



**UNIVERSIDAD POLITECNICA DE NICARAGUA
(UPOLI)**

ESCUELA DE NEGOCIOS

**KIOSKO DE COMIDAS RÁPIDAS JAKI
PLAN DE NEGOCIOS ELABORADO COMO REQUISITO DE CULMINACIÓN DE
ESTUDIO DE LA CARRERA PERTENECIENTE A LA ESCUELA DE NEGOCIOS**

ELABORADO POR:

**Br. Jessica Jaskira García Hernández
Br. Freddy Enrique Pérez Roque
Br. Blanca Azucena Bermúdez Úbeda
Br. Freddy Enrique García Andino**

**Managua, Nicaragua
Noviembre, 2019**

INDICE

CONTENIDO	PAGINA
DEDICATORIA	7
AGRADECIMIENTO	8
I. RESUMEN EJECUTIVO	11
II. INTRODUCCION	12
III. OBJETIVOS	13
III.1. OBJETIVO GENERAL	13
III.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	13
IV. APORTE DEL PROYECTO A LA ECONOMIA LOCAL/NACIONAL	13
V. PERFIL ESTRATEGICO	13
V.1. MISION	13
V.2. VISION	13
V.3. ESTRATEGIA DEL NEGOCIO	14
VI. PLAN MARKETING	14
VI.1. ANALISIS DEL ENTORNO Y SECTOR	14
VI.1.1. ANALISIS EXTERNO	14
VI.1.1.1. AMBIENTE ECONOMICO	14
VI.1.1.2. AMBIENTE POLITICO Y LEGAL.....	15
VI.1.1.2.1. FINANCIAMIENTO	16
VI.1.1.2.2. FITOSANITARIO	17
VI.1.1.2.3. MEDIDAS	17
VI.1.1.3. AMBIENTE SOCIAL-CULTURAL	17
VI.1.1.4. AMBIENTE TECNOLOGICO	18
VI.1.1.5. ANALISIS AMBIENTAL.....	18
VI.1.2. ANALISIS DEL SECTOR	18
VI.1.2.1. AMENAZA DE NUEVOS INGRESOS	18

VI.1.2.2. PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES	19
VI.1.2.3. PODER DE NEGOCIACION DE LOS COMPRADORES	19
VI.1.2.4. PRODUCTOS SUSTITUTOS	19
VI.1.2.5. RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES	19
VI.2. INVESTIGACION DE MERCADO	21
VI.2.1. INFORME DE INVESTIGACION	21
VI.2.2. ANTECEDENTES Y DEFINICION DEL PROBLEMA	21
VI.2.3. JUSTIFICACION DEL PROBLEMA	21
VI.2.4. NECESIDADES DE LA INFORMACION	21
VI.2.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	22
VI.2.5.1. OBJETIVO GENERAL	22
VI.2.5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	22
VI.3. DISEÑO METODOLOGICO	22
VI.3.1. TIPO DE INVESTIGACION	22
VI.3.2. FUENTES DE DATOS	22
VI.3.3. POBLACION Y MUESTRA	23
VI.3.4. INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS	23
VI.3.5. SELECCIÓN DE LA MUESTRA	23
VI.3.6. ANALISIS DE LOS RESULTADOS	23
VI.4. DECISIONES ESTRATEGICAS DE MARKETING	24
VI.4.1. DESCRIPCION DEL SERVICIO	24
VI.4.2. FLOR DE SERVICIO	24
VI.4.3. NIVELES DEL PRODUCTO	26
VI.4.4. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO Y/OSERVICIO	26
VI.4.5. PROPUESTA DEL VALOR	27
VI.4.6. BRANDING	27
VI.4.7. CICLO DE VIDA DEL SERVICIO	27

VI.4.8. NOMBRE	28
VI.4.9. LOGOTIPO	29
VI.4.9.1. TIPOGRAFIA A USAR	29
VI.4.9.2. COLOR	29
VI.5. ANALISIS DE LA COMPETENCIA	30
VI.6. OBJETIVOS DE MARKETING	30
VI.6.1. OBJETIVO GENERAL	30
VI.6.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	30
VI.7. DESCRIPCION DEL MERCADO META	31
VI.8. DEMANDA ACTUAL EN UNIDADES FISICAS	31
VI.9. DEMANDA ACTUAL EN UNIDADES MONETARIAS	34
VI.10. DEMANDA POTENCIAL EN UNIDADES FISICAS TOTALES	35
VI.11. DEMANDA TOTAL EN UNIDADES MONETARIAS	36
VI.12. OFERTA	37
VI.13. ESTRATEGIAS DE PRECIO	38
VI.13.1. ANALISIS DE LAS TENDEMCIAS DE MERCADO	38
VI.13.1.1. DEMANDA	38
VI.13.1.2. FACTORES QUE INCIDEN EN SU EVOLUCIÓN	38
VI.13.2. PRECIOS	39
VI.13.2.1. FIJACION DE PRECIOS	39
VI.13.2.2. PRECIOS PROYECTADOS	39
VI.14. ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCION	40
VI.15. ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACION	41
VI.15.1. MODALIDADES Y CONDICIONES DE COMERCIALIZACION	41
VI.15.2. SISTEMA DE DISTRIBUCION EN EL MERCADO LOCAL	41
VI.15.3. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCION	41
VI.15.4. EVIDENCIA FISICA	41

VI.15.5. PERSONAL DE CONTACTO	41
VI.15.6. PROCESOS	42
VI.15.7. PRODUCTIVIDAD Y CALIDAD	42
VI.16. PROYECCIONES DE VENTAS	43
VI.16.1. PROYECCIONES DE VENTA CON DEMANDA ACTUAL Y PRECIOS DE LA TABLA#10	43
VI.16.2. PROYECCIONES DE VENTA CON DEMANDA POTENCIAL Y PRECIOS DE LA TABLA#10	44
VII. PLAN DE PRODUCCION	45
VII.1. OBJETIVO GENERAL	45
VII.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	45
VII.3. JUSTIFICACION	45
VII.4. DESCRIPCION DEL PROCESO	46
VII.4.1. FLUJOGRAMA	48
VII.5. REQUERIMIENTO DE ACTIVOS	49
VII.6. TERMINOS Y CONDICIONES DE LA COMPRA DE EQUIPOS, MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	50
VII.7. BALANCE DE LOS REQUERIMIENTOS DE ACTIVOS FIJOS	52
VII.8. GASTOS DE MANTENIMIENTO	53
VII.9. VIDA UTIL DE LOS ACTIVOS	55
VII.10. INDICE DE CAPACIDAD UTILIZADA Y OCIOSA	57
VII.11. CAPACIDAD PLANIFICADA Y FUTURA	58
VII.12. CALCULOS DE COSTOS UNITARIOS POR PRODUCTO	60
VII.13. PROYECCIONES DE COSTOS, TOMANDO EN CUENTA LA INFLACION DEL 6% A PARTIR DEL Año 2	63
VII.14. MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA POR Año Y MES	63
VII.15. CALCULO DE PROYECCIONES DE PRESTACIONES POR Año..	64

VII.16. MANO DE OBRA INDIVIDUAL POR AÑO	66
VII.17. GASTOS GENERALES DE LA EMPRESA	67
VIII. PLAN DE ORGANIZACIÓN Y GESTION	68
VIII.1. FORMA DE LA EMPRESA	68
VIII.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	68
IX. PLAN FINANCIERO	69
IX.1. PRESUPUESTO DE INVERSION INICIAL	69
IX.2. ESTRUCTURA DE COSTOS	69
IX.3. COSTOS Y VENTAS PROYECTADO (NEGOCIOS DE PRODUCCION) ESTADO DE RESULTADO	70
IX.4. FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO	71
IX.5. FLUJO DE FONDOS DESCONTADOS	72
IX.6. BAKANCE GENERAL	75
IX.7. ANALISIS DE RAZONES FINANCIERAS	76
IX.8. ANALISIS DES SENSIBILIDAD	78
X. CONCLUSIONES	83
XI. ANEXOS	84
XI.1. FODA	84
XI.2. ENCUESTA	85
XII. WEBGRAFÍA	87

DEDICATORIA

El presente plan de negocios está dedicado primeramente a Dios por ser el dador de vida y salud; dedico este logro a mis padres, esposo e hija que han sido incondicional en cada momento. Se los dedico también a todos los y las maestras que confiaron en mí como alumna y me brindaron su apoyo compartiendo sus conocimientos.

Br. Jessica García

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios ya que sin la bendición y sabiduría de él no hubiera sido posible este logro; también a mis padres que en todo momento me dieron su apoyo incondicional, a mi esposo, a mi hija que ellos que han sido un soporte fundamental para cada logro; y agradezco a todos los maestros que de alguna manera aportaron su granito de arena cuando buscaba ayuda en algún tema que no entendía.

Br. Jessica García

DEDICATORIA

Quiero dedicar este plan de negocio a Dios por ser el motor fundamental en mi vida; a mis padres por haberme brindado su apoyo, comprensión y paciencia en todo momento; a mi esposa por ser el eje fundamental en mi vida y por haber compartido juntos tiempo y sacrificios en la elaboración de este proyecto final y a mi hija quien de alguna manera nos ha apoyado.

Br. Freddy Pérez.

AGRADECIMIENTO

Primeramente dar gracias a Dios por permitirme haber tenido una muy buena experiencia en la universidad, y gracias a esta por permitirme convertirme en un profesional, gracias a todos los docentes por transmitirme todos sus conocimientos. A mis padres por todos los consejos, a mi esposa por todo su apoyo incondicional en los años de la carrera; y a mi hija que es la que me hace Vencer todos los obstáculos que se me presentan.

Br. Freddy Pérez

DEDICATORIA

A Dios que me dio la vida, salud, sabiduría y los medios para cumplir con mis metas.

A mis padres que con su apoyo que día a día me motivaban a salir adelante para obtener un logro más en mi vida y ser un orgullo para ellos.

A cada uno de los integrantes de este proyecto quienes hicieron posible que se elaborara este trabajo, el cual fue de mucho aprendizaje para cada uno de nosotros y darnos cuentas que si es posible trabajar en grupo y poder cumplir nuestros objetivos.

Br. Blanca Bermúdez

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios, por las bendiciones que me ha brindado en el tiempo que llevo de vida y por estar conmigo en cada paso que doy.

Agradezco a mis padres Valentín Bermúdez y Alicia Úbeda por el apoyo que me han brindado para llegar a esta etapa de mi vida, ya que han sido un apoyo constante en las tomas de mis decisiones.

De igual manera a cada uno de los maestros me impartieron clase porque gracias a ellos adquirí conocimientos que al final de mi carrera me fueron de ayuda para poder elaborar el presente trabajo.

Finalmente, aprovecho la oportunidad para agradecer de manera general a cada una de las personas que han vivido conmigo cada uno de los procesos para la realización del presente trabajo, con altos y bajos ya que fueron personas que apoyaron y colaboraron para culminar nuestro proyecto.

Muchas Gracias!!!

Br. Blanca Bermúdez

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mi madre por haberme apoyado en todo momento, por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, por apoyarme en mi educación, tanto académica, como de la vida, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que recibí desde el primer día, me ha permitido ser una persona de bien.

Br. Freddy García

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, le doy gracias a Dios por haberme permitido llegar a cumplir una de mis más grandes metas, por darme la fuerza, sabiduría, y por ayudarme en todos los obstáculos que se me presentaron en el camino.

Agradezco a mi madre **LUCÍA** que es la mujer virtuosa de que, con tanto sacrificio se ha esforzado por criarme, educarme, y formarme en toda mi vida por sus consejos que han sido un pilar fundamental en mi vida.

A mi hermana **Jessica** quien también ha sido un pilar importante, en mi carrera profesional quien me apoya incondicionalmente en aconsejarme, escucharme y brindándome el lado positivo de las situaciones.

Br. Freddy García

I. RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se ha elaborado con la finalidad de crear una empresa de comidas Rápidas en el barrio 30 de mayo cuya actividad empresarial se desarrolla en el sector de comercio, por lo tanto es necesario la implementación de comercialización que permita dar a conocer este nuevo servicio, básicamente analizamos la situación actual del mercado al cual pretendemos insertarnos, a través del diagnóstico se determinaron las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; una de las principales fortalezas es la calidad de los productos, se destaca la oportunidad de un crecimiento sostenido brindando un servicio diferenciado como valor agregado, teniendo como premisa principal una excelente atención, explotando el mercado y la expansión a futuro de otros mercados, sin dejar a un lado la competencia, una vez implementado el servicio se buscara ganar la fidelización y preferencia de nuestros clientes. Una de las debilidades que encontramos es los precios altos de productos perecederos en algunos meses, lo que nos llevara a buscar técnicas para no bajar la calidad de nuestros productos y posiblemente un crecimiento de nuestros productos. Es bueno destacar que la principal amenaza para nuestra empresa es la situación económica del país, convirtiéndose así en un factor que a futuro puede generar una no participación en el mercado y por ende la no recuperación de la inversión. En el siguiente avance también se hace una revisión bibliográfica sobre las bases teóricas de la investigación ya que es muy importante aclarar los principales sitios con los que trabajamos para la elaboración de nuestro proyecto.

El siguiente paso provee toda la información correspondiente al estudio de mercado que sé que se desarrolló en el distrito V de Managua barrio 30 de mayo, los principales resultados obtenidos fueron poco lugares que ofrecen nuestro servicio y una alta demanda en el consumo de estos mismos. La forma de comercialización será directa. Podemos observar que por más que una empresa este iniciando debe de tener una sólida organización administrativa, además debemos de utilizar todos los medios de publicidad que existan para darnos a conocer y poder insertarnos en el mercado.

El estudio financiero nos muestra la factibilidad el presente proyecto, se prevé tener un buen crecimiento en los primeros 5 años, cada uno de los evaluadores con los que trabajamos nos indica la rentabilidad real, mostrándose como un proyecto aceptable y real sobretodo.

II. INTRODUCCIÓN

El Kiosko de Comidas Rápidas Jaki es un negocio familiar, ubicado en el distrito V de Managua, en el barrio 30 de mayo, con dirección; de donde fue: el tanque rojo 2 cuadras al este. Se atiende en horario de viernes a domingo de 5:00pm a 8:30pm

Cuenta con 3 colaboradores, 1 administrador, 1 entregador, 1 cocinera. Actualmente cuenta con una clientela aproximada de 120 clientes por mes, con total de venta C\$9143.33 / mes.

El comportamiento de las ventas por mes varía, a veces puede incrementar y de la misma forma disminuir.

Para el primer año se obtuvo una venta total de C\$109,720 estos datos son reales los cuales se obtuvieron del libro diario de la empresa.

Estas ventas se obtuvieron laborando 3 días en la semana, la decisión de este horario se tomó debido a una prueba que se realizó laborando de lunes a domingo en la cual los resultados fueron de que en los otros días las ventas eran casi nulas.

III. OBJETIVOS

III.1. OBJETIVO GENERAL

Crear una empresa de comida rápida a fin de satisfacer la demanda existente en los pobladores del barrio 30 de mayo y sectores aledaños.

III.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Proporcionar un menú variado de comida rápidas a costo bajo a pobladores del barrio 30 de mayo y sectores aledaños.
2. Generar fuente de empleo.
3. Ofertar productos como: hamburguesa, quesadilla, hotdog, burrito, papa frita, salchipapa

IV. APORTE DEL PROYECTO A LA ECONOMÍA LOCAL/NACIONAL

El proyecto del negocio de Comidas Rápidas Jaki viene a darle auge a la economía nacional y directamente al barrio donde estará ubicado, debido a que este jugará un papel importante en la economía local, ofreciendo puestos de trabajo, contribuyendo al pago de impuestos como; la matricula del negocio, el pago de basura, pago del IMI, pago de INSS; todos estos ayudan a la economía nacional, el lugar será más atractivo para que clientes visiten el local, entre otros aportes los anteriores los más destacados.

