

Nº Emplados	Cargo	Nombre	Salario Mensual	INSS Laboral	IR	TOTAL DEVENGADO	INSS Patronal	INATEC	Aguinaldo	Vacaciones	Indemnización
1	Gerente admón.	Gabriela Sánchez.	\$ 327.87	\$ 20.49	\$ 250.00	\$ 57.38	\$ 62.30	\$ 6.56	\$ 27.32	\$ 27.32	\$ 27.32
2	Supervisor	Josué Tapia.	\$ 262.30	\$ 16.39	\$ -	\$ 245.90	\$ 49.84	\$ 5.25	\$ 21.86	\$ 21.86	\$ 21.86
3	Cajera	Gema Rugama.	\$ 229.51	\$ 14.34	\$ -	\$ 215.16	\$ 43.61	\$ 4.59	\$ 19.13	\$ 19.13	\$ 19.13
4	Cocinero	Elieth Urbina.	\$ 226.95	\$ 14.18	\$ -	\$ 212.76	\$ 43.12	\$ 4.54	\$ 18.91	\$ 18.91	\$ 18.91
5	Mesero	Ana Roa.	\$ 226.95	\$ 14.18	\$ -	\$ 212.76	\$ 43.12	\$ 4.54	\$ 18.91	\$ 18.91	\$ 18.91
6	Mesero	Mássiell Narváez.	\$ 226.95	\$ 14.18	\$ -	\$ 212.76	\$ 43.12	\$ 4.54	\$ 18.91	\$ 18.91	\$ 18.91
7	Mesero	Francisco Cárdenas.	\$ 226.95	\$ 14.18	\$ -	\$ 212.76	\$ 43.12	\$ 4.54	\$ 18.91	\$ 18.91	\$ 18.91
Total			\$ 1,727.47	\$ 107.97	\$ 50.00	\$ 1,369.50	\$ 328.22	\$ 34.55	\$ 143.96	\$ 143.96	\$ 143.96

Anexo 7- Ficha Ocupacional

Ficha Ocupacional	
1. Nombre del cargo:	Accionista
2. Ubicación:	Empresa
3. Cargos subordinados:	Secretaria, Responsable de Personal, Jefes de Áreas
4. Definición del cargo:	Supervisar al administrador

Funciones:

Elabora la planificación anual de las actividades, fijación de metas y definición de indicadores de control.

Evalúa cada mes la ejecución de los planes y aplica medidas correctivas.

Supervisa el cumplimiento, normas y procedimientos para asegurar la eficiencia.

Realiza otras actividades relacionadas con su cargo.

6. Requisitos del cargo:
- a) Nivel académico: Licenciado en Administración de Empresas, Ingeniero o Economista
 - b) Otros estudios: Computación, Administración-Relaciones Humanas

Ficha ocupacional

1. **Nombre del cargo:** **Cajera o Cajero**
2. **Ubicación:** Caja o Departamento de Ingresos
3. **Cargos subordinados:** Ninguno
4. **Superior inmediato:** Administrador
5. **Definición del cargo:** Decepcionar dinero en efectivo

Funciones:

Recepciona dinero en efectivo

Registra y controla los Recibos.

Elabora diariamente el arqueo de caja para el cierre de operaciones del día.

Archiva diariamente copia del arqueo efectuado en caja.

Atiende y brinda información a los usuarios.

Realiza otras actividades afines a las anteriores, por orientación de su responsable inmediato.

Requisitos del cargo:

- a) Nivel académico: Secretaria Comercial o Contador Básico
- b) Otros estudios: Conocimientos de Computación, Relaciones Humanas
- c) Experiencia laboral: Dos años en cargos similares

Ficha Ocupacional

1. **Nombre del cargo:** **Aministrador**
2. **Ubicación:** Empresa
3. **Cargos subordinados:** Secretaria, Responsable de Personal, Jefes de Áreas
4. **Definición del cargo:** Planificar, dirigir, y controlar las actividades de la administración de los recursos humanos, materiales, servicios, mantenimiento, transporte y protección física, logística y otros, a fin de brindar un apoyo eficiente a todas las áreas de la empresa, área de trabajo o servicio correspondiente.

Funciones:

Elabora la planificación anual de las actividades, fijación de metas y definición de indicadores de control.

Evalúa cada mes la ejecución de los planes y aplica medidas correctivas.

Supervisa el cumplimiento, normas y procedimientos para asegurar la eficiencia.

Garantiza el mantenimiento y la protección de las instalaciones y la preservación de la imagen física de la empresa o área de trabajo encomendada.

Realiza otras actividades relacionadas con su cargo.

Requisitos del cargo:

- a) Nivel académico: Licenciado en Administración de Empresas, Ingeniero o Economista
- b) Otros estudios: Computación, Administración Relaciones Humanas

Ficha Ocupacional	
1. Nombre del cargo:	Contador
2. Ubicación:	Empresa
3. Cargos subordinados:	Ninguno
4. Definición del cargo:	Es el responsable de la presentación de la información financiera de una organización para la adecuada toma de decisiones y cumplimiento en tiempo y forma de las obligaciones fiscales de las cuales sea sujeto.

