



Sirviendo a la Comunidad

Plan de Negocios
Manjar de papa
“Manjares de mi tierra”.

Tesis para obtener el Título de Licenciatura en Economía Gerencial, Marketing y
Administración de empresas.

Autores:

Br. Martha María Berríos Valle **carné 1311924**

Br. Cristian Alison Guerrero Espinoza **carné 1011543**

Br. Valeska de los Ángeles Segura Alvarado **carné 1011642**

Br. Jonathan Luis Chávez Peña **carné 1411233**

Tutoras:

Msc. Lizbeth Mejía

Msc. Marbell Guzmán Potosme.

Diciembre 2018, Managua Nicaragua.



Índice

1. Objetivos	13
1.1 Objetivo General.	13
1.2 Objetivos Específicos.	13
2. Aporte del proyecto a la economía local nacional.....	14
3. Perfil Estratégico	15
3.1 Misión.....	15
3.2 Visión.	15
3.3 Estrategía del negocio.	15
4. Plan de Marketing	18
4.1 Análisis del entorno y sector	18
4.1.1.1 Entorno Económico.....	18
4.1.1.2 Entorno Político-Legal	20
4.1.1.3 Entorno Social-Cultural.....	21
4.1.1.4 Entorno Tecnológico	22
4.1.1.5 Entorno Ambiental.	22
4.1.2 Análisis del sector	23
4.1.2.1 Amenaza de nuevos ingresos.....	23
4.1.2.2 Respecto a los proveedores.	24
4.1.2.3 Poder de negociación con los compradores.....	24
4.1.2.4 Rivalidad competitiva.....	25
4.1.2.5 Productos sustitutos.	25
4.2 Investigación de mercado	26
4.2.1.1 Antecedentes y definición del problema.	26
4.2.1.2 Justificación del problema.	27
4.2.1.3 Necesidades de la información	28
4.2.1.4 Objetivos de la investigación	29
Objetivo general	29
Objetivos específicos de la investigación.....	29
4.2.2 Metodología.	30
4.2.2.1 Tipos de investigación de mercado	30



Métodos, Técnicas, e Instrumentos utilizados en el estudio	30
4.2.2.2 Fuente de datos para el estudio	30
4.2.2.3 Población y muestra	31
4.2.2.4 Instrumento de recolección de datos	31
4.2.2.5 Trabajo de campo	31
4.3 Decisiones estratégicas de marketing.....	34
4.3.1 Descripción del producto.....	35
4.3.1.1 Diseño y niveles del producto.	35
4.3.1.1.1 Ancho	35
4.3.1.1.2 Largo	35
Planificación.....	36
Implementación y control.....	36
4.3.1.1.3 Profundidad	36
4.3.1.1.4 Consistencia.....	37
4.3.1.3 Ciclo de vida del producto.....	39
4.3.1.4 Presentación de marca del producto.	41
4.3.2 Análisis de la competencia.	41
4.3.3 Objetivos específicos de marketing.....	42
4.3.4 Descripción del mercado meta	42
4.3.5 Demanda y participación de mercado.	42
4.3.6 Estrategias de marketing	43
4.3.7 Plan de acción.....	45
4.3.7.2 Acciones de precio.	46
4.3.7.4 Acciones de distribución	47
4.3.8 Proyecciones de ventas.....	48
5. Plan de producción	49
5.1 Flujograma del producto	49
5.1.1 Descripción del Proceso de Producción	50
5.1.2 Proceso de producción según la forma de su diseño.	51
5.1.3 Proceso de producción según la estructura del flujo de proceso.	51
5.2 Activos fijo.....	52



5.3 vida útil de los activos fijos	54
5.4 Capacidad planificada y futura.....	55
5.5 Materia prima necesaria y costo de la materia prima.....	55
5.6 Mano de obra directa e indirecta	57
5.6.1 Mano de obra directa.....	57
5.6.2 Mano de obra indirecta.....	59
5.7 Gastos generales de la empresa	61
6. Plan de organización	62
6.1 Forma de la empresa.....	62
6.2 Estructura organizacional	65
6.2.1 Funciones por puesto del personal Manjar de papa.....	66
6.2.2 Gastos pre operativos	73
7. Plan de finanzas.....	74
7.1 Plan financiero.....	74
7.2 Estado de pérdida y ganancia	75
7.3 Balance general	76
7.4 Estado de flujo de caja.....	78
7.5 Programa de devolución del préstamo.	79
7.6 Punto de equilibrio	79
7.7 Razones financieras.....	81
7.8 Valor actual neto y tasa interna de retorno.....	81
7.9 Relación beneficio costo.	82
7.10 Periodo de recuperación	83
8. Referencias bibliográficas	¡Error! Marcador no definido.
9. Anexos.....	86



Agradecimiento

Agradezco este logro en alcanzar, a Dios, que me ha sostenido hasta estos momentos de mi vida, por enseñarme por medio las escrituras a no rendirme aún en momentos de desilusión, evocándolo mediante mis oraciones diarias.

A mis padres y abuelos por ser los pilares en mi vida e inculcarme valores y principios siendo el motor que impulso cada uno de mis triunfos.

A todas mis amistades que han estado pendiente de cada uno de mis logros y tristeza, que se encuentran conmigo apoyándome y brindándome un consejo.

A todos mis maestros con excelente formación, que me brindaron lo mejor de su pedagogía y así alcanzar estos momentos emotivos para mi persona. Apropiándome de algunos estilos profesionales que me transfirieron y me permitan como punto de partida, ser cada día mejor.

Martha María Berríos Valle.



Dedicatoria

Dedico este logro alcanzado a mis padres, especialmente a mi madre Martha Valle que es la persona que jamás se ha separado en ninguna de las etapas de mi vida y me ha enseñado a ser una mujer valiente y confiada en Dios.

A todas aquellas personas que ya no se encuentran con nosotros en esta tierra por motivo de la crisis de mi hermosa tierra Nicaragüense, que han derramado sangre y lagrima que a pesar de todo lo sucedido no pierde las esperanzas y el amor tanto a Dios como al prójimo.

Martha María Berríos Valle



Agradecimiento.

Doy gracias a Dios por permitirme culminar una meta importante en mi vida profesional, por brindarme una familia y esposo que me impulsaran en los momentos más difíciles de mi carrera estudiantil a no dejarme vencer, aunque estuviera pasando adversidades.

A esta alma mater y todo el equipo de profesionales que la conforman, por brindarme la oportunidad que los educadores compartieran sus conocimientos intelectuales para formarme y poder lograr culminar mi carrera estudiantil.

A mis compañeras de plan de negocio que a pesar de las dificultades de los tiempos pudimos coordinarnos para poder entregar el presente trabajo.

Cristian Alison Guerrero Espinoza



Dedicatoria.

Le dedico este trabajo a mi padre, a pesar que él no se encuentra físicamente conmigo sé que se sentiría orgulloso de poder ver a su hija convertirse en una profesional de bien, que todo el esfuerzo que hizo por educarme desde pequeña valió la pena.

A toda esa juventud de héroes que dio su vida por defender un derecho Nicaragüense, a sus padres que lamentablemente no tendrán la oportunidad de seguir compartiendo a diario con sus hijos y saber lo injusto de ver cómo les apagaron su voz.

Cristian Alison Guerrero Espinoza



Agradecimiento

A Dios primeramente gracias por cada paso y por qué solo él sabe nuestros deseos interiores.

Me gustaría agradecer en estas líneas la ayuda que muchas personas y colegas me han prestado durante el proceso de este proyecto. En primer lugar, quisiera agradecer a mi madre que me ha ayudado y apoyado en todo momento, a cada uno de mis maestros por haberme orientado en todos los momentos que necesité sus consejos.

A todos mis amigos, mis compañeras de proyecto que me ayudaron de una manera desinteresada, gracias infinitas por toda su ayuda y buena voluntad.

A la Universidad Politécnica de Nicaragua por ser la sede de todo el conocimiento adquirido en estos años.

Valeska Segura Alvarado



Dedicatoria

Al creador de todas las cosas, el que me ha dado fortaleza de continuar cuando a punto de caer he estado; por ello con toda la humildad que de mi corazón puede emanar, dedico mi trabajo primeramente a Dios.

De igual forma a mi madre por ser el pilar más importante y demostrarme su apoyo y su cariño incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones por haber sabido formarme de buenos valores lo cual me ha ayudado a salir a delante en momentos difíciles, por enseñarme a poner primero mi educación con C\$5 en mi bolsa.

A mi abuela, mi viejita linda que amo y extraño con mi alma que al recordarla en el momento de este documento es inevitable no ponerse sensible, mis hermanas y yo te agradecemos por todo mi Ángel.

A todos mis maestros a lo largo de mi carrera, mis compañeros, cada experiencia y anécdota vivida en esta alma mater son un valioso tesoro, me llevo de esta casa grandes amigos de esos que son hermanos.

Finalmente, a mis compañeras en ese momento y ahora las considero amigas por apoyarme, dirigirme y poner su hombro en algunas circunstancias de este trabajo donde flaqueo por distintos acontecimientos, a ellas gracias por esa calidad humana.

Valeska Segura Alvarado



Agradecimiento

Quiero agradecer primeramente a Dios, por su misericordia y bondad, porque a pesar de las circunstancias este trabajo ha culminado satisfactoriamente. A papá, a mamá Yadira y por supuesto, a mi abuelita Isaura por el incondicional apoyo a lo largo de mi trayectoria en la universidad hasta llegar a este punto. A mis amistades más cercanas que me dieron apoyo anímico estando en Nicaragua y hoy en día fuera de él. Y por último, a mis compañeros de trabajo por su gran esfuerzo, dedicación y perseverancia.

Jonathan Luis Chávez Peña



Dedicatoria

Quiero aprovechar a dedicar este trabajo a mis compatriotas en especial, aquellos jóvenes estudiantes. Algunos estaban por terminar su carrera, otros apenas empezaban; sin embargo, fallecieron en los disturbios que se originaron en abril del año en curso por defender lo que es justo, lo que es nuestro como pueblo de una misma nación. Quizás la presencia de todos ustedes estará ausente a partir del día que partieron de este mundo, pero el recuerdo queda en cada una de nuestras memorias, nosotros nicaragüenses. Un legado que nadie puede quitar y, por ende, los mantendrán vivos de generación en generación.

Jonathan Luis Chávez Peña



1. Objetivos

1.1 Objetivo General.

Presentar un plan de negocio para determinar la sostenibilidad de una empresa mediante la producción y comercialización de manjar de papa en el departamento de Managua.

1.2 Objetivos Específicos.

- Conocer el nivel de aceptación de nuestro producto en el mercado.
- Estructurar un plan de mercado que nos provea la información adecuada de la distribución y comercialización del producto.
- Plantear la estructura organizacional que se llevara a cabo dentro del negocio.
- Realizar el plan operativo (costos-gasto) que demuestre la rentabilidad del plan de negocio.



2. Aporte del proyecto a la economía local nacional.

El manjar de papa rompe con las ofertas tradicionales existentes, en forma de un nuevo producto, que da lugar a la creación de nuevos puestos y que en ocasiones produce un efecto de cascada o círculo virtuoso en la economía. Y la estimulación a empresas o sectores que apoyan dichas nuevas empresas crean un desarrollo económico aún mayor.

Permitirá la creación de nuevas fuentes de empleo en Managua, especialmente para familias de escasos recursos económicos y poca formación académica debido que en la elaboración de este producto no incurre en manos de obra especializada.

Seremos contribuyente de los ingresos del estado mediante el pago de todos los impuestos y contribuciones especiales establecidos por la legislación nicaragüense, entre los que podemos mencionar:

Impuestos sobre la renta (IR)

Impuesto al valor agregado (IVA)

Impuesto municipal (Alcaldía)

Instituto Nacional Tecnológico (INATEC)

Instituto Nicaragüense de seguridad social (INSS)

Como gran aporte de este negocio tenemos la seguridad que ofrecemos al consumidor valor nutricional, calidad y delicia a su paladar dado que nuestro manjar será procesado con altos niveles de higiene y empaçado de forma segura que garantice la integridad del consumidor.



3. Perfil Estratégico

3.1 Misión.

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes con la elaboración de dulce manjar como alternativa de solución para mejorar y conservar la salud, brindando un servicio de calidad a precios competitivos manteniendo su confianza y contribuyendo al desarrollo de nuestra comunidad.

3.2 Visión.

Ser una empresa con un equipo de trabajo orientado a la mejora continua con una estructura organizacional sólida y eficiente, consolidando su posición competitiva como productor y distribuidor de dulce manjar

3.3 Estrategia del negocio.

Una estrategia de negocios, de acuerdo a Rapid Business Intelligence Success, es un plan de negocios que toma lugar en el largo plazo para ayudar a alcanzar metas u objetivos específicos. El objetivo de una estrategia de negocios es fortalecer a una empresa particular para que su desempeño mejore y, a cambio, el negocio llega a ser más rentable. Una estrategia de negocio es también una herramienta maravillosa para usar cuando monitoreas cuán bien le está yendo a tu empresa a través del tiempo y decidir el próximo paso para tomar en tu negocio para ser exitoso.



Utilizaremos la estrategia de diferenciación de producto, obteniendo ventajas competitivas en el mercado por nuestra calidad, valor nutricional, lealtad en nuestra marca y una competencia no basada en precios, sino que en calidad y sabor único.

Con la innovación transformacional de nuestro producto nos brinda una percepción que no obtenemos productos sustitutos disponibles en el mercado, aunque nuestra competencia tenga producto similar.

3.4 Análisis FODA

Tabla No. 01

Análisis del entorno	Fortaleza	Debilidades
Entorno Interno	F1. Producto con altos valores nutricionales sin perseverantes. F2. Talento humano calificado F3. Cumplimiento de normas fitosanitarias	D1. Limitado presupuesto para inversión en equipos tecnológicos. D2. Escasa difusión en medios publicitarios. D3. Falta de trayectoria en el mercado
Entorno externo	Oportunidades O1. Producto innovador nutritivo. O2. Amplio mercado de clientes potenciales. O3. Producto innovador. O4. Ubicación en alto índice de tránsito.	Amenazas A1. Surgimiento de nuevas normativas comerciales. A2. Alza de precio en costos de materia prima. A3. Escasez del producto por amenazas climáticas. A4. Declive en la economía nacional.

Fuente: Elaboración propia.



3.5 Cruce del FODA

Tabla No. 02

Matriz Foda Cruzado		Fortalezas-F	Debilidades-D
Análisis Interno Análisis Externo	F1. Producto con altos valores nutricionales sin perseverantes.	D1. Limitado presupuesto para inversión en equipos tecnológicos.	
	F2. Talento humano calificado	D2. Escasa difusión en medios publicitarios.	
	F3. Cumplimiento de normas fitosanitarias	D3. Falta de trayectoria en el mercado	
Oportunidades-O O1. Producto innovador nutritivo. O2. Amplio mercado de clientes potenciales. O3. Producto innovador. O4. Ubicación en alto índice de tránsito.	Estrategias Ofensivas (FO) F1-O1. Un nuevo producto, siguiendo la línea del bienestar nutricional de nuestros clientes. F1-O4. Aprovecharemos nuestros beneficios del manjar para adquirir una mayor demanda, estableciendo una ventaja directa con la competencia. F3-O4. Nos regiremos a las normas de seguridad para brindarles confianza a nuestros clientes para que adquieran nuestro producto	Estrategia de reorientación (DO) D2-O1-O4. Implementaremos medidas publicitarias de bajos costos para el reconocimiento de nuestra marca (redes sociales). D3-O3. Incrementaremos nuestra actividad participando en ferias gastronómicas y de emprendedores. D1-O4. A medida que nuestra demanda vaya creciendo invertiremos un porcentaje de nuestra ganancia para mejorar nuestros equipos de producción	
Amenazas-A A1. Surgimiento de nuevas normativas comerciales. A2. Alza de precio en costos de materia prima. A3. Escasez del producto por amenazas climáticas. A4. Declive en la economía nacional.	Estrategia Defensiva (FA) F1-A2. Crearemos alianzas con nuestros proveedores para asegurar nuestra materia prima. F1-A3-A4. Implementaremos un inventario veraz esto nos ayudara a que nuestras solicitudes sean proporcional a nuestra demanda	Estrategia supervivencia (DA) D3-A2-A3. Para un futuro tenemos previsto crear una nueva línea de postre sin desenfocarnos a la estabilidad nutricional. D1-A1-A4. Crearemos una cuenta bancaria en la cual iremos depositando un porcentaje de nuestra ganancia. Esta nos servirá de colchón para cubrir cualquier imprevisto.	



4. Plan de Marketing

Incursionaremos en un mercado comercial con altos estándares de calidad, sustentabilidad e innovación, aplicando los recursos tecnológicos para dar a conocer nuestro producto de manera efectiva, realizaremos estrategias comerciales como activaciones en medios informativos y redes sociales. Participaremos en ferias de Pymes.

4.1 Análisis del entorno y sector

4.1.1 Análisis externo

4.1.1.1 Entorno Económico

Para el desarrollo de cualquier negocio es necesario conocer lo que sucede alrededor, es por ello, que en esta parte en específico, se analizará la situación de los distintos indicadores económicos del país. Los cuales influyen de manera proporcional a las decisiones empresariales en materia financiera.