Se generaran nuevos empleos y de esta manera se dinamizará la economía local y así aumentará también la nacional.

V. PERFIL ESTRATEGICO

V.1. MISION

Somos una empresa que proporciona servicio de comidas rápidas con calidez a los pobladores del barrio 30 de mayo y sectores aledaños; elaborados con calidad y eficiencia.

V.2.

VISION Constituir una marca líder en la rama de comida rápida desarrollando nuestros productos como concepto innovador, manteniendo un riguroso y estricto control de calidad.

V.3. ESTRATEGIA DEL NEGOCIO

Con el fin de cumplir los objetivos de este plan de negocios, se pretende almacenar y guardar la materia prima disponible según las normas de cuidado y almacenaje, para que estas duren el tiempo necesario mientras satisfacemos la demanda que tenga el negocio, para que de tal forma se puedan satisfacer los gustos de los clientes tanto en calidad, como en cantidad. Se mantendrá un menú el cual tenga distintas opciones para el cliente adecuado en cuanto a cantidad y costos; al estar en marcha con el negocio se pretende también que con el paso del tiempo y arduo trabajo agrandar el negocio y mantenernos en el mercado; ofertando y manteniendo los productos que se deben ofrecer en un establecimiento de comida rápida.

También pretendemos implementar la capacitación continua para todos los colaboradores de la empresa, brindarles un trato adecuado el cual estos sientan la confianza de informar cualquier problemática y así estos mismos trabajadores sean tratados de manera calidad y que de esto ellos puedan brindar un trato único y amable a nuestros clientes.

VI. PLAN DE MARKETING

VI.1. ANALISIS DEL ENTORNO Y SECTOR

VI.1.1. Análisis externo

VI.1.1.1. Ambiente económico

En el año 2018, la economía nicaragüense decreció un 3.8% en relación con el año 2017; la inversión extranjera directa se contrajo un 53.5% en el 2018 con respecto al año anterior. La inflación cerró en 3.89% para el 2018, para este mismo año se perdieron más de 250,000 empleos, la tasa de interés en promedio para 2018 fue de 9.29%.

El decrecimiento económico que va teniendo el país es un punto importante para la ampliación del negocio de comidas rápidas Jaki debido que al ampliar la empresa/negocio este genera fuentes de trabajo e ingresos para sus hogares y familias; como una amenaza es que si el índice de desempleos sigue aumentando la empresa se verá perjudicada porque al disminuir la tasa de empleos esto implica menos dinero para las familias; y es aquí donde como negocio debemos implementar alguna idea que nos ayude a conseguir nuevos clientes o disminuir los precios de los productos.

Al disminuir la inversión, aumenta la tasa de inflación y esto tiende a aumentar las tasas de interés, esto es en contra de la empresa porque al aumentar la tasa inflacionaria, también aumenta el costo de la materia prima con que se producen los productos, y si

la tasa de interés es alta tampoco se podrá optar a un financiamiento y no se podrá seguir con la ampliación del negocio porque no habrá capital para invertir.

VI.1.1.2. Ambiente Político y Legal

En Nicaragua la industria gastronómica es regulada por el Gobierno de la República a través del Instituto Nicaragüense Ministerio de Salud (MINSAL) y el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC), y la Dirección General de Ingreso (DGI) siendo estas cuatro, junto con la Alcaldía de Managua las más relevantes.

Las políticas de fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME) en Nicaragua también apoyan la gestión de los pequeña empresa en el país proveyendo un marco regulatorio que ampara, protege y alinea en temas de desarrollo a dichas empresas. Estas regulaciones facilitan, entre otras cosas, los financiamientos para nuevos proyectos de emprendimiento.

Nicaragua ha unido esfuerzos con el resto de los países centroamericanos para que ciertas normas técnicas rijan a la zona. Dentro de estas está el Reglamento Técnico Centroamericano Industria de Alimentos y Bebidas Procesados. Buenas Prácticas de Manufactura. Que regula prácticas generales de higiene de los alimentos en Centroamérica, incluyendo el servicio de alimentación al público y expendios, categoría donde entran los restaurantes. Esta uniformidad de la región facilita la expansión Geográfica de negocios, que no necesitan adaptarse a nuevas normas, sino que deben cumplir desde un principio con los permisos y regulaciones solicitadas.

En Nicaragua los carritos ambulantes de comida rápida deben solicitar un permiso en la Alcaldía correspondiente para el pago de impuestos y licencia de Funcionamiento. Cada caso varía por sí mismo, sin embargo, se estima un pago de impuesto del 1% del promedio mensual de ventas brutas. Las licencias pueden tener una duración de entre 1 a 3 años. Como referencia los restaurantes tienen permisos que van de 5 a 10 años; el pago respectivo está incluido en el IR (impuesto sobre la renta) que para algunos casos puede llegar a ser del 30%, en dependencia del volumen de ventas.

El ambiente político y legal, se muestra atractivo para este tipo de negocios ya que la ley promueve los proyectos de esta industria sin mayores restricciones. Por otro lado, estas leyes se encuentran homogenizadas a lo largo del istmo Centroamericano, por tanto, son válidas entre países de la región, creando potencial para futuras convergencias e integraciones geográficas.

También la Ley Creadora de la Dirección General de Ingreso establece que todas las Persona naturales que realizan actividades económicas deben presentar los siguientes requisitos:

1. Llenar el Formulario de Inscripción que la Renta proporciona gratuitamente.
2. Tener la edad de 18 años cumplidos.
3. Documento de identificación ciudadana:

Nacionales: Cédula de Identidad Ciudadana, de acuerdo a lo establecido en el literal f) del artículo 4, de la Ley N° 152 Ley de Identificación Ciudadana.

Pago de Impuesto Municipal sobre Ingreso (IMI)

Cualquier persona natural o jurídica que se dedique a una actividad económica (negocio) dentro del Municipio de Managua debe pagar mensualmente un impuesto municipal del 1% sobre el monto total de los ingresos brutos percibidos. Las personas naturales o jurídicas sujetas al pago del Impuesto Municipal sobre Ingresos (IMI) deben presentar en su respectiva declaración el monto de las ventas o prestación de servicios mensuales junto con la suma debida, a más tardar dentro de los quince días subsiguientes al mes declarado

Requisitos para este trámite: Fotocopia de Cédula RUC y/o Cédula de Identidad del Contribuyente. Carta Poder (Si actúa en representación del Contribuyente), Declaración de los impuestos municipales sobre ingresos.

Costo: Formulario de declaración de Impuesto Municipal sobre Ingresos (IMI) C\$5.00;

Pago del impuesto Municipal 1% sobre el monto total de los ingresos brutos y pago por servicio de Basura (Decreto Municipal 11-93).

Por otra parte el Ministerio de Salud (MINSA) establece los requisitos sanitarios que deben cumplir todos los expendios del país donde se comercialicen alimento para el consumo humano. También el Decreto Municipal 11-93, establece que toda empresa registrada bajo la modalidad de Registros Contables está obligada a pagar el servicio de Basura, basándose en los ingresos brutos obtenidos durante el mes.

VI.1.1.2.1. Financiamiento

Los créditos caen 4,435 millones de córdobas en los primero meses del 2019. En febrero del 2019 la contracción de la cartera neta de crédito fue del 16.2 por ciento, con respecto al saldo acumulado hasta abril 2018. Los datos indican que en este lapso se dejó de entregar 27,260 millones de córdoba en préstamos.

Mientras el depósito bancario sigue saliendo, cifra de la súper intendencia de Bancos y otras instituciones financiera (siboif) revelan que la cartera de crédito neta sigue cayendo este año, lo que ha ocasionado que miles queden sin asenso al financiamiento.

En febrero del 2019 la contracción de la cartera neta de crédito fue de 16.2 por ciento, con respecto al saldo acumulado hasta abril 2018. Los dato indican que en este lapso se dejó de entregar 27, 260 millones de córdoba en préstamos.

No obstante en lo que va de 2019 la cartera de crédito neta sea achicado en 4,435 millones de córdobas, principalmente por deterioro de los préstamos y reducción en las colocaciones. Pero además que la Banca no está dando crédito, los indicadores muestran que los clientes han tenido dificultades para cumplir con su obligaciones, de tal manera que se observa un aumento de la cartera vencida y otro cobro judiciales

Los créditos vencidos aumentaron 154 por ciento entre abril 2018 y febrero 2019, de tal manera que 1,902 millones de córdoba no se habían podido recuperar.

VI.1.1.2.2. Fitosanitarias

Las Leyes y normas sanitarias y fitosanitarias son requisitos indispensables y necesarios para proteger la salud y la vida de las personas y de los animales o para preservar los vegetales.

VI.1.1.2.3. Medidas

Cumplir con los controles higiénico sanitarios establecidos por las autoridades sanitarias para el proceso de matanza, transporte y comercialización. Las carnes deben de proceder de rastros y mataderos oficiales rechazando las de procedencia clandestina Inocuidad de los alimentos. La garantía de que los alimentos no causarán daño al consumidor cuando se preparen y/o consuman de acuerdo con el uso a que se destinan.

VI.1.1.3. Ambiente social-cultural

La empresa de comida Rápida está ubicado en el barrio 30 de Mayo lugar donde la variable demográfica es variada ya que nos visitan familias con integrantes de distintas edades las cuales realizan sus pedidos según su preferencia. En este sector la población tienen hábitos de consumo grande ya que ellos consumen nuestros productos por su calidad y precio accesible. El estilo de vida de la población es consumir productos de fácil preparación.

VI.1.1.4. Ambiente tecnológico

En la empresa de Comidas Rápidas Jaki contamos con un carrito que posee una plancha amplia y dos freidoras lo que nos ayuda a poder preparar los pedidos de nuestros clientes en el menor tiempo posible.

La manera de comercializar los productos es de forma directa, de igual manera hemos implementado el servicio de delivery y la publicidad de las comidas rápidas que elaboramos a través de las redes sociales como Facebook, Whatsapp, Instagram.

VI.1.1.5. Analisis ambiental

En el local donde se preparan a diario los alimentos se lavan las herramientas utilizadas para la elaboración de las comidas rápidas y de igual manera las hacemos con productos frescos. También el local en el que tenemos ubicado la empresa cuenta con los servicios básicos necesarios para su buen funcionamiento como: agua, luz y un ambiente agradable.

"La Producción más Limpia es una estrategia ambiental preventiva integrada que se aplica a los procesos, productos y servicios a fin de aumentar la eficiencia y reducir los riesgos para los seres humanos y el ambiente"

Nuestra empresa de Comida Rápidas ha implementado recolectar los residuos que quedan al momento de preparar nuestros productos, contamos con recipientes clasificados para cada tipo de residuos, de esa manera nuestros clientes se dirigen a depositar la basura a su lugar y luego nosotros esperamos a que pase día de por medio el camión recolector de basura para depositarla y no contaminar nuestro medio ambiente.

Se tiene acceso a la materia prima de manera que ya contamos con un proveedor fijo y en el local existe un recipiente separado para cada producto y así tener facilidad de agarrar los productos para preparar nuestra comida.

VI.1.2. Análisis del sector

VI.1.2.1 Amenaza de nuevos ingresos

Se puede decir que es fácil ingresar a la industria de comidas rápidas, lo que hace mantener el negocio es el buen servicio y la calidad de los productos que se ofrecen a los clientes; los que quieran ingresar a este comercio deberán ganar clientes y mantenerlos; en este caso es una oportunidad que podemos aprovechar cuando alguien más incursiona en esta rama porque como empresa nos debemos a nuestros clientes y así cada día mejoramos nuestros productos y servicio de atención al cliente; contamos con un numero especifico de clientes frecuentes, los cuales nos han elegido

por nuestra calidad en los productos y atención al cliente. Cada vez que mejoramos las personas nos eligen por sobre cualquier otro negocio.

VI.1.2.2. Poder de negociación de los Proveedores

Al existir gran demanda de proveedores lo cual es una oportunidad debido a que entre ellos compiten y ofrecen precios bajos y de buena calidad, elegimos a los que cumplan con características de mayor calidad y buen precio, también buena atención y entrega rápida con garantía en los productos.

VI.1.2.3. Poder de negociación de los compradores

Consumidor:

Segmentación individual:

Personas naturales consumirán los productos.

Variable geográfica: barrio 30 de mayo y sectores aledaños.

Variable demográfica: es el segmento de mercado de la comida rápida para las personas sin distinción de edades, sexo e ingreso, con tendencia a degustar de una buena comida rápida a precio módico.

Variable psicosociológica: consumidores con clase social baja y media.

VI.1.2.4. Productos sustitutos

Los productos sustitutos que se encuentran en la ubicación de comidas rápidas Jaki son comiderias las cuales ofrecen fritangas, productos como: enchiladas, carne asada, pollo asado, tacos entre otros; con precios que van desde los C\$30 hasta los C\$140. Cuando las personas no prefieren comidas rápidas optan por la fritanga. Esto es una amenaza pero lo que nos va a ayudar serán las preferencias de los clientes debido a que mantenemos la calidad en nuestros productos y servicios.

VI.1.2.5. Rivalidad entre los competidores existentes

Competidores:

Al tener varios competidores tenemos una amenaza latente la cual debemos sobre llevar oportunamente, porque al haber varios competidores entonces lo que nos hará que seamos elegidos por los clientes será la calidad en nuestros productos y buena atención.

Nombre de la empresa: **Súper Express**

Ubicación: contiguo a donde fue el tanque rojo.

Cobertura de mercado: barrio 30 de mayo y sectores aledaños

Tipos de productos de servicios: hotdog, papas fritas y papas western.

Precio: oscilan entre C\$50 y C\$70.

Calidad: regular

Condiciones de venta: contado

Garantía: sin garantía

Nombre de la empresa: **Los volcanes**

Ubicación: donde fue el tanque rojo 2c al oeste.

Cobertura de mercado: barrio 30 de mayo, enrique Gutiérrez y sectores aledaños.

Tipos de productos de servicios: hotdog, papas fritas, quesadilla, hamburguesa.

Precio: oscilan entre C\$50 y C\$100.

Calidad: regular

Condiciones de venta: contado

Garantía: sin garantía

Nombre de la empresa: **Antojitos**

Ubicación: donde fue la casa de la mujer 30 varas al oeste.

Cobertura de mercado: barrio 30 de mayo, enrique Gutiérrez y sectores aledaños.

Tipos de productos de servicios: hotdog, papas fritas, quesadilla, hamburguesa, salchipapa, alitas con papas.

Precio: oscilan entre C\$30 y C\$80.

Calidad: baja

Condiciones de venta: contado

Garantía: sin garantía

VI.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

VI.2.1 Informe de Investigación.

VI.2.2. Antecedentes y definición del problema.

El crear el kiosko de Comidas Rápidas Jaki, tiene el propósito de brindar a los pobladores del Barrio 30 de Mayo, un lugar cómodo y con excelente calidad de productos, aprovechando que dicha población tiene un alto nivel de preferencia para consumir este tipo de producto.

Con anterioridad a nuestro proyecto no se encontraron trabajos elaborados, pero sí tomamos como antecedentes de la competencia, para ver si era factible la creación de nuestra empresa ya que en el Súper Exprés que está ubicado en la zona venden comidas rápidas, los cuales tomamos datos de ellos para poder entrar a la competencia y brindarle un mejor servicio y precio a la población.

VI.2.3. Justificación del problema.

La principal motivación para crear la empresa Kiosko de comida rápida es porque existe una buena aceptación de este producto por parte de la población del barrio 30 de Mayo y sectores aledaños, debido a que es un lugar donde se le ofrecerá comidas rápidas en un corto tiempo, además que los precios estarán al alcance del bolsillo de la población.

