



ESCUELA DE NEGOCIOS

PLAN DE NEGOCIO

MICHELADA "VOLCÁNICA"

***Tesis para obtener el Título de Licenciatura en Mercadotecnia y
Licenciatura en Contabilidad Pública y Finanzas.***

Integrantes:

| | |
|---|---------|
| ✓ Azucena de los Ángeles Gutiérrez González | 1412953 |
| ✓ Gretel Hanahim Hernández Mendoza | 1511105 |
| ✓ Coralia Matilde Sáenz Zapata | 1411985 |
| ✓ Henriette Kessler Salgado Godoy | 1310208 |
| ✓ Lea Guadalupe Ramírez Espinoza. | 1511183 |

Tutor:

Mba. Francisco Talavera Ramírez.
Msc. Leonel García.

Contenido

| | |
|---|----|
| Resumen Ejecutivo | 1 |
| 1. Objetivos | 3 |
| 1.1 Objetivo General | 3 |
| 1.2. Objetivos específicos | 3 |
| 2. Aporte del proyecto a la economía nacional..... | 3 |
| 3. Perfil estratégico..... | 4 |
| 3.1. Misión..... | 4 |
| 3.2. Visión. | 4 |
| 3.3. Estrategia del negocio..... | 4 |
| 4. Plan de Marketing. | 5 |
| 4.1. Análisis del entorno y sector. | 5 |
| 4.1.1. Análisis externo..... | 5 |
| 4.1.2. Análisis del sector | 15 |
| 4.2 FODA..... | 18 |
| a. Análisis interno de "Michelada Volcánica" | 18 |
| c. Análisis FODA..... | 19 |
| 4.3. Investigación de mercado..... | 23 |
| 4.3.1. Antecedentes y definición del problema | 23 |
| 4.3.2. Problema de Investigación. | 23 |
| 4.3.3. Sistematización. | 23 |
| 4.3.4. Justificación del problema | 24 |
| 4.3.5. Necesidades de la información..... | 25 |
| 4.3.6. Objetivos de la investigación..... | 25 |

| | |
|--|----|
| 4.3.7. Metodología | 26 |
| 4.3.8. Trabajo de campo | 28 |
| 4.3.9. Análisis de datos | 28 |
| 4.4. Decisiones estratégicas de marketing. | 29 |
| 4.4.1. Descripción del producto..... | 29 |
| 4.4.2. Análisis de la competencia. | 38 |
| 4.4.3. Objetivos de Marketing..... | 41 |
| 4.4.4. Descripción del mercado meta..... | 41 |
| 4.4.5. Demanda y participación de mercado. | 42 |
| 4.3.6 Plan de Acción..... | 44 |
| 5. Plan de Producción..... | 48 |
| 5.1 Cursograma del servicio. | 49 |
| 5.1.1. Descripción del proceso de producción | 50 |
| 5.1.2. Flujo grama de comercialización. | 52 |
| 5.2 Activos Fijos | 53 |
| 5.2.1 Maquinaria de producción | 53 |
| 5.2.2 Mobiliario y equipo de oficina | 54 |
| 5.2.3 Equipos rodantes..... | 54 |
| 5.2.4 Total de activos | 55 |
| 5.3 Vida Útil de los activos fijos | 55 |
| 5.4 Capacidad Planificada y Futura..... | 57 |
| 5.4.1 Capacidad Planificada..... | 58 |
| 5.4.2 Capacidad Futura..... | 58 |
| 5.4.3 Ubicación y diseño de planta. | 59 |

| | |
|--|----|
| 5.3.4 Planos de la planta..... | 60 |
| 5.5 Materia prima necesaria y costo de la materia prima. | 60 |
| 5.6 Mano de obra directa e indirecta. | 64 |
| 5.6.1 Mano de obra directa | 64 |
| 5.6.2 Mano de Obra Indirecta | 65 |
| 5.7 Gastos generales de la empresa..... | 66 |
| 5.7.1 Servicios Basicos | 66 |
| 5.7.2 Gastos de Oficina..... | 67 |
| 5.7.3 Gastos de limpieza..... | 68 |
| 5.7.4 Herramientas de producción..... | 68 |
| 6. Plan de organización. | 69 |
| 6.1. Forma de la Empresa..... | 69 |
| 6.1.1 Tamaño de la empresa..... | 69 |
| 6.1.2. Trámites, Permisos y Licencias de Operación que debe Cumplir. | 70 |
| 6.2. Régimen cambiario..... | 72 |
| 6.3. Régimen tributario. | 72 |
| 6.3.1. Impuesto sobre la Renta..... | 72 |
| 6.4. Impuesto al valor agregado. | 72 |
| 6.5. Régimen laboral..... | 73 |
| 6.5.1 condiciones de empleo. | 73 |
| 6.5.2 Tipos de Jornada Laboral: | 73 |
| 6.5.3 Beneficios Sociales: | 74 |
| 6.6 Estructura organizacional. | 74 |

| | |
|---|-----|
| 6.7 Actividades y gastos operativos. | 76 |
| 7. Plan Financiero | 78 |
| 7.1 Plan de Inversión | 78 |
| 7.1.1 Estado de Pérdida y Ganancia | 79 |
| 7.1.2 Estado de situación financiera | 80 |
| 7.1.3 Estado de flujo de caja | 81 |
| 7.2 Programa de devolución del Préstamo..... | 82 |
| 7.3 Punto de equilibrio. | 82 |
| 7.4 Razones Financieras | 84 |
| 7.5 Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR). | 85 |
| 7.5.1 Valor Actual Neto (VAN). | 85 |
| 7.5.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)..... | 86 |
| 7.6 Relación Beneficio de costo..... | 86 |
| 7.6.1 Periodo de Recuperación..... | 86 |
| 8. Anexo | 87 |
| 8.1 Forma de la encuesta. | 87 |
| 8.2 Resultados. | 90 |
| 8.3 Cotizaciones. | 95 |
| 8.4 Fichas ocupacionales | 102 |
| 8.5 Redes Sociales..... | 105 |
| 8.6 Diseño de Banner..... | 107 |
| 8.7 Diseño del folleto. | 108 |

Lista de Ilustraciones.

| | |
|---|----|
| Ilustración 1 Actividades del Sector Primario. | 6 |
| Ilustración 2 Producto Interno Bruto PIB | 7 |
| Ilustración 3 IPC nacional | 8 |
| Ilustración 4 Inflación, aporte de divisiones. | 9 |
| Ilustración 5 Inflación, aporte de divisiones. | 9 |
| Ilustración 6 Ubicación | 20 |
| Ilustración 7 Etiqueta | 31 |
| Ilustración 8 Envase | 32 |
| Ilustración 9 CVP | 35 |
| Ilustración 10 Marca e imago tipo. | 36 |
| Ilustración 11 Imago tipo. | 37 |
| Ilustración 12 Logo. | 37 |
| Ilustración 13 Gama Cromática. | 38 |
| Ilustración 14 Competencia "Don Señor" | 39 |
| Ilustración 15 Competencia "Miche Mix" (CCN) | 40 |
| Ilustración 16 Distribución | 47 |
| Ilustración 17 Cursograma..... | 49 |
| Ilustración 18 Significado del Cursograma. | 50 |
| Ilustración 19 Formula capacidad futura | 58 |
| Ilustración 20 Ubicación | 60 |
| Ilustración 21 Planos de la instalación | 60 |
| Ilustración 22 Organigrama | 75 |
| Ilustración 23 Punto de equilibrio | 83 |
| Ilustración 24 Cotización 1..... | 95 |
| Ilustración 25 Cotización 2..... | 96 |
| Ilustración 26 Cotización 3..... | 97 |
| Ilustración 27 Cotización 4..... | 97 |
| Ilustración 28 Cotización 5..... | 97 |

| | |
|---|-----|
| Ilustración 29 Cotización 6..... | 98 |
| Ilustración 30 Cotización 7..... | 99 |
| Ilustración 31 Cotización 8..... | 100 |
| Ilustración 32 Cotización 9..... | 101 |
| Ilustración 33 Cotización 10..... | 101 |
| Ilustración 34 Facebook | 105 |
| Ilustración 35 Instagram | 106 |
| Ilustración 36 Banner..... | 107 |
| Ilustración 37 Folleto parte exterior | 108 |
| Ilustración 38 Folleto parte interior | 109 |