Según informes provenientes del Banco Central de Nicaragua (BCN), en el cuarto trimestre de 2017, la economía nicaragüense registró un crecimiento interanual de 4.3 por ciento y un crecimiento promedio anual de 4.9 por ciento en los datos originales, según la estimación preliminar del PIB trimestral. La agricultura creció 19.4 por ciento (10.0% en promedio anual), explicado por la mayor generación de valor agregado en los cultivos de café, caña de azúcar, maíz, arroz, ajonjolí, maní, vegetales, raíces y tubérculos, entre otros cultivos agrícolas.¹

El Índice de Precios al Consumidor (IPC) mostró una variación mensual de 0.31 por ciento (0.61% en enero 2017), explicada principalmente por el comportamiento de los precios en algunos bienes y servicios de las divisiones de “Alimentos y bebidas no alcohólicas” (0.70%);

¹ Ver informe del PIB del IV trimestre del 2017 del BCN.



transporte (1.25%); y alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0.25%), las cuales contribuyeron en conjunto con 0.360 puntos porcentuales a la variación observada. En cambio, la División de Recreación y cultura, mostró una variación de -4.12 por ciento (-0.165pp). En tanto, la inflación interanual se situó en 5.36 por ciento, 1.48 puntos porcentuales superior a la registrada en enero de 2017, y la inflación subyacente fue de 3.97 por ciento (4.13% en enero 2017).²

La división de “Alimentos y bebidas no alcohólicas” contribuyó a la inflación de enero con 0.245 puntos porcentuales, registrando un aumento de 0.70 por ciento. En este resultado, por sus contribuciones marginales, se destacaron las variaciones de precio del queso (5.72%), el limón (41.97%) y el pollo en pieza (1.80%), con aporte conjunto de 0.255 puntos porcentuales.³

Por modalidad de recursos, 290.7 millones correspondieron a préstamos (71.8%) y 114.2 millones a donaciones (28.2%). En comparación con el primer semestre 2016, los desembolsos de préstamos disminuyeron en 7.7 millones (-2.6%) y las donaciones aumentaron en 22.9 millones (25.1%). El sector público recibió el 67.0 por ciento de la cooperación total, equivalente a 271.2 millones de dólares, US\$52.2 millones más que en el primer semestre 2016. El sector privado, por su parte, recibió el 33.0 por ciento de los recursos de la cooperación, equivalente a 133.7 millones de dólares, US\$37.0 millones menos que en el primer semestre 2016.⁴

El Índice de Precios al Consumidor (IPC) mostró un aumento de 0.51 por ciento (0.55% en octubre 2017), explicada principalmente por el comportamiento de los precios en algunos bienes y servicios de las divisiones de Alimentos y bebidas no alcohólicas (0.67%); Transporte (1.56%) y Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0.82%); las cuales contribuyeron en conjunto con 0.429 puntos porcentuales a la variación observada. En cambio, la división de Recreación y cultura, mostró disminución de 0.29 por ciento (-0.011pp). En términos acumulados, la inflación nacional alcanzó 2.70 por ciento (3.26% en octubre 2017), inducida por el comportamiento de precios en las divisiones de Transporte; Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles; y, Educación con un aporte conjunto de 1.793 puntos porcentuales. En

² Ver: BCN (2018). *Informe de inflación: Octubre 2018*. Nicaragua.

³ Ver: BCN (2018). *Informe de inflación: Octubre 2018*. Nicaragua..

⁴ Ver: BCN (2017). *Informe de Cooperación Oficial Externa del BCN: Primer Semestre 2017*. Nicaragua.



términos interanuales, la inflación se situó en 5.10 por ciento, 0.73 puntos porcentuales superior a la registrada en octubre de 2017, y la inflación subyacente fue de 4.06 por ciento (4.15% en octubre 2017).

El alza en el precio de los servicios de alojamiento, agua y electricidad, el gas butano, los combustibles y algunos alimentos y bebidas no alcohólicas provocó que en octubre el Índice de Precios al Consumidor (IPC) se incrementara en 0.51 por ciento, aumento similar al 0.55 por ciento registrado en igual mes del año pasado.

“En términos acumulados, la inflación nacional alcanzó 2.70 por ciento, valor inferior al 3.26 por ciento registrado en octubre 2017, inducida por el comportamiento de precios en las divisiones de transporte, alojamiento, agua, electricidad, gas, combustibles y educación con un aporte conjunto de 1.793 puntos porcentuales”, detalla el Informe Mensual de Inflación publicado por el Banco Central de Nicaragua (BCN).

En cambio, en términos interanuales, la inflación se situó en 5.10 por ciento, 0.73 puntos porcentuales superior a la registrada en octubre de 2017.

4.1.1.2 Entorno Político-Legal

A nivel general, en cuestiones legales y fiscales se encuentran varias leyes y dentro de ellas reformas que ayudan, al apoyo y regulaciones de las actividades mercantiles de las PyMES en Nicaragua. Tales como:

Ley No. 645 (LEY DE PROMOCIÓN, FOMENTO Y DESARROLLO DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA), cuya finalidad se basa en el art. 3 de la misma:

1. Establecer principios económicos rectores para el fomento de las MIPYME.
2. Instaurar un sistema de coordinación interinstitucional como un instrumento de apoyo a las políticas de desarrollo y fomento a las MIPYME, que armonice la gestión que efectúan las diversas entidades públicas y privadas.



3. Adoptar un instrumento legal de carácter general, que dé lugar a un proceso normativo del cual se deriven nuevos principios legales, reformas de los ya existentes cuando sea necesario, en aquellas áreas y sectores económicos considerados claves para el desarrollo de las MIPYME.
4. Instaurar un proceso educativo y formalización empresarial y asociativa, mediante la reducción de costos monetarios de transacción y la facilitación de procedimientos administrativos ágiles.
5. Promover la existencia de una oferta económica permanente de instrumentos y servicios empresariales de promoción y desarrollo a las MIPYME.
6. Ampliar de manera efectiva, en el ámbito nacional, la implementación de las políticas de fomento a la MIPYME, mediante la incorporación del Gobierno Central, Gobiernos de las Regiones Autónomas y Municipios, a las acciones conjuntas de que se trate.

4.1.1.3 Entorno Social-Cultural

Aparte de analizar el entorno financiero, es necesario el aspecto social. Es por ello, que en este aspecto se plantearán a continuación, los distintos indicadores sociales del país que permitirá establecer un perfil de un cliente potencial para la empresa.

El departamento de Managua posee una población de 1,374,025 habitantes con una densidad poblacional de 306 habitantes / Km². La población urbana representa el 90 por ciento, (1,238,447) y la rural es donde está la menor parte de la población, 10 por ciento. La actividad económica en el área rural es agropecuaria, en la agricultura los principales cultivos son el frijol, maíz de autoconsumo y el sorgo rojo destinado para la alimentación de ganado. En el área urbana la actividad económica es principalmente la industria y el comercio. En el departamento de Managua, según los datos del III Censo Nacional Agropecuario existe un total de 8,649 Explotaciones Agropecuarias que concentran una superficie censada de 355,573.27 manzanas, para un promedio general de 41.11 manzanas por EA, por debajo del promedio nacional de 44.78. El departamento concentra el 4 por ciento de las explotaciones a nivel nacional e igual porcentaje



de la superficie agropecuaria censada. El total de Productores(as) Individuales en el departamento representan el 97 por ciento del total de explotaciones censadas.⁵

En cuestiones de consumismo, según el informe del BCN, el consumo mostró un crecimiento interanual de 2.0 por ciento (3.7% en promedio anual), como resultado del crecimiento en el consumo privado y público. El consumo individual de hogares e Instituciones Sin Fines de Lucro que Sirven a los Hogares (ISFLSH) o consumo privado creció 2.4 por ciento (3.8% en promedio anual). Por su parte, el consumo del gobierno registró un aumento de 0.5 por ciento (3.5% en promedio anual) resultado de un comportamiento mixto: crecimiento del consumo individual, 3.0 por ciento, y disminución en el colectivo, 0.3 por ciento.⁶

4.1.1.4 Entorno Tecnológico

Debido a que el modo de producción de los manjares será de manera semi industrial, el acceso a la maquinaria necesaria para elaboración del mismo es accesible. Tanto por la cantidad requerida a como el precio del mismo. También estos se encuentran disponibles en el mercado nacional, lo cual indica que no es necesaria la importación de ningún equipo, por tal razón hace alcanzable la adquisición de cada uno y no requiere de mucho costo esta maquinaria es: cocina industrial.

4.1.1.5 Entorno Ambiental.

Impacto Positivo

Con nuestro proyecto pretendemos fomentar una cultura del buen uso de nuestros productos agrícolas nacionales en este caso la papa el cual es un tubérculo que lo siembran nuestros agricultores aprovechando sus cualidades nutritivas de esta manera aprovechar los beneficios que brinda, con nuestro trabajo promoveremos mensajes acerca del cuidado y protección de nuestro medio ambiente.

⁵ INIDE (2012). *Informe de Censo Nacional Agropecuario*. Managua, Nicaragua.

⁶BCN (2018). *Informe Trimestral del Producto Interno Bruto: Cuarto Trimestre 2017*. Managua, Nicaragua.



Depende de uno mismo y de los valores que tengamos acerca de vivir bien y saludable es que contribuiremos al desarrollo de nuestro país.

Impacto Negativo

Un impacto negativo que ocasione el proyecto será el aumento de los desechos como los envases de plástico, como sabemos este producto tiene una degradación por muchísimos años, es por eso que debemos tomar conciencia y depositar la basura en su lugar o bien hacer uso del reciclaje para un mejor vivir.

4.1.2 Análisis del sector

Fuerzas	Intensidad
Amenazas de nuevos ingresos	Alto
Poder de negociación con los proveedores	Bajo
Poder de negociación con los compradores	Bajo
Rivalidad competitiva	Bajo
Productos sustitutos	Alto

4.1.2.1 Amenaza de nuevos ingresos

En Nicaragua, a través de los años se ha clarificado cada vez más que las PyMEs tienen una gran influencia en el país, refiriéndose en materia financiera y productiva. Y eso se ha logrado identificar a través de los informes anuales del PIB en Nicaragua, lo cual corrobora la importancia de las mismas, ya que dentro de un 100% según el CEU brindado por el INIDE, las PyMEs en Nicaragua representan, es decir, ocupan aproximadamente un 94.20% en el sector económico del país.



4.1.2.2 Respecto a los proveedores.

Como parte de nuestro plan estratégico está el liderazgo en costo, esto lo lograremos mediante la adquisición de materia prima en altos volúmenes lo que nos permitirá poder en negociación con los proveedores. Es por ello que consideramos que el poder de negociación de los proveedores es bajo, no serán ellos quienes establezcan los precios deseamos por sus productos, sino que será parte de la negociación que se establecerán.

Debido al tipo de producto que se elabora, específicamente se requiere de adquirir de papa blanca. La cual, según reportes publicados por APEN, el precio de la papa se encuentra entre C\$1,150.00 a C\$1,200.00 el quintal (100lbs) en los mercados de la capital.

MAQUINARIAS

Nuestras maquinarias las adquiriríamos por sondeo de mercados de calidad, obteniendo una garantía de fábrica de 2 años.

4.1.2.3 Poder de negociación con los compradores

El producto es dirigido hacia un segmento de mercado que le gusta los dulces nicaragüenses pero que a su vez se cohíben por la falta de seguridad en las normas higiénicas, presentación y distribución de este producto. Sin embargo, fácilmente pueden sustituirlo por otros como los chocolates, jaleas, tres leches, arroz con leche, etc.

Por lo anterior, estamos seguros que se requiere de mayor promoción por la industrialización de nuestro manjar de papa, que son exquisitos para el paladar de la mayoría. Por lo que consideremos que es bajo, ya que deben pagar por el producto que demandan y no lo oferta ninguna otra empresa



4.1.2.4 Rivalidad competitiva.

A la fecha no se encuentra ninguna empresa dedicada a la producción y comercialización de manjar de papa, sin embargo, hay que tomar en cuenta que las hay en relación a los productos sustitutos como, por ejemplo: panaderías y pastelerías. Cabe destacar que, al no haber una competencia directa produce una ventaja al ingresar al mercado y tener más oportunidades de llegar al mercado meta.

Nos enfocaremos en conseguir canales de distribución para nuestro producto como los súper mercados, y tiendas de conveniencia ofreciéndoles una disminución de precio por cantidad adquirida y con esto aprovechar en captar más rápido a los clientes e irlos fidelizando con nuestro producto.

Actualmente en Nicaragua, según nuestro estudio de mercado en particular Managua, no hay empresas dedicadas a la distribución de manjar de papa, postre exquisito al paladar, solo se encuentra la venta informal de pio quinto, sopa borracha y en reposterías prestigiosas tres leches. Lo cual difiere al producto que nosotros ofrecemos, esto es, por unidad, distintos tamaños al gusto del cliente y con empaque industrial que permita mantenerla higiénica, aumente su vida y preserve el auténtico sabor nicaragüense.

4.1.2.5 Productos sustitutos.

Actualmente no existe una empresa establecida que fabrique y comercialice de manera formal el manjar de papa, nuestras presentaciones cumplirán con las normas fitosanitarias con empaque adecuado para su comercialización.

Por lo antes expuestos es que consideramos que la rivalidad competitiva es baja tenemos la oportunidad que nuestro mercado meta adquiera un producto con altos valores nutricional.



4.2 Investigación de mercado

4.2.1 Metodología

4.2.1.1 Antecedentes y definición del problema.

La papa o patata pertenece a la misma familia de plantas a la cual pertenecen también el tabaco y el tomate. La papa, es oriunda de los Andes chilenos y peruanos y muchos historiadores sitúan el inicio de su domesticación hace ya unos 4,000 años en áreas montañosas, donde a una altura de más de 4,000 metros. La papa constituía el alimento principal de los incas.

La papa (*Solanum tuberosum* L) es el cuarto cultivo sembrado, en más de cien países siendo el alimento básico de los países desarrollados (Europa y Estados Unidos), quienes consumen 75 kg per cápita anuales. En Nicaragua la FAO reporta un consumo per cápita de 8 kg anuales, en Nicaragua se cultivan entre 800 - 1200 ha, donde se obtiene una producción de 35 - 40 por ciento de la demanda nacional. La importancia de la papa radica en que sus tubérculos son parte de la dieta de millones de personas a nivel mundial, contiene 80% de agua y la materia seca constituida por carbohidratos, proteínas, celulosa, minerales, vitaminas A y C proporcionan una dieta balanceada, además son utilizadas en la industria para la producción de almidón, comidas rápidas, papas a la francesa, chips, hojuelas y puré (INTA 2004).

Los factores que limitan la producción de papa en Nicaragua son la escasez de semilla, los altos costos, pero sobre todo la baja calidad de los tubérculos. La alternativa del uso de semilla sexual de papa en lugar de la propagación convencional por tubérculo–semilla, permite reducir los costos y disminuir los problemas relacionados con las enfermedades transmitidas por propagación (INTA, 2004).

En los años ochenta hubo un crecimiento y expansión del área cultivada de papa en la región I, en la zona de Mira flor Estelí, y el valle de Jalapa que permitió la creación del programa nacional de papa en 1986. El área cultivada 1986 paso de 35 a 750 hectáreas y la producción de 341 a 11,300 toneladas métricas solo en la región 1, según datos del programa nacional de papa. Para el año 1990 el cultivo se extendió a casi todas las zonas de la región 1 y sexta región del país y se



iniciaba en algunas zonas de Carazo. En el período del 90 al 96 se cultivaron 1,000 hectáreas según los indicadores del instituto nacional de tecnología agropecuaria, cuya producción fue de 13,286 toneladas métricas de papa, de las cuales se comercializaron el 70% aproximadamente, pero en 1998 el área de producción se redujo a un poco más de 450 hectáreas para una producción estimada de 5,100 toneladas. En 1999 las zonas productoras de papa que registra el INTA se localizan en la parte norte y noroeste del país; el 60% se encuentra en Jinotega; el 25% Matagalpa y el 15% en Estelí. Sin embargo, el sistema de información geográfico del MAGFOR indica que las mejores zonas para el cultivo son Jinotega 51,102 hectáreas, el Jícaro y Jalapa con 13,278 hectáreas y Estelí con 4,355 hectáreas (MAGFOR, 1999).

4.2.1.2 Justificación del problema.

Este proyecto se realiza con el fin de establecer una empresa que se encargue de la elaboración y comercialización del dulce manjar que pueda satisfacer las necesidades, no solo de niños, sino de todas las personas que se sienten atraídas por el sabor natural y sin químicos de los dulces manjar. Nos basamos en la necesidad de satisfacer las necesidades de la población, ofreciendo productos naturales de una óptima calidad, donde se conserven todas las vitaminas y nutrientes ya que actualmente los productos salen al mercado son antihigiénicos y no conservan el estado natural como en el caso de las frutas. De tal manera ayudar a los pequeños productores de leche.

Además, con la producción de un alimento nutritivo y no tradicional, como lo es el dulce manjar ayudará a que la comunidad tenga una fuente de calórica limpia con el consumo prudente del dulce. Al estar constituido por las materias primas como lo son la (papa y leche). La papa es considerada tener beneficios en la gastronomía a nivel mundial dado que ayuda a prevenir y combatir la anemia, es anti inflamatorio por las propiedades de minerales que posee y controla la presión arterial, combate la hepatitis y reduce los niveles del colesterol, la leche es considerada como unos de los alimentos más completos y esenciales que existen, y destaca su alto contenido de calcio unos 300mg Aprox. por vaso fundamental en adultos mayores y niños teniendo la ventaja que se absorbe más fácilmente estando en este alimento. Lo más importante, es que el



producto contará con la ventaja de ser casero y por lo tanto estará libre de grasas saturadas, conservantes colorantes y colesterol todo lo contrario a los productos industriales.

4.2.1.3 Necesidades de la información.

Para lograr obtener información fue muy importante obtener un indicador el cual nos indicará si es posible realizar el proyecto manjar de papas, lo cual tomamos en cuenta lo siguiente:

Dato estadístico de la población nicaragüense al 2017.

Tabla No 03

Departamento	Población	Porcentaje
Managua	1,042,641	24%

Proveedores de materia Prima:

Tabla No 04

Empresa	Departamento	Tipo de materia
Ingenio San Antonio	Chichigalpa	Azúcar
Productos veritos, S.A	Nindiri	Canela
Leche	RAAS	Leche
Productores independientes	Sébaco	Papa

⁷ Ver: Mairena, A. (s.f). *Factores de Nicaragua*. Recuperado de <https://www.coursehero.com/file/27393819/FACTORES-DE-NICARAGUAdocx/>



4.2.1.4 Objetivos de la investigación

Objetivo general

Satisfacer una demanda a través de la creación y comercialización de los “manjares de papa” distribuyéndola en los diferentes establecimientos de Managua, bajo normas higiénicamente certificadas.

Objetivos específicos de la investigación

- A través de la presente investigación establecer un precio a nuestro producto en base a nuestros costos.
- Conocer la demanda actual determinada por el estudio de mercado para el consumo de manjar de papa.
- Determinar los canales de comercialización que prefieren nuestros clientes potenciales.



4.2.2 Metodología.

4.2.2.1 Tipos de investigación de mercado

Según su aplicabilidad, es de tipo Inductivo por lo que este método nos arrojará información general y detallada que nos permitirá obtener nuevas teorías a fin de enriquecer nuestros objetivos de estudios. Por su amplitud es de tipo transversal debido a que fue realizado en un periodo de corto tiempo, por su nivel de profundidad del conocimiento es del tipo exploratoria porque está dirigida a la formulación más precisa de un problema de investigación.

Una investigación exploratoria descriptiva porque describe el comportamiento, gustos, preferencia y además concluyente, porque nos brindará información para realizar un plan de mercadeo y proyecciones de ventas para luego hacer un análisis de la viabilidad financiera del proyecto.

La investigación nos permitirá la identificación del problema y sus posibles soluciones, a corto plazo y correspondiente a largo e incorporar medidas y posibles soluciones, así como también la determinación de variables y su interrelación para planteamiento de la hipótesis de investigación.

Métodos, Técnicas, e Instrumentos utilizados en el estudio

Métodos: Observación.

Técnicas: recopilación de datos por medio de encuestas a profundidad.