Lo que se busca lograr, al crear esta empresa es poder brindarle a la población de este sector un lugar cómodo donde puedan consumir el producto de manera rápida, donde el tiempo de espera sea el más corto posible.

VI.2.4. Necesidades de la información.

Para la elaboración de nuestro plan de negocio se recolectaron datos de la competencia para que se diera una idea de la aceptación por parte de la población, para los productos que se ofertaren y así concluir con la lista de productos los clientes prefiere.

De igual manera informarse de los reglamentos estatales que se debe de poseer para poder iniciar labores en nuestra empresa y no tener ningún inconveniente.

VI.2.5. Objetivos de la investigación.

VI.2.5.1. Objetivo General

Emplear el mejor diseño metodológico para la búsqueda de datos.

VI.2.5.2. Objetivos Específicos.

Analizar todos los datos extraídos de la fuente primaria.

Interpretar cada dato que resultare de la recolección de datos de ventas en libro diario.

Determinar el sector y tipo

VI.3. Diseño metodológico

VI.3.1. Tipo de investigación

Se realiza el estudio de carácter descriptivo ya que se va a describir la situación actual para el desarrollo del negocio, se analizaron los datos obtenidos mediante los métodos de recopilación de información que propicien el mejor nivel de estas mismas y de esa manera poder cumplir con cada uno de los objetivos planteados.

VI.3.2. Fuentes de datos.

Fuentes primarias: Para la investigación descriptiva se analizaron los datos registrados de las ventas reales del kiosco de comida rápida debido a que se cuenta con un libro diario en el cual se registran las ventas diarias, de esa manera proporcionamos datos reales y confiables.

Fuentes Secundarias: información recolectada de los productos que más consumía la población del barrio 30 de mayo en el Súper Express y costos de estos mismos.

VI.3.3. Población y muestra

El barrio 30 de Mayo cuenta con 1500 habitantes de las cuales nosotros tomamos como población y muestra a las personas que han acudido al lugar a comprar los productos ofrecidos.

VI.3.4. Instrumento de recolección de datos

En el trabajo investigativo no se utilizó el método de encuesta para recolectar datos, debido a que nuestro plan de negocio ya está en funcionamiento, es por ello que se procedió a ocupar los datos reales que contiene el libro diario y de esa manera brindar cantidades exactas de las ventas diarias, en el horario y días establecidos.

VI.3.5. Selección de la muestra.

La muestra fue de manera directa debido a que la empresa “kiosko de comidas rápidas” ya está laborando y se cuenta con un libro contable en el cual hay pruebas de las ventas que se obtienen cada día laborado, las cantidades exactas de cada producto que se venden, en el distrito V, barrio 30 de Mayo.

VI.3.6. Análisis de los resultados.

Ya que la empresa está en funcionamiento se deduce que existe una buena aceptación de los productos por parte de la población, además de que ha sido rentable iniciar el negocio en esa zona.

VI.4. DECISIONES ESTRATÉGICAS DEL MARKETING

VI.4.1. Descripción del servicio

Kiosko de Comidas Rápidas Jaki, es una empresa dirigida a clientes que buscan una atención rápida, accesibles al bolsillo del consumidor y a la vez de calidad, que ofrecerá Burrito, hamburguesa, salchipapa, papa fritas, Quesadilla, hot dog, y que mejor idea que combinar ambos elementos utilizando como base el conocimiento y experiencias propias en cuanto al gusto por esta gastronomía, añadirle al servicio innovación utilizando un carrito móvil haciéndolo agradable a la vista; se pretende ofrecer servicio delivery de acuerdo a la solicitud y necesidades del cliente.

VI.4.2. Flor del servicio



En el Kiosko "Comida Rápida Jaki" se realizará cada proceso de venta, uno a uno, cliente a cliente de la siguiente manera.

Información: Informar a nuestros clientes el producto que le ofrecemos con su precio exacto para esto podemos elaborar un menú, podemos brindar publicaciones en las redes sociales del negocio en el cual incluiremos imágenes de nuestro menú, ubicación exacta del local, números telefónicos para recepcionar los pedidos y la forma de pago que le ofrecemos.

Consultas: cuando un cliente realice una consulta referente al negocio se debe de brindarle la información que él necesita de acuerdo a lo requerido, dirigiéndose a él o ellos de la manera más educada y cortes.

Toma de pedido: después de haberle facilitado al cliente el menú del local se debe estar atento al llamado de él, para recibir el pedido de lo que va a consumir y sobre todo preparar lo que ordene de manera ágil, para que quede satisfecho con el servicio brindado.

Cortesía: Recibir a los clientes con educación, brindarles seguridad en el local donde pueda tener un espacio de parqueo sin que nadie dañe sus vehículos, así se sentirán cómodos sin que nadie los interrumpa al momento de consumir lo que ordenaron y sobre todo brindar una buena atención.

Atención: es una de las claves fundamentales que se debe de tomar en cuenta a la hora de iniciar un negocio, puesto que a todos nos encanta llegar a un lugar donde existe una excelente atención y para eso se debe estar pendiente de nuestros clientes, al momento que visiten nuestro local, brindarle una buena atención obtenemos fidelidad y preferencia por parte de ellos, para esto se debe de saludar con una hermosa sonrisa al momento de su llegada, ser cortés con ellos, entregar sus pedidos en el menor tiempo posible y al momento de despedirlos sonreír y decirles que los esperamos pronto.

Excepciones: En los negocios o empresas lo más ideal es no tener excepciones con ningún cliente debido a que se pueden dar malos entendidos, lo más idóneo es mantener la igualdad con todos los clientes y dar la misma atención y preferencias para todos.

Facturación: al momento de facturar un pedido se debe de comprobar que se haya anotado cada uno de los productos que le hemos ofrecido al precio exacto de distribución y sobre todo no asignar montos distintos al que ellos deben de pagar.

Pago: corroborar que el dinero que se recibe por parte del cliente sea igual al monto de factura y sobre todo estar pendiente de enviar el cambio correcto sin ninguna equivocación porque se puede mal interpretar por el cliente.

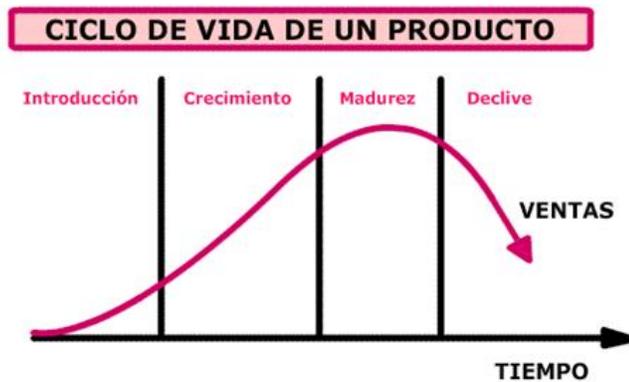
VI.4.3. Niveles del Producto:

Niveles de producto



Este Plan de negocio se ubica en el tercer nivel “Producto aumentado”, ya que el producto de comida rápida que se brindará va a satisfacer una necesidad básica en el ser humano, como es la alimentación, se ofrece servicio de delivery; y los atributos de calidad e higiene están contemplados en los productos y adicionalmente, se ha definido una marca y un diseño.

VI.4.4. Ciclo de Vida del Producto y/o servicio



El negocio del Kiosko de comida rápida, se ubica en el sector económico del país del rubro de servicios. Se considera que esta idea de negocio se ubica en la Etapa de Crecimiento en el Ciclo de Vida del producto/servicio, y se debe potenciar el tema de posicionar la marca dentro de las opciones actuales de servicios de alimentos.

VI.4.5. Propuesta de valor

El Kiosko de Comidas Rápidas Jaki pretende innovar en sus productos deleitando a sus clientes con productos de alta calidad, atención esmerada para ellos, que sientan lo acogedor que es nuestro negocio.

VI.4.6. Branding

Kiosko de comidas Rápidas Jaki es un negocio que pretende no presentar una publicidad engañosa, que los productos ofertados sean los mismos presentados al momento de realizar propaganda, que sean productos de alta calidad e higiene; que los clientes sientan la confianza se adquirir las comidas ofrecidas y que no les quede duda de volver nuevamente al establecimiento.

VI.4.7. Ciclo de vida del servicio

Ciclo de vida de servicio es un análisis que se realiza al momento que se constituye una empresa, desde su lanzamiento hasta su retirada del mercado. El ciclo de vida de los servicios de una empresa, es largo, se garantiza no sólo con presencia rentable del servicio en el mercado, sino una menor necesidad por parte de la empresa de sustituir o reemplazar estos servicios, por otros nuevos. Las fases de este proceso son: nacimiento, crecimiento, maduración y declive, marcaran no sólo la rentabilidad de la empresa, si no su futura estrategia empresarial.

En la primera etapa (nacimiento) el servicio es lanzado al mercado y tiende a ver que las ventas son pocas y solo algunos clientes son los que estarán dispuestos a usar dicho servicio, La siguiente fase de (crecimiento) donde el producto se posiciona en el segmento definido, y comienza a ser aceptado por los consumidores. Esto provoca que las ventas y por tanto los beneficios vayan creciendo. La clave en esta etapa consiste en reforzar el posicionamiento y en realizar modificaciones para poder

adaptar el producto a la demanda creciente. La siguiente fase (MADUREZ) La etapa de madurez se produce cuando el producto ha alcanzado la cima en cuanto a cuota de mercado. Esta etapa, del ciclo de vida de un producto, suele tener una duración más amplia que el resto. La clave en esta etapa está en anticiparse a la caída de las ventas buscando propuestas e innovaciones que vuelvan a hacer el producto atractivo para lograr sostener las ventas. La siguiente fase (DECLIVE). La clave en esta etapa consiste en minimizar la inversión y planificar acciones donde se tenga en cuenta diferentes vertientes: reemplazar el producto o modificarlo para enfocarlo nuevamente en el mercado. Qué los clientes van poco a poco dándole menos valor o eligen otros productos sustitutos para que pueda satisfacer sus necesidades. En Nicaragua, las comidas rápidas van en crecimiento y estos cada vez se va adaptando y especializando a las necesidades del cliente, teniendo en cuenta tanto el producto y los deseos que poseen la mente en el consumidor.

VI.4.8. Nombre

El nombre de nuestra empresa es “Comidas Rápidas Jaki”, este nace de un seno familiar, eligiendo “Comidas Rápidas” como una manera de decir o presentar los productos que se ofertan, normalmente cuando se escuchan estas dos palabras, las personas rápidamente se imaginan productos como hamburguesa, quesadilla, hot dog entre otros. Es por ello que se eligieron estas dos palabras, además se le anexó el nombre de “Jaki” esto con el fin que cuando el cliente deguste los productos, pueda decir que en “Jaki” se comen las mejores comidas rápidas.

VI.4.9. Logotipo



VI.4.9.1. Tipografía a usar

Hay una norma universal que indica que no se debe usar más de tres tipos de letras dentro de un diseño, un logotipo usa uno o dos tipos, por lo que no se deben usar más de tres; en este caso se buscaba un encabezado que destacara, es por ello que se usa el tipo de letra "galleria" para el nombre del negocio, y para completar el diseño se usó "kg you wont me down bold".

VI.4.9.2. Color

Se utilizó como fondo el color blanco que es universal, el cual muestra la simplicidad, honestidad y entrega con la cual se trabajará en la empresa, se usa rojo en el borde para denotar el logo y también se usa en algunas imágenes que son parte de este, del cual llamen la atención y hasta puedan provocar hambre a todo aquel espectador; el verde en alguna parte del logo denota la frescura de nuestros productos; el negro en sus letras denota elegancia en su presentación, la cual va conjugada con el tipo de productos que se ofrecerán.

VI.5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Super Express



Super Express, es una cadena de supermercados, los cuales están en diferentes partes de la república, en la actualidad cuenta con alrededor 14 centros de atención, con una amplia gama de productos. Esta empresa es la que está más cerca del Kiosko de Comidas Rápidas Jaki, en si es la competencia más cercana, a 3 y 4 cuadras de la ubicación del kiosko se encuentran dos carritos que ofrecen comidas rápidas, de los cuales no se pudo obtener mucha información debido al sigilo de sus colaboradores y dueños.

VI.6. OBJETIVOS DE MARKETING

VI.6.1. Objetivo General

Analizar datos obtenidos para deducir si el negocio es rentable o no.

VI.6.2. Objetivos Específicos.

Aumentar el número de días y horas laboradas para así incrementar el volumen de ventas para alcanzar una mayor producción.

Garantizar a los clientes productos de excelente calidad.

Promover el consumo de comida rápida para posicionarnos en el mercado

VI.7. Descripción del mercado meta

Se realizó la segmentación para describir el mercado meta, de acuerdo a esto se deben tomar en cuenta aspectos geográficos demográficos, económicos y psicográficos (región, población, edad, sexo, nivel de vida)

Geográficos:

País	Nicaragua
Departamento/Municipio	Managua/Managua
Sector	Barrio 30 de mayo, distrito V

Demográficos:

Edad	1 – 70
Sexo	ambos
Estado civil	Indistinto

Económicos:

Ingresos	Bajo, medio
----------	-------------

Psicograficos

Estilo de vida	Variable
----------------	----------

VI.8. DEMANDA ACTUAL EN UNIDADES FÍSICAS

En la tabla #1 se encuentran las unidades producidas del año1, fueron obtenidas mediante ventas reales durante seis meses y proyectadas a 12 meses, un año laboral equivale a 144 días totales, 3 días a la semana con 3.5 horas cada día. Es de aquí que se parte con 1872 unidades de productos anuales, los cuales están segregados por tipo de producto y para que se realice la proyección para los otros años se distribuyeron por porcentajes de cada producto en función del total anual; con estos datos porcentuales se le aplicarán a cada total proyectado para segregar las unidades producidas de cada producto por año. “Se utilizaron estos datos de ventas del año1 para proyectar debido a

que la empresa “Kiosko de Comidas Rápidas Jaki” se encuentra en funcionamiento.”
(Estos datos no incluyen servicio de delivery)

TABLA #1

Segregación de Unidades Producidas x producto x año		
Producto	Año1 (2019)	%
Hot dog	432	23.00
Hamburguesa	720	38.00
Quesadilla	144	8.00
Papa frita	288	15.00
Burrito	144	8.00
Salchipapa	144	8.00
Total	1872	100.00 %

ELABORACIÓN PROPIA

En la siguiente tabla #2, encuentran las proyecciones de unidades de productos por año. Con los datos de la tabla #3 se realizaron los cálculos pertinentes para proyectar los demás años.

TABLA #2

Unds producidas en 1 hr	Proyección de unidades por año				
	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
3.71428571	1,872	2,496	3,566	4,457	7,131

ELABORACIÓN PROPIA

Los datos que se muestran en la tabla #3, se ocuparon para la realización de las proyecciones de unidades vendidas totales por año.

TABLA #3

	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Días x año	144	192	192	240	240
Días x semana	3	4	4	5	5
Horas x día	3.5	3.5	5	5	8
Calculo Proyección	(unds prod x día)*144*3.5	(unds prod x día)*192*3.5	(unds prod x día)*192*5	(unds prod x día)*240*5	(unds prod x día)*240*8

ELABORACIÓN PROPIA

En la tabla #4 se puede apreciar la segregación del total de cada producto por año en unidades físicas. Para ello se utilizaron los porcentajes de la tabla #1.

TABLA #4

Demanda de unidades x Productos x Año					
Producto	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Hot dog	432	574	821	1,025	1,640
Hamburguesa	720	948	1,355	1,694	2,711
Quesadilla	144	200	285	356	570
Papa frita	288	374	535	670	1,070
Burrito	144	200	285	356	570
Salchipapa	144	200	285	356	570
Total	1,872	2,496	3,566	4,457	7,131

ELABORACIÓN PROPIA

VI.9. DEMANDA ACTUAL EN UNIDADES MONETARIAS

En las tablas #5 a continuación se presentan las demandas en unidades monetarias (C\$), que se desglosa de multiplicar el precio por la demanda en unidades físicas, los precios se mantienen constantes para los 5 años. (No incluye servicio de delivery.)