Lista de Tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1 Análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter..... | 15 |
| Tabla 2 Análisis Interno..... | 18 |
| Tabla 3 Análisis Externo | 19 |
| Tabla 4 FODA..... | 19 |
| Tabla 5 Demanda en unidades físicas..... | 43 |
| Tabla 6 Participación de mercado. | 44 |
| Tabla 7 Precios sin IVA proyectado a 5 años | 45 |
| Tabla 8 Precios con IVA proyectado a 5 años | 46 |
| Tabla 9 Presupuesto de mercado..... | 47 |
| Tabla 10 Proyección de venta..... | 48 |
| Tabla 11 Actividad dentro del local..... | 52 |
| Tabla 12 Maquinaria de producción..... | 53 |
| Tabla 13 Mobiliario y equipo de oficina | 54 |
| Tabla 14 Equipo rodantes..... | 54 |
| Tabla 15 Total de activos..... | 55 |
| Tabla 16 Depreciación de activos..... | 56 |
| Tabla 17 Capacidad planificada..... | 58 |
| Tabla 18 Capacidad futura | 59 |
| Tabla 19 Costos totales | 61 |
| Tabla 20 Costo de mano de obra Michelada Clásica..... | 62 |
| Tabla 21 Costo de mano de obra Michelada Sabor | 63 |
| Tabla 22 Costos de mano de obra Michelada picante..... | 63 |
| Tabla 23 Mano de obra..... | 64 |
| Tabla 24 Proyección de mano de obra | 64 |
| Tabla 25 Mano de obra indirecta..... | 65 |
| Tabla 26 Proyección mano de obra indirecta | 65 |
| Tabla 27 Gastos operativos..... | 66 |
| Tabla 28 Servicios básicos | 67 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 29 Gastos de oficina | 67 |
| Tabla 30 Gastos de limpieza | 68 |
| Tabla 31 Gastos de producción | 68 |
| Tabla 32 Tamaño de la empresa | 70 |
| Tabla 33 Trámites legales | 71 |
| Tabla 34 Gastos pre-operativos | 77 |
| Tabla 35 Diagrama de Gannt | 77 |
| Tabla 36 Plan de inversión | 78 |
| Tabla 37 Cálculo de rentabilidad proyectada | 79 |
| Tabla 38 Estado de situación financiera | 80 |
| Tabla 39 Flujo de caja | 81 |
| Tabla 40 Cálculo de préstamo | 82 |
| Tabla 41 Punto de equilibrio..... | 83 |
| Tabla 42 Razón financiera..... | 84 |
| Tabla 43 Flujo de Fondos..... | 85 |
| Tabla 44 Relación beneficio costo | 86 |
| Tabla 45 Ficha ocupacional No.1 | 102 |
| Tabla 46 Ficha ocupacional No.2..... | 103 |
| Tabla 47 Ficha ocupacional No.3..... | 104 |

Lista de gráficos

| | |
|--|----|
| Grafico 1 Sexo | 90 |
| Grafico 2 Edad | 90 |
| Grafico 3 Ocupación | 91 |
| Grafico 4 Consumo de la cerveza | 91 |
| Grafico 5 Frecuencia | 91 |
| Grafico 6 Consumo de coctel o mix | 92 |
| Grafico 7 Conocimiento de la Michelada | 92 |
| Grafico 8 Marcas de las Michelada que ha consumido. | 92 |
| Grafico 9 Calificación a la Michelada | 92 |
| Grafico 10 Disposición para probar la Michelada | 93 |
| Grafico 11 Preferencias | 93 |
| Grafico 12 Opción de sabores | 93 |
| Grafico 13 Tipos de sabores | 94 |
| Grafico 14 Presentaciones de 500ml | 94 |
| Grafico 15 Precio a pagar | 94 |

Dedicatorias

Dedico este proyecto a Dios, por haberme dado las fuerzas suficientes para lograr llegar a la meta, a mis padres que inculcaron en mí el deseo de superación que me acompañan desde el cielo. A mis hijos Jefferson y Jersson Zapata Gutiérrez, por ser mi motor para seguir adelante; a mis hermanas Juana González y Bertha Gutiérrez y toda mi familia, que siempre estuvieron allí apoyándome y animándome para culminar otra etapa en mi vida; a mi amiga Francis Padilla por su apoyo y acompañamiento en este recorrido.

Azucena de los Ángeles Gutiérrez González

Dedicado a Dios porque nada es imposible para él; a mi madre Irma Mendoza por darme alas para volar, aunque eso significara quedarse sin las de ella; a mi abuelo César Mendoza porque fue el primero que creyó en mí cuando solo era una niña; y dedicado a la memoria de mi mejor amiga María Auxiliadora Garibo Flores, porque me apoyó incondicionalmente a seguir mi corazón y sé que desde el cielo celebra conmigo que lo haya logrado.

Gretel Hanahim Hernández Mendoza

A Dios por culminar este ciclo, a mis padres Enrique Sáenz, María Zapata esta victoria es por ustedes, a mi esposo Eder Rojas por su apoyo por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía a mis hermanos Magdalena, Douglas, salomón, Yadira Sáenz Zapata Y a mi hijo Liam Rojas, por ser mi luz en este recorrido .

Coralia Matilde Sáenz Zapata

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento importante de mi formación profesional. A mis padres Nicolás Salgado y Rosa Godoy, a mi hermano y hermana Yenriette Salgado y Eileen Salgado.

Henriette Kessler Salgado Godoy

Este proyecto está dedicado primeramente a Dios, quien ha sido mi Estandarte, mi Victoria; a mis padres, Leopoldo Ramírez y Francis Espinoza, quienes, por su esfuerzo, he logrado culminar mis estudios, a mi hermano, Jorge Ramírez; y a mi tía, Silvia Ramírez, quien descansa en la paz del Señor.

Lea Guadalupe Ramírez Espinoza

Agradecimientos

A Dios y a la Santísima Virgen María por darme sabiduría para lograr culminar mi carrera.

Azucena de los Ángeles Gutiérrez González

Agradezco primeramente a Dios porque sin él no hubiera alcanzando esta meta, porque me brindó fuerzas cuando más lo necesitaba y abrió ventanas cuando las puertas se cerraron. Agradezco infinitamente a mi madre Irma Mendoza por todos los sacrificios realizados para que yo pudiera cumplir este sueño, por ser madre y padre en un mismo estuche. Doy gracias a mis abuelitos Marina Castro, y César Mendoza por ser ese motor que me impulsa a seguir adelante. Y no puedo dejar de mencionar a algunas de esas personas que a lo largo de mi carrera han estado apoyándome, a los que me motivaron a estudiar Marketing, a los que me brindaron una mano amiga cuando los necesitaba: Lisseth Úbeda, María Mendoza, Michael Hernández, José Hernández, Heyner Avendaño, Karen Suárez, Zenelia Avendaño, Bermer González, Emely Gutiérrez, Henriques Malespín, Scarleth Ramírez, Nadiuska Ramírez, Kevin Rosales, Claire Casaya, Brigida Castro y Roger Mendoza gracias por ser parte de esta meta, por hacer de este viaje algo más ligero. Gracias por todo y a todos.

Gretel Hanahim Hernández Mendoza

A Dios por darme sabiduría a mis padres Enrique Sáenz, María zapata que siempre estuvieron ahí, es la mejor herencia que me pudieron dar que yo aprendiera a leer y escribir sin ellos no estaría aquí. A mis hermanos, esposo e hijo Liam Rojas por darme las fuerzas necesarias para lograr mi meta. A mis amistades por poner su granito de arena para que yo lograra presentarme a mis clases.

Coralia Matilde Sáenz Zapata

Agradezco a Dios por poner a esos esos ángeles en el camino que día a día aportaron a mi formación personal y profesional.

Agradezco a mis padres por la confianza el amor y el apoyo incondicional que me han brindado a lo largo de mi vida en especial en mi formación profesional.

Agradezco a mis hermanos que con su apoyo y ayuda he podido ir cumpliendo poco a poco con mis metas.

Agradezco a los docentes y mis amigos que con su ayuda, conocimiento y consejos he logrado crecer en mi vida personal y profesional.

Henriette Kessler Salgado Godoy

A mi Padre Dios, quien hasta acá me ha ayudado; a mis padres Leopoldo Ramírez y Francis Espinoza por darme esa motivación de superación personal, a mi hermano Jorge Ramírez y mi cuñada Sadia Gutiérrez, por su apoyo incondicional; y a mis amistades, Janny Espinoza, Wendy Arauz, por el ánimo recibido y al grupo de clases, Reyna Medrano, Georgina Mora y Dayra Paladino que en diferentes fechas hemos logrado llegar a la meta de esta carrera.

Lea Guadalupe Ramírez Espinoza

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

Resumen Ejecutivo

El presente documento constituye al Plan de Negocio de la empresa Michelada Volcánica, que se presenta como forma de culminación de estudios para obtener el título de Licenciatura en Mercadotecnia y Contabilidad Pública y Finanzas, otorgado por la Escuela de Negocios, de la Universidad Politécnica de Nicaragua UPOLI.