Instrumento: Cuestionario semi-estructurado.

4.2.2.2 Fuente de datos para el estudio

Figuras del Sistema Agroindustrial (datos primarios)

Se tuvo que realizar una investigación de campo para tener una idea más clara acerca de la producción de este tubérculo, desde como es el cuidado de la papa cuando es una planta hasta que este entra a la producción que abarca su selección, lavado y preparación en caso de convertirlo en otro producto.



Documentos (datos secundarios)

Aquí se hizo uso del internet para buscar más información referente a la preparación, tipo de maquinaria adecuada para la elaboración del producto terminado.

4.2.2.3 Población y muestra

Estamos tomando una población correspondiente al tiempo y cantidad por tal motivo se encuestaron a 100 personas, nuestra muestra que utilizaremos será aleatoria dado que se seleccionaron a los encuestados de manera al azar.

4.2.2.4 Instrumento de recolección de datos

Encuestas

Investigación bibliográfica

Investigación en Internet

4.2.2.5 Trabajo de campo

A continuación se describirá el siguiente paso para la elaboración de nuestro plan de negocios y apegados a la metodología que un trabajo de esta índole amerita, procedimos a realizar una revisión de cada una de las encuestas que se utilizó para la recolección del trabajo de campo, donde se reflejan en las cifras que este fue realizado con mucho profesionalismo, ya que todas las preguntas habían sido contestadas por la población nicaragüense cumpliendo de esta manera con unos de los propósitos fundamentales de esta misión.

Una vez verificada la calidad del trabajo de campo, se procedió a enumerar cada encuesta, esto con el propósito de tener una base de datos lo más ordenada posible, ya que esto facilita en gran manera cualquier aclaración que se quiera hacer al momento que surja alguna duda, además de errores de digitación que se puedan cometer al momento de incorporar los valores en nuestra base datos, con la debida enumeración de cada encuesta nos permitirá tener una trazabilidad de la información.

Una vez validada la información del trabajo de campo, fue necesario el análisis de la información recolectada de nuestros encuestado, sin embargo para realizar este análisis se es necesario



procesar dicha información y para ello recurrimos a herramientas tan brillantes que la tecnología actual nos aporta como es el programa informático Microsoft Excel, este programa ofrece una gama de opciones que nos ayudan a realizar una mejor apreciación de los datos, como mencionar los gráficos a partir de la información recolectada, esto nos permite realizar un análisis más amplio y enriquecedor.

Análisis de Resultados

La base de datos ya con su respectivo y cuidadoso procesamiento, pudimos obtener información de gran valor, el cual era el propósito fundamental del presente estudio.

A continuación, presentamos los resultados obtenidos a partir de lo anteriormente mencionado.

Ver anexos No. 03

Investigación Exploratoria

En esta fase exploratoria logramos obtener información relacionada con las compras de activos por medio de cotizaciones, se logró conocer los procesos y requisitos que se necesitan para la operación y constitución de la empresa.

Para lograr obtener un esquema de costos en cuanto al activo necesario para la puesta en marcha de la empresa, se procedió a realizar diversas cotizaciones de estos, enfocándonos en los más importantes e indispensables para la operatividad de la empresa, tanto en la línea de producción como en la línea de comercialización del producto terminado.

Otro dato que logramos obtener haciendo uso de los avances tecnológicos, ya que la mayoría de las entidades gubernamentales están haciendo uso de los sitios web para mostrar información relevante, fue lo relacionado con los procesos a seguir y los requisitos a cumplir para obtener los diversos permisos para que la empresa pueda operar en el país, además de la información de los diversos pagos que se deben realizar a las diversas entidades del estado, esto nos ayudará a cumplir con el marco legal y evitarnos sufrir alguna sanción por parte de las autoridades correspondientes, además de garantizar la operatividad de la empresa.



Para concluir con esta fase exploratoria podemos expresar que se logró obtener información por medio de una entrevista con un ejecutivo de servicios bancario que labora en el Banco de la Producción, el cual nos indicó el tipo de tasa de interés en la que clasificábamos de solicitar un préstamo, el cual es del 15% anual, además de las comisiones, plazo y los requisitos necesarios para la debida formalización del préstamo. Esta información es de cara a ser considerada como posible fuente de financiamiento para la puesta en marcha de la empresa.

Investigación Descriptiva Concluyente

La información obtenida en esta fase se nos permitió conocer las características de nuestros posibles consumidores, el grado de aceptación de nuestro producto, además de la posible demanda y competidores, entre otros. A continuación, expondremos los valores más altos obtenidos en cada pregunta del trabajo de campo.

La muestra está compuesta de 100 encuestados, de los cuales el 48% son del sexo femenino y 52% son del sexo masculino, esto nos indica que la muestra está relativamente equilibrada. Observamos que un 78% de nuestros encuestados desconocen este tipo de manjar, esto nos brindará la oportunidad de innovar en el mercado y distinguirnos de nuestra competencia a esto le agregamos la aceptación de las muestras que dimos para que nos arrojara un dato más específico.

Con respecto a la frecuencia de compra de dulces, se logró conocer que el 61% de la muestra consume dulce de una a dos veces por semana, el 21% lo consume de 3 a 5 veces por semana, el 16% consume de 6 a más veces a la semana y por último queríamos determinar a los consumidores que no les gusta o no pueden consumir dulce por motivos de salud esto nos representa el 2%. Los consumidores de dulces adquieren estos tipos de productos mediante los vendedores ambulantes, lo cual nos indica que debemos de poner empeño en nuestra publicidad y comercialización.

El 98% de nuestros encuestados respondieron que les gustaría probar el manjar de papa, esto nos determina que nuestros consumidores tienen expectativas buenas de nuestro producto.



Estos datos son de suma importancia estos factores dado que por medio de ellos podemos hacer reestructuración en cuanto a las preferencias gustativas de los consumidores finales.

Podemos observar en el grafico que el 82% se inclina en la calidad y el 63% por la presentación final del producto. Estos dos indicadores se fusionan tanto en el sabor, textura y color para llamar la atención de los futuros cliente por ser un postre poco reconocido y nutricional al mismo tiempo.

Para la comercialización observamos un impacto negativo, en cuanto al envase de presentación, nos refleja que la mayoría de los clientes tiene una aceptación significativa del 81% por el plástico, como sabemos este tipo de envase tiene una degradación por muchísimos años.

Para un futuro pensamos cambiar nuestra presentación haciendo uso proporcionados con materiales biodegradables ejemplo: caja de cartón biodegradable con tapa plástica.

La valoración de medios publicitarios en medida que la tecnología avanza se va perdiendo la costumbre de ver publicidad impresa, observamos que el 68% de las personas se informan rápidamente de las promociones por redes sociales y el 21% por televisión.

Esto tiende a reducir nuestros costos de publicidad en gran manera, tenemos conocimiento que la publicidad televisiva es muy cara por lo cual no obtenemos este dinero para darnos a conocer por este medio informativo.

El precio y tamaño del producto se puede constatar que los encuestados aceptaron un 86% con la porción de 5 Oz y un mayor rechazo del 60% con el de 18 Oz.

Tenemos el indicio de valorar descartar la presentación de 13 Oz y 18Oz.

4.3 Decisiones estratégicas de marketing

Estrategia de Segmentación: Siguiendo a Weinberg (2009), se aplica una estrategia de segmentación enfocada considerando cuatro variables de segmentación, las cuales definen nuestro mercado meta. A continuación, se presenta las siguientes variables de segmentación:

Demográfica: mujeres y hombres entre los 10 y 44 años de edad.



Geográfica: personas que viven, en el departamento de Managua.

Conductual: Personas con preferencia por los postres dulces.

4.3.1 Descripción del producto

Manjar de papa se caracteriza por brindar a sus clientes un postre innovador con altos estándares nutricionales y de calidad valorados por los clientes.

El producto esperado es una rápida y buena atención, así como un postre que contenga un buen sabor y buen precio.

El producto ampliado es la atención cordial brindada por los colaboradores, capaces de ofrecer una mayor información sobre el producto.

El producto potencial es nuestro manjar con características novedosas.

4.3.1.1 Diseño y niveles del producto.

4.3.1.1.1 Ancho

Nuestra mezcla de producto consistirá a una sola línea de manjar, a medida que vallamos dándonos a conocer en el mercado iremos introduciendo nuevas líneas de dulces en el mercado.

4.3.1.1.2 Largo

Análisis.

Actualmente manjar de papa tiene únicamente una línea de producción, la cantidad total que distribuiremos inicialmente será integrada por 7 presentaciones las cuales son de 3Oz, 5 Oz, 9Oz.



Planificación.

Manjares de mi tierra tiene como objetivo determinar una estrategia de forma anticipada que permita que se satisficen los requerimientos de producción, optimizando los recursos de un sistema productivo.

Abordaremos la determinación de la fuerza laboral, la cantidad de producción, los niveles de inventario y la capacidad externa, teniendo como requerimiento un horizonte de planificación de medio plazo (6 a 18 meses).

Implementación y control.

Alta competencia del personal

Procesos administrativos bien estructurados

Infraestructura adecuada para el servicio

Disponibilidad del personal

Inventario de materias primas y maquinarias veraz

4.3.1.1.3 Profundidad

La empresa “Manjares de mi tierra”, se dedica a la producción de majar a base de papa, leche y un exquisito toque de azúcar, nosotros adquirimos la materia directamente del producto en la finca ubicada en el municipio del Rama nos hacen la entrega en las instalaciones de la empresa, la papa la compramos directamente a los productores en el departamento de Sébaco para tener seguridad de abastecimiento y calidad del insumo a precios más bajos y la azúcar la compramos en quintales en el mercado oriental.

Los tamaños de manjar que se comercializarán en el mercado serán mediante a presentaciones de 3 a 9 Oz, obtendrá un envase de plástico según la preferencia que pudimos observar mediante a las encuestas realizadas.

Tamaño 3oz a un precio de \$0.31



Tamaño 5oz a un precio de \$0.49



Tamaño 9oz a un precio de \$0.81

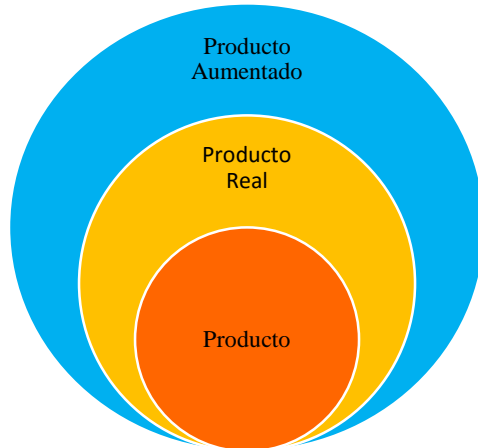


4.3.1.1.4 Consistencia

Nuestro producto presenta homogeneidad en relación con las otras líneas de producto. Nos enfocamos en brindar un producto y servicio que cumplan con los estándares de calidad y genere confianza a nuestros consumidores. Nos es de bastante referencia que nuestro manjar este enfocado en el bienestar de la salud.



4.3.1.2 Niveles de producto. “Manjares De Mi Tierra”



Producto: llevara a cabo pronósticos de venta, para determinar los volúmenes y los tiempos oportunos de producción para un futuro a largo plazo de 5 años. Para lograr alcanzar nuestro objetivo se deberá:

Minimizar los costos y maximizar nuestros beneficios.

Maximizar la utilización de la capacidad instalada.

Minimizar la variación en la planilla.

Minimizar los cambios en el ritmo de producción por temporada.

Minimizar la inversión de inventario para reducir los costos.

Maximizar el servicio al cliente para lograr brindarle un mejor servicio y satisfacción de nuestros productos.

Producto Real: será conocido en el área comercial como “manjar de papas” o también conocido popularmente como dulce de papas. Este dulce es poco conocido en nuestro entorno social dado que nuestros postres típicos son elaborados por el maíz.

A parte de las grandes propiedades nutricionales expuesta con anterioridad es un postre fácil de preparar y lo más importante que podemos adquirir la materia prima con gran facilidad.



Los ingredientes que se necesitan para hacer este esquicito postre son:

Papas

Azúcar

Vainilla

Canela

Leche

Nivel aumentado: El color, olor y sabor que presentara nuestro manjar será tono canela, con un agradable olor a vainilla y lo más fundamental que no presentara persevantes por tal motivo nuestros clientes podrán deleitarse de un sabor dulce natural.

Nuestras presentaciones serán en envases plásticos esto pudimos observarlo mediante a la metodología investigativa de las encuestas.

4.3.1.3 Ciclo de vida del producto.

Manjares de mi tierra es una empresa nueva por tal razón tomaremos como referencia una proyección 5 años visionando etapas de crecimiento y madurez.

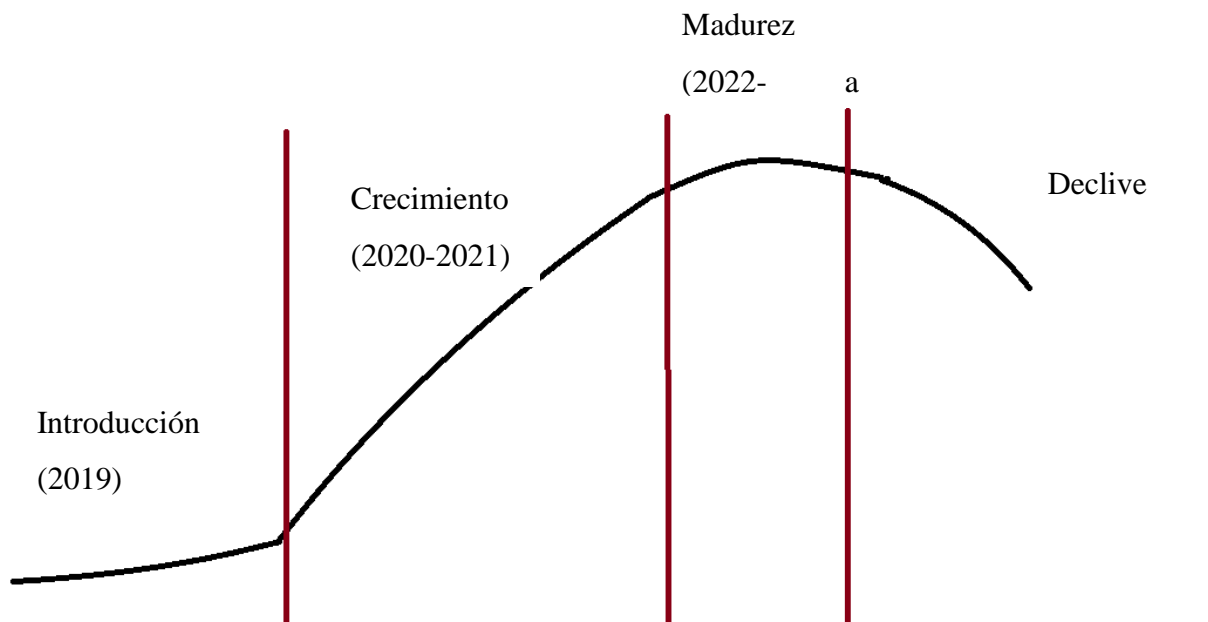
Tabla No. 05

Fases de Ciclo	Competencia	Ventas y Beneficios	Estrategia producto
Introducción o lanzamiento (Año 2019)	Poco debido a que está iniciando como empresa.	Son pocos debido a que no obtenemos a que vamos a crear apenas una cartera de clientes. Los inicialmente serán negativos dado que tendremos que recuperar nuestra inversión.	Única inversión dado que actualmente solo esta línea de manjar se comercializara.



Crecimiento (2020-2021)	Nuestra competencia directa los mercados artesanales, pueden incluir este producto	Tendemos a crecer con rapidez a pesar de que son pocos clientes. Los Beneficios ya están mejorando, el flujo de efectivo podemos ir ahorrando para recuperar la inversión y tener un inventario rotativo	Estamos buscando darnos a conocer en el mercado local. Ampliaremos líneas de productos. Publicitar más nuestra marca
Madurez (2022 a más)	Amplia competencia de productos exportados.	Cuando esta empresa se encuentre en esta fase sus ventas serán al máximo al igual que sus beneficios. Ampliará sus instalaciones y mano de obra.	Aquí la empresa entra en un proceso de diferenciación con respecto a la competencia que tenía en la etapa de crecimiento. Tendrá nuevos segmentos de mercado. Ya será una empresa que exporte a mercados departamentales.
Declive	Disminuye	Ventas y beneficios disminuyen.	Modificar sus productos. Eliminar. Sustituir algunos productos.

Fuente: Elaboración propia.





4.3.1.4 Presentación de marca del producto.

Para la presentación de nuestra marca haremos uso del IMAGOTIPO, dado que llevara una combinación de imagen y palabras.



4.3.2 Análisis de la competencia.

Nuestra competencia directa serán todos los vendedores de mercados artesanales, línea de superes que distribuyen dulces típicos, los precios que comercializan son variados debido a su diversificación, los canales de distribución son vendedor-cliente final, sus promociones varían por las cantidades de producto que el cliente final adquiere, en cuanto al posicionamiento se encuentran establecidos dado a que presentan una cartera indefinida de clientes potenciales.

Conclusión.

Este mercado nos parece muy competitivo dado a que tenemos la oportunidad de adquirir una cartera de clientes indefinida, a la vez comercializarnos a los supermercados y puntos de referencias comerciales.



4.3.2.1 Principales clientes.

Manjares de mi tierra se encuentra posicionada geográficamente en un territorio capitalino, nos enfocamos en el mercado mixto dado que los consumidores son de ambos sexos con poder de adquisición propio, su estilo de vida joven adulto con capacidad económica media-alta.

4.3.3 Objetivos específicos de marketing

Expandirnos a nivel nacional.

Elaborar productos de calidad para la alimentación nicaragüense.

Invertir en los productos actuales

Crear productos nuevos para nuestros consumidores potenciales.

Incrementar 5% los segmentos de mercado meta.

4.3.4 Descripción del mercado meta

Nuestro mercado al que nos dirigiremos será a todos aquellos consumidores de postres joven-adulto con una capacidad económica de nivel medio-alto.

4.3.5 Demanda y participación de mercado.

4.3.5.1 Calculo de la demanda.

Tabla No 06

Descripción	Calculo
Población del departamento de Managua	1,042,641
Edades 10-44 años	872,250
Porcentaje de aceptabilidad 98%	854,805
Promedio de frecuencia de consumo 36%	307,730

Fuente: Elaboración propia.



Demanda actual en unidades físicas con su respectivo cálculo de proyección de 5% anual de crecimiento

Tabla No 07

Línea	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
3oz	193,870	203,563.26	213,741.43	224,428.50	235,649.92
5oz	64,623	67,854.42	71,247.14	74,809.50	78,549.97
9oz	49,237	51,698.61	54,283.54	56,997.71	59,847.60
Total	307,730	323,116	339,272	356,236	374,047

Fuente: Elaboración propia.