TABLAS #5

Demanda en unidades monetarias					
Producto	Precio (P) C\$	Año1		Año2	
		Demanda de Unidades Físicas (DUF)	Demanda en unidades monetarias (Px DUF) C\$	Demanda de Unidades Físicas (DUF)	Demanda en unidades monetarias (Px DUF) C\$
Hot dog	35	432	15,120	574	20,090
Hamburguesa	60	720	43,200	948	56,880
Quesadilla	50	144	7,200	200	10,000
Papa frita	40	288	11,520	374	14,960
Burrito	50	144	7,200	200	10,000
Salchipapa	50	144	7,200	200	10,000
Total	-----	1,872	91,440	2,496	121,930

Producto	Precio (P) C\$	Año3		Año4	
		Demanda de Unidades Físicas (DUF)	Demanda en unidades monetarias (Px DUF) C\$	Demanda de Unidades Físicas (DUF)	Demanda en unidades monetarias (Px DUF) C\$
Hot dog	35	821	28,735	1,025	35,875
Hamburguesa	60	1355	81,300	1,694	101,640
Quesadilla	50	285	14,250	356	17,800
Papa frita	40	535	21,400	670	26,800
Burrito	50	285	14,250	356	17,800
Salchipapa	50	285	14,250	356	17,800
Total	-----	3,566	174,185	4,457	217,715

Producto	Precio (P) C\$	Año5	
		Demanda de Unidades Físicas (DUF)	Demanda en unidades monetarias (Px DUF) C\$
Hot dog	35	1,640	57,400
Hamburguesa	60	2,711	162,660
Quesadilla	50	570	28,500
Papa frita	40	1,070	42,800
Burrito	50	570	28,500
Salchipapa	50	570	28,500
Total	-----	7,131	348,360

ELABORACIÓN PROPIA

VI.10. DEMANDA POTENCIAL EN UNIDADES FÍSICAS TOTALES

En la tabla #6 se presenta la demanda potencial al utilizar el servicio de delivery para la entrega de los productos. En el Kiosko de comidas Rápidas Jaki, hace uso del servicio de delivery para ofrecerlo al público en general. Este servicio aumenta en un 20% las unidades físicas producidas por año.

TABLA #6

Año	Unid Prod x Año	Servicio Delivery (20%)	Total unid prod
Año1	1,872	374	2,246
Año2	2,496	500	2,996
Año3	3,566	713	4,279
Año4	4,457	891	5,348
Año5	7,131	1,426	8,557
Total	19,522	3,904	23,426

ELABORACIÓN PROPIA

VI.11. DEMANDA POTENCIAL EN UNIDADES MONETARIAS (C\$)

En la tabla #7 se presentan las proyecciones de cada año por tipo de producto; Con el servicio de delivery las unidades producidas aumentan en un 20%, tomando como referencia los precios utilizados para el cálculo de la demanda en unidades físicas. Se tomaron como referencia esos mismos precios para las proyecciones de los demás años.

TABLA #7

Producto	Precio	Año1		Año2	
		Demanda de Unidades Físicas (DUF)	Demanda en unidades monetarias (Px DUF) C\$	Demanda de Unidades Físicas (DUF)	Demanda en unidades monetarias (Px DUF) C\$
Hot dog	35	516	18,060	689	24,115
Hamburguesa	60	853	51,180	1,138	68,280
Quesadilla	50	180	9,000	240	12,000
Papa frita	40	337	13,480	449	17,960
Burrito	50	180	9,000	240	12,000
Salchipapa	50	180	9,000	240	12,000
Total		2,246	109,720	2,996	146,355
Producto	Precio	Año3		Año4	
		Demanda de Unidades Físicas (DUF)	Demanda en unidades monetarias (Px DUF) C\$	Demanda de Unidades Físicas (DUF)	Demanda en unidades monetarias (Px DUF) C\$
Hot dog	35	984	34,440	1,230	43,050
Hamburguesa	60	1,627	97,620	2,032	121,920
Quesadilla	50	342	17,100	428	21,400
Papa frita	40	642	25,680	802	32,080
Burrito	50	342	17,100	428	21,400
Salchipapa	50	342	17,100	428	21,400
Total		4,279	209,040	5,348	261,250
Producto	Precio	Año5			
		Demanda de Unidades Físicas (DUF)	Demanda en unidades monetarias (Px DUF) C\$		
Hot dog	35	1,968	68,880		

Hamburguesa	60	3,252	195,120
Quesadilla	50	685	34,250
Papa frita	40	1,282	51,280
Burrito	50	685	34,250
Salchipapa	50	685	34,250
Total		8,557	418,030

ELABORACIÓN PROPIA

VI.12. OFERTA

El Kiosko de “Comidas Rápidas Jaki” tiene un espacio de 13.75 m² aproximadamente, en el cual el 40% es para preparación de las comidas y almacenamiento de materia prima y otros productos; el 50% es para distribuir mesas y sillas para atender a los clientes; el 10% para área de caja. Como es un kiosko, los clientes llegan y retiran sus productos en menos de 10min, es por ello que el espacio de parqueo no es muy grande pero si los clientes pueden parquearse, dentro del 50% hay un lavamanos para uso de los clientes. E horario de atención actualmente es de viernes a domingo de 05:00pm a 08:30pm, claro que si se llega la hora de cerrar y aún hay clientes en el negocio, este se cierra hasta que se vaya el último. Con el tiempo se irá ampliando el número de días y horas de atención. Cuenta con un carrito industrial para la elaboración de los productos con medidas de 1.52m de largo x 1m de ancho x 0.86m de alto. Con una estructura metálica de tubo de acero inoxidable chapa 14, forrado con lámina aluminizada, en la parte superior forrado con lámina de acero inoxidable. Vitrina de 83cm de largo x 45cm de alto x 42cm de ancho. Accesorios: 4 válvulas, 4 llaves, 2 freidoras con su pana, plancha elaborada con una platina chapa 3:16

TABLA #8

Horario de atención.

N°	Días	Horario
Año1	De viernes a domingo	05:00pm-08:30pm
Año2	De jueves a domingo	05:00pm-08:30pm
Año3	De jueves a domingo	03:30pm-08:30pm
Año4	De jueves a lunes	03:30pm-08:30pm
Año5	De jueves a lunes	01:00pm-09:00pm

ELABORACIÓN PROPIA

NOTA: la participación de mercado en unidades físicas no se realiza debido a que el proyecto ya se está ejecutando, y los valores con los cuales se hicieron los cálculos son ventas reales en unidades físicas y monetarias. Es por ello que las proyecciones de ventas serán igual a las proyecciones de demanda potencial.

VI.13. ESTRATEGIAS DE PRECIO

VI.13.1. Análisis de las tendencias del mercado

VI.13.1.1. Demanda:

Identificación de los Grupos Demandantes:

De acuerdo a su:

Oportunidad: insatisfecha oferta < demanda.

Necesidad: básica.

Temporalidad: demanda continua.

Destino: bien final.

Permanencia: demanda de flujo.

VI.13.1.2. Factores que inciden en su evolución

El desplazamiento de la demanda del proyecto de Creación y funcionamiento de una empresa de venta de comidas rápidas. “**Comidas Rápidas Jaki**” los factores influyen de la siguiente manera:

TABLA #9

DESPLAZAMIENTO DE LA DEMANDA	
Precio del servicio	Bajo
Nivel de Ingreso	Bajo
Preferencias del consumidor	Alto
Precios de los bienes sustitutos	Alto
Precios de los bienes complementarios	Bajo

ELABORACIÓN PROPIA

Estos factores incidirán de manera positiva en el proyecto, ya que el precio del producto será bajo, y aunque el nivel de ingreso es bajo esto no afecta grandemente al proyecto debido a que el servicio o producto son accesibles para cualquier nivel de ingreso. Y tomando en cuenta los demás factores que están a favor de que la demanda aumente.

VI.13.2. Precios

VI.13.2.1. Fijación de precios

La formación de precios será basado en los costos.

El tipo de precio será local.

Al fijar los precios no se hará aplicando IVA debido a que la empresa como se encuentra en funcionamiento, y se paga una cuota fija en la dirección General de Ingresos (DGI).

En la tabla #8 se detallan los precios por producto para cada año, la proyección se realiza aplicando un 6% de inflación sobre cada año anterior para obtener el año siguiente, se parte de los precios actuales, que son los del Año1. Precios establecidos en córdobas.

VI.13.2.2. Precios proyectados

TABLA #10

Producto	Precios				
	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Hot dog	35	38	40	42	45
Hamburguesa	60	64	68	72	76
Quesadilla	50	53	57	60	64
Papa frita	40	43	45	48	51
Burrito	50	53	57	60	64
Salchipapa	50	53	57	60	64

ELABORACIÓN PROPIA

VI.14. ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCION

La necesidad de ofertar el producto y darlo a conocer nos conlleva a realizar una estrategia promocional, para el proyecto se implementará una excelente estrategia promocional vía redes sociales, como Facebook gratuito y pagado, whatsapp, instagram. También realizar propaganda mediante volantes en los cuales se oferte y dé a conocer el producto. Para ello se invierte C\$500 en el año1, dicho monto aumentará en un 6% anual por cada año, esto se podrá visualizar en el plan producción (gastos generales). (El costo del Facebook gratuito va incluido en lo de servicios básicos)

TABLA #11

	ACCIÓN	OBJETIVO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	DURACIÓN/FRECUENCIA
A	Whatsapp	Ofrecer un servicio a nuestros clientes.	Enviar información de los productos y promoción.	Administrador	3 veces a la semana
B	Volante	Difundir información del negocio y desarrollar ciertas actitudes y hacer la oferta del Producto.	El Menú que se pretende dar al cliente y horario de atención.	Se designa a un joven que no pertenece al negocio	1 vez al año
C	Facebook Pagado	Diseñar un arte para que el vendedor ofrezca su producto.	Anuncio del negocio que se pretende ofrecer.	Administrador	1 vez al mes
D	Facebook Gratuito	Sirve como comunicación fluida y comparte contenido de forma sencilla.	Promociones del Negocio	Administrador	semanal

ELABORACIÓN PROPIA

VI.15. ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

VI.15.1. Modalidades y Condiciones de comercialización:

El producto de comercializará de forma directa, del productor al consumidor, y se venderá de contado.

VI.15.2. Sistema de distribución en el Mercado Local

El canal de distribución que será para productos de consumo popular es el canal “**Productores-Consumidores**”, el cual va acorde a la capacidad del proyecto propuesto, debido que es la vía más corta, sencilla y rápida para vender el producto y que los precios sean ajustados a las necesidades del sector a beneficiarse, ya que los clientes acudirán directamente al negocio.

VI.15.3. Estrategias de distribución

El canal de distribución que se utiliza será de manera directa debido a que el Kiosko de Comidas Rápidas Jaki va a comercializar sus productos directamente al consumidor.

VI.15.4. Evidencia física

Se les atiende a los clientes en un lugar de buen ambiente donde le facilitaremos un lugar acondicionado para el consumo de los productos que se le ofertan para que se sientan satisfecho durante y después del consumo de su pedido.

VI.15.5. Personal de contacto

El personal de contacto con los clientes se dirige educada, amable y pacientemente, de esa manera el cliente queda satisfecho con la atención de nuestro colaborador y regresa nuevamente al Kiosko.

VI.15.6. Procesos

El kiosko de comidas rápidas cuenta con tres colaboradores los cuales se encargaran de brindar un buen servicio a los clientes.

El administrador que también será el encargado de recibir el dinero y dar el cambio y si se requiere que atienda al cliente para mandar su orden a elaborar lo debe realizar, también recepciona los pedidos que se envían en delivery.

La cocinera levanta y entregara el pedido, esta persona se encarga de darle una buena atención al cliente y que ella también es personal de contacto.

El entregador o repartidor es la persona que se dedica a realizar las entregas de los pedidos por delivery.

VI.15.7. Productividad y calidad

El kiosko de comidas rápidas Jaki ha tenido aceptación por parte de la población del barrio 30 de mayo y sectores aledaños por lo tanto se ha logrado cumplir con los objetivos planteados por esta misma, todo esto gracias a la calidad de nuestro producto y la atención que se les proporciona a los clientes.

VI.16. PROYECCIONES DE VENTAS

En la tabla #9 se presentan las proyecciones de venta con la demanda actual, y con la demanda potencial en la tabla #10; con los precios proyectados y mostrados en la tabla #8.

VI.16.1. PROYECCIÓN DE VENTAS CON DEMANDA ACTUAL Y PRECIOS DE TABLA #10.

TABLA #12

Producto	Año1			Año2		
	Unid Prod	Precio	Total	Unid Prod	Precio	Total
Hot dog	432	35	15,120	574	38	21,812
Hamburguesa	720	60	43,200	948	64	60,672
Quesadilla	144	50	7,200	200	53	10,600
Papa frita	288	40	11,520	374	43	16,082
Burrito	144	50	7,200	200	53	10,600
Salchipapa	144	50	7,200	200	53	10,600
Total	1,872		91,440	2,496		130,366

Producto	Año3			Año4		
	Unid Prod	Precio	Total	Unid Prod	Precio	Total
Hot dog	821	40	32,840	1,025	42	43,050
Hamburguesa	1,355	68	92,140	1,694	72	121,968
Quesadilla	285	57	16,245	356	60	21,360
Papa frita	535	45	24,075	670	48	32,160
Burrito	285	57	16,245	356	60	21,360
Salchipapa	285	57	16,245	356	60	21,360
Total	3,566		197,790	4,457		261,258

Producto	Año5		
	Unid Prod	Precio	Total
Hot dog	1,640	45	73,800
Hamburguesa	2,711	76	206,036
Quesadilla	570	64	36,480
Papa frita	1,070	51	54,570
Burrito	570	64	36,480
Salchipapa	570	64	36,480
Total	7,131	364	443,846

ELABORACIÓN PROPIA

VI.16.2. PROYECCIÓN DE VENTAS CON DEMANDA POTENCIAL Y PRECIOS DE LA TABLA #10.

TABLA #13.

Producto	Año1			Año2		
	Unid Prod	Precio	Total	Unid Prod	Precio	Total
Hot dog	516	35	18,060	689	38	26,182
Hamburguesa	853	60	51,180	1,138	64	72,832
Quesadilla	180	50	9,000	240	53	12,720
Papa frita	337	40	13,480	449	43	19,307
Burrito	180	50	9,000	240	53	12,720
Salchipapa	180	50	9,000	240	53	12,720
Total	2,246		109,720	2,996		156,481

Producto	Año3			Año4		
	Unid Prod	Precio	Total	Unid Prod	Precio	Total
Hot dog	984	40	39,360	1,230	42	51,660
Hamburguesa	1,627	68	110,636	2,032	72	146,304
Quesadilla	342	57	19,494	428	60	25,680
Papa frita	642	45	28,890	802	48	38,496
Burrito	342	57	19,494	428	60	25,680
Salchipapa	342	57	19,494	428	60	25,680
Total	4,279		237,368	5,348		313,500

Producto	Año5		
	Unid Prod	Precio	Total
Hot dog	1,968	45	88,560
Hamburguesa	3,252	76	247,152
Quesadilla	685	64	43,840
Papa frita	1,282	51	65,382
Burrito	685	64	43,840
Salchipapa	685	64	43,840
Total	8,557	364	532,614

VII. PLAN DE PRODUCCIÓN

El kiosco de Comidas Rápidas Jaki, en los aspectos de producción, persigue lograr los siguientes objetivos:

VII.1. OBJETIVO GENERAL

Producir un total de 1,872 unidades al año; 720 unds de hamburguesa, 432 unds de hotdog, 144 unds de burrito, 144 unds de quesadilla, 288 unds de papa frita y 144 unds de salchipapa; estos datos no coincide con la capacidad de la planta, debido a que esta capacidad es mayor que la que se produce.