La idea surge durante el inicio del módulo de Plan de Negocio, ya que se buscaba ofrecer un producto innovador que aportara calidad, un momento ameno entre amistades ubicadas en la ciudad de Managua, y se llegó a la conclusión que es una oportunidad de negocio por la demanda latente del servicio en el mercado.

Michelada Volcánica es una empresa que se dedica a la producción y distribución de Mix de Michelada, en tres presentaciones, Michelada Clásica, Michelada de Sabor y Michelada Picante.

La población nicaragüense tiene una demanda extensa de los consumidores de Mix de Michelada, por lo tanto se determinó que el 85%

La población nicaragüense es muy extensa en el ámbito de las bebidas, por lo tanto, a como hemos detallado en este informe, no todos los consumidores han probado el Mix de Michelada, pero uno de nuestros problemas, acerca de la aceptación, se podría decir que ha sido resuelto, ya que un 85% estaría dispuesto a consumir el Mix que Michelada Volcánica producirá.

El negocio estará ubicado en Sabana Grande, específicamente del Antiguo cruce de los rieles, 1 km al sur, 600 mts al oeste. En esta localidad estará

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

funcionando la planta de producción, distribución y punto de venta del Mix de Michelada Volcánica.

El capital para poner en marcha la empresa será de \$28,830.00, del cual el 17% proviene del aporte de cada uno de los cinco socios, que corresponde a la cantidad de \$961.16 por socio, teniendo un total de \$4,805.83; y el 83% restante proviene del financiamiento del banco, que corresponde a la cantidad de \$24,024.17 que en este caso será el Banco de América Central (BAC), se determinó que la cuota mensual será de \$731.06 con un interés anual del 20%, a un plazo de 48 meses.

Se reflejó que los resultados financieros son positivos de acuerdo a los estándares de medición, lo que nos indica que el Plan de Negocio se puede implementar, es viable y factible para los socios interesados en el mismo.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

1. Objetivos

1.1 Objetivo General

- ❖ Determinar la viabilidad mercantil, económica y financiera de la empresa Michelada Volcánica dedicada a la producción de mix de Michelada¹².

1.2. Objetivos específicos

- ❖ Conocer el mercado y la competencia del giro de nuestro negocio
- ❖ Determinar el punto de equilibrio del negocio, que nos permita conocer el nivel de producción que deberá tener este para generar ganancias.
- ❖ Analizar a través de un plan financiero, si el negocio es viable en el mercado nacional.
- ❖ Atraer inversionistas y/o financiadores que permitan que el negocio se logre establecer en el mercado.

2. Aporte del proyecto a la economía nacional.

Michelada Volcánica es una empresa de 5 jóvenes emprendedores universitarios, que plantean en este proyecto una idea emprendedora y estable que apoye al cambio económico del país, aportando nuevas oportunidades de empleos. Nuestros colaboradores obtendrán todas las prestaciones que la ley exige.

Además, Michelada Volcánica estará constituida e inscrita en los registros mercantiles de la Alcaldía de Managua y en la Dirección General de

¹ Mix para preparar la bebida alcohólica conocida como "Michelada".

² Michelada, es una bebida preparada que tiene como base la cerveza mezclada con otros ingredientes.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

Ingresos (DGI), contaremos con el registro sanitario que emitiremos a través del Ministerio de Salud – MINSa. Todos estos aspectos generaran un ingreso a todo lo recaudado para el presupuesto general de la República.

3. Perfil estratégico.

3.1. Misión.

Ofrecer una forma distinta de acompañar la cerveza, a través de sabores y colores en toda ocasión, haciéndolos sentir una fiesta en su paladar.

3.2. Visión.

Ser un referente para los amantes de la diversión.

3.3. Estrategia del negocio.

Michelada Volcánica, ejecutará la estrategia de segmentación del mercado. Específicamente, se usará la *estrategia de segmentación diferenciada* que es la que se dirige a cada uno de los segmentos del mercado que se ha identificado, pero con una oferta diferente para cada uno de ellos.

Si bien es cierto existe una gran parte de consumidores de cerveza que prefieren tomarla sola sin mezclarla con ningún tipo de mix; es aquí donde encontramos nuestra oportunidad de mercado porque dirigiremos una oferta que motive al consumidor a querer probar nuestro mix de Michelada y finalmente fidelizar al cliente con nuestra marca. Pero también existe un segmento del mercado que ya ha consumido mix de Michelada con su cerveza, por lo tanto, la oferta debe ser diferente con el propósito de que esos consumidores opten por consumir nuestro producto y no el de la competencia.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

4. Plan de Marketing.

4.1. Análisis del entorno y sector.

4.1.1. Análisis externo

4.1.1.1. Ambiente económico

a. Sector Económico

El segmento semi industrial en Nicaragua es incipiente, sin embargo, creemos posible que Michelada Volcánica entra al sector como una pequeña empresa usando equipos modernos y con capacidad de producción aportando a la economía con generación de empleos y dando un valor agregado a su producto. La micro, pequeña y mediana empresa están cada día en desarrollo, pasando de lo artesanal a lo semi industrial con tecnología fomentando empresas más limpias y rentables económicamente.

“Michelada Volcánica” está relacionada al procesamiento semi industrial de bebidas no alcohólicas, debido a que esta empresa se dedica a la fabricación de productos para mezclas de cocteles, pero en sí ninguno de sus componentes contiene alcohol. Que inicialmente se comercializara en la Ciudad de Managua.

Esto se logrará en gran medida al apoyo que se encuentre en el sector con respecto a las políticas de comercio y entorno económico que el Gobierno e Instituciones del sector faciliten para el comercio.

Las actividades de la empresa pertenecen al siguiente grupo de actividades económicas del Sector Primario:

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

| Agrupación | División | Grupo | Clase | Descripción |
|------------|----------|-------|-------|--|
| | D | | | INDUSTRIAS MANUFACTURERAS |
| | | 15 | | Elaboración de productos alimenticios y bebidas |
| | | | 151 | Producción, procesamiento y conservación de carne, pescado, frutas, legumbres, hortalizas, aceites y grasas |
| | | | 1511 | Producción, procesamiento y conservación de carne y productos cárnicos |
| | | | 1512 | Elaboración y conservación de pescado y productos de pescado |
| | | | 1513 | Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas |
| | | | 1514 | Elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal |
| | | | 152 | Elaboración de productos lácteos |
| | | | 1520 | Elaboración de productos lácteos |
| | | | 153 | Elaboración de productos de molinería, almidones y productos derivados del almidón, y de alimentos preparados para animales |
| | | | 1531 | Elaboración de productos de molinería |
| | | | 1532 | Elaboración de almidones y productos derivados del almidón |
| | | | 1533 | Elaboración de alimentos preparados para animales |
| | | | 154 | Elaboración de otros productos alimenticios |
| | | | 1541 | Elaboración de productos de panadería |
| | | | 1542 | Elaboración de azúcar |
| | | | 1543 | Elaboración de cacao y chocolate y de productos de confitería |
| | | | 1544 | Elaboración de macarrones, fideos, alcuuz y productos farináceos similares |
| | | | 1549 | Elaboración de otros productos alimenticios n.c.p. |
| | | | 155 | Elaboración de bebidas |
| | | | 1551 | Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas; producción de alcohol etílico a partir de sustancias fermentadas |
| | | | 1552 | Elaboración de vinos |
| | | | 1553 | Elaboración de bebidas malteadas y de malta |
| | | | 1554 | Elaboración de bebidas no alcohólicas; producción de aguas minerales |

Ilustración 1 Actividades del Sector Primario.

Fuente: CUAEN 2005

Esta división está basada en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de las Actividades Económicas (CIIU) Rev. 3.1, publicada por el NAEC en el documento "Clasificador Uniforme de la Actividades Económicas de Nicaragua" (2005).

b. Producto Interno Bruto-PIB.

La economía en el país está en recuperación el valor agregado de la industria manufacturera mostró un crecimiento de 0.2% (1.1 % en el acumulado). En este comportamiento influyó el crecimiento en la producción de carnes y pescados, bebidas, lácteos y textiles, principalmente. Esto quiere decir que el sector económico al que pertenece Michelada Volcánica está creciendo, aunque a paso lento, aun

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

así, esta información nos brinda una oportunidad de crecimiento dentro del mismo.