Tomamos como referencia mediante a los gráficos las tres presentaciones que tuvieron más aceptación para elaborar los presentes cuadros, el producto de 3 Oz, el de 5Oz 9Oz.

Demanda actual en unidades monetarias.

Tabla No. 08

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<i>Línea de productos</i>	Total	Total	Total	Total	Total
3OZ	\$ 60,099.63	\$ 66,259.84	\$ 73,051.48	\$ 80,539.25	\$ 88,794.53
5Oz	\$ 31,665.40	\$ 34,911.10	\$ 38,489.49	\$ 42,434.66	\$ 46,784.21
9Oz	\$ 39,881.78	\$ 43,969.66	\$ 48,476.56	\$ 53,445.40	\$ 58,923.56
Total	\$ 131,646.81	\$ 145,140.61	\$ 160,017.52	\$ 176,419.31	\$ 194,502.29

Fuente: Elaboración propia.

4.3.6 Estrategias de marketing

Para una mejor gestión de las estrategias de marketing, éstas se suelen dividir o clasificar en estrategias destinadas a 4 aspectos o elementos de un negocio: estrategias para el producto, estrategias para el precio, estrategias para la plaza (o distribución), y estrategias para la promoción (o comunicación).



Producto: Dar a conocer nuestra marca mediante a los beneficios nutritivos que comercializaremos en nuestros postres, para un futuro pensamos anexar nuevas líneas de dulces para obtener una variedad de postres sin salir del enfoque nutricional.

Precio: Nuestros precios serán variados conforme a nuestras presentaciones, serán precios relativos a nuestra competencia.

Plaza: Utilizaremos un área específica de nuestra planta de fabricación para la atención personalizada de clientes, estaremos ubicados en el sector de Managua mercado Roberto Huembés, además haremos uso de transporte (moto) para entregas delivery y puntos estratégicos de ventas como universidades, centros laborales, supermercados etc.

Promoción: Haremos uso de la tecnología en las redes sociales, perifoneo, promociones en días específicos y participaremos en ferias gastronómicas y de emprendedores.

4.3.6.1 Estrategias de posicionamiento

En base a sus beneficios: Manjar de papa es un producto poco reconocido en el mercado de consumo alimenticio, utilizaremos las cualidades nutritivas de nuestro postre para crear conciencia y fidelizar a nuestros consumidores finales.

4.3.6.2 Estrategias de segmentación de mercado

Nos enfocaremos en base a la **segmentación demográfica**, vemos que para nuestro producto es la que más se caracteriza a nuestro mercado meta, recordemos que nos enfocaremos a una cartera de clientes amplia que visita el mercado donde ofertaremos nuestros manjares.

4.3.6.3 Estrategia de publicidad y control

Tabla No 09



Acción	Objetivo	Actividades	Responsable	Duración y frecuencia
Perifoneo	Estimular la demanda de nuestro manjar	*Informar sobre las propiedades nutritivas de nuestro manjar	Administración	Se realizarán 2 veces al mes (15-30 de cada mes) por un periodo inicial de 3 meses.

Fuente: Elaboración propia.

4.3.7 Plan de acción

Mercado: Incrementar las interacciones en las redes sociales, evaluándolos por el indicador porcentual de aceptación sobre los contenidos interactivos.

Posicionamiento: Dar a conocer nuestra marca mediante a los beneficios nutricionales de nuestro postre mediante a publicidad escrita y de boca en boca

Producto: Incrementar nuestra actividad en el mercado, participando en ferias gastronómicas y de emprendedores.

Fidelización: Esto lo lograremos mediante a nuestra calidad y atención de forma personalizada a nuestros clientes.

4.3.7.1 Acciones de producto

Obtener un inventario fidedigno considerando la materia prima, suministros de mantenimientos, suministro de fabricación y productos terminados.



Establecer unas relaciones estrechas con nuestros proveedores, es necesario que el proveedor comprenda los requisitos de calidad, la entrega y la recolecta de las materias primas, y el sistema de pago.

4.3.7.2 Acciones de precio.

El precio es directamente proporcional a la calidad del producto, esto se encontrará en dependencia de las variaciones monetarias de nuestro país, en donde se comercializa y fabricará el producto final (manjar de papa).

Fijaremos los precios a partir de los costos de producción y comercialización, de acuerdo al potencial de ventas y competencia.

El empaque al consumidor final o empaque minorista es un elemento importante en la búsqueda de un diferencial precio de venta.

Tabla No 10

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<i>Línea de productos</i>	Precio unitario	Precio unitario	Precio unitario	Precio unitario	Precio unitario
30Z	0.31	0.33	0.34	0.36	0.38
50z	0.49	0.51	0.54	0.57	0.60
90z	0.81	0.85	0.89	0.94	0.98

Fuente: Elaboración propia.

4.3.7.3 Acciones de promoción

Buscaremos una comunicación bidireccional centrándonos en un nicho de mercado al que queremos informar y vender. El internet es una gran oportunidad para darnos a conocer y pudimos corroborarlo con la investigación de mercado nos apoyaremos de las siguientes:



Publicidad Boca a boca, tener un buen producto y buenas recomendaciones de nuestros clientes siempre ha sido garantía de crecimiento. No hay mejor prospecto que el que viene recomendado por un cliente satisfecho. Las nuevas tecnologías de Internet y las redes sociales nos permiten hoy amplificar su efecto.

Manejo de redes sociales en distintas plataformas facebook, instagran, twitter de maneras masivas, donde daremos a conocer activaciones diarias y así mismo lograr levantar pedidos a través de este medio de publicidad. Aprovecharemos la plataforma de facebook para pagar semanalmente un alcance orgánico de personas entre las edades de 18-35 años de edad.

Haremos activaciones en los supermercados y gasolineras, además de implementar diferentes maneras de consumir el manjar de papa y no solo con pan.

4.3.7.4 Acciones de distribución

El canal de distribución que utilizaremos para vender **manjares de papa** será el siguiente:

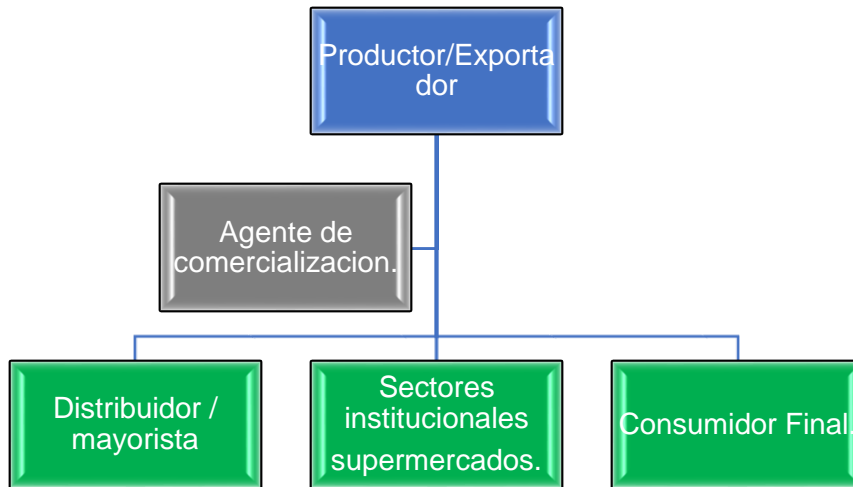
Productor - fabricante

Se piensa aprovechar la empresa no solo como planta de producción y de gestión administrativa sino también crear un área de venta donde exhibamos los productos que ofertamos, de esta forma el consumidor podrá apreciar más de cerca nuestros productos, además que es la forma más directa de comunicación con el cliente.

Productor - fabricante - Consumidor

Nuestros productos serán trasladados desde nuestra empresa hasta los mercados y supermercados de Managua que es nuestra área local, tomando en consideración que los supermercados son lugares de mucha concurrencia e idóneo para comercializar nuestros productos.

Supermercado: La Colonia, La Unión Pali, Maxi Pali y gasolineras.



4.3.8 Proyecciones de ventas

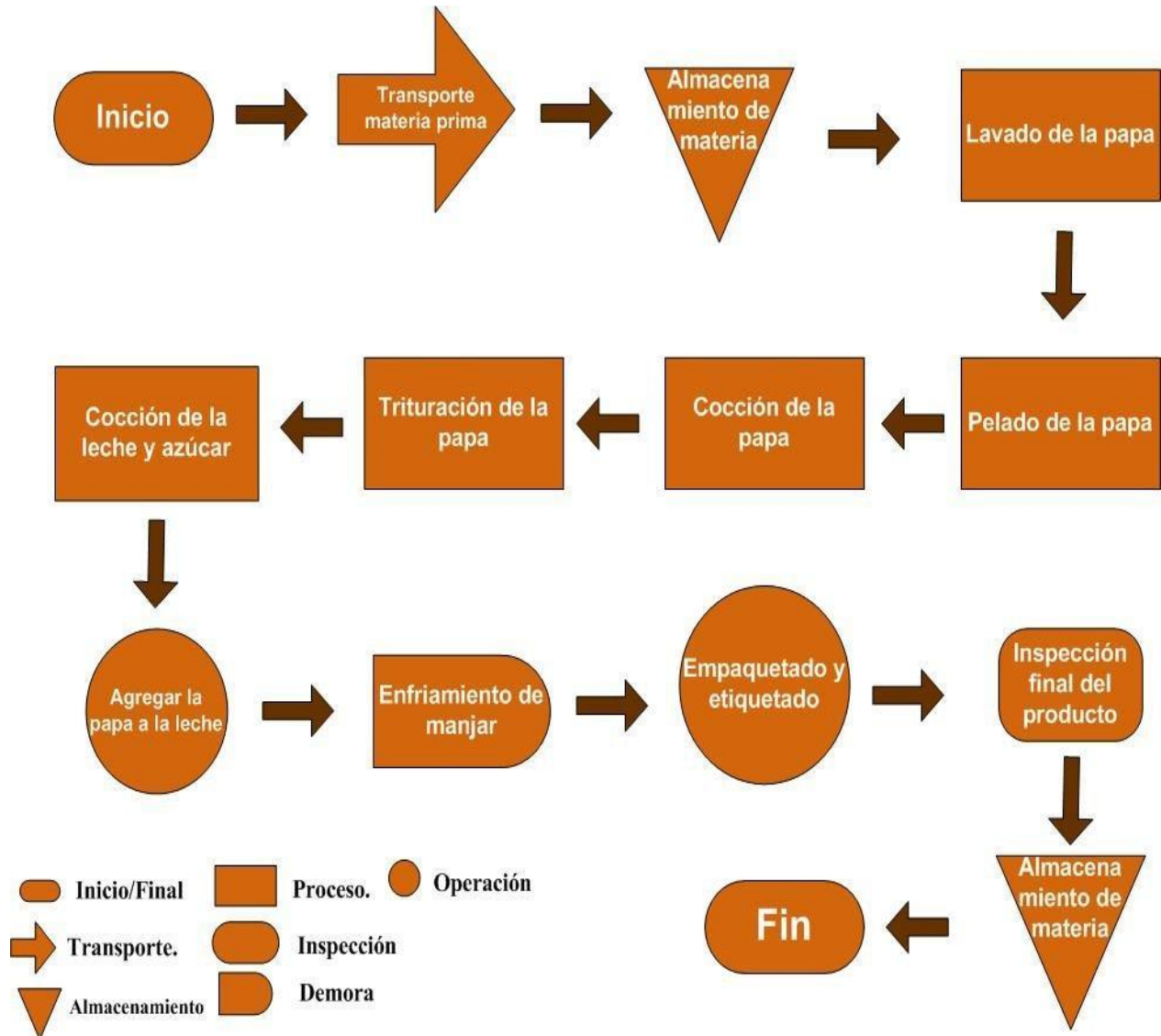
Tabla No 11

Proyección de ventas en unidades					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Línea de productos	Unidades	Unidades	Unidades	Unidades	Unidades
3OZ	193,869.77	203,563.26	213,741.43	224,428.50	235,649.92
5Oz	64,623.26	67,854.42	71,247.14	74,809.50	78,549.97
9Oz	49,236.77	51,698.61	54,283.54	56,997.71	59,847.60
Total	307,729.80	323,116.29	339,272.10	356,235.71	374,047.50
Proyección de precios					
Línea de productos	Precio unitario	Precio unitario	Precio unitario	Precio unitario	Precio unitario
3OZ	\$0.31	\$0.33	\$0.34	\$0.36	\$0.38
5Oz	\$0.49	\$0.51	\$0.54	\$0.57	\$0.60
9Oz	\$0.81	\$0.85	\$0.89	\$0.94	\$0.98
Total	\$1.61	\$1.69	\$1.78	\$1.86	\$1.96
Proyección de ingresos por ventas					
Línea de productos	Total	Total	Total	Total	Total
3OZ	\$60,099.63	\$66,259.84	\$73,051.48	\$80,539.25	\$88,794.53
5Oz	\$31,665.40	\$34,911.10	\$38,489.49	\$42,434.66	\$46,784.21
9Oz	\$39,881.78	\$43,969.66	\$48,476.56	\$53,445.40	\$58,923.56
Total	\$131,646.81	\$145,140.61	\$160,017.52	\$176,419.31	\$194,502.29

Fuente: Elaboración propia.

5. Plan de producción

5.1 Flujoograma del producto





5.1.1 Descripción del Proceso de Producción

Compra y transporte de materia prima: En el caso de la leche se comprará de fincas productoras de leche provenientes de la Costa Caribe de nuestro país, dado que en esta es más barato por la alta producción, además porque estos productores traen a vender en Managua y es más fácil hacer el pedido a ellos, la papa se comprará a productores independientes de Sébaco, la canela a productos veritos S.A, establecidos en Nindiri, la azúcar morena con ingenio san Antonio. Nuestros proveedores nos los traerá al establecimiento, cada vez solicitado el producto según tiempo requerido por cada uno de ellos.

Almacenamiento: Una vez recibida la materia prima según el pedido se procede a almacenarla en la bodega y su correspondiente verificación.

Lavado de la papa: En el caso de la papa se comienza a lavar por el operario.

Pelado de la papa: Se pelan las papas para antes de su cocción.

Cocción de la papa: En el caso del manjar de papa se pasará a cocerla en ollas especiales, en donde se espera que suavice sin perder las propiedades nutritivas.

Trituración de la papa: La papa cuando ya se encuentra en el punto indicado de cocción se comienza a triturar y a majar hasta dejar una consistencia suave.

Cocción de la leche y azúcar: Se coacciona la leche con la azúcar morena y canela hasta tomar una consistencia espesa.

Agregar la papa a la leche: Se vierte la papa ya preparada en la leche en el punto de cocción indicado.

Enfriamiento: Una vez cocido el manjar se pasan a una sala para que repose y se enfríe.

Empaquetado y etiquetado: Luego se procede a pesar y verter en los empaques, luego se coloca su correspondiente etiqueta.



Inspección final del producto: Cuando el manjar se encuentra ya empaquetado y etiquetado procede el inspector de higiene y control de calidad a verificar el producto elaborado.

Almacenamiento del producto: una vez finalizado el proceso de inspección, los manjares pasan al almacén en donde estarán resguardadas y listas para la distribución a los puntos de ventas.

5.1.2 Proceso de producción según la forma de su diseño.

La empresa manjares de mi tierra fabrica sobre pedidos realizados en tiempo y forma por los clientes y consumidores, el proceso de fabricación cubre las necesidades diarias de los vendedores el proceso de fabricar sobre pedidos se activa cuando un cliente mayorista realiza su pedido, el manjar se entrega en un tiempo máximo de 24 horas luego de hacer el pedido y tomado por los vendedores.

Estos pedidos son tomados por vía telefónica y electrónica por los vendedores de la empresa.

Realizado los pedidos, si excede la existencia en ese momento se empieza a producir, ya sea la parte que haga falta para completar con la existencia o la totalidad del pedido.

5.1.3 Proceso de producción según la estructura del flujo de proceso.

La empresa manjares de mi tierra como es una empresa inicial, por el momento produce solamente manjares, en un futuro se proyecta con una gran diversificación de dulces, el más próximo a producir son los enchiclados sabores: menta, vainilla y mantequilla.

Proceso de producción según la distribución de las instalaciones

La distribución de la planta en nuestras instalaciones va ser por proceso. Llamada también Distribución de Taller de Trabajo o Distribución por Función. Se agrupan el equipo o las funciones similares, como sería un área para pelado y enfriado de la papa.

De acuerdo con la secuencia de operaciones establecida, una parte pasa de un área a otra, donde se ubican las máquinas adecuadas para cada operación.



La técnica más común para obtener una distribución por proceso, es acomodar las estaciones que realizan procesos similares de manera que se optimice su ubicación relativa. En muchas instalaciones, la ubicación óptima implica colocar de manera adyacente las estaciones entre las cuales hay gran cantidad de tráfico.

Para optimizar se minimiza los costos de movimientos interdependientes, o sea minimizar el costo de manejo de materiales entre estaciones.

5.2 Activos fijo.

Para el debido proceso del manjar de papa es necesario contar con los equipos y las herramientas que permitan ejecutar la actividad productiva que garantice la calidad final del producto.

A continuación, se detalla el requerimiento de equipos y herramientas a ser utilizados en los diferentes procesos de producción.

En la siguiente tabla se muestra un resumen del costo de los activos de la empresa.

Tabla No. 12

Activo	Precio U\$
Equipo de producción	\$1,075.00
Equipo Rodante	\$2,000.00
Mobiliario y equipo de oficina	\$1,323.61
Total	\$4,398.61

Fuente: Elaboración propia

En las siguientes tablas se muestra en detalles cada uno de los costos y de los activos que integran la inversión que realizará la empresa para poder ejecutar el proceso de producción.