VII.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Producir la cantidad de 156 unidades por mes. De estas 60 unds son hamburguesas, 36 unds hotdog, 12 unds burrito, 12 unds quesadillas, 24 unid papa frita y 12 unds salchipapa.

VII.3. JUSTIFICACIÓN

El tipo de proceso que se aplicará en la producción es el de “pedido” debido a que trabajar con este ayudará a disminuir pérdidas de productos, así como de materia prima y generar las utilidades correspondientes para maximizar el capital de trabajo.

Caracteriza a este proceso el hecho que el cliente ordena su pedido y se lo lleva recién elaborado y de modo que evitamos tener tantas pérdidas. Es una limitante o desventaja de este tipo de proceso que si al negocio acuden más de 4 clientes, tendrán que esperar por orden de llegada y poder llevarse sus productos. Una desventaja pero no obstante esto disminuye las pérdidas y también el cliente consume sus productos recién elaborados; lo que constituye una ventaja.

VII.4. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

En sus inicios, la producción mensual de Hamburguesa será de 60 unidades, debido a que funcionará 3 días a la semana, la producción de los 3 días será de 15; $(60/12)5$ productos diarios= 15; luego 4semanas por $15=60$ 5 unidades. Producto elaborado al momento que el cliente realiza su pedido.

La producción mensual de Hot Dog será de 36 unidades (por año sería $36*12=432$), debido a que funcionara 3 días a la semana. Producto elaborado al momento que el cliente realiza su pedido.

La producción mensual de Burrito será de 12 unidades, debido a que funcionara 3 días a la semana. Producto elaborado al momento que el cliente realiza su pedido.

En cuanto a la producción mensual de Quesadilla esta será de 12 unidades, en vista que por el momento el negocio funcionará 3 días a la semana. Este producto, igual que los otros, es elaborado al momento que el cliente realiza su pedido.

En cuanto a la producción mensual de Salchipapas será de 12 unidades, debido a que funcionara 3 días a la semana. Producto elaborado al momento que el cliente realiza su pedido.

La producción mensual de Papas Fritas será de 24 unidades, debido a que funcionara 3 días a la semana. Producto elaborado al momento que el cliente realiza su pedido.

Antes de toda la preparación antes mencionada se procede a realizar las compras a los proveedores de todos los ingredientes que se utilizan para la preparación de los productos descritos anteriormente.

Para producción de 60 unidades de hamburguesa.

Depositar el pan en un lugar fresco (2 minutos)
Preparación de la carne en torta y refrigerar (60 minutos)
Lavar y refrigerar lechuga, cebolla, tomate, queso (25 minutos)
Rellenar salseros (20 minutos)

Para producción de 36 unidades de Hot Dog.

Depositar el pan en un lugar fresco (2 minutos)
Refrigerar Salchicha de 15 unidades (2 minutos)
Preparar pepinillo (2 minutos)

Para producción de 12 unidades de Burritos.

Poner a cocer el pollo (20 minutos)

Desmenuzar el pollo (15 minutos)

Preparar las porciones y refrigerarlo (25 minutos)

Guardar las tortillas medianas Bimbo de 5 unidades en un lugar fresco (2 minutos)

Para producción de 12 unidades de Quesadilla.

Poner a cocer el pollo (20 minutos)

Preparar las porciones y refrigerarlo (25 minutos)

Guardar las tortillas medianas Bimbo de 5 unidades en un lugar fresco (2 minutos)

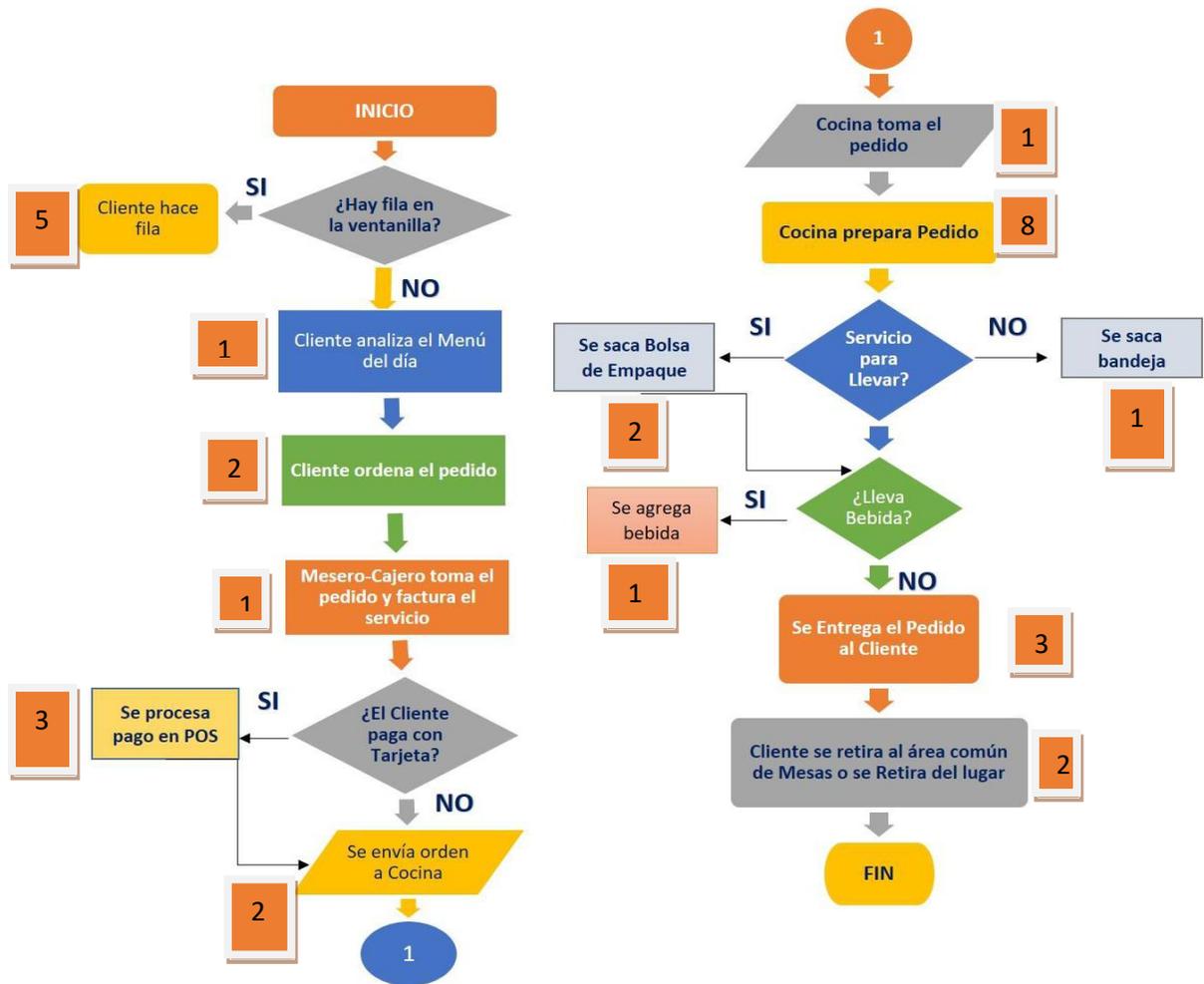
Para producción de 12 unidades de Salchipapas.

Al comprar la bolsa de 6 libras de papa $\frac{3}{4}$, se procede a realizar porciones de 5 Onzas de papas (5 minutos)

Para producción de 24 unidades de Papas Fritas.

Refrigerar papas en porciones de 6 Onzas (5 minutos)

VII.4.1. FLUJOGRAMA (TIEMPO EN MINUTOS)



VII.5. REQUERIMIENTO DE ACTIVOS

En la siguiente tabla, se pueden apreciar los activos que el negocio requiere. El activo principal y clave para la producción, es el carrito industrial siendo fundamental para elaborar las comidas, es en el que se producirán los productos, tales como: hamburguesa, hot dog, burrito, quesadilla, papa frita y salchipapa; los demás no menos importantes son para atención de los clientes y mantenimiento y resguardo de la materia prima. **TABLA #14**

Activo	Detalle	Precio C\$	Cantidad	Total C\$
Equipo de Producción	Carrito industrial para elaboración de comida rápida	33,000	1	33,000
	cocina	1000	1	1000
	refrigeradora	6500	1	6500
Equipo Rodante				
Mobiliario y equipo de oficina	celular	3000	1	3000
Otros activos	mesa rectangular	700	2	1400
	mesa ovalada	900	1	900
	sillas plásticas	130	8	1040
	mesa plástica cuadrada	600	1	600
	bancos plásticos	75	4	300
	Tanque tropigás 25lbs	1000	1	1000
Utensilios	espátulas	70	2	140
	cuchillos	70	2	140
	pinzas	65	2	130
	canastas	35	12	420
	vasos	8	12	96
	manteles	120	3	360
	delantales	130	4	520
	termo rectangular	700	1	700
	Salseros	30	8	240
	Canastas rectangulares	70	2	140
	total		48,203	

VII.6. TÉRMINOS Y CONDICIONES DE LA COMPRA DE EQUIPOS, MANTENIMIENTO Y REPARACIONES.

Para la adquisición del “carrito industrial” que es el equipo líder de la producción, se ha seleccionado a Industrias Vasconcelos, en vista que es el que da un mejor precio y calidad, con las especificaciones requeridas para iniciar el negocio. En cuanto a los otros equipos, se comprarán en los diferentes mercados, ya que los precios son competitivos y de excelente calidad y servicio.

TABLA #15

Activo	Detalle	Proveedor	Características del activo. Especificaciones técnicas	Contado/ Crédito
Equipo de producción	Carrito industrial para elaboración de comida rápida	Industrias Vasconcelos	Carrito de comida rápida, con una medida de 1.52m de largo x 1m de ancho x 0.86m de alto. Con una estructura metálica de tubo de acero inoxidable chapa 14, forrado con lámina aluminizada, en la parte superior forrado con lámina de acero inoxidable. Vitrina de 83cm de largo x 45cm de alto x 42cm de ancho. Accesorios: 4 válvulas, 4 llaves, 2 freidoras con su pana, plancha elaborada con una platina chapa 3:16	Contado
	cocina	Centro de compra	Cocina standard de 4 quemadores, marca ecocina.	Contado
	refrigeradora	Centro de compra	Refrigeradora de 2 puertas, 6 pies, color gris, marca frigidaire, capacidad de 130 litros.	Contado
Mobiliario y equipo de oficina	Celular	Centro de compra	Celular marca Samsung j2 pro 2018, 16gb de memoria interna.	Contado
Otros	mesa	Comercial	Mesa de 60cm de largo por	Contado

activos	rectangular	Emmanuel	40 cm de ancho, plástico y aluminio.	
	mesa ovalada	Centro de compra	Mesa de aluminio de 1m de largo por 80cm de ancho, desarmable.	Contado
	sillas plásticas	Centro de compra	Sillas sencillas sin manos, de plástico.	Contado
	mesa plástica cuadrada	Centro de compra	Mesa de 1m por 1m, plástica desarmable.	Contado
	bancos plásticos	Centro de compra	Bancos de plásticos sencillos, standard.	Contado
	Tanque tropigás 25lbs	Tropigás	Tanque de 25 libras, de aluminio.	contado
Utensilios	espátulas	Centro de compra	Tamaño estándar, de acero inoxidable.	contado
	cuchillos	Centro de compra	Tamaño estándar, de acero inoxidable.	contado
	pinzas	Centro de compra	Tamaño estándar, de acero inoxidable.	contado
	canastas	Centro de compra	Canastas sencillas ovaladas, plásticas.	contado
	vasos	Centro de compra	Plástico, 8 onzas.	contado
	manteles	Centro de compra	Tela dril, al tamaño de las mesas.	contado
	delantales	Centro de compra	Tela dril, tamaño standard.	contado
	termo rectangular	Centro de compra	plástico, 80cm por 40cm. Standard	contado
	salseros	Centro de compra	Plástico, 12 onzas, diversos colores.	contado
	canastas rectangulares	Centro de compra	Plásticas. Standard.	contado

ELABORACIÓN PROPIA

VII.7. BALANCE DE LOS REQUERIMIENTOS DE ACTIVOS FIJOS

El 100% de los equipos fueron adquiridos con un aporte, esto se debe porque el negocio está en funcionamiento hace un año. No se tienen deudas con terceros.

TABLA #16

Concepto	Detalle	Aporte	Financiamiento	Total	
Equipo de producción	Carrito industrial para elaboración de comida rápida	33,000.00	0.00	33,000.00	
	Cocina	1,000.00	0.00	1,000.00	
	refrigeradora	6,500.00	0.00	6,500.00	
Mobiliario y equipo de oficina					
	celular	3,000.00	0.00	3,000.00	
Otros activos	mesa rectangular	1,400.00	0.00	1,400.00	
	mesa ovalada	900.00	0.00	900.00	
	sillas plásticas	1,040.00	0.00	1,040.00	
	mesa plástica cuadrada	600.00	0.00	600.00	
	bancos plásticos	300.00	0.00	300.00	
	Tanque tropigas 25lbs	1,000.00	0.00	1,000.00	
	Utensilios	espátulas	140.00	0.00	140.00
		cuchillos	140.00	0.00	140.00
	pinzas	130.00	0.00	130.00	
	canastas	420.00	0.00	420.00	
	vasos	96.00	0.00	96.00	
	manteles	360.00	0.00	360.00	
	delantales	520.00	0.00	520.00	
	termo rectangular	700.00	0.00	700.00	
	salseros	240.00	0.00	240.00	
	canastas rectangulares	140.00	0.00	140.00	
	TOTAL	51,626.00	0.00	51,626.00	

ELABORACIÓN PROPIA

VII.8. GASTOS DE MANTENIMIENTO

En la tabla #4 se detalla el costo del mantenimiento del carrito para elaborar comidas rápidas; este monto se obtiene calculando proporcionalmente las unidades producidas de los últimos 4 años en función del año base que es el año 1. En el gasto de mantenimiento del carrito industrial se determina por el uso que se le dé al carrito (en relación al uso por efecto de la demanda, siempre y cuando esta no sobre pase la cantidad de producción del carrito.), incide mucho la manera de cómo se lave. Para el mantenimiento se realizan, cambios de válvulas y flautas, engrase de balineras de las ruedas, cambio de llaves. El mantenimiento no se realiza cada año, en un tiempo unas dos actividades, y en el siguiente año las que faltaren.

TABLA #17

Calculo de Mantenimiento del carrito			
unidades producidas por el carrito	Monto	Unidades producidas año base	Monto depreciado año base (Año1)
15120	400	2246	60
Año	Unidades producidas (up)	Monto mantenimiento (mm)	
Año 2 (2020)	2996	80	mm año base x up año2 /up año base
Año 3 (2021)	4279	114	mm año base x up año3 /up año base
Año 4 (2022)	5348	143	mm año base x up año4 /up año base
Año 5 (2023)	8557	229	mm año base x up año5 /up año base

ELABORACIÓN PROPIA

A continuación se detalla el costo del mantenimiento de cada activo. El valor por año de cada mantenimiento se elabora mediante la experiencia del uso de todos estos en el año actual, el cual se le asigna un estimado.