Producto interno bruto

(variación anual, a precios de 2006)

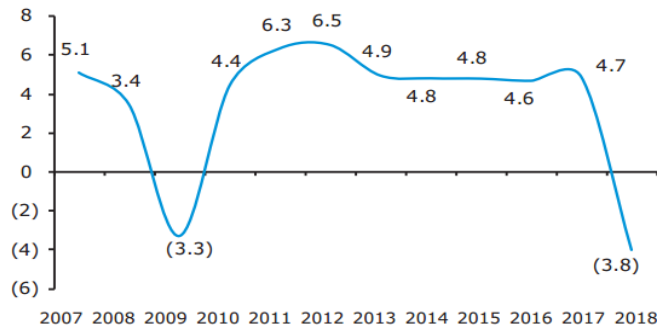


Ilustración 2 Producto Interno Bruto PIB

Fuente: BCN

A pesar de la disminución del PIB en el 2018, los hábitos de consumo no cambiaron en gran medida, los consumidores disminuyeron la cantidad de bienes y servicios que consumían, pero no dejaron de consumir. Entre esos bienes/productos se encuentran las bebidas alcohólicas principalmente las cervezas, que es el acompañante principal con el que nuestro mix de Michelada se consume.

c. Precios / Inflación

El consumo de cervezas no ha disminuido, por el contrario, ha aumentado. Lo cual se considera una oportunidad de mercado para nuestro negocio, dado que entre más personas consuman cervezas, más grande es el segmento del mercado al cuál dirigiremos nuestro mix de Michelada.

En cuanto al comportamiento en los niveles de inflación para el año 2018 el informe anual emitido por el BCN indica que "la dinámica económica del país propició una baja inflación. Durante el 2018, los precios se mantuvieron estables." (p.36)

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

El índice de precios del consumidor (IPC) nacional acumuló al 31 de diciembre de 2018 una variación de 3.89 %, menor a la observada en 2017 (5.69 %). En términos promedio anual, la inflación de 2018 fue de 4.95 %, superior a la inflación promedio de 2017 (3.85%).

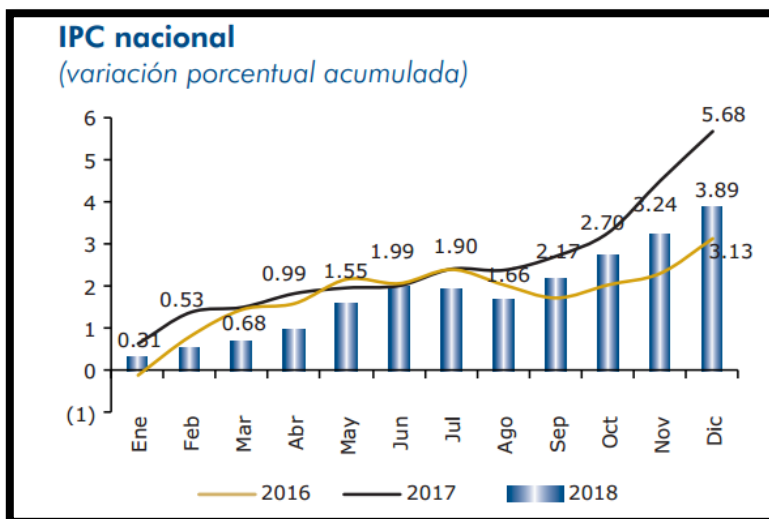


Ilustración 3 IPC nacional

Fuente: BCN

Durante todo el año, la división de alimentos y bebidas no alcohólicas lideró la tendencia de precios moderados del IPC nacional. Así esta división registró una inflación acumulada de 2.38 %, siendo la segunda con menor inflación en el año, pero la que brindó mayor aporte al índice global.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

Inflación nacional por divisiones

(variación interanual)

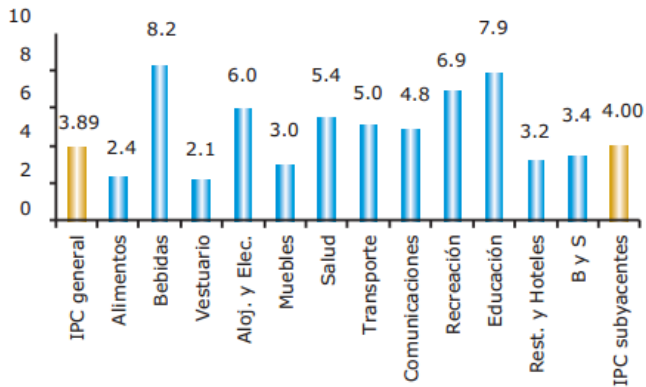


Ilustración 4 Inflación, aporte de divisiones.

Fuente: BCN

Inflación nacional aportes de divisiones

(porcentaje y puntos porcentuales)

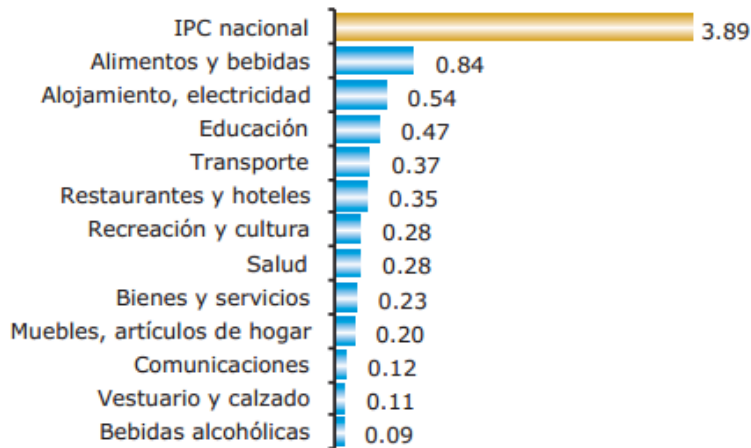


Ilustración 5 Inflación, aporte de divisiones.

Fuente: BCN

Según el informe de Ejecución Presupuestaria enero-diciembre 2018 publicado por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público, del grupo de productos propios del ocio –cigarrillo, cervezas, bebidas alcohólicas y gaseosas- son los que más recursos inyectan al fisco son las cervezas.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

Nuestro producto está directamente ligado al consumo de cervezas, por eso los datos de consumo de la misma son de vital importancia para nuestro negocio.

d. Empleo y salarios.

El Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (INSS), registró un promedio de 818,396 inscritos en la seguridad social. Muchas personas quedaron desempleadas durante el 2018 presentando una baja del 10.5%, inscritos en la seguridad social estas mismas se han dedicado a emprender o a realizar trabajos informales que les genere un ingreso económico. Cabe destacar que, aunque estos ingresos informales son variables, y el salario mínimo está congelado desde el 2018 los hábitos de consumo de bebidas alcohólicas se han mantenido, e incluso han aumentado la tendencia a tomar cerveza. Este consumo de cervezas es importante para nuestro negocio, porque si se consume cerveza se puede consumir mix de Michelada.

Según el Informe anual 2018 emitido por el Banco Central de Nicaragua, en 2018 el Ministerio del Trabajo (MITRAB) a través del Acuerdo Ministerial ALTB-01-03-2018. Fijó el ajuste al salario mínimo para las diferentes actividades económicas tras no lograrse un acuerdo tripartito entre el gobierno, los empresarios y los trabajadores. Dichos ajustes se aplicaron en partes iguales para el primer y segundo semestre. Estos entraron en vigencia a partir de marzo y septiembre de acuerdo a la siguiente tabla:

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

Salario mínimo oficial mensual (córdobas)

| Actividades económicas | 2017 | | 2018 | |
|---------------------------------------|---------|---------|---------|---------|
| | mar-17 | sep-17 | mar-18 | sep-18 |
| Agropecuario | 3,624.3 | 3,773.8 | 3,970.1 | 4,176.5 |
| Pesca | 5,510.9 | 5,738.2 | 6,036.6 | 6,350.5 |
| Minas y canteras | 6,509.1 | 6,777.6 | 7,130.0 | 7,500.8 |
| Industria manufacturera | 4,873.3 | 5,074.3 | 5,338.2 | 5,615.8 |
| Industria Zona Franca | 5,044.7 | 5,044.7 | 5,460.9 | 5,460.9 |
| Electricidad, gas y agua | 6,647.7 | 6,922.0 | 7,281.9 | 7,660.5 |
| Construcción | 8,110.9 | 8,445.5 | 8,884.6 | 9,346.6 |
| Comercio, hoteles y restaurantes | 6,647.7 | 6,922.0 | 7,281.9 | 7,660.5 |
| Transporte y comunicaciones | 6,647.7 | 6,922.0 | 7,281.9 | 7,660.5 |
| Financiero | 8,110.9 | 8,445.5 | 8,884.6 | 9,346.6 |
| Servicios comunales, sociales y pers. | 5,080.9 | 5,290.5 | 5,565.6 | 5,855.0 |
| Gobierno Central y Municipal | 4,519.7 | 4,706.1 | 4,950.8 | 5,208.3 |

Ilustración 6 Salario mínimo oficial mensual.