Tabla No 13

Activo	Detalle	Precio Unitario U\$	Cantidad	Valor U\$
Equipo de producción	COCINA DE 1 QUEMADOR TRIPLE-Radiance	\$90.00	2	\$180.00
	Congelador enfriador Electrolux blanco	\$275.00	1	\$275.00
	Frigorífico enfriador	\$200.00	1	\$200.00
	Ollas de acero de 20 galones	\$55.00	3	\$165.00



	Cuchillos	\$8.50	2	\$17.00
	Cucharones y cucharas	\$25.00	1	\$25.00
	Pelador de papa	\$6.50	3	\$19.50
	Colador de malla fina doble acero inoxidable 10"SDF	\$9.00	2	\$18.00
	Baldes	\$3.00	6	\$18.00
	Cilindro de Gas Butano	\$50.00	2	\$100.00
	Paleta De Madera De 36" MPW-36	\$5.00	2	\$10.00
	Bascula de precio peso total 80 LBS	\$33.00	1	\$33.00
	Guantes	\$4.00	1	\$4.00
	Gorras	\$3.00	1	\$3.00
	Delantales	\$2.50	3	\$7.50
TOTAL		\$769.50	31	\$1,075.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla No 14

Activo	Detalle	Precio Unitario U\$	Cantidad	Valor U\$
Mobiliario y equipo de oficina	Hp computadora portátil	\$366.15	1	\$366.15
	Impresora Hp multifuncional	\$229.00	1	\$229.00
	Teléfono alámbrico básico	\$13.54	2	\$27.08
	Silla con brazo negra	\$43.70	2	\$87.40
	Silla de espera black	\$31.34	12	\$376.08
	Mesa AM100XTK03	\$83.95	2	\$167.90
	Mesa ejecutiva	\$70.00	1	\$70.00
Total		\$837.68	\$21.00	\$1,323.61

Fuente: Elaboración propia

Tabla No. 15

Activo	Detalle	Precio Unitario U\$	Cantidad	Valor U\$
Equipo Rodante	Vintage 400	\$2,000.00	1	\$2,000.00
Total		\$2,000.00	\$1.00	\$2,000.00

Fuente: Elaboración propia



5.3 vida útil de los activos fijos

Se realizan los cálculos de depreciación de los activos fijos utilizando el método lineal, y porcentajes de depreciación basados en el artículo 34 del reglamento de la Ley 822, Ley de Concertación Tributaria.

Tabla No 16

Activo	Detalle	Valor del activo	Monto de depreciación Año 1	Monto de depreciación Año 2	Monto de depreciación Año 3	Monto de depreciación Año 4	Monto de depreciación Año 5
Equipo de producción	Cocina industrial 1	\$90.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00
	Cocina industrial2	\$90.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00
	Mantenimientos	\$275.00	\$55.00	\$55.00	\$55.00	\$55.00	\$55.00
	Mostrador	\$200.00	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$40.00
Equipo rodante	Moto repartidora	\$2,000.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00
Mobiliario y equipo de oficina	Computadora	\$366.15	\$183.08	\$183.08			
	Impresora	\$229.00	\$114.50	\$114.50			
	Teléfono	\$13.54	\$6.77	\$6.77			
	silla ejecutivas (2)	\$87.40	\$17.48	\$17.48	\$17.48	\$17.48	\$17.48
	sillas de espera (12)	\$376.08	\$75.22	\$75.22	\$75.22	\$75.22	\$75.22
	escritorios	\$83.95	\$16.79	\$16.79	\$16.79	\$16.79	\$16.79
	mesa ejecutiva	\$70.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00
Total			\$958.83	\$958.83	\$654.49	\$654.49	\$654.49

Fuente: Elaboración propia



5.4 Capacidad planificada y futura

Dentro de la capacidad planificada y futura Manjares de mi tierra requiere considerar los factores de producción para la materia prima, principalmente para conocer y determinar la cantidad de producto que se debe producir.

La capacidad ociosa de la empresa disminuye año con año, según aumenta la producción, para ajustarnos a las proyecciones de nuestra participación de mercado, viendo en el tercer año que incrementa la capacidad ociosa en un 14.5% y así sucesivamente para los años posteriores ya que la cantidad producida es mayor a la demanda de unidades físicas.

Tabla No. 17

Capacidad	Producción de manjar	Demanda en unidades Físicas	Eficiencia del sistema	Capacidad ociosa
Año 1	307,200	239,917	78.1%	21.9%
Año 2	291,840	251,913	86.3%	13.7%
Año 3	309,350	264,509	85.5%	14.5%
Año 4	327,911	277,734	84.7%	15.3%
Año 5	347,586	291,621	83.9%	16.1%

Fuente: Elaboración propia

5.5 Materia prima necesaria y costo de la materia prima.

Las siguientes tablas se muestran los costos totales y unitarios de la materia prima que se utilizara para mantener la cantidad demandada del mercado del Manjar de papa en sus diferentes presentaciones.

En base a la estimación del 5% anual del IPC proyectado del BCN, se establece la necesidad de materia prima para la elaboración de las unidades de productos establecidas en el estudio de mercado que se realizó.

En la primera tabla se muestran los resultados de los costos anuales por cada una de las presentaciones del Manjar de papa.



Tabla No 18

Líneas de productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
3Oz	35,777.79	39,445.01	43,488.12	47,945.65	52,860.08
5Oz	18,437.21	20,327.03	22,410.55	24,707.63	27,240.16
9Oz	22,290.83	24,575.64	27,094.64	29,871.84	32,933.70
Total	76,505.82	84,347.67	92,993.31	102,525.12	113,033.95

Fuente: Elaboración propia

Costo unitario por presentación del manjar de papa del proceso de elaboración por cada una de las presentaciones.

Presentación 3Oz

Tabla No 19

Ingredientes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Leche	0.035	0.037	0.038	0.040	0.042
Papa	0.039	0.041	0.043	0.045	0.048
Canela	0.005	0.005	0.005	0.005	0.006
Azúcar	0.061	0.064	0.067	0.070	0.074
Envase	0.015	0.016	0.017	0.018	0.018
Etiqueta	0.030	0.032	0.033	0.035	0.037
Total	0.185	0.194	0.203	0.214	0.224

Fuente: Elaboración propia

Presentación 5 Oz

Tabla No. 20

Ingredientes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Leche	0.060	0.063	0.066	0.069	0.073
Papa	0.070	0.074	0.077	0.081	0.085
Canela	0.005	0.005	0.006	0.006	0.006
Azúcar	0.080	0.084	0.088	0.093	0.097
Envase	0.040	0.042	0.044	0.046	0.049
Etiqueta	0.030	0.032	0.033	0.035	0.037
Total	0.285	0.300	0.315	0.330	0.347

Fuente: Elaboración propia



Presentación 9 Oz

Tabla No. 21

Ingredientes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Leche	0.120	0.126	0.132	0.139	0.146
Papa	0.085	0.089	0.094	0.098	0.103
Canela	0.006	0.006	0.007	0.007	0.007
Azúcar	0.152	0.159	0.167	0.175	0.184
Envase	0.060	0.063	0.066	0.069	0.073
Etiqueta	0.030	0.032	0.033	0.035	0.037
Total	0.453	0.475	0.499	0.524	0.550

Fuente: Elaboración propia

5.6 Mano de obra directa e indirecta

5.6.1 Mano de obra directa

La mano de obra directa es aquella involucrada de forma directa en la fabricación del producto terminado. Para colaborar con esta información cabe destacar que la mano directa involucrada serán los Operarios. Con un costo de primer año de \$5,292.00.

Dentro de la tabla No 22 presentamos la cantidad de personas contratadas, los salarios y los aumentos considerados al 5% para el personal que ejecutara dichas funciones.

También se les proyecto lo que es pago al INSS, aguinaldo, vacaciones, demás prestaciones.



Tabla No 22

Mano de OBRA DIRECTA	Año 1 / Mes		Año 2 / Mes		Año 3 / Mes		Año 4 / Mes		Año 5 / Mes	
	Cant.	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario
Operario 1	1	\$ 150.00	1	\$ 157.50	1	\$ 165.38	1	\$ 173.64	1	\$ 182.33
Operario 2	1	\$ 150.00	1	\$ 157.50	1	\$ 165.38	1	\$ 173.64	1	\$ 182.33
Total	2	\$ 300.00	2	315.00	2	\$ 330.75	2	\$ 347.29	2	\$ 364.65
Total por año	\$	3,600.00	\$	3,780.00	\$	3,969.00	\$	4,167.45	\$	4,375.82

Fuente: Elaboración propia

Tabla No 23

Detalle del costo del personal con las prestaciones sociales M.O.D.					
Costo personal	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empleados	2	2	2	2	2
Salarios	\$ 3,600.00	\$ 3,780.00	\$ 3,969.00	\$ 4,167.45	\$ 4,375.82
Prestaciones + seguridad social	\$ 1,692.00	\$ 1,776.60	\$ 1,865.43	\$ 1,958.70	\$ 2,056.64
Total costo personal	\$ 5,292.00	\$ 5,556.60	\$ 5,834.43	\$ 6,126.15	\$ 6,432.46

Fuente: Elaboración propia

Prestaciones y Régimen Social están calculadas como un 47% sobre el salario de empleados (16 INSS, 8.33 por tres (aguinaldo, vacaciones, indemnización), 2 INATEC



5.6.2 Mano de obra indirecta.

La mano de obra indirecta se refiere a los salarios pagados a los trabajadores que realizan tareas que no contribuyen directamente con la producción de bienes o la prestación de servicios, tales como los trabajadores de apoyo que ayudan a posibilitar a otros producir bienes. Dentro de la empresa manjares de mi tierra los puestos incluidos en la MOI son el Administrador, Conserje, Cajero, Vendedor 1, Vendedor 2 y Supervisor de Planta, Alimentos e Higiene

En la tabla No 24 señalamos los salarios de cada persona, definiendo aumento salario de un 5% anualmente.

El salario aumentará con forme a los pagos mensuales cada función del cargo asignado.



Tabla No 24

Mano de OBRA INDIRECTA	Año 1 / Mes		Año 2 / Mes		Año 3 / Mes		Año 4 / Mes		Año 5 / Mes	
	Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario
Administrador	1	\$ 200.00	1	\$ 210.00	1	\$ 220.50	1	\$ 231.53	1	\$ 243.10
Conserje	1	\$ 138.07	1	\$ 144.98	1	\$ 152.23	1	\$ 159.84	1	\$ 167.83
Cajero	1	\$ 140.00	1	\$ 147.00	1	\$ 154.35	1	\$ 162.07	1	\$ 170.17
Vendedor 1	1	\$ 140.00	1	\$ 147.00	1	\$ 154.35	1	\$ 162.07	1	\$ 170.17
Vendedor 2	1	\$ 140.00	1	\$ 147.00	1	\$ 154.35	1	\$ 162.07	1	\$ 170.17
Supervisor de Planta, Alimentos e Higiene	1	\$ 150.00	1	\$ 157.50	1	\$ 165.38	1	\$ 173.64	1	\$ 182.33
Total	6	\$ 908.07	6	\$ 953.48	6	\$1,001.15	6	\$ 1,051.21	6	\$ 1,103.77
Total anual		\$10,896.89		\$ 11,441.73		\$ 12,013.82		\$ 12,614.51		\$ 13,245.24

Fuente: Elaboración propia.

Tabla No. 25

Detalle del costo del personal con las prestaciones sociales M.O.I.					
Costo personal	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empleados	6	6	6	6	6
Salarios	\$ 10,896.89	\$ 11,441.73	\$ 12,013.82	\$ 12,614.51	\$ 13,245.24
Prestaciones + seguridad social	\$ 5,121.54	\$ 5,377.62	\$ 5,646.50	\$ 5,928.82	\$ 6,225.26
Total costo personal	\$ 16,018.43	\$ 16,819.35	\$ 17,660.32	\$ 18,543.33	\$ 19,470.50

Fuente: Elaboración propia

Prestaciones y Régimen Social están calculadas como un 47% sobre el salario de empleados (6.25 INSS, 8.33 por tres (aguinaldo, vacaciones, indemnización), 2% INATEC)



5.7 Gastos generales de la empresa

Se calculó que para el primer año de operación de Manjares de mi tierra los gastos generales son de \$12,319.4 constituido por los siguientes rubros: Presupuesto de mercadeo, depreciación, servicios básicos, combustible, alquiler de local, otros gastos (papelería y mantenimiento), 1% de ventas y matricula de alcaldía.

Tabla No. 26

Gastos Generales					
Detalles	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Presupuesto de Mercadeo	\$ 150.00	\$ 157.50	\$ 165.38	\$ 173.64	\$ 182.33
Depreciación	\$ 958.83	\$ 958.83	\$ 654.49	\$ 654.49	\$ 654.49
Servicios básicos (agua, luz teléfono, internet)	\$ 720.00	\$ 756.00	\$ 793.80	\$ 833.49	\$ 875.16
combustible	\$1,200.00	\$ 1,260.00	\$1,323.00	\$1,389.15	\$ 1,458.61
Alquiler de local (Incluye vigilante)	\$6,000.00	\$ 6,300.00	\$6,615.00	\$6,945.75	\$ 7,293.04
Otros gastos (Papelería y mantenimiento)	\$ 300.00	\$ 315.00	\$ 330.75	\$ 347.29	\$ 364.65
1% sobre ventas	\$1,316.47	\$ 1,451.41	\$1,600.18	\$1,764.19	\$ 1,945.02
Matricula alcaldía (2%)	\$2,632.94	\$ 2,902.81	\$3,200.35	\$3,528.39	\$ 3,890.05
Gastos Generales	\$13,278.24	\$14,101.55	\$14,682.94	\$15,636.39	\$ 16,663.34
Gastos Generales sin depreciación	\$12,319.40	\$ 13,142.72	\$ 14,028.45	\$ 14,981.90	\$ 16,008.86

Fuente: Elaboración propia.



6. Plan de organización

6.1 Forma de la empresa

Se consensó que formaremos una sociedad anónima de 3 personas los cuales seremos socios y se detalla en el cuadro siguiente:

No	Apellidos	Nombres	Números de cédulas
1	Berríos Valle	Martha María	001-101194-0049D
2	Guerrero Espinoza	Cristian Alison	001-171288-0023E
3	Segura Alvarado	Valeska de los Ángeles	001-100493-0028Q

Para poder realizar la escritura de constitución de la empresa proporcionamos los siguientes requisitos:

1. Generales de Ley de los otorgantes y acompañar fotocopia de cedula de identidad de Nicaragua o fotocopia de pasaporte en caso fueren extranjeros.
 2. La denominación y el domicilio de la sociedad
 3. El Objeto de la Empresa y las Operaciones a que se dedicara nuestro capital.
 4. Numero de Directores y cargos.
 5. El capital social. Número de acciones y su valor de acuerdo a instrucciones de los socios. No existe capital mínimo, pero si recomendamos un mínimo de cien mil
 6. Dólares. No es necesario presentación o deposito, simplemente dejar establecido que se paga en el momento de su suscripción.
1. La duración de la sociedad no puede ser mayor de 99 años
 2. Nombramiento del Representante legal (Presidente) y los poderes que ostentan.
 3. Pueden ser de apoderado generalísimos o solo un poder general de administración o cualquier otra facultad que le quiera otorgar



4. Porcentaje para quórum y tomar resoluciones tanto en Asamblea General de
5. Accionistas como en Junta Directiva.
6. Derecho de preferencia o no en la transferencia de acciones y si se desea que la Sociedad esté autorizado para adquirir sus propias acciones.

Pasos a realizar en la constitución de la sociedad anónima:

- ✓ Elaboración de la Escritura Pública de Pacto Social y Estatutos:
- ✓ Registro Público Mercantil.
- ✓ Inscripción de la Escritura de Constitución de Sociedad Anónima.
- ✓ Inscripción de la Empresa como comerciante.
- ✓ Inscripción de los Libros (Actas, Registro de acciones, Diario, Mayor e inventario y Balance).

Para la Inscripción de la sociedad ante la Autoridad Fiscal como contribuyente, así como sus Libros contables (Diario, mayor e inventario y Balances) Primero debe estar inscrita la sociedad en el Registro Público Mercantil, posteriormente se realiza la solicitud de inscripción en el Registro Único del Contribuyente para obtener el Numero de Contribuyente (RUC) ante la misma autoridad tributaria y se les da de alta a todas las obligaciones fiscales. Para estos efectos es necesario:

- ✓ Que el Presidente de la sociedad resida en Nicaragua o que la sociedad designe a un representante con un poder General de administración, que resida en Nicaragua. También adjuntar una copia de recibos de servicios públicos del representante local, así como su identificación (cedula de identidad o cedula de residencia).
- ✓ Exhibir copia de título de Propiedad o contrato de arrendamiento del local en que va a operar la empresa, también adjuntar una copia de recibos de servicios públicos del local. En caso que nos e tenga definido domicilio, el representante legal suscribe con nuestro despacho un contrato de uso de domicilio (ver honorarios por este servicio en esta misma propuesta)
- ✓ Copia de la Cedula de identidad o cedula de Residencia o del Pasaporte de los accionistas. d) Alcaldía Municipal (Matricula y obligación como contribuyente.



- ✓ En cuanto al tiempo requerido para iniciar operaciones la sociedad queda inscrita en el registro Público mercantil, Dirección General de Ingresos y Alcaldía Municipal en un Plazo de cuarenta (40) días.

Ventajas al inscribir nuestra empresa como sociedad anónima las cuales son:

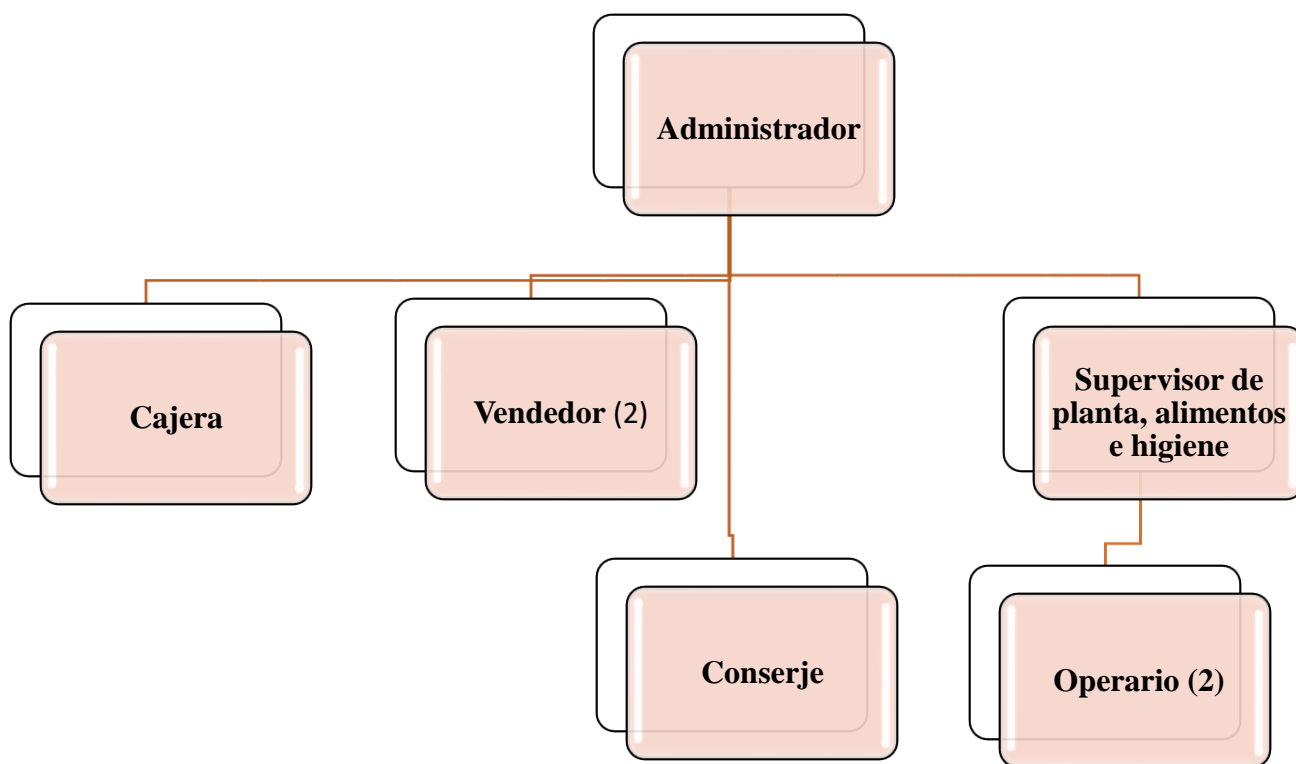
- ✓ La dedicación y esfuerzo de los socios es grande dado que participan directamente en los beneficios.
- ✓ La empresa se mantiene aún después de la muerte de alguno de sus socios a diferencia de la sociedad colectiva.
- ✓ Se pueden adquirir acciones por transferencia o herencia.
- ✓ Desde cierta perspectiva se considera como ventaja que la responsabilidad de los socios esté limitada a sus aportaciones.
- ✓ Se pueden transmitir las acciones mediante su venta.
- ✓ Los acreedores tienen derecho sobre los activos de la corporación, no sobre los bienes de los accionistas. El dinero que los accionistas arriesgan al invertir en una Soc. Anónima se limita al valor de su inversión.
- ✓ Es relativamente fácil conseguir capital considerable, ya que puede emitir acciones según sus necesidades.