TABLA #18

Activo	Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	total
Equipo de Producción	Carrito industrial para elaboración de comida rápida	60.00	80.00	114.00	143.00	229.00	626.00
	cocina	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	150.00
	refrigeradora	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	500.00
Equipo Rodante							
Mobiliario y equipo de oficina	celular	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	600.00
Otros activos	mesa rectangular	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	250.00
	mesa ovalada	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	250.00
	sillas plásticas	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	250.00
	mesa plástica cuadrada	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	250.00
	bancos plásticos	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	250.00
	Tanque tropigas 25lbs	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utensilios	espátulas	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	100.00
	cuchillos	20.00	20.00	30.00	30.00	30.00	130.00
	pinzas	20.00	20.00	30.00	30.00	30.00	130.00
	canastas	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	100.00
	vasos	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	50.00
	manteles	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	250.00
	delantales	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	250.00
	termo	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	250.00

	rectangular						
	Salseros	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	150.00
	Canastas rectangulares	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	150.00
	Total	860.00	880.00	934.00	963.00	1049.00	4686.00

ELABORACIÓN PROPIA

VII.9. VIDA ÚTIL DE LOS ACTIVOS

Para elaborar la tabla de depreciación de activos se debe analizar primeramente la tabla #19, que se muestra a continuación, de la cual se muestra la depreciación por unidades producidas del carrito para elaborar comidas rápidas, se usa este método debido a que este activo se debe depreciar no por año, sino por las unidades que se produzcan en él. Se tomó como referencia la depreciación del activo como tal, según la ley 822 art 34 que es de 10 años, a partir de este valor se procedió a realizar por proporción sobre las unidades que si se han producidos sobre las que el activo puede producir.

TABLA #19

Calculo de Depreciación del carrito			
unidades producidas por el carrito	Monto	Unidades producidas año base	Monto depreciado año base (Año1)
15120	3300	2246	490
Año	Unidades producidas (up)	Monto Depreciación (md)	
Año 2 (2020)	2996	654	md año base x up año2 /up año base
Año 3 (2021)	4279	934	md año base x up año3 /up año base
Año 4 (2022)	5348	1167	md año base x up año4 /up año base
Año 5 (2023)	8557	1867	md año base x up año5 /up año base

Elaboración propia.

Relacionado con la vida útil del equipo utilizado en el proceso productivo, como aquellos necesarios para la administración, se procedió a consultar la ley de concertación tributaria, artículo 34, inciso 3, literal iv; y también a los proveedores, para que ellos enviaran la información de la vida útil de dichos activo, así como las recomendaciones técnicas. Es por ello que la depreciación del carrito industrial va de forma ascendente cada año debido a que esta depende de las unidades producidas.

TABLA #20

Activo	Detalle	Valor del activo	Monto a depreciar año 1	Monto a depreciar año 2	Monto a depreciar año 3	Monto a depreciar año 4	Monto a depreciar año 5	Total
Equipo de Producción	Carrito industrial para elaboración de comida rápida	33000	490	654	934	1167	1867	5112
	cocina	1000	200	200	200	200	200	1000
	Refrigerador	6500	1300	1300	1300	1300	1300	6500
Equipo Rodante			0					
Mobiliario y equipo de oficina	celular	3000	600	600	600	600	600	3000
			0					
Otros activos	mesa rectangular	1400	280	280	280	280	280	1400
	mesa ovalada	900	180	180	180	180	180	900
	sillas plásticas	1040	208	208	208	208	208	1040
	mesa plástica cuadrada	600	120	120	120	120	120	600
	bancos plásticos	300	60	60	60	60	60	300

	Tanque tropigas 25lbs	1000	200	200	200	200	200	1000
			0					
Utensilios	espátulas	140	28	28	28	28	28	140
	cuchillos	140	28	28	28	28	28	140
	pinzas	130	26	26	26	26	26	130
	canastas	420	84	84	84	84	84	420
	Vasos	96	19.2	19.2	19.2	19.2	19.2	96
	manteles	360	72	72	72	72	72	360
	delantales	520	104	104	104	104	104	520
	termo rectangular	700	140	140	140	140	140	700
	salseros	240	48	48	48	48	48	240
	canastas rectangulares	140	28	28	28	28	28	140
	Total	51626	4215.2	4379.2	4659.2	4892.2	5592.2	23738

ELABORACIÓN PROPIA

VII.10. ÍNDICE DE CAPACIDAD UTILIZADA Y OCIOSA

Los datos de la tabla siguiente se obtuvieron de la siguiente manera; producción es recopilado del libro diario de ventas del negocio sin incluir el servicio de delivery por unidades producidas; capacidad real son los datos obtenido mediante el cálculo que tiene el carrito de elaborar cierta cantidad de productos por hora; la capacidad utilizada es la división de la producción entre la capacidad real de cada mes, dato en porcentaje; y la capacidad ociosa es la diferencia del 100% entre capacidad utilizada.

Los datos calculados se obtienen trabajando 3 días (viernes, sábado y domingo) en la semana, con 3.5 horas por día laboradas. En un día laborado (3.5 horas) se producen 105 unidades, al mes serian $105 \times 12 = 1260$ und.

TABLA#21

Mes	Producción	Capacidad Real	Capacidad Utilizada	Capacidad Ociosa
Enero	206	1260	16.35%	83.65%
Febrero	153	1260	12.14%	87.86%
Marzo	159	1260	12.62%	87.38%
Abril	135	1260	10.71%	89.29%
Mayo	155	1260	12.30%	87.70%
Junio	128	1260	10.16%	89.84%
Total	936			

ELABORACIÓN PROPIA

Según la capacidad ociosa que se determina en la tabla, puede tener origen en los días y horas laboradas, también otro factor podría ser la crisis socio económica que el país, atraviesa del cual se han perdido miles de empleos y esto conlleva a que la demanda sea muy por debajo de la capacidad real que puede producir el equipo; se tiene la posibilidad de expansión y ver la manera de penetrar más en el mercado y aumentar las ventas por ende su demanda; lo que dependerá de reactivación de la economía.

VII.11. CAPACIDAD PLANIFICADA Y FUTURA

El carrito de comidas rápidas, puede producir 1260 unidades por mes, al año serían 15,120 unds producidas. En unidades físicas producidas en promedio por mes son 156 unds, al año da un total de 1872 unds producidas trabajando 3 días en la semana con 3.5 horas respectivamente, con un total de 144 días al año, de aquí se calcula en el primer año el promedio de unidades producidas en 1 hora el cual se obtiene dividiendo las unidades producidas en el año1 (1,872), entre los 144 días por 3.5 horas por día laborado; para realizar las proyecciones de los siguientes años se usa el promedio de unidades producidas en 1 hora, para el cálculo de las unidades físicas para el año 2 se calcula de la siguiente forma; se multiplica el promedio de unidades producidas en una hora por el número de días laborados en el año, por el número de horas trabajadas por día, para el año 2 se pretende trabajar 192 días anuales por 3.5 horas cada día, en este año se pretende incrementar 1 día más laborable por semana; mientras que en el primer año se trabaron 3 días por semana. En la tabla número 3 del plan de marketing

se aprecian los datos de cada año. Para el año 3 las unidades físicas se calculan siguiendo el procedimiento del año 2 con la variable que las horas laboradas en 1 día serán de 5. Para el año 4 la variable que debe cambiar es el número de días anual que será de 240, el número de horas por día permanece constante y en este año se incrementa un día más para laborar; y para finalizar para el año 5 se mantienen los días trabajados por semana y los anuales, sin embargo el cambio se da en el número de horas diarias que pasa de 5 a 8 por día. Estos aumentos de días y horas, se determinaron debido a sugerencias de los consumidores o clientes, los cuales opinan que con el tiempo debemos ir aumentando el número de días y horas laboradas, para así brindar una mejor atención.

TABLA #22

Año N°	Producción/número de servicios que se pueden atender/producción	Participación de mercado en unidades físicas/ servicio	Eficiencia del sistema	Capacidad ociosa
(2019) 1	15120	1872	12.38%	87.62%
(2020) 2	15120	2496	16.51%	83.49%
(2021) 3	15120	3566	23.58%	76.42%
(2022) 4	15120	4457	29.48%	70.52%
(2023) 5	15120	7131	47.16%	52.84%
Total	75600	19522		

Elaboración propia.

La capacidad ociosa al finalizar el año 5 disminuye significativamente, pero aun así esto no trae mucho beneficio porque aún se está desaprovechando la capacidad instalada para la producción, esto sucede debido a la crisis socio económico por la cual atraviesa el país, las ventas se han disminuido en un alto porcentaje desde el año 1. Se podría aumentar desde el año 1 el número de días y horas laborados pero serían muy alto los costos, debido a que según los datos recopilados en el libro diario por el momento las ventas son mínimas o nulas en el resto de los días que no se labora.

Capacidad planificada y futura mediante la demanda potencial, el cual incluye el servicio de **delivery** en unidades físicas productivas por cada año y las respectivas proyecciones. En esta tabla se observa q la capacidad ociosa baja hasta en un 43.41%.

TABLA #23

Año N°	Producción/número de servicios que se pueden atender/producción	Participación de mercado en unidades físicas/ servicio	Eficiencia del sistema	Capacidad ociosa
(2019) 1	15120	2246	14.85%	85.15%
(2020) 2	15120	2996	19.81%	80.19%
(2021) 3	15120	4279	28.30%	71.70%
(2022) 4	15120	5348	35.37%	64.63%
(2023) 5	15120	8557	56.59%	43.41%
Total	75600	23426		

VII.12. CÁLCULOS DE COSTOS UNITARIOS POR PRODUCTO

A continuación se detallan los costos unitarios de la materia prima para la elaboración de cada producto.

TABLA #24

DESCRIPCIÓN		CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO C\$	COSTO TOTAL C\$
HOT DOG	Salchicha	1	und	8	8
	Pan	1	und	5	5
	Pepinillo	1	cdita	3	3
	Condimento	1	Porción	3	3

	Posterior				
	Productos desechables	1	und	1.2	1.2
	Gas	1	und	2	2
	Aceite	20	ml	0.03	0.6
					22.8

HAMBURGUESA	Torta de Carne	2.7	Onzas	2.5	6.75
	Beicon	0.36	onza	7	2.52
	Pan	1	und	6	6.00
	Queso Amarillo	1	Porción	1.5	1.50
	Verduras	1	Porción	4	4.00
	Condimento Previo	1	Porción	3	3.00
	Condimento Posterior	1	Porción	3	3.00
	Harina	0.68	onza	0.9	0.61
	Productos desechables	1	und	1	1
	Gas	1	und	2	2
	Aceite	20	ml	0.03	0.6
					30.98

QUESADILLA	Pollo Preparado	4	onza	3.5	14.00
	Tortilla Grande de Harina	1	und	6	6.00
	Queso Quesillo	1.4	onza	2.75	3.85
	Verduras	1	Porción	3	3.00
	Condimento Previo	1	Porción	2	2.00
	Condimento Posterior	1	Porción	2	2.00
	Desechables	1	und	1.5	1.50
	Gas	1	und	2	2.00
					34.35

PAPA FRITA	Papa Congelada	6	onza	2.1	12.60
	Aceite	120	ml	0.03	3.60
	Condimento Posterior	1	1	3	3.00
	Productos desechables	1	und	1	1.00
	Gas	1	und	3	3.00

BURRITO	Pollo Preparado	4	onza	3.5	14.00
	Tortilla Mediana Harina	1	und	6	6.00
	Queso Quesillo	1.4	onza	2.75	3.85
	Verduras	1	Porción	3	3.00
	Condimento Previo	1	Porción	2	2.00
	Condimento Posterior	1	Porción	2	2.00
	Productos desechables	1	und	1.5	1.50
		1	und	2	2.00
	Gas	1	und	2	2.00
					36.35

SALCHIPAPA	Papa Congelada	6	onza	2.1	12.60
	Salchicha	1	und	8	8.00
	Aceite	140	ml	0.03	4.20
	Condimento Posterior	1	1	3	3.00
	Productos desechables	1	und	1	1.00
	Gas	1	und	3	3.00

ELABORACIÓN PROPIA.

VII.13. Proyección de Costos, tomando en cuenta la inflación del 6% a partir del año 2. TABLA #25

Línea de producto/servicio	Costo año 1 (C\$)	Costo año 2 (C\$)	Costo año 3 (C\$)	Costo año 4 (C\$)	Costo año 5 (C\$)
Hotdog	22.80	24.17	25.62	27.16	28.78
Hamburguesa	30.98	32.84	34.81	36.90	39.11
Quesadilla	34.35	36.41	38.60	40.91	43.37
Papa frita	23.20	24.59	26.07	27.63	29.29
Burrito	34.35	36.41	38.60	40.91	43.37
Salchipapa	31.80	33.71	35.73	37.87	40.15

ELABORACIÓN PROPIA

VII.14. MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA POR Año Y MES

En la tabla #26 se proyectan los salarios mensuales y anuales, correspondientes, aplicando un 6% de aumento por cada año, también va en dependencia de los días trabajados en cada año, en el año1=144 días, 12 días por mes; año2 y 3=192 días cada uno, 16 días por mes respectivamente; año4 y 5=240 días equivalente a 20 días por mes cada uno; siempre aplicándole el 6% por cada año.

TABLA #26

	Año1		Año2		Año3	
Mano de Obra Directa	Salario anual	salario mensual	Salario anual	salario mensual	Salario anual	salario mensual
Administrador	16,800	1,400	23,748	1,979	25,169	2,097
Cocinera	14,400	1,200	20,352	1,696	21,573	1,798
Total	31,200	2,600	44,100	3,675	46,742	3,895

	Año4		Año5	
Mano de Obra Directa	Salario anual	salario mensual	Salario anual	salario mensual
Administrador	33,349	2,779	35,350	2,946
Cocinera	28,584	2,382	30,299	2,525
Total	61,933	5,161	65,649	5,471

ELABORACIÓN PROPIA

Para el cargo de repartidor se contratan servicios profesionales de un joven, el cual no está en la tabla de mano de obra directa e indirecta debido a que el pago de este colaborador se obtiene como un cargo adicional el cual lo cancela el cliente al momento de solicitar el servicio de delivery, el pago de él es variable por zona dependiendo a la distancia que exista entre el punto de ubicación del negocio y la ubicación del cliente. Es por esta razón que no se encuentra en la tabla anterior. Sus servicios son contratados cuando se requieran.

VII.15. CALCULO DE PROYECCIONES DE PRESTACIONES POR Año

En la tabla #27 se encuentran las proyecciones de los salarios anuales Y el cálculo de las prestaciones de cada año, con su respectiva prestación.