Fuente: MITRAB

e. Tasa de Interés.

Mix de Michelada Volcánica solicitará un préstamo al Banco de América Central (BAC) por el monto de U\$14,000 dólares a una tasa de interés anual del 20%, sobre el saldo pagándose en un periodo de cuatro años.

Este monto obtenido por financiamiento estará destinado para mantenimiento del local, equipos y mobiliario de oficina, transporte materia prima y todo lo relacionado para poner en marcha nuestro de negocio.

El BAC es miembro del sistema de garantía de depósito por tanto es una entidad con respaldo en el FOGADE.

4.1.1.2. Ambiente político / legal.

En Nicaragua, la venta y consumo de bebidas no está regulado de tal manera que las ventas de las mismas se vean afectadas. Es decir, aparte de prohibir la venta de esta bebida a menores de edad, no existe ninguna otra prohibición al consumo de la misma. Lo cual genera una oportunidad

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

a nuestro negocio, dado que, como hemos mencionado antes nuestro producto está directamente ligado a las ventas y consumo de la cerveza.

a. Leyes

Consideramos que el país tiene leyes código sin embargo el proyecto no lesiona la ley siendo esta una bebida no alcohólica que pueda ser vendida a los jóvenes tiene como base la cerveza, pero a lo, mejor pudiera tener otra base tomamos en cuenta la edad legal de consumo de cervezas por los consumidores habituales.

Existen leyes que regulan la venta de bebidas alcohólicas, sin embargo, la venta de nuestro producto no quebranta ninguna de estas leyes dado que nuestro producto es un mix de Michelada que no contiene alcohol al momento de venderse. Esta Mix inicialmente será vendido solo para llevar, por lo tanto, nos deslindamos de cualquier responsabilidad en caso de que algún menor de edad consuma Michelada con nuestro Mix.

El decreto No. 596, publicado en la Gaceta, Diario oficial No. 295 del 22 de diciembre de 1980, establece en su art. 1, que en toda cantina, bar, centro nocturno, pulpería, miscelánea, billares, mercados, supermercados, centros deportivos y de recreación, se prohíbe la venta de bebidas alcohólicas a los menores de dieciocho años y que todos los establecimientos mencionados tendrán obligación de tener un rotulo visible de 10 x 40 pulgadas que diga: "Se prohíbe la venta de bebidas alcohólicas a los jóvenes menores de dieciocho años".

La ley No. 287, Código de la Niñez y la Adolescencia, publicada en La Gaceta, Diario oficial No. 97 del 27 de mayo de 1998, establece en su art. 66 que se prohíbe a los propietarios de establecimientos y otros, expender o suministrar, por ningún motivo, a las niñas, niños y adolescentes

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

bebidas alcohólicas y en su art. 218 establece la multa de diez a veinte mil córdobas a quienes incumplan esta prohibición.

4.1.1.3. Ambiente tecnológico.

Michelada Volcánica, para el proceso de producción de su mix de Michelada necesita de tecnología existente en el país. Como son el uso de enfriadoras, procesadora y licuadora de alimentos.



Empresa Certificada
ISO 9001:2008



Capacity and Dimensions / Dimensiones y Capacidades

| | Inches / Pulgadas: | Centimeters/ Centímetros: | |
|------------------|-----------------------|------------------------------|--|
| Height / Altura: | 78 | 198.10 | Cubic Feet / Pies Cúbicos: 49 |
| Width / Frente: | 60 | 152.40 | Liters / Litros: 1,387 |
| Depth / Fondo: | 29 1/2 | 74.90 | Units per Container / Unidades por Contenedor: 40' : 15 45' : 17 |

8 Shelves as standard* /
8 parrillas incluidas*

*Additional shelves are optional /
Parrillas adicionales opcionales.

Ilustración 7 Enfriadora Distribuida por FOGEL

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.



Modelo LTI-8

- Voltaje 110V/60HZ
- Tecnología Brasileña
- Marca Food Machine
- Capacidad de 8 Litros
- Vaso de Acero Inoxidable
- Cuerpo de Acero Inoxidable

Ilustración 8 Licuadora distribuida por IMISA.

Para el área administrativa y contable se usará computadoras Laptops, esto con el objetivo de minimizar el espacio del área de oficina y para brindarles comodidad a nuestros colaboradores. Además, utilizaremos las redes sociales como tecnología para promocionarnos y acercarnos a nuestros clientes.

4.1.1.4 Ambiente socio cultural.

Los hábitos de compra de los nicaragüenses en cuanto a bebidas alcohólicas han aumentado con el paso de los años. Ahora son más las personas que consumen cerveza, algunos motivados por impulso otros para establecer conexiones con familia y/o amigos, y otros simplemente lo hacen para “desestresarse” del día a día.

Durante el 2018, hubo meses que registraron muchas bajas en ventas de este tipo de bebidas principalmente porque los nicaragüenses optaban por quedarse en casa y evitar gastos innecesarios por la inestabilidad

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

económica que se percibía. Sin embargo, en los últimos meses de ese mismo año las ventas de cerveza aumentaron considerablemente y es por ello que se conoce que en cuanto a bienes y servicios, la cerveza es la que más aporte brinda al fisco.

Este consumo de cerveza beneficia el giro de nuestro negocio, dado que nuestro mix de Michelada será atractivo a los consumidores de cerveza que optan por probar nuevos sabores que acompañen su cerveza.

4.1.2. Análisis del sector

En la siguiente tabla se muestra el resumen de las cinco fuerzas de Porter. Este un modelo estratégico que establece un marco para analizar el nivel de competencia dentro de una industria, y poder desarrollar una estrategia de negocio.

| Fuerza | Intensidad |
|---|------------|
| Amenaza de Nuevos Ingresos | Medio |
| Poder de Negociación de los proveedores | Baja |
| Poder de Negociación de los Compradores | Baja |
| Producto Sustituto | Alta |
| Rivalidad entre Competidores | Baja |

Tabla 1 Análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter.

Fuente: Elaboración propia.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

4.1.2.1. Amenazas de nuevos ingresos.

En el sector que Michelada Volcánica trabajará no existen barreras de entrada, cualquier persona natural o jurídica que deseara incursionar en este tipo de mercado solo necesitaría cumplir con lo establecido en las leyes de Nicaragua. Michelada Volcánica, es un negocio que pertenece a una industria en la que se pueden generar nuevos emprendimientos que comercialicen el mismo producto que nuestra empresa. También pueden surgir nuevos negocios que comercialicen productos que nos puedan sustituir en el mercado. Aunque esto es una amenaza inminente, dado que, Nicaragua facilita la apertura de negocios a emprendedores nicaragüense; será la estrategia de mercado que Michelada Volcánica aplique lo que le permita sobresalir en el mercado con respecto a la competencia.

4.1.2.2. Poder de negociación de los proveedores.

El mix de Michelada, producto de Michelada Volcánica, consta de los siguientes ingredientes: Clamato³, salsa tabasco⁴, salsa inglesa⁵, jugo de limón, sal y pimienta.

Los proveedores de dichos ingredientes son los Súper mercados Walmart y Pricemart, además de contar con un proveedor y productor nacional de limones.

Con respecto a los súper mercados no existe ninguna barrera que nos impida comprar grandes cantidades de los ingredientes solicitados, excepto en Pricemart donde se solicita el pago de una membresía. En este caso, no existe posibilidad alguna de negociar el precio de nuestra materia primar puesto que ya es un precio establecido sin forma de

³ Bebida hecha a base de tomate, con un toque de sabor a mar.

⁴ Famosa salsa picante, con chile tabasco rojo, vinagre, agua y sal.

⁵ Salsa inglesa Lea & Perrins Sauce.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

modificación. Con el proveedor de Limones, se hará un contrato para el cumplimiento de entregas de determinada cantidad mensual a un precio previamente negociado.

4.1.2.3. Poder de negociación de los compradores.

Mix de Michelada, como hemos mencionado en otros apartados, está directamente ligado al consumo de cervezas dado que este producto es la base de la Michelada. El poder de negociación de los compradores, se basa en la demanda del producto, en este caso tomaremos como referencia la demanda de la cerveza.

La demanda de la cerveza es inelástica, porque no importa la variación del precio de este producto, la demanda seguirá siendo la misma o sus cambios no serán significativos. Esta no variación de la demanda de cerveza, es beneficioso para nuestro negocio, porque seguirá existiendo un amplio mercado que demande nuestro producto.