Funciones:

- 1- Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas establecido para Fondos de Empleados.
2. Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable y los auxiliares necesarios, de conformidad con lo establecido por la SIES.
3. Preparar y presentar informes sobre la situación financiera que exijan los entes de control y mensualmente entregar al Administrador, un balance de comprobación.
4. Preparar y presentar las declaraciones tributarias del orden municipal y nacional, a los cuales el Fondo de Empleados esté obligado.
5. Preparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes.
6. Asesorar a la Gerencia y a la Junta Directiva en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno.

Requisitos del cargo:

- a) Nivel académico: Licenciado en Administración de Empresas, Ingeniero o Economista
Lic. En contabilidad Pública y Auditoría

Ficha Ocupacional

1. **Nombre del cargo:** **Supervisor**
2. **Ubicación:** Empresa
3. **Cargos subordinados:** Cajero y Mesero
4. **Definición del cargo:** Responsable de mejorar constantemente a su personal, desarrollando sus aptitudes en el trabajo, estudiando y analizando métodos de trabajo y elaborando planes de adiestramiento para el personal nuevo y antiguo

Funciones:

Dirigir

Desarrollar

Controlar

Programar o planificar el trabajo del día, establecer la prioridad y el orden, tomando en cuenta los recursos y el tiempo para hacerlo, de igual forma el grado de efectividad de sus colaboradores, así como la forma de desarrollar dicho trabajo

Requisitos del cargo:

- a) Nivel académico: Licenciado en Administración de Empresas,
- b) Otros estudios: Técnico en Computación, Administración Relaciones Humanas

Ficha Ocupacional

- | | | |
|----|------------------------------|--|
| 1. | Nombre del cargo: | Cocinero |
| 2. | Ubicación: | Empresa |
| 3. | Cargos subordinados: | Ninguno |
| 4. | Definición del cargo: | Preparar los ingredientes para consumir o cocinar (p.ej., lavar. Pesar, medir y mezclar ingredientes según las recetas y el criterio personal, utilizando diferentes utensilios y equipos de cocina. |

Funciones:

Preparar los ingredientes para consumir o cocinar.

Controlar, pedir, recibir y almacenar los suministros (de alimentos) y evitar que se estropeen.

Inspeccionar y limpiar la cocina, el equipo de cocina, las áreas de servicio, etc., para garantizar la seguridad y las prácticas higiénicas de manejo de alimentos.

Preparar menús y calcular las necesidades de alimentos y los costes.

Requisitos del cargo:

- a) Nivel académico: Cocinero con Experiencia de dos años

10. GLOSARIO.

Flujo grama: es una muestra visual de una línea de pasos de acciones que implican un proceso determinado.

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.

Auge: Crecimiento o desarrollo notables y progresivos de algo, en especial de un proceso o una actividad.

Producto Interno Bruto: conjunto de los bienes y servicios producidos en un país durante un espacio de tiempo, generalmente un año.

Población Económicamente Activa: Es el conjunto de personas que, en una sociedad determinada, ejercen habitualmente una actividad económica o están en aptitud de trabajar aunque se encuentren momentáneamente sin ocupación por causas ajenas a su voluntad.

Segmento Socioeconómico: El nivel socioeconómico es la jerarquía que tiene una persona o un grupo con respecto a otro o al resto. Usualmente se mide por el ingreso como individuo y/o como grupo, y otros factores educación y ocupación.

Demanda latente: es una situación que se produce cuando los consumidores tienen la necesidad de adquirir un producto o servicio pero esta demanda no puede ser satisfecha por alguna razón.

Isologo: es un identificador gráfico que sirve para firmar las comunicaciones de una entidad.

Estrategia de descremado: Es una forma de discriminación de precio, consiste en que con el lanzamiento de un nuevo producto, se establece un precio muy alto al principio para maximizar la ganancia vendiendo el producto a los "usuarios pioneros".

Material POP: es una categoría del Marketing que recurre a la publicidad puesta en los puntos de venta, busca generar una permanencia de la marca recurriendo a una gran variedad de objetos donde se puede imprimir o estampar información de la empresa o producto.

Plan de negocio: es un documento que describe, de manera general, un negocio y el conjunto de estrategias que se implementarán para su éxito.

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

Tasa Interna de Retorno (TIR): es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones. También se conoce como la tasa de flujo de efectivo descontado de retorno.

Periodo de Recuperación (PR): es un método de valoración de inversiones que mide el tiempo que una inversión tarda en recuperar el desembolso inicial, con los flujos de caja generados en el futuro por la misma.

Índice de Precio (IPC): Es un número índice, una medida estadística que se calcula sobre los precios de los productos de consumo masivo en un determinado período. Vale destacarse que el que más se utiliza es el índice de precios al consumo, el cual mide específicamente la evolución del gasto de una familia tipo

Plan de Negocios: "COCOA CULTURE, S.A."