TABLA #27

AÑO1					
Mano de Obra Directa	N° personas en el cargo	salario por día	salario mensual (12 días) por colaborador	Salario anual	Total anual
Administrador	1	117	1,400	16,800	23,716
Cocinera	1	100	1,200	14,400	20,328
Total	2	217	2,600	31,200	44,044
Mano de Obra Directa	Insn Pat (22.5%)	Inatec (2%)	Vacac	13vo mes	Total mensual
Administrador	3,780	336	1,400	1,400	1,976
Cocinera	3,240	288	1,200	1,200	1,694
Total	7,020	624	2,600	2,600	3,670
AÑO2					
Mano de Obra Directa	N° personas en el cargo	salario por día	salario mensual (16 días) por colaborador	Salario anual (192 días)	Total anual
Administrador	1	124	1,979	23,748	33,524
Cocinera	1	106	1,696	20,352	28,730
Total	2	230	3,675	44,100	62,254
Mano de Obra Directa	Insn Pat (22.5%)	Inatec (2%)	Vacac	13vo mes	Total mensual
Administrado	5,343	475	1,979	1,979	2,794

r					
Cocinera	4,579	407	1,696	1,696	2,394
Total	9,923	882	3,675	3,675	5,188
AÑO3					
Mano de Obra Directa	N° personas en el cargo	salario por día	salario mensual (16 días) por colaborador	Salario anual (192 días)	Total anual
Administrador	1	131	2,097	25,169	35,530.00
Cocinera	1	112	1,798	21,573	30,454.00
Total	2	243	3,895	46,742	65,984
Mano de Obra Directa	Insn Pat (22.5%)	Inatec (2%)	Vacac	13vo mes	Total mensual
Administrador	5,663	503	2,097	2,097	2,961.00
Cocinera	4,854	431	1,798	1,798	2,538.00
Total	10,517	935	3,895	3,895	5,499.00
AÑO4					
Mano de Obra Directa	N° personas en el cargo	salario por día	salario mensual (20días) por colaborador	Salario anual (192 días)	Total anual
Administrador	1	139	2,779	33,349	47,078
Cocinera	1	119	2,382	28,584	40,351
Total	2	258	5,161	61,933	87,429
Mano de Obra Directa	Insn Pat (22.5%)	Inatec (2%)	Vacac	13vo mes	Total mensual
Administrador	7,504	667	2,779	2,779	3,923
Cocinera	6,431	572	2,382	2,382	3,363
Total	13,935	1,239	5,161	5,161	7,286
AÑO5					
Mano de Obra Directa	N° personas	salario por	salario mensual (20días) por	Salario anual (192	Total anual

	en el cargo	día	colaborador	días)	
Administrador	1	147	2,946	35,350	49,902
Cocinera	1	126	2,525	30,299	42,772
Total	2	274	5,471	65,649	92,674
Mano de Obra Directa	Insn Pat (22.5%)	Inatec (2%)	Vacac	13vo mes	Total mensual
Administrador	7,954	707	2,946	2,946	4,159
Cocinera	6,817	606	2,525	2,525	3,564
Total	14,771	1,313	5,471	5,471	7,723

ELABORACIÓN PROPIA

TABLA #28

Proyección de salario más prestaciones						
	Año1		Año2		Año3	
Mano de Obra Directa	Salario anual	salario mensual	Salario anual	salario mensual	Salario anual	salario mensual
Administrador	23,716	1,976	33,524	2,794	35,530	2,961
Cocinera	20,328	1,694	28,730	2,394	30,453	2,538
Total	44,044	3,670	62,254	5,188	65,983	5,499

ELABORACIÓN PROPIA

VII.16. MANO DE OBRA INDIVIDUAL POR Año

TABLA #29

	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Mano de Obra Directa	Salario anual				
Administrador	23,716	33,524	35,530	47,078	49,902
Cocinera	20,328	28,730	30,453	40,351	42,772
Total	44,044	62,254	65,983	87,429	92,674

ELABORACIÓN PROPIA

VII.17. GASTOS GENERALES DE LA EMPRESA

Servicios básicos

En cuanto al gasto de presupuesto de mercado se estima mensualmente C\$41.67, 500 anualmente para el primer año, para el 2do año C\$530 al año; de servicios básicos C\$4,800 anual, otros gastos con C\$200; todo estos datos se reflejan en la tabla. Todos los valores del primer año son valores determinados por el administrador, para la proyecciones de los otros 4 años se le incrementa 6% anual sobre saldo al año anterior y así determinar el saldo del año presente. (Los montos están en córdobas)

TABLA #30

Gastos Generales	Año1 (2019)	Año2 (2020)	Año3 (2021)	Año4 (2022)	Año5 (2023)	Total
Presupuesto de mercadeo	500.00	530.00	561.80	595.51	631.24	2,818.55
Depreciación	4,215.20	4,379.20	4,659.20	4,892.20	5,592.20	23,738.00
Gastos de Mantenimiento	860.00	880.00	934.00	963.00	1,049.00	4,686.00
Servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet)	4,800.00	5,088.00	5,393.28	5,716.88	6,059.89	27,058.05
Otros Gastos (Papelería, limpieza)	200.00	212.00	224.72	238.20	252.50	1,127.42
matrícula alcaldía (alcaldía y DGI)	9,600.00	10,176.00	10,786.56	11,433.75	12,119.78	54,116.09
Alquiler de local	12,000.00	12,720.00	13,483.20	14,292.19	15,149.72	67,645.12
Combustible	1,200.00	1,272.00	1,348.32	1,429.22	1,514.97	6,764.51
Gastos Generales Totales	33,375.20	35,257.20	37,391.08	39,560.95	42,369.30	187,953.73
Gastos Generales sin Depreciación	29,160.00	30,878.00	32,731.88	34,668.75	36,777.10	164,215.73

ELABORACIÓN PROPIA

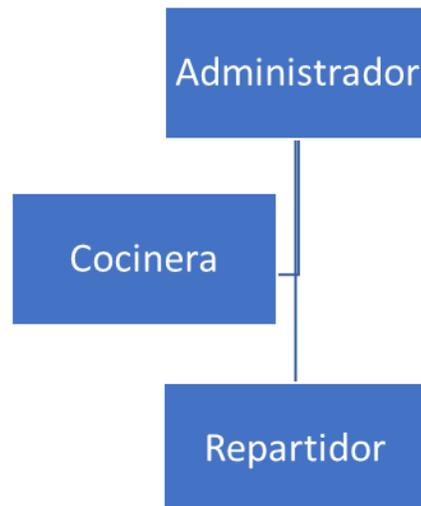
VIII. PLAN DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

VIII.1. FORMA DE LA EMPRESA

La empresa está constituida por un solo dueño, la cual fue inscrita con cuota fija en la Dirección General de Ingresos.

Según la ley 645, art.4 que las micro empresas pueden operar de manera natural o jurídica, y mediante este decreto es el Kiosko de Comidas Rápidas Jaki opera de manera natural, con un único dueño, debido a que es una micro empresa pequeña y ha contado con el capital suficiente para invertir de esta manera las utilidades son mayores.

VIII.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



Nuestro Kiosko de Comidas rápidas Jaki, está estructurado por tres colaboradores: el administrador es que le realiza la función de administrar y a la vez es quien está a cargo de la caja por ende es quien se encarga de recibir el dinero y dar el cambio; la cocinera es quien prepara los pedidos de los clientes y a la hora que ya están listo se dirige al cliente a entregar su pedido y el repartidor es el encargado de hacer las entregas de manera delivery. Nota: si el administrador y repartidor está, a disposición de la cocinera para atender a los clientes en algún momento que ella se encuentre ocupada.

IX. PLAN FINANCIERO

IX.1. PRESUPUESTO DE INVERSION INICIAL

En la siguiente tabla se presentan los rubros con que se inició en el negocio, activos fijos, capital de trabajo (mano de obra más producción) todo esto correspondientes a un mes, el pago de colaborador el cual se encarga de esta producción, y con un imprevisto del 5% el cual se extrae de la suma de activo fijo y capital de trabajo.

TABLA #31

Rubro	Costo
Activo fijo	51626
Diferido/Intangible	0
Capital trabajo	9494
Imprevisto (5% (ac.f.+dif+cap.tra))	3056
Total	C\$64176

ELABORACIÓN PROPIA

IX.2. ESTRUCTURA DE COSTOS

La estructura de costos es la materia prima e insumos, mano de obra, gastos administrativos y de ventas detallados para un mes de trabajo.

TABLA #32

Estructura de Costos	
Descripción	Monto
Materia prima e insumos	4,442
Mano de Obra	1694
Costos administrativos	17
Gastos de Venta	42
Total	6195

ELABORACIÓN PROPIA

IX.3. COSTOS Y VENTAS PROYECTADO (NEGOCIOS DE PRODUCCIÓN)

ESTADO RESULTADO

Las ventas se obtuvieron de las proyecciones realizadas con anterioridad en el plan de producción, las cuales están proyectadas a cinco años; obteniendo en el año 1 una utilidad negativa de C\$ 8,082.20; para los siguientes años desde el año2 hasta el año 5 se proyectan utilidades que van desde los C\$1,860.80 hasta los C\$139,179.70; tanto las ventas como las utilidades a partir del año3 se aumentan significativamente debido a la producción que se eleva y esto depende de las decisiones tomadas cada año para aumentar las horas trabajadas.

TABLA #33

	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Ventas	109,720.00	156,481.00	237,368.00	313,500.00	532,614.00
costo de producción	84,427.00	119,363.00	167,651.00	222,125.00	351,065.00
Materia Prima	64,099.00	90,633.00	137,198.00	181,774.00	308,293.00
mano de obra	20,328.00	28,730.00	30,453.00	40,351.00	42,772.00
utilidad bruta	25,293.00	37,118.00	69,717.00	91,375.00	181,549.00
gastos generales	33,375.20	35,257.20	37,391.08	39,560.95	42,369.30
utilidad neta	-8,082.20	1,860.80	32,325.92	51,814.05	139,179.70

ELABORACIÓN PROPIA

IX.4. FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

En la siguiente tabla se presenta el flujo de caja, del que se obtiene un flujo negativo para el primer año, esto se sustenta con la utilidad negativa presentada en la tabla anterior (estado de resultado), lo que implica que se requerirá de financiamiento para solventar lo negativo del primer año; no obstante esta situación cambia en el resto del horizonte del proyecto con resultados positivos para los otros 4 años.

TABLA #34

	Año0	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Ventas		109,720.0 0	156,481.0 0	237,368.0 0	313,500.0 0	532,614.0 0
costo de producción		84,427.00	119,363.0 0	167,651.0 0	222,125.0 0	351,065.0 0
Materia Prima		64,099.00	90,633.00	137,198.0 0	181,774.0 0	308,293.0 0
mano de obra		20,328.00	28,730.00	30,453.00	40,351.00	42,772.00
utilidad bruta		25,293.00	37,118.00	69,717.00	91,375.00	181,549.0 0
gastos generales		33,375.20	35,257.20	37,391.08	39,560.95	42,369.30
utilidad neta		-8,082.20	1,860.80	32,325.92	51,814.05	139,179.7 0
Depreciación		4,215.20	4,379.20	4,659.20	4,892.20	5,592.20
activo fijo	- 51,626.0 0					
capital de trabajo	-9,997.35					
Préstamo	6,410.00	-1,282.00	-1,282.00	-1,282.00	-1,282.00	-1,282.00
flujo de caja	- 55,213.3 5	-5,149.00	4,958.00	35,703.12	55,424.25	143,489.9 0

ELABORACIÓN PROPIA

IX.5. FLUJO DE FONDOS DESCONTADOS

En la siguiente tabla se presentan los flujos descontados, del cual se obtuvo que la VAN es de 16.6% para que la empresa o negocio obtenga rentabilidad; también que la VAN negativa es de 39%, esto para buscar la TIR la cual resulta que es de 38.8%. En este caso la $TIR > VAN (+)$, quiere decir que el proyecto o negocio es rentable.

TABLA #35

Año	Año0	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Ventas		109,720.0 0	156,481.0 0	237,368.0 0	313,500.0 0	532,614.0 0
costo de producción		84,427.00	119,363.0 0	167,651.0 0	222,125.0 0	351,065.0 0
Materia Prima		64,099.00	90,633.00	137,198.0 0	181,774.0 0	308,293.0 0
mano de obra		20,328.00	28,730.00	30,453.00	40,351.00	42,772.00
utilidad bruta		25,293.00	37,118.00	69,717.00	91,375.00	181,549.0 0
gastos generales		33,375.20	35,257.20	37,391.08	39,560.95	42,369.30
utilidad neta		-8,082.20	1,860.80	32,325.92	51,814.05	139,179.7 0
Depreciación		4,215.20	4,379.20	4,659.20	4,892.20	5,592.20
activo fijo	- 51,626.0 0					
capital de trabajo	-9,997.35					
Préstamo	6,410.00	-1,282.00	-1,282.00	-1,282.00	-1,282.00	-1,282.00
flujo de caja	- 55,213.3 5	-5,149.00	4,958.00	35,703.12	55,424.25	143,489.9 0
VAN (+)16.60	1.00	0.86	0.74	0.63	0.54	0.46
Flujo descontado	- 55,213.3 5	-4,415.95	3,646.78	22,522.18	29,985.11	66,577.67
∑ Flujo descontado	63,102.4 4					

ELABORACIÓN PROPIA

TABLA #36

Año	Año0	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Ventas		109,720.0 0	156,481.0 0	237,368.00	313,500.0 0	532,614.0 0
costo de producción		84,427.00	119,363.0 0	167,651.00	222,125.0 0	351,065.0 0
Materia Prima		64,099.00	90,633.00	137,198.00	181,774.0 0	308,293.0 0
mano de obra		20,328.00	28,730.00	30,453.00	40,351.00	42,772.00
utilidad bruta		25,293.00	37,118.00	69,717.00	91,375.00	181,549.0 0
gastos generales		33,375.20	35,257.20	37,391.08	39,560.95	42,369.30
utilidad neta		-8,082.20	1,860.80	32,325.92	51,814.05	139,179.7 0
depreciación		4,215.20	4,379.20	4,659.20	4,892.20	5,592.20
activo fijo	- 51,626.0 0					
capital de trabajo	-9,997.35					
Préstamo	6,410.00	-1,282.00	-1,282.00	-1,282.00	-1,282.00	-1,282.00
flujo de caja	- 55,213.3 5	-5,149.00	4,958.00	35,703.12	55,424.25	143,489.9 0
VAN (-) 39	1.00	0.72	0.52	0.37	0.27	0.19
Flujo descontado	- 55,213.3 5	-3,704.32	2,566.12	13,294.19	14,847.07	27,653.32
Σ Flujo descontado	-556.97					

ELABORACIÓN PROPIA

TABLA #37

Estimando la
TIR

	Año0	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Ventas		109,720.0 0	156,481.0 0	237,368.00	313,500.0 0	532,614.0 0
costo de producción		84,427.00	119,363.0 0	167,651.00	222,125.0 0	351,065.0 0
Materia Prima		64,099.00	90,633.00	137,198.00	181,774.0 0	308,293.0 0
mano de obra		20,328.00	28,730.00	30,453.00	40,351.00	42,772.00
utilidad bruta		25,293.00	37,118.00	69,717.00	91,375.00	181,549.0 0
gastos generales		33,375.20	35,257.20	37,391.08	39,560.95	42,369.30
utilidad neta		-8,082.20	1,860.80	32,325.92	51,814.05	139,179.7 0
Depreciación		4,215.20	4,379.20	4,659.20	4,892.20	5,592.20
activo fijo	- 51,626.0 0					
capital de trabajo	- 9,997.35					
Préstamo	6,410.00	-1,282.00	-1,282.00	-1,282.00	-1,282.00	-1,282.00
flujo de caja	- 55,213.3 5	-5,149.00	4,958.00	35,703.12	55,424.25	143,489.9 0
TIR 38.80	1.00	0.72	0.52	0.37	0.27	0.19
Flujo descontado	- 55,213.3 5	-3,709.55	2,573.37	13,350.58	14,931.10	27,849.10
TIR	-218.75					

1.388040170399

07

ELABORACIÓN PROPIA

IX.6. BALANCE GENERAL

El balance general presentado muestra una utilidad acumulada negativa para los dos primeros años, y para los otros 3 años esta aumenta gradualmente, para ello parte de estas pasan a la cuenta de efectivo para ser invertidas en materia prima. El activo fijo se mantiene constante y los inventarios gradualmente lo cual depende de la materia prima que se adquiere.