4.1.2.3. Productos sustitutos.

Los productos sustitutos de Michelada Volcánica, son todos aquellos productos que se mueven en el mismo mercado y que satisfacen las mismas necesidades. Por lo tanto, los mix que se pueden mezclar con cerveza son un producto sustituto como es el Mix de Chelada⁶.

También se considera producto sustituto de Mix de Michelada, aquellos productos que pueden mezclarse con ron, vodka o cualquier otro tipo de bebida alcohólica como son los cocteles para preparar Daiquiri, Margarita, Bloody Mary, Piña Colada, etc.

⁶ Chelada, bebida a base de cerveza mezclada con jugo de limón y sal.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

4.1.2.4. Rivalidad entre los competidores existentes

En el mercado nacional, existen dos marcas fuertemente establecidas que ofrecen un producto igual al nuestro, como son Don Señor y Michemix. La rivalidad entre ambas marcas es casi inexistente, puesto que Don Señor se promueve a través de redes sociales y participa en ferias; sin embargo, Michemix, se encuentra disponible únicamente en Súper Express y no cuenta con ningún tipo de publicidad.

A diferencia de otros países en Nicaragua la cultura empresarial hace poco uso de campañas publicitarias con mensajes subliminales de sus competidores por lo contrario existe una cultura de competencia por costo de producto y en un mercado tan monopolizado por el gigante cervecero de Nicaragua hace que sus productos tengan precios poco fluctuantes por lo cual determinamos que la rivalidad entre competidores es baja.

4.2 FODA

Este análisis FODA lo realizaremos tomando en cuenta variables obtenidas en el análisis interno y externo.

a. Análisis interno de "Michelada Volcánica"

| Capacidades Competitivas | F | D | (-) |
|-------------------------------------|----------|----------|------------|
| Ubicación geográfica de la empresa. | * | | |
| Nivel de tecnología | * | | |
| Materia Prima | * | | |
| Recursos Financieros | | * | |
| Experiencia en el mercado | | * | |

Tabla 2 Análisis Interno.

Fuente: Elaboración Propia

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

b. Análisis externo

| Factores externo | O | A | (-) |
|-------------------------------------|----------|----------|------------|
| Barreras legales | * | | |
| Productos emergentes | | * | |
| Uso generalizado de internet | * | | |
| Nuevas tendencias de consumo | * | | |
| Variación en la demanda de Cervezas | | * | |

Tabla 3 Análisis Externo

Fuente: Elaboración propia

c. Análisis FODA

Tomando en cuenta los análisis anteriores, hemos seleccionado dos aspectos de los más importantes por cada variable del FODA.

| Orden | FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--------------|------------------------------------|-------------------------------------|
| 1 | Ubicación geográfica de la empresa | Recursos financieros |
| 2 | Nivel de Tecnología | Experiencia en el mercado |
| Orden | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| 1 | Nuevas tendencias de consumo | Variación en la demanda de Cervezas |
| 2 | Uso generalizado de internet | Productos emergentes. |

Tabla 4 FODA

Fuente: Elaboración propia

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

Fortalezas

✓ Ubicación geográfica:

Michelada Volcánica estará ubicada en Sabana grande, del antiguo cruce de los rieles 1km al sur, 600 mts al oeste. Contiguo a la Urbanización Ríos de Agua Viva.

La ubicación de nuestro local es estratégica dado que es una zona que está creciendo comercialmente, y que es muy transitada. La carretera (señalada en azul) tiene pocos años de haber sido habilitada, y es una conexión con Veracruz, Esquipulas y Carretera Masaya, por esta razón el tráfico vehicular es constante, lo cual nos genera una oportunidad de atraer a las personas que transiten por ese lugar, además, a los alrededores existen muchos negocios de comida, transporte, entre otros, que podemos usar como aliados para captar más clientes.

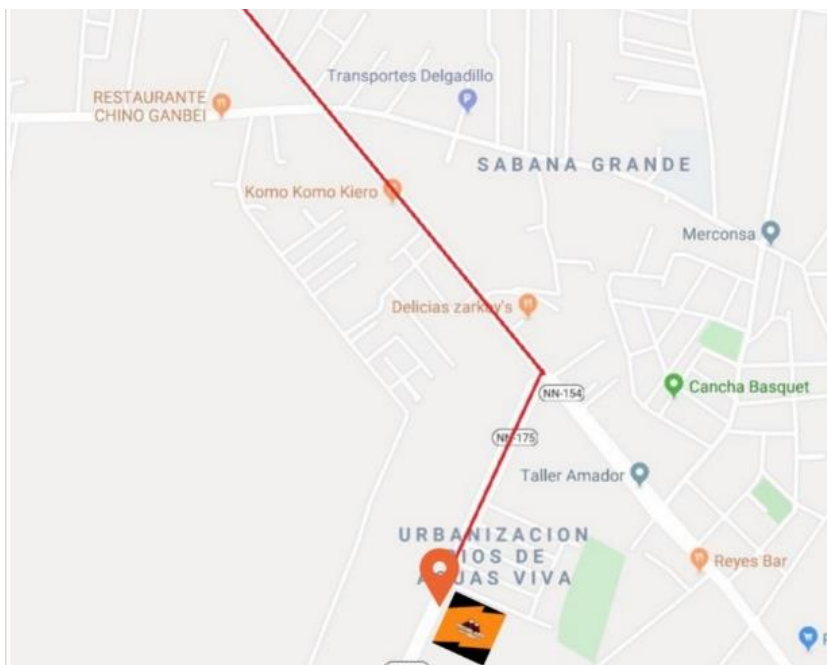


Ilustración 6 Ubicación

Fuente: Google Maps.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

✓ Nivel de Tecnología:

Consideramos esto como una fortaleza, porque para iniciar nuestro negocio necesitamos tecnología que está presente en el país. No es necesario solicitarla al extranjero, y por lo tanto los trámites serán mínimos para adquirirla.

Debilidades

✓ Recursos financieros:

Los socios de este emprendimiento, no cuentan con gran capacidad financiera o al menos no lo suficiente para dar inicio al negocio. Esto es una debilidad, dado que es imprescindible que para iniciar operaciones contemos con financiación o inversores que apoyen este proyecto.

✓ Experiencia en el mercado:

El camino al éxito de un negocio se basa muchas veces en la experiencia del mismo, o de sus administradores. Los socios, tenemos poca experiencia en este mercado, lo cual nos podría llevar a tomar decisiones que no beneficien al negocio. Sin embargo, para contrarrestar esta debilidad es que realizamos investigación de mercado, nos asesoraremos y estaremos en capacitándonos constantemente para mejorar el nivel de nuestro negocio.

Oportunidades.

✓ Nuevas tendencias de consumo:

En la actualidad, existen nuevas tendencias de consumo sobre todo en el consumo de bebidas alcohólicas. Cada vez, son más las personas que optan por probar nuevas formas de consumir sus bebidas o bien nuevos sabores. Es aquí donde encontramos una oportunidad para nuestro producto, dado que Mix de Michelada brindará al consumidor precisamente

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

una forma distinta para acompañar su cerveza, además de brindarle otro sabor a su bebida.

✓ Uso generalizado de internet:

Hoy en día, el acceso a internet es fácil. En Nicaragua, el uso de internet es habitual en la mayoría de los nicaragüenses. Para nuestro negocio, es una oportunidad porque es una herramienta que usaremos para darnos a conocer a nuestros clientes potenciales y a su vez fidelizarlos con nuestra marca.

Amenazas.

✓ Variación en la demanda de cervezas:

Como hemos mencionado, la demanda de cerveza es del tipo inelástica. Pero si por algún factor económico, político o social esta demanda llegara a variar de forma negativa nuestro negocio se vería claramente afectado, porque el consumo de nuestro producto está ampliamente ligado con el consumo de cerveza.

✓ Productos emergentes:

El mercado nicaragüense para productos como el de nuestro negocio, es bastante amigable, esto quiere decir que no existen grandes barreras que impidan la entrada de productos igual al nuestro o bien de productos sustitutos. Esto es una clara amenaza, porque la oferta aumentaría, pero la demanda posiblemente sea la misma y por lo tanto, sino contamos con una buena estrategia estos productos emergentes pueden sacarnos del mercado.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

4.3. Investigación de mercado

4.3.1. Antecedentes y definición del problema

En el paso del tiempo, los jóvenes han tomado una costumbre de querer conocer más allá de lo que está en sus manos, por ejemplo, el querer probar una cerveza bien fría, y a su vez, tener un momento ameno entre amigos o compañeros. Por lo tanto, me introduzco hablando un poco acerca de lo que es la Michelada, que en si es una bebida no alcohólica, que tiene como función dar un sabor atractivo a la cerveza, cuyo propósito es brindar una mayor satisfacción a las personas que acostumbran, luego de un día pesado de trabajo o bien, una reunión entre amigos, disfrutar una bebida que supere los estándares de pasar un tiempo de calidad.