6.2 Estructura organizacional

Organigrama de puesto.

(Manjar de papa)





6.2.1 Funciones por puesto del personal Manjar de papa.

Administrador

Misión: Planificar, coordinar, dirigir, controlar y evaluar los procesos que se ejecutan en la organización, así como ejecutar los procedimientos de representar a la empresa, contratación de personal, control de proveedores, higiene y seguridad, entre otros, a fin de garantizar la rentabilidad del negocio.

Funciones

1. Planificar, coordinar, dirigir y controlar las actividades de solicitud y compra de materia prima a fin de garantizar los insumos necesarios para la producción.
2. Administrar y representar legalmente a la organización con las facultades generales y especiales contempladas en los estatutos de la empresa. Asimismo, realizar gestiones legales ante instituciones financieras.
3. Planificar, monitorear, evaluar y los procesos de compras con los proveedores a fin de garantizar calidad en la compra de bienes, obras y servicios requeridos por la empresa.
4. Controlar y supervisa la debida aplicación de las leyes, normas y procedimientos para la administración de los recursos humanos a fin de garantizar la correcta aplicación de las leyes laborales y de seguridad social.
5. Elabora los Estados Financieros de la empresa, conforme a políticas, normas y procedimientos Contables para la toma de decisiones de la junta directiva de la organización.



6. Tramita órdenes de servicio de mantenimiento, construcción de obras y reparaciones necesarias en la dependencia.
7. Realizar conciliaciones bancarias y adjuntar el detalle de los cheques elaborados, facturas, comprobantes, entre otros.
8. Llevar control del inventario de activo fijo en digital en cuadro de Excel, a fin de contribuir con el resguardo de los mismos.
9. Coordinar, controlar y supervisar la existencia de materiales en la bodega de producción, elaborar informes sobre los movimientos mensuales y semanales que se realizan en la bodega, a fin de mantener información objetiva y actualizada de inventarios que permita su reposición oportuna.
10. Revisar, detallar y registrar las retenciones de impuestos de la Alcaldía de Managua e IR efectuadas a los proveedores para realizar las declaraciones en el periodo establecido en la Ley de Concertación Tributaria a la Dirección General de Ingresos.
11. Elaborar y gestionar ante el Instituto Nicaragüense de Seguridad Social los ingresos del personal y en el Instituto Nicaragüense de Seguros y Reaseguros, la incorporación en la planilla de seguro, en cumplimiento a lo establecido en la ley.
12. Controlar y supervisar el desarrollo de las actividades relativas a la Administración de Personal, movimientos de altas, bajas y cambios en la planilla del Seguro Social, beneficios sociales, así como dar seguimiento a la elaboración de nómina de pago, a fin de garantizar la administración adecuada de los Recursos Humanos de la organización.
13. Emitir y firma cheques con firma mancomunada con el Supervisor.



14. Desarrollar y controlar las acciones en materia de higiene y seguridad ocupacional, a través de planes de trabajo general y específico para cada área de trabajo, que permita evaluar el funcionamiento y cumplimiento de las disposiciones en prevención de riesgos laborales, aunando esfuerzos con el Ministerio de Trabajo y el Instituto Nicaragüense de Seguridad Social.

Conserje

Misión: Realizar actividades de orden, limpieza y brindar servicio de cafetería al personal de la empresa y visitantes en general, de acuerdo a instrucciones del jefe inmediato, a fin de garantizar las condiciones higiénicas requeridas en el área y el buen servicio de cafetería.

Funciones

1. Realizar limpieza en general de las oficinas, mobiliario, equipos, electrodomésticos, vajillas, entre otros, de la empresa, en tiempo y forma con el propósito de cumplir con las normas de higienes.
2. Lavar y desinfectar servicios higiénicos diariamente, a fin de asegurar la higiene y presentación adecuada de los mismos.
3. Depositar la basura en los contenedores dos veces al día y lavar las papeleras de piso, para evitar la acumulación de basura en las áreas de trabajo con el objetivo de dar cumplimiento a normas de higiene y seguridad.
4. Preparar bebidas para el personal y visitantes en general, de acuerdo a solicitudes e instrucciones del jefe inmediato.



Cajero(a)

Misión: Recibir, registrar y resguardar el efectivo, documentos de valor y efectuar pagos por diversos conceptos a empresas proveedoras de bienes y servicios y personal de la empresa, así como realizar el arqueo de la misma, a fin de garantizar control y transparencia de los recursos financieros percibidos por la empresa.

Funciones

1. Recepcionar los pagos de los vendedores, acreedores y clientes, y anotarlos en libro de control, el cual se recibirá con firma, fecha y hora, para llevar control de los mismos.
2. Resguardar en la Caja de Seguridad los comprobantes de cheques pendientes de pago a proveedores con el objetivo de disminuir la posibilidad de faltas, errores, dolo o pérdida en el uso y administración de los mismos.
3. Notificar a los proveedores, beneficiarios y trabajadores de la empresa sobre la existencia de su cheque de pago, a fin de que estos se presenten a retirarlos y así evitar en caja la acumulación de cheques pendientes.
4. Realizar a diario informe de cheques pagados y pendientes en caja con el fin de darle a conocer al jefe inmediato sobre los cheques que se encuentran en resguardo y los cheques pagados en el día.
5. Realizar arqueo diario de los depósitos de ventas, cheques pendientes y pagados, para poner en conocimiento al jefe inmediato sobre los movimientos de la caja.
6. Control vía correo electrónico el envío y recepción de información de ventas e inventarios entre los diferentes puntos de ventas.



Vendedor

Misión: Recibir, registrar y resguardar el efectivo, documentos de valor y efectuar pagos por diversos conceptos a empresas proveedoras de bienes y servicios y personal de la empresa, así como realizar el arqueo de la misma, a fin de garantizar control y transparencia de los recursos financieros percibidos por la empresa.

Funciones

1. Realizar la venta de los productos de la empresa a fin de cumplir con las metas de ventas impuestas por la Administración, para garantizar la rentabilidad de la organización.
2. Llevar control de las ventas realizadas diariamente a fin de registrar la venta efectuada y controlar los márgenes de ventas.
3. Verificar que los productos entregados a los clientes estén en buenas condiciones para su venta.
4. Realizar pronósticos de ventas para captar clientes potenciales del productor entre los cuales: pulperías, supermercados, cafetín, comedores populares, asimismo, detectar oportunidades, nuevos competidores, necesidades de clientes, entre otros.
5. Cuidar las relaciones con los clientes y la imagen de la empresa manteniendo para ello ética, disciplina y evitar cualquier problema que pueda dañar la imagen de la empresa.



Supervisor de Planta, Alimentos e Higiene

Misión: Supervisar y verificar el cumplimiento de normas y estándares de calidad, inocuidad e higiene requeridos de acuerdo a las especificaciones determinadas para las diferentes áreas y/o fases que intervienen en la elaboración de productos del Corporación Superior.

Funciones

1. Supervisar y verificar el cumplimiento de normas y estándares de calidad, inocuidad e higiene requeridos de acuerdo a las especificaciones determinadas para las diferentes áreas y/o fases que intervienen en la elaboración de productos.
2. Inspeccionar el funcionamiento de la maquinaria, garantizando el encendido y apagado de las mismas a fin de mantener en óptimas condiciones y evita atraso en el proceso productivo.
3. Elaborar reporte de la producción diaria y remitirla al jefe inmediato para la toma de decisiones.
4. Dar seguimiento a los planes de producción y escribirlo diariamente en la pizarra de avisos, los pedidos que hay que entregar en el día con las especificaciones correspondientes para cada uno.
5. Coordinar con el inmediato la programación de las rutas de ventas para cumplir adecuadamente con los pedidos.
6. Llevar control de la bodega de materia prima y del estado (fresco, vigentes) de los insumos utilizados en la producción.



7. Apoyar a su equipo de trabajo en el análisis de método de trabajo y elaborando planes de adiestramiento para el personal.
8. Verificar que los productos recibidos por parte del proveedor están en buenas condiciones para su posterior transformación en la planta de producción.
9. Controlar que los Operarios realicen sus actividades de manera eficiente y eficaz.

Operario

Funciones

1. Recibir diariamente la programación de producción y los insumos necesarios para elaborar el producto, teniendo cuidado de los parámetros de calidad a controlar.
2. Encargarse de la limpieza al final del día de la maquinaria, a fin de cumplir con las normas de higiene y seguridad.
3. Portar el equipo de protección de higiene que le entregue la Administración.
4. Inspeccionar el funcionamiento de la maquinaria e informar al jefe inmediato sobre cualquier incidencia que identifique o se presente.
5. Comprobar que el material del envasado, de embotellamiento, las bandejas y otros elementos del envase se encuentren en perfectas condiciones.
6. Revisar que la etiqueta sea la correspondiente al producto para garantizar la calidad total del mismo y cumplir con las normas establecidas para tal fin.



7. Gestionar adecuadamente los residuos (limpieza de equipos y maquinaria, restos, sub productos e intermedios, otros).

8. Adoptar las medidas establecidas por el Ministerio del Trabajo referente a la higiene y seguridad ocupacional.

6.2.2 Gastos pre operativos

Tabla No 27

Actividad	Duración	Gasto
Constitución de sociedad ante un notario	1 semana	\$ 700
Permiso del ministerio de salud	2 semana	Sin costo
Inscripción de la alcaldía	3 horas	\$15
Inscripción DGI	1 hora	Sin costo
Inscripción INSS	1 hora	Sin costo
Total		\$715

Fuente: Elaboración propia.



7. Plan de finanzas

7.1 Plan financiero

La inversión que requiere Manjares de mi Tierra es de \$23,469.55 lo cual el 38% serán financiados por los socios del negocio en parte iguales que equivalen a \$9,000.00 dólares, el otro 62% será financiado por la entidad Bancaria Banco de la Producción (Banpro) a un equivalente de \$14,469.55 dólares americanos.

El capital de trabajo se determina en la suma de los costos para la producción mensual que se incurrirá en los primeros meses de las operaciones de la empresa.

Tabla No. 27

Concepto	Inversión total	Financiamiento	
	Monto	Fondos Propios	Préstamos
Equipo de Oficina y Producción	\$ 4,398.61	\$ 4,398.61	
Cocina industrial	\$ 180.00	\$ 180.00	
Mantenedoras	\$ 275.00	\$ 275.00	
Mostrador	\$ 200.00	\$ 200.00	
Utensilios de cocina	\$ 300.00	\$ 300.00	
Equipos varios	\$ 120.00	\$ 120.00	
Motocicleta	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	
Computadoras	\$ 366.15	\$ 366.15	
Impresora	\$ 229.00	\$ 229.00	
Escritorios	\$ 167.90	\$ 167.90	
Teléfono	\$ 27.08	\$ 27.08	
Sillas secretariales	\$ 87.40	\$ 87.40	
Sillas de espera	\$ 376.08	\$ 376.08	
mesa ejecutiva	\$ 70.00	\$ 70.00	
Capital de Trabajo:	\$ 18,355.94	\$ 3,886.39	\$ 14,469.55
Capital Trabajo	\$ 18,355.94	\$ 3,886.39	\$ 14,469.55
Gastos pre operativos	\$ 715.00	\$ 715.00	
Gastos pre operativos	\$ 715.00	\$ 715.00	
Totales:	\$ 23,469.55	\$ 9,000.00	\$ 14,469.55
	Total	Aporte	Financiamiento
	100%	38%	62%

Fuente: Elaboración propia.

7.2 Estado de pérdida y ganancia

Se puede observar que de los volúmenes en ventas van aumentando año con año, proporcionalmente los costos también por el aumento de la misma manera los gastos generales y administrativos, la depreciación en los dos primeros años es de \$958.83 por todos bienes tecnológicos que según la LCT es a 2 años luego disminuye dicha depreciación en los años posteriores, los intereses pagados son generados por el préstamo bancario que cancelamos al cuarto año. Esto nos da una pauta para analizar y verificar que la entidad tendrá una rentabilidad favorable que aumentara de una manera constante que permite solventar los gastos y generando la utilidad proyectada o esperada por la organización.

Tabla No 28

Estado de pérdida y ganancia proyectada					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$131,646.81	\$145,140.61	\$160,017.52	\$176,419.31	\$194,502.29
Costo de los bienes vendidos	\$ 81,797.82	\$ 89,904.27	\$ 98,827.74	\$108,651.27	\$ 119,466.41
Utilidad Bruta	\$ 49,848.98	\$ 55,236.33	\$ 61,189.78	\$ 67,768.04	\$ 75,035.89
Gastos Generales (sin depreciación)	\$ 12,319.40	\$ 13,142.72	\$ 14,028.45	\$ 14,981.90	\$ 16,008.86
Gastos Administración	\$ 16,018.43	\$ 16,819.35	\$ 17,660.32	\$ 18,543.33	\$ 19,470.50
Depreciación	\$ 958.83	\$ 958.83	\$ 654.49	\$ 654.49	\$ 654.49
Total Gastos de Operación	\$ 29,296.66	\$ 30,920.90	\$ 32,343.25	\$ 34,179.72	\$ 36,133.84
Utilidad de Operación	\$ 20,552.32	\$ 24,315.43	\$ 28,846.53	\$ 33,588.32	\$ 38,902.05
Intereses pagados	\$ 1,979.58	\$ 1,520.98	\$ 988.66	\$ 370.76	
Utilidad antes de impuestos	\$ 18,572.74	\$ 22,794.46	\$ 27,857.87	\$ 33,217.56	\$ 38,902.05
Impuestos 30% IR	\$ 5,571.82	\$ 6,838.34	\$ 8,357.36	\$ 9,965.27	\$ 11,670.61
Utilidad neta	\$ 13,000.92	\$ 15,956.12	\$ 19,500.51	\$ 23,252.29	\$ 27,231.43

Fuente: Elaboración propia



7.3 Balance general

En la siguiente tabla se muestra el balance general proyectado a 5 años, los activos circulantes en el año 0 son de \$19,070.94, que va aumentando medida que el ciclo de vida del negocio se va desarrollando al final del 5to año se muestra que en la depreciación acumulada disminuye el valor de los activos fijos, se debe considerar en adquirir maquinaria nueva para satisfacer la demanda en aumento.

Manjares de mi tierra adquirirá deuda a largo plazo por un préstamo a Banpro, por el monto \$14,469.55, que se cancelará en el cuarto año. Ver anexo No 6

El capital social estará constituido por aporte de los socios en partes iguales con un monto total de \$9,000.00.

Tabla No. 29

Balance general						
ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos circulantes	\$ 19,070.94	\$ 30,177.89	\$ 43,781.44	\$ 60,092.71	\$ 79,537.87	\$ 107,423.78
Caja y bancos	\$ 19,070.94	\$ 30,177.89	\$ 43,781.44	\$ 60,092.71	\$ 79,537.87	\$ 107,423.78
Activo fijo	\$ 4,398.61	\$ 3,439.78	\$ 2,480.95	\$ 1,826.46	\$ 1,171.97	\$ 517.49
Equipo de Oficina	\$ 4,398.61	\$ 4,398.61	\$ 4,398.61	\$ 4,398.61	\$ 4,398.61	\$ 4,398.61
Terreno y Edificio	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Equipos y Utensilios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -



Depreciación acumulada		\$ (958.83)	\$ (1,917.66)	\$ (2,572.15)	\$ (3,226.64)	\$ (3,881.12)
Activo Diferido	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pre-Operativos (Constitución y Legalización)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortización Diferidos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total de activos diferidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total de activos	\$ 23,469.55	\$ 33,617.67	\$ 46,262.38	\$ 61,919.17	\$ 80,709.84	\$ 107,941.27
PASIVOS	\$ 14,469.55	\$ 11,616.75	\$ 8,305.35	\$ 4,461.62	\$ -	\$ -
Pasivo largo plazo	\$ 14,469.55	\$ 11,616.75	\$ 8,305.35	\$ 4,461.62	\$ -	\$ -
Préstamo largo plazo	\$ 14,469.55	\$ 11,616.75	\$ 8,305.35	\$ 4,461.62	\$ -	\$ -
CAPITAL	\$ 9,000.00	\$ 22,000.92	\$ 37,957.04	\$ 57,457.55	\$ 80,709.84	\$ 107,941.27
Capital social	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00
Utilidad acumulada			\$ 13,000.92	\$ 28,957.04	\$ 48,457.55	\$ 71,709.84
Utilidad del periodo		\$ 13,000.92	\$ 15,956.12	\$ 19,500.51	\$ 23,252.29	\$ 27,231.43
Total pasivo más capital	\$	\$	\$	\$	\$	\$ 107,941.27



	23,469.55	33,617.67	46,262.38	61,919.17	80,709.84	
--	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	--

Fuente: Elaboración propia.

7.4 Estado de flujo de caja

Los resultados que demuestra el flujo de efectivo ascienden a un total de \$30,177.89 en el primer año, hasta la culminación del quinto año con una disponibilidad de inversión de \$107,423.78 siendo esto se dispondrán de un total de inversión para los socios dela empresa. Por la acumulación de dividendos por cada periodo.