TABLA #38

BALANCE					
Activo Circulante	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Efectivo	1,000.00	3,772.00	36,168.60	87,212.00	223,272.00
Inventarios	1,543.00	3,729.04	7,035.51	11,416.27	18,846.13
Total Ac. Circ	2,543.00	7,501.04	43,204.11	98,628.27	242,118.13
Activo fijo					
Equipos	51,626.00	51,626.00	51,626.00	51,626.00	51,626.00
menos depreciación	-4,215.20	-8,594.40	-13,253.60	-18,145.80	-23,738.00
total activo fijo	47,410.80	43,031.60	38,372.40	33,480.20	27,888.00
Total Activo	49,953.80	50,532.64	81,576.51	132,108.47	270,006.13
Pasivo	6,410.00	5,128.00	3,846.00	2,564.00	1,282.00
Circulante					
Aporte de Capit	51,626.00	51,626.00	51,626.00	51,626.00	51,626.00
Utilidad	-8,082.20	-6,221.40	26,104.52	77,918.57	217,098.27
Capital	43,543.80	45,404.60	77,730.52	129,544.57	268,724.27
Pasivo y capital	49,953.80	50,532.60	81,576.52	132,108.57	270,006.27
Total	0.00	0.04	-0.01	-0.10	-0.14

ELABORACIÓN PROPIA

IX.7. ANÁLISIS DE RAZONES

Al realizar el cálculo de la liquidez se obtuvo que la empresa por cada córdoba que debe, puede pagar el 40% de este, debido a que en el primer año la empresa sufrió pérdidas, pero a partir del año 2 la empresa contará con una liquidez que por cada córdoba que debe esta podrá pagar el 100 % de la deuda y aun así contar con más del 40% sobre la deuda como liquidez. En la prueba acida en los dos primeros años se obtiene que por cada córdoba que se debe apenas la empresa puede cancelar el 74% de este. No obstante a partir del año 3 al 5 esta tendrá más liquidez sin incluir los inventarios. En las razones de endeudamiento apenas con el 12.83% tiene deudas la empresa; la empresa cuenta con 14 veces para pagar capital ajeno y de esta forma la empresa no tenga que pasar a manos de sus acreedores, esto para el año 1.

TABLA #39

ANÁLISIS DE RATIOS					
	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
LIQUIDEZ					
Razón Circulantes: AC/PC	0.40	1.46	11.23	38.47	188.86
Prueba Acida: (AC-INV)/PC	0.16	0.74	9.40	34.01	174.16
ENDEUDAMIENTO					
Pasivo Total/Activo total	0.1283	0.1015	0.0471	0.0194	0.0047
Pasivo total/Capital	0.1472	0.1129	0.0495	0.0198	0.0048
Deuda Bancaria / Pasivos	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000
Cuentas x Pagar / Pasivos	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
RENTABILIDAD					
Margen Bruto: Utilidad Bruta/Ventas.	0.2305	0.2372	0.2937	0.2915	0.3409
Margen Operativo: Utilil. Oper./Ventas	-0.0737	0.0119	0.1362	0.1653	0.2613
Margen Neto: Utilid. Neta / Ventas	-0.0737	0.0119	0.1362	0.1653	0.2613
Rentabilidad S/Capital: UtilNeta/Capital	-0.1856	0.0410	0.4159	0.4000	0.5179
Rotación de Activos: UtilNeta/Activo Total.	-0.1618	0.0368	0.3963	0.3922	0.5155

ELABORACIÓN PROPIA

$$\text{BENEFICIO/COSTO} = 118,316 / 63,102.44 = 1.87497966$$

El periodo de recuperación es en 4 ½ años, en el cual se proyecta recuperar la inversión inicial. La relación beneficio costo es 1.87 el cual indica que se cancela la inversión inicial y genera utilidades.

TABLA #40

PERIODO DE RECUPERACION			
1	-63,102.44	-4,415.95	-4,415.95
2		9,384.00	4,968.05
3		27,672.00	32,640.05
4		30,251.00	62,891.05
5		66,843.00	129,734.05

4.5 años

ELABORACIÓN PROPIA

TABLA #41

Al realizar la evolución se encuentra que la VAN (+) es de 16.6%, la VAN (-) es de 39%, y la TIR es de 38% y al evaluar $TIR > VAN (+)$ en efecto se cumple esta condición para determinar que el negocio es rentable.

EVALUACIÓN

VAN +	16.6
TIR	38
VAN -	39
PR	4.5
R B/C	1.87

ELABORACIÓN PROPIA

IX.8. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

La variable que se está sensibilizando es la de materia prima, se recurrió a esto para realizar el análisis de sensibilización y determinar hasta qué punto esta variable al cambiar, no afecta los resultados, de modo que el negocio continua siendo rentable. En este nuevo escenario, donde aumenta la materia prima en un 7% aproximadamente, los préstamos aumenta en C\$3540; todo esto para soportar el aumento de materia prima.

flujo de caja del proyecto						
Año	Año0	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Ventas		109,720.00	156,481.00	237,368.00	313,500.00	532,614.00
costo de producción		87,967.31	124,368.97	181,288.43	249,006.74	413,143.33
Materia Prima		67,639.31	95,638.97	150,835.43	208,655.74	370,371.33
mano de obra		20,328.00	28,730.00	30,453.00	40,351.00	42,772.00
utilidad bruta		21,752.69	32,112.03	56,079.57	64,493.26	119,470.67
gastos generales		33,375.20	35,257.20	37,391.08	39,560.95	42,369.30
utilidad neta		-11,622.51	-3,145.17	18,688.49	24,932.31	77,101.37
Depreciación		4,215.20	4,379.20	4,659.20	4,892.20	5,592.20
activo fijo	-51,626.00					
capital de trabajo	-9,997.35					
Préstamo	9,950.00	-1,990.00	-1,990.00	-1,990.00	-1,990.00	-1,990.00
flujo de caja	-51,673.35	-9,397.31	-755.97	21,357.69	27,834.51	80,703.57
Flujo descontado						
Año	Año0	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5

Ventas		109,720.00	156,481.00	237,368.00	313,500.00	532,614.00
costo de producción		87,967.31	124,368.97	181,288.43	249,006.74	413,143.33
Materia Prima		67,639.31	95,638.97	150,835.43	208,655.74	370,371.33
mano de obra		20,328.00	28,730.00	30,453.00	40,351.00	42,772.00
utilidad bruta		21,752.69	32,112.03	56,079.57	64,493.26	119,470.67
gastos generales		33,375.20	35,257.20	37,391.08	39,560.95	42,369.30
utilidad neta		-11,622.51	-3,145.17	18,688.49	24,932.31	77,101.37
Depreciación		4,215.20	4,379.20	4,659.20	4,892.20	5,592.20
activo fijo	-51,626.00					
capital de trabajo	-9,997.35					
Préstamo	9,950.00	-1,990.00	-1,990.00	-1,990.00	-1,990.00	-1,990.00
flujo de caja	-51,673.35	-9,397.31	-755.97	21,357.69	27,834.51	80,703.57
16.60	1.00	0.86	0.74	0.63	0.54	0.46
Flujo descontado	-51,673.35	-8,059.44	-556.04	13,472.82	15,058.77	37,445.53
VAN	5,688.29					

Año	Año0	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Ventas		109,720.00	156,481.00	237,368.00	313,500.00	532,614.00
costo de producción		87,967.31	124,368.97	181,288.43	249,006.74	413,143.33
Materia Prima		67,639.31	95,638.97	150,835.43	208,655.74	370,371.33
mano de obra		20,328.00	28,730.00	30,453.00	40,351.00	42,772.00
utilidad bruta		21,752.69	32,112.03	56,079.57	64,493.26	119,470.67
gastos generales		33,375.20	35,257.20	37,391.08	39,560.95	42,369.30
utilidad neta		-11,622.51	-3,145.17	18,688.49	24,932.31	77,101.37
Depreciación		4,215.20	4,379.20	4,659.20	4,892.20	5,592.20
activo fijo	-51,626.00					
capital de trabajo	-9,997.35					

Préstamo	9,950.00	-1,990.00	-1,990.00	-1,990.00	-1,990.00	-1,990.00
flujo de caja	-51,673.35	-9,397.31	-755.97	21,357.69	27,834.51	80,703.57
1.20	1.00	0.83	0.69	0.58	0.48	0.40
Flujo descontado	-51,673.35	-7,831.09	-524.98	12,359.77	13,423.28	32,432.95
VAN	-1,813.41		van:	18.70		

<u>Estimando la TIR</u>						
Año	0.00	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Ventas		109,720.00	156,481.00	237,368.00	313,500.00	532,614.00
costo de producción		87,967.31	124,368.97	181,288.43	249,006.74	413,143.33
Materia Prima		67,639.31	95,638.97	150,835.43	208,655.74	370,371.33
mano de obra		20,328.00	28,730.00	30,453.00	40,351.00	42,772.00
utilidad bruta		21,752.69	32,112.03	56,079.57	64,493.26	119,470.67
gastos generales		33,375.20	35,257.20	37,391.08	39,560.95	42,369.30
utilidad neta		-11,622.51	-3,145.17	18,688.49	24,932.31	77,101.37
depreciación		4,215.20	4,379.20	4,659.20	4,892.20	5,592.20
activo fijo	-					
	51,626.00					
capital de trabajo	-9,997.35					
Préstamo	9,950.00	-1,990.00	-1,990.00	-1,990.00	-1,990.00	-1,990.00
flujo de caja	-	-9,397.31	-755.97	21,357.69	27,834.51	80,703.57
	51,673.35					
19.18	1.00	0.84	0.70	0.59	0.50	0.42
Flujo descontado	-	-7,885.10	-532.25	12,617.25	13,797.41	33,566.83
	51,673.35					
Tir	-109.19					

1.19178105510913

51,564

61095

	BALANCE				
Activo Circulante					
Efectivo	1,000.00	-394.58	19,703.81	46,220.02	123,235.19
Inventarios	1,542.69	2,181.29	3,440.19	4,758.94	8,447.28
Total Ac. Circ	2,542.69	1,786.72	23,144.00	50,978.95	131,682.47
Activo fijo					
Equipos	51,626.00	51,626.00	51,626.00	51,626.00	51,626.00
menos depreciación	-4,215.20	-8,594.40	-13,253.60	-18,145.80	-23,738.00
total activo fijo	47,410.80	43,031.60	38,372.40	33,480.20	27,888.00
Total Activo	49,953.49	44,818.32	61,516.40	84,459.15	159,570.47
Pasivo	9,950.00	7,960.00	5,970.00	3,980.00	1,990.00
Circulante					
Aporte de Capit	51,626.00	51,626.00	51,626.00	51,626.00	51,626.00
Utilidad	-11,622.51	-14,767.68	3,920.81	28,853.12	105,954.49
Capital	40,003.49	36,858.32	55,546.81	80,479.12	157,580.49
Pasivo y capital	49,953.49	44,818.32	61,516.81	84,459.12	159,570.49
total (ACT - (PAS+CAP))	0.00	0.00	-0.41	0.04	-0.02

ANALISIS DE RATIOS					
	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
LIQUIDEZ					
Razón Circulantes: AC/PC	0.26	0.22	3.88	12.81	66.17
Prueba Acida: (AC-INV)/PC	0.10	-0.05	3.30	11.61	61.93
ENDEUDAMIENTO					
Pasivo Total/Activo total	0.1992	0.1776	0.0970	0.0471	0.0125
Pasivo total/Capital	0.2487	0.2160	0.1075	0.0495	0.0126
Deuda Bancaria / Pasivos	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000
Cuentas x Pagar / Pasivos	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
RENTABILIDAD					
Margen Bruto: Utilidad Bruta/Ventas.	0.2473	0.2582	0.3093	0.2590	0.2892
Margen Operativo: Utilil. Oper./Ventas	-0.1321	-0.0253	0.1031	0.1001	0.1866

Margen Neto: Utilid. Neta / Ventas	-0.1321	-0.0253	0.1031	0.1001	0.1866
Rentabilidad S/Capital: UtilNeta/Capital	-0.2905	-0.0853	0.3364	0.3098	0.4893
Rotación de Activos: UtilNeta/Activo Total.	-0.2327	-0.0702	0.3038	0.2952	0.4832

X. CONCLUSIONES

Se concluye que al realizar el análisis de sensibilización la empresa sigue siendo rentable determinado por el cálculo de la VAN (+) y (-), y la TIR.

En el primer escenario la VAN (+) es de 16.6%, VAN (-)=39%; TIR 38%, en el segundo escenario donde se aumenta la variable de materia prima la VAN (+) 16.6% se mantiene igual que en el anterior; VAN (-) =20%; y la TIR=19.18%; en ambos casos se cumple con el criterio de $TIR > VAN$

Caso1= 39% > 16.6%, que la tasa de descuento

Caso2= 19.8% > 16.6%

Analizando ambos casos se deduce y concluye que la empresa es rentable en ambos escenarios, con una rentabilidad negativa en el año 1 para el primer escenario, y rentabilidad neta negativa para los primeros 2 años en el segundo escenario, esto se da debido a que la materia prima se aumentó y por ende también la cuenta de préstamo; para soportar la compra de los insumos. Esta sensibilización se realiza con el fin de determinar si en ambos casos la empresa es rentable.

Con todo el análisis financiero presentado anteriormente se determina que la empresa en un lapso de 5 años obtiene utilidades al final del ciclo, del cual en el primer año obtiene pérdidas, este es el inicio del negocio y es aceptable que hayan pérdidas debido al contexto socio político en el que se desarrolló el negocio, en tiempos de crisis el país; a pesar de tener este factor en su contra se pretendía demostrar que la empresa es rentable al final del ciclo (5 años).

XI. ANEXOS

XI.1. FODA

FORTALEZA	Precios bajos Rapidez en el servicio Calidad de los productos Servicio a domicilio Competitividad en precios
OPORTUNIDADES	Proveedores dispuestos a trabajar en el negocio Precios bajos de productos perecederos en algunos meses Alta demanda de productos Utilización de la tecnología para aumentar las ventas Mejores condiciones en el lugar de atención
DEBILIDADES	Precios altos de productos perecederos en algunos meses Personal no calificado Falta de financiamiento Precio competitivo Espacio de trabajo reducido
AMENAZAS	Nueva competencia Escasez de productos Competencia con precios bajos Crecimiento lento del Mercado Situación económica del país

XI.2. FORMATO DE ENCUESTA

Encuesta a realizar para saber gustos del consumidor

Marque con una x en el espacio respectivo

Genero:

Hombre ____

Mujer ____

Edad

Menor de 14 años ____

Entre 15 y 19 años

Entre 20 y 39 años ____

Entre 40 y 60 años ____

61 años a más ____

¿Cada cuánto usted visita algún puesto de comida Rápida?

8 días ____ 15 días ____ 30 días ____ Todos los días ____

¿Qué productos comida rápida son de su preferencia? (marque las que usted estime conveniente)

Hamburguesa ____ Papas ____ Burritos ____ Hot dog ____

Quesadilla __ Otros (detalle cuales) _____

¿Acompaña con algún tipo de bebida la comida rápida? (marque las que usted estime conveniente)

Refresco natural ____ Refresco enlatado ____

Gaseosa (cual marca prefiere) _____

Te ____ Café ____ Agua ____ Otros ____

¿Cuánto estaría dispuesto a gastar aproximadamente en productos de comida rápida?

30-50___ 51-70___ 71-90___ 91 O más___

¿En qué horario compraría este tipo de comida? (marque las que usted estime conveniente)

Desayuno___ Almuerzo___ Cena___

Otro horario (especifique) _____

A la hora de comer en un puesto de comida Rápida que es lo primero que usted toma en cuenta para volver a visitar el local. (Marque las que usted estime conveniente)

Establecimiento ___ producto___ reconocimiento___

Precio___ variedad ___ Cercanía___ Calidad___

Atención _____

NOTA: el formato de entrevista no pudo ser aplicado debido al tiempo de recolección de datos que fue corto.

XII. WEB GRAFÍA

<https://www.hazhistoria.net › blog › ¿qué-es-un-logotipo>

<https://www.significados.com › tipos-de-investigacion>

<https://www.managua.gob.ni/tramites-y-servicios/tramites-para-negocios/pago-de-impuesto-municipal-sobre-ingresos-imi/>

<https://www.managua.gob.ni/tramites-y-servicios/limpieza/pago-del-servicio-de-recoleccion-de-basura-empresas/>

<https://construir.esnicaragua.com/como-obtener-permiso-del-minsa-para-vender-comida-preparada/>

<https://datosmacro.expansion.com/demografia/natalidad/nicaragua>