El Mix de Michelada, es una mezcla que se encuentra en algunos puntos de venta, no en la mayoría, ni en su totalidad. Por lo tanto, conocer la demanda insatisfecha, será un punto a favor, con el cual el producto será bien posicionado.

4.3.2. Problema de Investigación.

Debido a que la Michelada tiene poca presencia en el mercado, no todo consumidor conoce el producto, o bien, están fidelizados a la marca ya existente en el mercado. Por lo tanto, nuestro problema es el siguiente:

- ¿Qué tan alto será el nivel de aceptación de la Michelada Volcánica?
- ¿Debe lanzarse una micro empresa dedicada a la fabricación y distribución de un mix de Michelada?

4.3.3. Sistematización.

- ¿Actualmente consume algún Mix de Michelada?

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

- ¿Con que frecuencia suele consumir Michelada?
- ¿Estaría dispuesto a disfrutar la mezcla que Mix de Michelada Volcánica ofrece con una cerveza?
- ¿Qué atributos se consideraría al momento de consumir una Michelada, además del sabor?
- ¿Qué tipo de estrategia se utilizará para cada segmento?
- ¿Cuáles serían los puntos de ventas idóneos para Michelada Volcánica?
- ¿Cuál es la mejor oferta de apertura para ganar competitividad hacia los demás competidores?

4.3.4. Justificación del problema

A los jóvenes de hoy en día, les llama la atención las cosas nuevas, y más cuando tienen que ver con las bebidas, ¿Tendrá un sabor agradable? ¿Será de buena calidad? Y muchas interrogantes más.

El mercado es inmenso, razón suficiente para poder aplicar las estrategias necesarias para ganar a los clientes potenciales. La mayoría de las personas que consumen cervezas, no la acompañan con ninguna mezcla, debido a que no tienen conocimiento de alguna mezcla, piensan que no les gustará, o bien no quedaron satisfechos de la última mezcla que probaron.

La presente investigación nos servirá para aplicar los conocimientos adquiridos en las asignaturas contempladas en nuestro plan de estudio. Para nosotros la elaboración de este trabajo es de suma importancia, puesto que es un trabajo académico cuya investigación se realizara para culminar nuestro pensum académico, en el cual se vierten nuestros

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

conocimientos propios como estudiantes, plasmando como investigadores, aportes sobre problemas que percibimos en nuestro entorno.

4.3.5. Necesidades de la información

Para llevar a cabo dicho proyecto es importante saber las problemáticas y las variables necesarias a estudiar para el proyecto, como por ejemplo:

- Consumidor, la demanda.
- Competencia, tanto directa, como indirecta.
- Hábitos de consumo, preferencias del segmento
- Publicidad.
- Ubicación.
- Cadena de comercialización.
- Requerimiento de empaque y embalaje del producto.
- Normas sanitarias requeridas.
- Precio.

4.3.6. Objetivos de la investigación

4.2.6.1 Objetivo General

- Determinar con claridad el mercado al cual Michelada Volcánica se introducirá, satisfaciendo las necesidades de los segmentos a los cuales está dirigido este negocio.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

4.3.6.2 Objetivos específicos.

- Conocer la viabilidad de comercializar los productos de Michelada volcánica en el mercado capitalino.
- Definir características que permitan a Michelada Volcánica comercializar productos atractivos y de preferencia para los consumidores objetivos.
- Identificar las estrategias a utilizar para lograr el posicionamiento de Michelada Volcánica.

4.3.7. Metodología

4.3.7.1. Tipo de investigación

Para este proyecto, aplicamos una investigación descriptiva. El objetivo de esta investigación consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes que predominan a través de la descripción de las actividades, objetos, procesos o personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

4.3.7.2 Fuentes de datos

Para la recolección de datos estaremos usando las siguientes fuentes:

Investigación Descriptiva Concluyente: A través de la realización de encuestas en líneas estructuradas, dirigidas a aquellos consumidores de cerveza y a los que con frecuencia hacen uso de también de alguna Michelada, daremos a conocer los resultados obtenidos para la población en general.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

Investigación Exploratoria: Por medio del uso de fuentes secundarias que consiste en la búsqueda de información acerca de nuestro proyecto, estudios similares, Internet y Recetas para nuestro producto.

4.3.7.3 Población y muestra

Nuestra población va dirigida a un mercado extenso, a los jóvenes mayores de edad, es decir a partir de los 18 años, y todos aquellos que consumen bebidas como la cerveza.

4.3.7.4 Selección de la Muestra.

La selección muestra está basada en un muestreo seleccionados a los consumidores, con un total de 50 personas, que son consumidores de Mix de Michelada.

4.3.7.5 Instrumentos de recolección de datos

Encuestas.

El formulario para la encuesta se realizó a través del medio online, se realizó con la muestra establecida, de la cual obtuvimos datos claves para nuestra investigación.

El instrumento que utilizamos para la recolección fue a través de la realización de encuestas estructuradas de 15 preguntas en las cuales 7 son de selección múltiple, 7 preguntas dicotómicas, 1 de escala numérica, esto con la finalidad de conocer las variables de necesidades de información presentadas en esta investigación: consumidor, demanda, competencia, hábitos de consumo, Gustos y Preferencias a fin de categorizar los datos requeridos para la evaluación de las variables de estudio.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

El orden lógico del formulario según los temas a desarrollarse es el siguiente:

4.3.8. Trabajo de campo

Luego de realizada la encuesta, se verificaron los datos y se corrigieron ciertas preguntas para agregar información vital a nuestro estudio.

Posteriormente, para realizar el trabajo de campo (tomando en cuenta que la muestra es de 50 consumidores de cerveza y el producto Mix de Michelada) fue de suma importancia la distribución las encuestas, teniendo de 10 a 12 cada miembro del grupo, se incrementó el número de las encuestas a 61, realizándolas por el medio Online, el llenado de las mismas duró entre 2 a 4 minutos iniciando el día 03 de octubre de 2019, culminando el día 04 de octubre de 2019.

Es importante destacar que las encuestas se realizaron por medio de Microsoft Forms y por el programa de Excel, para tener un mejor control de las mismas a la hora de la realización de gráficas para el planteamiento de los resultados.

4.3.9. Análisis de datos

Gracias a las encuestas realizadas, pudimos obtener no solo el apoyo de las personas con respecto a nuestro proyecto, sino también que pudimos conocer su opinión, para así, tener mejores ideas para lograr la satisfacción de los mismos.

Los datos obtenidos nos proyectan una gran aceptación sobre nuestro producto, un 85% de nuestra muestra estaría dispuesto en probar la Michelada y un mismo 5% en adquirirla, se podría decir que es un porcentaje alto, el cual es algo positivo debido a que era nuestro problema inicial. Sin embargo, un 11% ha declarado que no está interesado o

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

dispuesto a probar el producto, y un 15% en no querer adquirirla, por lo tanto, aquí se aplicarían las estrategias necesarias para que este cierto porcentaje cambie de opinión.

En cuanto a la demanda, estamos enterados que existen 2 marcas de Mix de Michelada, pero 1 más, que se prepara en bares y/o restaurantes, en los datos recolectados, un 60% ha consumido la mezcla preparadas en bares, un 9% en la marca que ofrece la Compañía Cervecera de Nicaragua (CCN), un 4% la marca de Don Señor.

Hemos tomado en cuenta la opinión de las personas con respecto las preferencias en los ingredientes, sabemos bien que hay personas que son tolerantes al chile o bien a la pimienta, por lo tanto, con respecto a la pimienta, de la muestra 12 personas indicaron que, si les gustaría con pimienta, 18 con poca pimienta y 7 sin pimientos. Con respecto al chile, 20 personas indicaron que si, 16 con poco chile y 10 sin chile.

Y con respectos a los sabores, de las opciones presentadas, el 40% de la muestra opto por el Mango, el 31% de Maracuyá, el 16% de Tamarindo y el 9% Guayaba.

4.4. Decisiones estratégicas de marketing.

4.4.1. Descripción del producto.

a. Producto

Según Kotler, "un producto es todo aquello susceptible de ser ofrecido para satisfacer una necesidad o deseo."

El producto de la marca Michelada Volcánica, es lo que se conoce como un Mix de Michelada. Este producto es utilizado para preparar la famosa bebida preparada con cerveza y al cual se le debe el nombre este producto

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

que es la Michelada. Si bien, el mix de Michelada no es una receta nicaragüense, su elaboración sí lo es.