Tabla No 30

Flujo de caja						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo inicial		\$ 19,070.94	\$ 30,177.89	\$ 43,781.44	\$ 60,092.71	\$ 79,537.87
Ingresos (Utilidad contable)	\$23,469.55	\$ 13,000.92	\$ 15,956.12	\$ 19,500.51	\$ 23,252.29	\$ 27,231.43
Egresos	\$ 4,398.61					
Amortización		\$ 2,852.80	\$ 3,311.40	\$ 3,843.73	\$ 4,461.62	\$ -
Depreciación		\$ 958.83	\$ 958.83	\$ 654.49	\$ 654.49	\$ 654.49
Saldo final	\$19,070.94	\$ 30,177.89	\$ 43,781.44	\$ 60,092.71	\$ 79,537.87	\$ 107,423.78

Fuente: Elaboración propia.



7.5 Programa de devolución del préstamo.

El prestamos que nos otorgaran es de \$ 14,469.55 por financiamiento PYMES apoyando a negocios con emprendimiento en el país nos concederá dicho préstamo el Banco de la Producción (Banpro), con una tasa de interés 15% anual sobre el saldo del periodo correspondiente a 48 meses, la cuota mensual corresponde a \$174.2 dólares por mes.

Tabla No 31

Cálculo Cuota Préstamo	
Monto	\$ 14,469.55
Interés Anual	15%
Plazo en Meses	48
Cuota	\$ (174.20)
Seguros	0%
Cuota Total	\$ 174.20

Fuente: Elaboración propia

7.6 Punto de equilibrio

En la tabla siguiente encontramos el punto de equilibrio, el cual nos indica que las ventas proyectadas deben alcanzar un 76% en el primer año, un 74% en el segundo, 71% del tercero, 69% para el cuarto y un 67% en el último año que corresponde a las ventas realizadas en la proyección, esto nos indica que, si el punto de equilibrio en las ventas es mayor a las proyectadas, con esta utilidad puede llegar a cubrir costos generados por la organización.



Tabla No 32

Punto de equilibrio (U\$)					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Porcentaje sobre ventas %	76%	74%	71%	69%	67%
Punto de Equilibrio	\$ 100,607.66	\$ 107,046.03	\$ 113,460.86	\$ 120,905.43	\$ 129,488.38
Ventas	\$131,646.81	\$ 145,140.61	\$ 160,017.52	\$ 176,419.31	\$ 194,502.29
Porcentaje sobre ventas %	32%	31%	30%	29%	28%
Costos Fijos	\$ 42,140.07	\$ 44,836.82	\$ 47,523.70	\$ 50,641.90	\$ 54,236.91
Mano de Obra Directa	\$ 5,292.00	\$ 5,556.60	\$ 5,834.43	\$ 6,126.15	\$ 6,432.46
Gastos Generales (sin depreciación)	\$ 12,319.40	\$ 13,142.72	\$ 14,028.45	\$ 14,981.90	\$ 16,008.86
Gastos Administración	\$ 16,018.43	\$ 16,819.35	\$ 17,660.32	\$ 18,543.33	\$ 19,470.50
Depreciación	\$ 958.83	\$ 958.83	\$ 654.49	\$ 654.49	\$ 654.49
Intereses pagados	\$ 1,979.58	\$ 1,520.98	\$ 988.66	\$ 370.76	\$ -
Impuestos	\$ 5,571.82	\$ 6,838.34	\$ 8,357.36	\$ 9,965.27	\$ 11,670.61
Porcentaje sobre ventas %	58%	58%	58%	58%	58%
Costos Variables	\$ 76,505.82	\$ 84,347.67	\$ 92,993.31	\$ 102,525.12	\$ 113,033.95
Costo de Venta (sin M.O.D.)	\$ 76,505.82	\$ 84,347.67	\$ 92,993.31	\$ 102,525.12	\$ 113,033.95

Fuente: Elaboración propia



7.7 Razones financieras

En la siguiente ilustración podemos identificar que la rentabilidad sobre ventas de Manjares de mi tierra corresponde a un 10% en el primer año de operación, en los siguientes años se vuelve ascendente hasta llegar a obtener un nivel de rentabilidad estable para la organización.

Tabla No 33

Razones Financieras					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rentabilidad sobre ventas	10%	11%	12%	13%	14%
Rentabilidad sobre inversión	55%	68%	83%	99%	116%

Fuente: Elaboración propia

7.8 Valor actual neto y tasa interna de retorno

La viabilidad financiera de la empresa demuestra el valor actual neto de \$ **16,436.01** lo cual es mayor que cero, esto determina la idea del negocio es viable financieramente, ya que se puede implementar.

La tasa interna de retorno se obtuvo en las proyecciones y se muestra que es igual al 41% siendo esto diferente a la tasa de descuento que se aplica al equivalente al 24.2%, es por esto que se requiere la aceptación de la inversión, puesto así que a mayor TIR mayor será mayor rentabilidad.



7.9 Relación beneficio costo.

La relación costo beneficio es de \$ 1.87 dólares es quiere que por cada dólar obtenido el beneficio será de \$ 0.87 dólares.

Tabla No 34

Flujo de fondos						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad contable		\$ 13,000.92	\$ 15,956.12	\$ 19,500.51	\$ 23,252.29	\$ 27,231.43
Depreciación		\$ 958.83	\$ 958.83	\$ 654.49	\$ 654.49	\$ 654.49
Amortización		\$ 2,852.80	\$ 3,311.40	\$ 3,843.73	\$ 4,461.62	
Flujo de fondos		\$ 11,106.95	\$ 13,603.55	\$ 16,311.27	\$ 19,445.16	\$ 27,885.92
VAN al 24.2%	\$(23,469.55)					
TIRM	41%					
Tasa de descuento	\$0.24					
		FACTOR DE DESCUENTO				
		Año 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		1.24	1.54	1.92	2.38	2.96
		FLUJO DE FONDOS DESCONTADOS POR AÑO				
		1	2	3	4	5
RELACION BENEFICIO COSTO	1.87	8,942.79	8,818.79	8,513.79	8,171.94	9,435.76
Periodo de Recuperación		(14,526.76)	(5,707.97)	2,805.82	10,977.76	20,413.52

Fuente: Elaboración propia.



7.10 Periodo de recuperación

El periodo de recuperación de la inversión de la empresa manjares de mi tierra se obtendrá al cumplir el tercer año, dada una inversión total de \$23,469.55.



8. Referencias bibliográficas

1. Alegre, L., Berné, C., & Galve, C. (2000). *Fundamentos de economía de la empresa: perspectiva funcional*. España: Editorial Ariel.
2. AREAS, G. J. (Marzo de 2015). *CONSTITUCION DE UNA SOCIEDAD ANONIMA EN NICARAGUA*. Obtenido de <http://bdgroupnicaragua.com/wp-content/uploads/2015/03/constitucion-de-S-A-en-Nic-version-corta.pdf>
3. Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos* (Séptima ed.). México: McGraw Hil.
4. Baca, L. (7 de Noviembre de 2018). Inflación acumulada hasta octubre fue de 2.70 por ciento en Nicaragua. *LA PRENSA*. Obtenido de <https://www.laprensa.com.ni/2018/11/07/economia/2493300-2493300>
5. Banco Central de Nicaragua. (2017). *Informe de Cooperación Oficial Externa*. Managua, Nicaragua. Obtenido de https://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/semestral/cooperacion/ICOE_1.pdf
6. Banco Central de Nicaragua. (2018). *Informe Trimestral del Producto Interno Bruto: Cuarto Trimestre 2017*. Managua, Nicaragua. Obtenido de https://www.bcn.gob.ni/publicaciones//periodicidad/trimestral/cuentas_nacionales/2017/cuentas_nacionales_4.pdf
7. Banco Central de Nicaragua. (Octubre de 2018). *Informe Mensual de Inflación*. Obtenido de https://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/mensual/inflacion/inflacion_octubre.pdf



8. Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2012). *Principios de administración financiera* (Décimosegunda ed.). México: Pearson Educación.
9. Instituto Nacional de Información de Desarrollo/ Ministerio Agropecuario y Forestal. (2012). *Informe Final: IV Censo Nacional Agropecuario*. Managua, Nicaragua. Obtenido de <http://www.inide.gob.ni/Cenagro/INFIVCENAGRO/IVCENAGROINFORME/assets/basic-html>
10. Instituto Nacional de Tecnología Industrial. (2010). *Productos Lácteos: Elaboración de Dulce de Leche*. (J. Kurlat, Recopilador) Buenos Aires. Obtenido de <http://emprendedorasenred.com.ar/wp-content/uploads/2017/02/DULCE-DE-LECHE-2da.-Edicion.pdf>
11. Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing* (Décimocuarta ed.). (L. Pineda, Trad.) México: Pearson.
12. Mairena, A. (s.f.). *Factores de Nicaragua*. Obtenido de <https://www.coursehero.com/file/27393819/FACTORES-DE-NICARAGUAdocx/>
13. Mairena, A. (s.f.). *Factores de Nicaragua*. Obtenido de <https://www.coursehero.com/file/27393819/FACTORES-DE-NICARAGUAdocx/>
14. Rachman, D. (1991). *Introducción a los Negocios*. México: McGrawHill.
15. Sapag, N., Sapag, R., & Sapag, J. M. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos* (Quinta ed.). Bogotá: McGrawHill.
16. Vilcarrómero, R. (2013). *La Gestión en la Producción*. Perú. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1321/index.htm>



9. Anexos

Anexo No 1

ENCUESTA.

INSTRUCCIONES GENERALES.

Buen día. La meta de esta encuesta es reunir información y opiniones de los consumidores de dulces típicos y artesanales de Managua. La información recopilada en esta encuesta contribuirá a la realización del plan de negocio.

La encuesta es completamente anónima, no existe respuesta incorrecta y su honestidad es crucial para esta investigación.

Agradecemos colocar una X en la respuesta que usted crea conveniente.

- 1) Edad: _____
 - 2) Sexo: M____ F____
 - 3) Fecha: ____ / ____ / ____
-

4) ¿Le gusta a usted lo dulce?

- Sí. No.

6) ¿Con que frecuencia consume usted dulce?

- 1 a 2 veces a la semana.
 3 a 5 veces a la semana.
 6 a más veces a la semana.
 Nunca.
 No sabe/ No responde.

7) ¿De qué manera adquiere usted este producto?

- Vendedor ambulante.
 Obsequio.



Centros de conveniencia.

Mercado de artesanía.

8) ¿Conoce o ha consumido usted el dulce manjar de papa?

Sí. No.

(Si su respuesta es “Sí” responda pregunta (9), si su respuesta es “No” responda pregunta (10))

9) ¿Qué le ha parecido su sabor?

Excelente.
 Muy bueno.
 Bueno.
 Regular.
 Nada rico.

10) ¿Le gustaría probar el dulce manjar de papa?

Sí. No.

11) Valore del 1 al 5 la importancia de los siguientes atributos que deben tener el producto que consumirá (considerando la 1 más importante y la 5 menos importante)

	1	2	3	4	5
Calidad del producto.					
Precio.					
Promoción.					
Ubicación de la tienda.					
Presentación del producto.					
Publicidad del producto.					
Atención al cliente.					

12) ¿En qué tipo de envase le gustaría adquirir este producto?

Envase de vidrio.
 Enlatado.



Envase de plástico.

Otros. Especifique: _____

13) ¿En qué medio de comunicación se informaría usted mejor sobre este producto?

TV.

Radio.

Periódico.

Panfletos.

Página web.

Redes sociales.

Otros. Especifique. _____

14) ¿Está de acuerdo con los precios que se especifican en la siguiente tabla?

Cantidad.	Precio.	Sí.	No.
3 Oz	C\$9.00		
5 Oz	C\$16.00		
9 Oz	C\$27.00		
13Oz	C\$47.00		
18Oz	C\$55.00		

Anexo No 2

Salario mínimo 2018

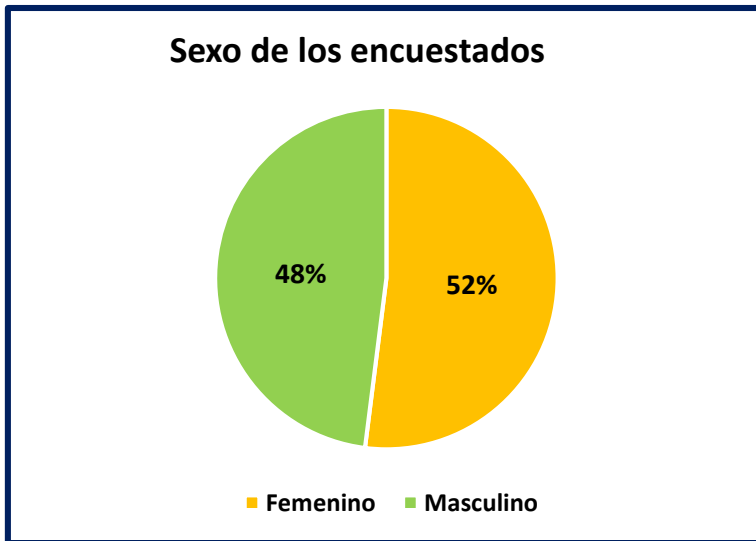


<i>Actividad económica</i>	<i>Desde 01/03</i>	<i>Desde 01/09</i>
Sector agropecuario*	C\$ 3,970.05	C\$ 4,176.49
Pesca	C\$ 6,036.58	C\$ 6,350.48
Minas y canteras	C\$ 7,130.04	C\$ 7,500.80
Industria manufacturera	C\$ 5,338.17	C\$ 5,615.75
Micro y pequeña industria artesanal y turística	C\$ 4,265.60	C\$ 4,487.41
Industria sujeto a régimen fiscal especial (zona franca)	C\$ 5,460.87	C\$ 5,460.87
Electricidad y agua; comercio, restaurantes y hoteles; transporte, almacenamiento y comunicaciones	C\$ 7,281.87	C\$ 7,660.52
Construcción, establecimientos financieros y seguros	C\$ 8,884.60	C\$ 9,346.59
Servicios comunitarios, sociales y personales	C\$ 5,565.58	C\$ 5,854.99
Gobierno central y municipal	C\$ 4,950.83	C\$ 5,208.27

(*) Más alimentación

Anexo No 3

Sexo de los encuestados	
Femenino	52
Masculino	48

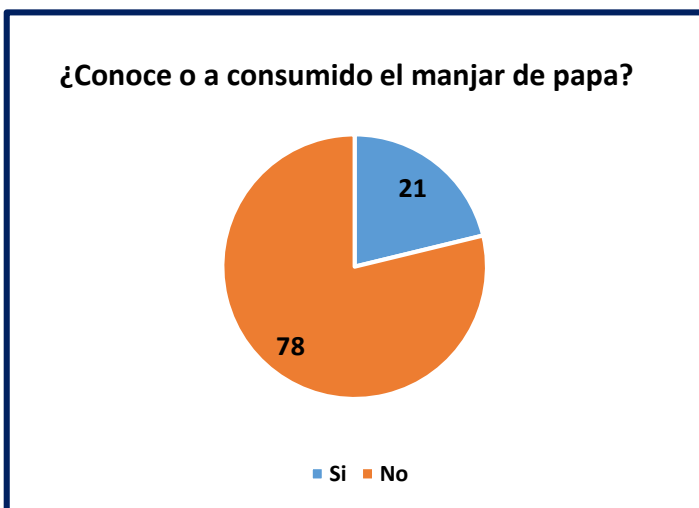


¿Le gusta el dulce?	
Si	98
No	2



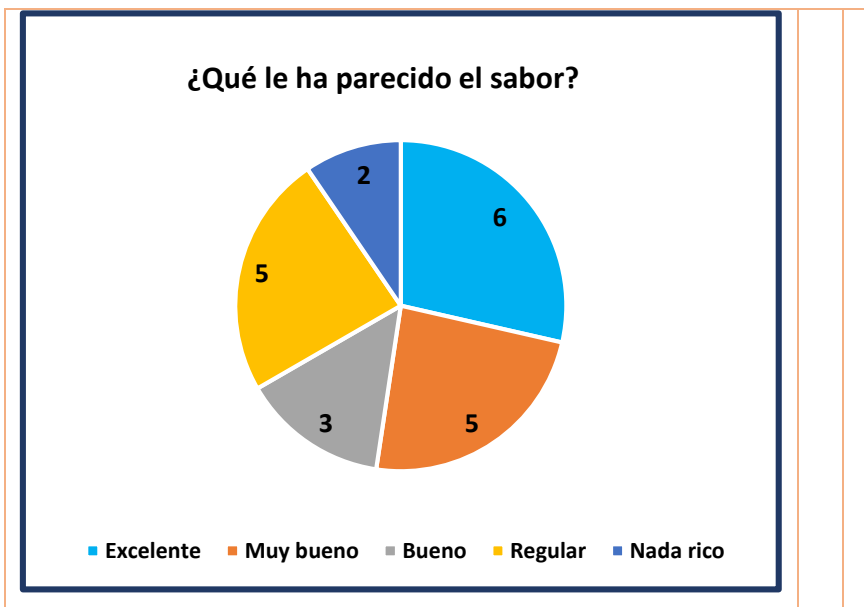
¿Conoce o ha consumido el dulce manjar de papa?

Si	21		
No	78		



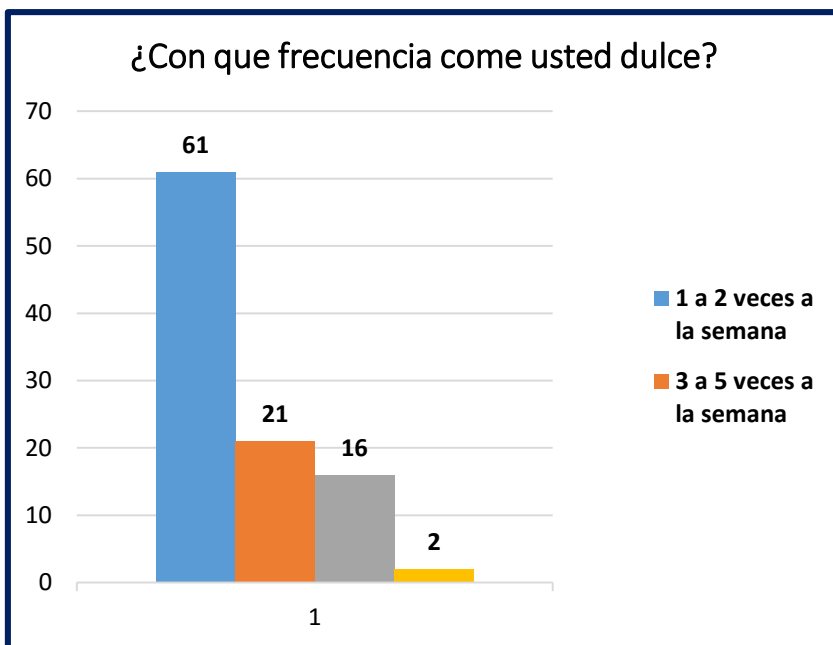
¿Qué le ha parecido su sabor?

Excelente	6		
Muy bueno	5		
Bueno	3		
Regular	5		
Nada rico	2		



¿Le gustaría probar el dulce manjar de papa?				
Si	98			
No	2			

¿Con que frecuencia come usted dulces?				
1 a 2 veces a la semana	61			
3 a 5 veces a la semana	21			
6 a más veces a la semana	16			
Nunca	2			



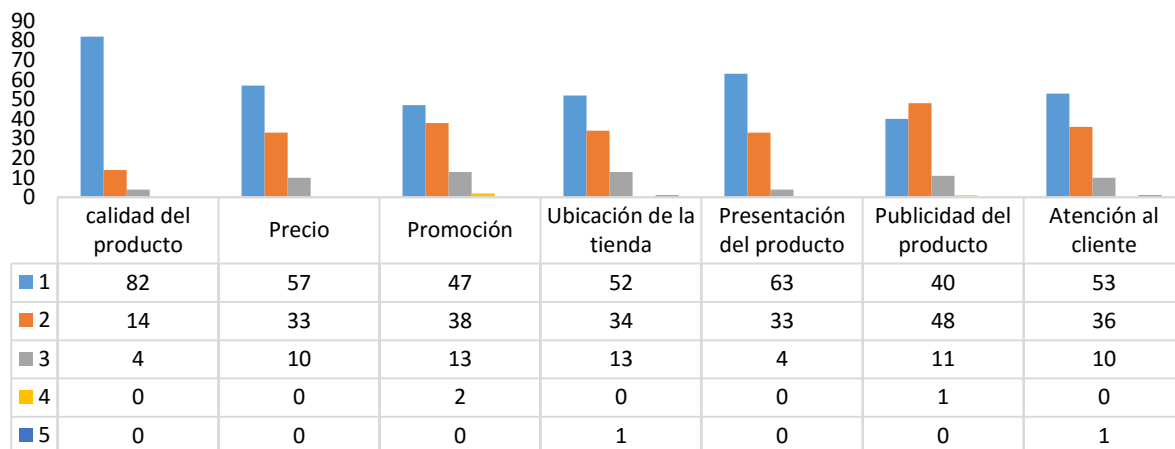
¿De qué manera adquiere usted este producto?

Vendedor ambulante	50			
Obsequio	30			
Centro de conveniencia	20			
Mercado de artesanía	0			

Valoración del producto

	1	2	3	4	5
Calidad del producto	82	14	4	0	0
Precio	57	33	10	0	0
Promoción	47	38	13	2	0
Ubicación de la tienda	52	34	13	0	1
Presentación del producto	63	33	4	0	0
Publicidad del producto	40	48	11	1	0
Atención al cliente	53	36	10	0	1

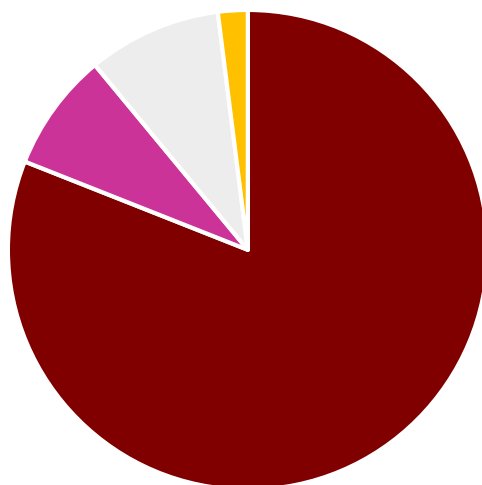
Valoración del producto manjar de papa



¿En qué tipo de envase le gustaría adquirir este producto?

Envase de plástico	81				
Envase enlatado	8				
Envase artesanal	9				
Envase de vidrio	2				

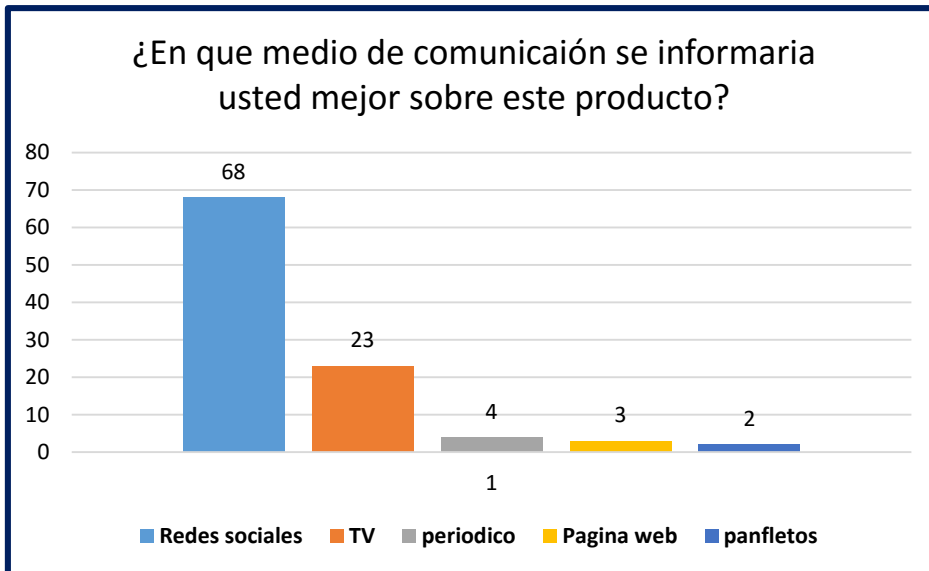
¿En que tipo de envase le gustaria adquirir este producto?



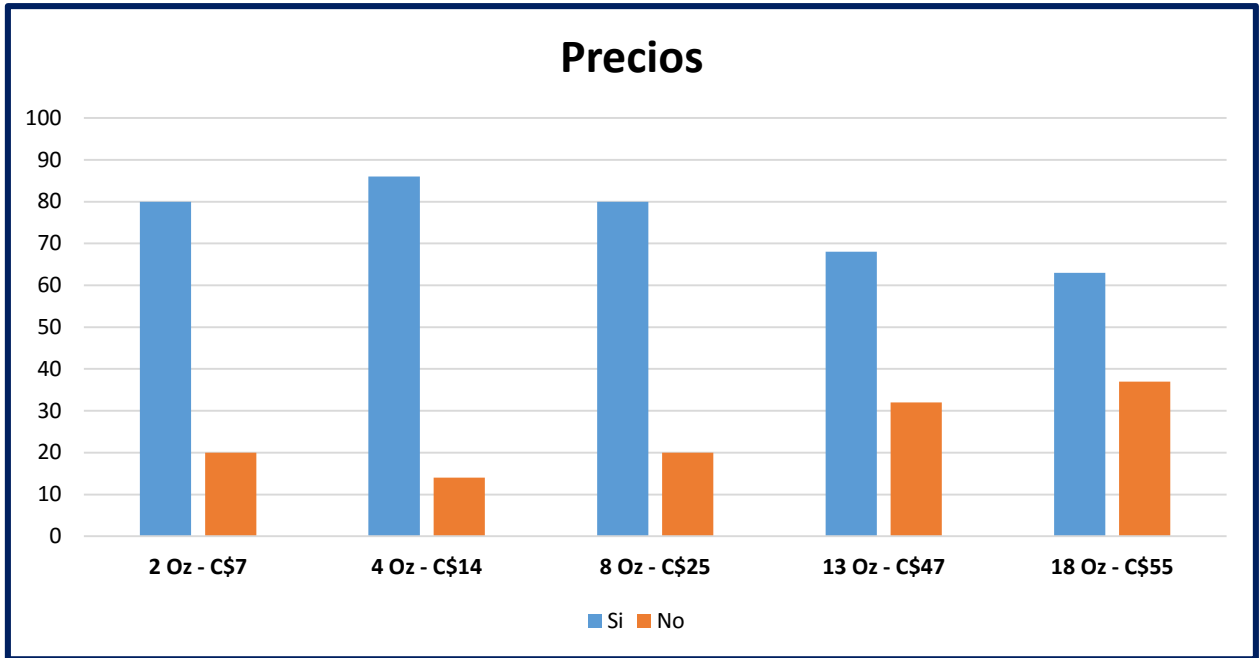
■ Envase de plastico ■ Envase enlatado
■ Envase artesanal ■ Envase de vidrio

¿En qué medio de comunicación se informaría usted mejor sobre este producto?

Redes sociales	68						
TV	23						
Periódico	4						
Página web	3						
Panfletos	2						



Precios			
	Si	No	
3 Oz - C\$9	80	20	
5 Oz - C\$16	86	14	
9 Oz - C\$27	80	20	
13 Oz - C\$47	68	32	
18 Oz - C\$55	63	37	



Anexo No. 4
Materiales y equipo de Higiene y seguridad.

Guantes:



Gorro:



Delantal:



Anexo No 5

Activos Fijos



CARACTERÍSTICAS ESTUFON EC-1 T MASTER

- 1 sección con 3 potentes quemadores concéntricos en hierro fundido de 50,000 B.T.U./hr.
- 2 parrillas superiores en hierro fundido.
- 2 válvulas gas importadas, certificadas CSA uso comercial.
- 2 perillas zinc con aislamiento térmico en silicón rojo.
- 1 charola para captar los escurrimientos.
- 1 piloto individual acero inoxidable, con cabeza roscable tipo hongo.
- 1 válvula de ajuste flama piloto importada, certificada CSA uso comercial.
- Medidas exteriores totales: frente: 0.570 m, fondo: 0.690 m, alto: 0.600 m.
- Peso: 48 kg.
- Incluye kit de espreas para conversión de gas.



Usado - 2 vendidos

Vendo Frigorífico Enfriador Congelador

U\$S 690

Pago a acordar con el vendedor

[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)

[Más información](#)

¡Único disponible!

[Comprar](#)



Nuevo - 138 vendidos

**Congelador Enfriador
Electrolux Blanco
Efcc20a6hqw 200 Lt 7**

U\$S 275⁹⁹

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.

[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)

[Más información](#)

Cantidad: 1 unidad (16 disponibles)

[Comprar](#)

			ITEM TOTAL:	\$1.65
10	1 ea	MESH STRAINER	\$14.72	\$14.72
		Winco Model No. MST-10D Packed 24 ea Strainer, 10-1/2" dia., round, double tinned mesh, medium, wood handle (Qty Break = 12 each)		

IMPRESORA HP 6970 MULTIFUNCIONAL



Características

- Impresora HP Multifuncional Modelo 6970 Tecnología De Impresión Inyección térmica de tinta HP Funciones: Impresión
- Copia
- Escáner y Fax Velocidad de Impresión en Negro Hasta 20 ppm Velocidad de Impresión en Color Hasta 11 ppm Ciclo de Trabajo Mensual Hasta 20.000 páginas Volumen de Paginas Mensual recomendado 200 a 800 Velocidad del Procesador 500 MHz Memoria Estándar 1G Impresión a Doble Cara Automática Scanner Cama plana
- Alimentador automático de documentos (ADF) Escaneado ADF dúplex Fax en Color Velocidad de transmisión de fax 4 segundos por página Tamaño de Soporte de Impresión A4
- A5
- B5 (JIS)
- A6
- Legal
- Carta
- Declaración
- Sobre etc. Tipos de Soporte Papel (Mate común
- fotográfico
- rugoso)
- Linero Reciclado

Precio:	\$ 199.00
IVA	\$ 29.85
Total:	\$ 228.85

Cantidad:

AGREGAR AL CARRITO



FacilitOferta

Hewlett Packard

HP Computadora portátil / 14CK0004LA / Intel Celeron

EN STOCK | UPC 431411700003

C\$11,899.00

Servicio de garantía extendida ⓘ

Contrato de Servicio

AGREGAR A MI BOLSA

Favoritos

Compartir

Métodos de Pago     

Métodos de envío  

Imprimir ficha de producto

CHAT
¿Tienes dudas?
¡Escribenos!

Escribir mensaje aquí



RadioShack

RadioShack Teléfono alámbrico básico / 4304319

EN STOCK | UPC 42936600002

C\$440.00

AGREGAR A MI BOLSA

Favoritos

Compartir

Métodos de Pago



Métodos de envío

Reparación ServTotal

Com

Imprimir ficha de producto



¿Tienes dudas?
¡Escribenos!

MESA AM100XTK03 XTF-CD629



Características

- Escritorio para Computadora XTF-CD629. Modelo: AM100XTK03. Escritorio de un nivel. Diseño compacto perfecto para la oficina en el hogar. Dispone de un gabinete
- más una gaveta
- con amplio espacio interior. Estructura durable y resistente. Capacidad de carga máxima: 40kg. Dimensiones: 120x60x76cm.

• Item # 7489 • Parte #

Precio: \$ 73.00
IVA \$ 10.95
Total: \$ 83.95

Cantidad: 1

AGREGAR AL CARRITO

SILLA C/BRAZOS AM160GEN76 NEGRA



Características

- Silla Con brazos Modelo AM160GEN76 Apoyabrazos Cómodos que ayudan a aliviar la tensión en los hombros Recomendada para uso Intensivo de 6 a 8 Horas por día Capacidad máxima comprobada de 80kg/176lbs Acolchada con ruedas suaves Dimensiones 55x55x86cm

• Item # 189 • Parte #

Precio: \$ 38.00
IVA \$ 5.70
Total: \$ 43.70

Cantidad: 1

AGREGAR AL CARRITO

SILLA DE ESPERA AM160GEN40 BLACK



Características

- Silla de Espera Modelo AM160GEN40 El respaldo cóncavo rodea y sostiene la parte superior del cuerpo Crea un área de espera y de trabajo más placentera Sólida estructura de madera y acero garantiza mayor durabilidad Use de inmediato - no necesita armado Material Tapiz
 - espuma de Polietileno
 - metal y Madera Dimensiones 48x50x80cm
- Item # 3104 • Parte #

Precio: \$ 27.25
IVA \$ 4.09
Total: \$ 31.34

Cantidad:

AGREGAR AL CARRITO

Generales

Productos Relacionados



Anexo No 6 Tabla de amortización

Tabla de amortización de préstamo						
Período	Cuota	Interés	Capital	Saldo		
0				\$ 14,469.55		
Año 1						
1	\$ 402.70	\$ 180.87	\$ 221.83	\$ 14,247.72		
2	\$ 402.70	\$ 178.10	\$ 224.60	\$ 14,023.12		
3	\$ 402.70	\$ 175.29	\$ 227.41	\$ 13,795.71		
4	\$ 402.70	\$ 172.45	\$ 230.25	\$ 13,565.46		
5	\$ 402.70	\$ 169.57	\$ 233.13	\$ 13,332.33		
6	\$ 402.70	\$ 166.65	\$ 236.04	\$ 13,096.29		
7	\$ 402.70	\$ 163.70	\$ 238.99	\$ 12,857.29		
8	\$ 402.70	\$ 160.72	\$ 241.98	\$ 12,615.31		
9	\$ 402.70	\$ 157.69	\$ 245.01	\$ 12,370.30		
10	\$ 402.70	\$ 154.63	\$ 248.07	\$ 12,122.23		
11	\$ 402.70	\$ 151.53	\$ 251.17	\$ 11,871.06		
12	\$ 402.70	\$ 148.39	\$ 254.31	\$ 11,616.75		
Año 2						
13	\$ 402.70	\$ 145.21	\$ 257.49	\$ 11,359.26		
14	\$ 402.70	\$ 141.99	\$ 260.71	\$ 11,098.55		
15	\$ 402.70	\$ 138.73	\$ 263.97	\$ 10,834.59		
16	\$ 402.70	\$ 135.43	\$ 267.27	\$ 10,567.32		
17	\$ 402.70	\$ 132.09	\$ 270.61	\$ 10,296.71		
18	\$ 402.70	\$ 128.71	\$ 273.99	\$ 10,022.72		
19	\$ 402.70	\$ 125.28	\$ 277.41	\$ 9,745.31		
20	\$ 402.70	\$ 121.82	\$ 280.88	\$ 9,464.43		
21	\$ 402.70	\$ 118.31	\$ 284.39	\$ 9,180.04		
22	\$ 402.70	\$ 114.75	\$ 287.95	\$ 8,892.09		
23	\$ 402.70	\$ 111.15	\$ 291.55	\$ 8,600.54		
24	\$ 402.70	\$ 107.51	\$ 295.19	\$ 8,305.35		
Año 3						
25	\$ 402.70	\$ 103.82	\$ 298.88	\$ 8,006.47		
26	\$ 402.70	\$ 100.08	\$ 302.62	\$ 7,703.85		
27	\$ 402.70	\$ 96.30	\$ 306.40	\$ 7,397.45		
28	\$ 402.70	\$ 92.47	\$ 310.23	\$ 7,087.22		
29	\$ 402.70	\$ 88.59	\$ 314.11	\$ 6,773.11		
30	\$ 402.70	\$ 84.66	\$ 318.03	\$ 6,455.08		
31	\$ 402.70	\$ 80.69	\$ 322.01	\$ 6,133.06		
32	\$ 402.70	\$ 76.66	\$ 326.04	\$ 5,807.03		
33	\$ 402.70	\$ 72.59	\$ 330.11	\$ 5,476.92		
34	\$ 402.70	\$ 68.46	\$ 334.24	\$ 5,142.68		
35	\$ 402.70	\$ 64.28	\$ 338.41	\$ 4,804.27		
36	\$ 402.70	\$ 60.05	\$ 342.65	\$ 4,461.62		
Año 4						
37	\$ 402.70	\$ 55.77	\$ 346.93	\$ 4,114.69		
38	\$ 402.70	\$ 51.43	\$ 351.26	\$ 3,763.43		
39	\$ 402.70	\$ 47.04	\$ 355.66	\$ 3,407.77		
40	\$ 402.70	\$ 42.60	\$ 360.10	\$ 3,047.67		
41	\$ 402.70	\$ 38.10	\$ 364.60	\$ 2,683.07		
42	\$ 402.70	\$ 33.54	\$ 369.16	\$ 2,313.91		
43	\$ 402.70	\$ 28.92	\$ 373.77	\$ 1,940.13		
44	\$ 402.70	\$ 24.25	\$ 378.45	\$ 1,561.69		
45	\$ 402.70	\$ 19.52	\$ 383.18	\$ 1,178.51		
46	\$ 402.70	\$ 14.73	\$ 387.97	\$ 790.54		
47	\$ 402.70	\$ 9.88	\$ 392.82	\$ 397.73		
48	\$ 402.70	\$ 4.97	\$ 397.73	\$ -		