Mix de Michelada volcánica es un producto a base de ingredientes orgánicos, que contiene conservantes para que su vida útil sea más prolongada y se pueda disfrutar de este producto por más tiempo después de la elaboración y compra del mismo.

b. Clasificación del Producto

Los productos se clasifican en productos de consumo y productos industriales, en el caso de Michelada volcánica este es un producto dirigido al individuo por lo que se clasifica en la categoría de bienes de consumo.

Los productos de consumo se subdividen: según su tangibilidad y su finalidad.

- Según su tangibilidad:

Es un bien tangible no duradero, es decir, este producto tendrá fecha de caducidad. Y una vez abierto su vida útil se acorta, además de que siempre debe estar en refrigeración para que se mantenga intacto su sabor.

- Según su finalidad:

Es un bien rutinario, esta clasificación se compone de los productos que se compran habitualmente, que pueden implicar un esfuerzo en la compra al no estar disponible en cualquier punto de venta como es el caso de Michelada volcánica. La mayoría de bebidas alcohólicas pertenecen a esta clasificación, y aunque el mix no es un producto que contenga alcohol recordemos que su consumo necesita de una bebida alcohólica como es la cerveza.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

c. Atributos del Producto

Los atributos del producto son aquellas partes comerciales que se necesitan para que el producto este completo. Aquí se presentan los más importantes del mix de Michelada Volcánica.

- Formula – Núcleo – Materia:

Mix de Michelada volcánica su fórmula es líquida. Contiene clamato, salsa inglesa, salsa tabasco, limón, sal y pimienta.

- Calidad

Michelada volcánica pretende que la calidad de su producto se base principalmente en su sabor, para ello utilizara ingredientes con los más altos estándares de calidad en el mercado. Contará con personas capacitadas para elaborar perfectamente el mix de Michelada.

- Etiqueta

La etiqueta de nuestro producto, es de un color característico de nuestra marca. Esta etiqueta va contener información acerca de los ingredientes, cantidad que contiene el envase, registro sanitario, información de contacto, fecha de expiración, nombre y slogan de la marca e indicaciones de uso.



Ilustración 7 Etiqueta

Fuente: Elaboración propia

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

- Envase

El envase es donde va contenido la materia, en este caso será de plástico transparente de 500 ml. Este envase facilitará que el contenido del mismo se mantenga a la temperatura deseada, además de que sea visible el color de su contenido que será característico del producto. Es un envase de fácil manejo, que no requiere un gran esfuerzo para sostenerse ni ocupa mucho espacio, además el hecho de ser de plástico evita accidentes que pueden ocurrir con los envases de vidrio.



Ilustración 8 Envase

Fuente: Elaboración propia

d. Niveles del Producto

- Beneficio básico o sustancial:

Es lo que realmente adquiere el cliente. Al consumir Michelada volcánica la persona no solo busca llenar una necesidad fisiológica que podría ser satisfecha con agua, sino también tener un momento de relajamiento, distensión y diversión. Algunas personas buscan en las bebidas alcohólicas

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

olvidarse de sus problemas por un momento, y que mejor si a esa bebida le agregas un toque diferente que mix de Michelada les ofrece a los consumidores.

- Producto genérico/real:

Es la versión básica del producto. En nuestro caso de estudio la versión elemental de este producto es el mix de Michelada volcánica de 500 ml, cuyo envase es de plástico.

- Producto esperado:

Es el conjunto de atributos y características que los consumidores buscan habitualmente al adquirir un producto. Con Michelada Volcánica los consumidores esperan que el envase posea fecha de vencimiento, que el producto esté bien helado, que la tapa contenga un sello de calidad estandarizado y que el sabor, olor, color y textura del producto sea la misma o aún mejor a la que están acostumbrados.

- Producto aumentado:

Son los agregados al producto, por encima de lo que brinda la competencia; puede ser un mejor servicio o mejores características. Michelada Volcánica tiene una línea de mix de Michelada de sabores de temporadas que brindan a los consumidores una forma o sabor distinto de disfrutar su Michelada. También se plantea realizar estudios para conocer la viabilidad de producir y comercializar este producto en polvo.

- Producto potencial:

Michelada Volcánica creará una línea de mix que contenga poca pimienta dado que, es de conocimiento que no a todas las personas les gusta la pimienta o bien por salud evitan consumirla.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

e. Mezcla de productos.

La mezcla de productos, también conocida como variedad de productos, se refiere al número total de líneas de productos que una empresa ofrece a sus clientes.

- Amplitud

Michelada Volcánica ofrece únicamente una línea de productos que se basa en el mix para preparar Michelada. Por lo tanto, la amplitud de este negocio es igual a uno.

- Largo

Michelada volcánica, ofrece una única línea de producto y esta línea contiene una sola marca o productos que es el Mix de Michelada Volcánica. Por lo tanto, la longitud de este negocio es igual a uno.

- Profundidad

Michelada Volcánica, tiene como producto el mix de Michelada en una presentación de 500 ml en envase de plástico. Sin embargo, contiene 3 sabores: Clásica, Hot (picante) y sabor de temporada. Aunque se pretende también crear una con poca pimienta.

- Consistencia

Como se menciona en los ítems anteriores, Michelada Volcánica ofrecen un único producto, y aunque su profundidad es variada, es consistente dado que, siempre cumplen la misma finalidad que es preparar Michelada.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

f. Ciclo de vida del producto



Ilustración 9 CVP

Fuente: Google Imágenes

El ciclo de vida de un producto se entiende como el conjunto de etapas por las que se pasa un producto desde su introducción en el mercado hasta su retirada.

Las Michelada se encuentran en la fase de crecimiento, que es cuando este producto empieza a ser aceptado por los consumidores. A pesar de que Michelada Volcánica será nuevo en el mercado, el hecho de que ya existan negocios que trabajen en el mismo rubro es lo que ha logrado que su producto se encuentre en la etapa de crecimiento de su ciclo de vida.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

La competencia directa en esta etapa no es muy intensa. La clave consiste en construir el posicionamiento y realizar modificaciones para poder adaptar el producto a la demanda creciente.

g. Marca

La definición comercial de marca plantea que "es un nombre, símbolo o diseño, o una combinación de ellos, cuyo propósito es designar los bienes o servicios de un fabricante o grupo de fabricantes, y diferenciarlos del resto de los productos y servicios de otros competidores" (Kotler, 2001; 404).

- Componentes de la marca

Michelada Volcánica cuenta con un logo del tipo imagotipo que es la combinación de imagen y texto, y estos pueden funcionar por separado.



*Ilustración 10 Marca e imagotipo.
Fuente: Elaboración Propia*

El nombre está compuesto de dos palabras, la primera de ellas es "Michelada" que es para lo cual está destinado nuestro producto. La segunda palabra es Volcánica, con esta palabra se pretende evocar el sentido de que somos un producto hecho por nicaragüenses y para nicaragüenses, recordemos que Nicaragua es conocida como la tierra de lagos y volcanes de ahí surge la idea de Volcánica, la primera "A" de esta palabra simula la forma de un volcán.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.



*Ilustración 11 Imagotipo.
Fuente: Elaboración propia*

Este logo está compuesto por dos volcanes, lo que expresa que es un producto que se puede compartir con amigos o familia, en la copa de cada volcán se muestra unas nubes blancas que simulan un vaso de cerveza (Como se ha mencionado antes el mix de Michelada se consume al mezclarse con cerveza).



*Ilustración 12 Logo.
Fuente: Elaboración propia*

- Slogan

“Una erupción de sabor”

Este slogan expresa que Michelada Volcánica ofrece un producto con un sabor único y que va a cambiar el sabor monótono de la cerveza. Además, cabe destacar que este slogan no solo transmite que es un producto diferente, sino que va de la mano con el nombre de la empresa.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

- Gama cromática



*Ilustración 13 Gama Cromática.
Fuente: Elaboración propia*

Los tonos cafés representan que este es un producto orgánico, y es color característico del mix de Michelada clásico. En términos de emociones se usa para reflejar honestidad, la honestidad con la que ofrecemos nuestros productos al público.

El tono naranja refleja alegría, y felicidad que es el objetivo de consumo de nuestro producto que nuestros consumidores se sientan alegres al consumirlo y compartirlo con la familia o amigos.

El tono blanco caracteriza limpieza y simplicidad.

4.4.2. Análisis de la competencia.

4.4.2.1. Competencia directa.

Según los datos recolectados a través de nuestra investigación de mercado hemos llegado a la conclusión de que existen dos marcas como competencia directa.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

A. Don Señor



Ilustración 14 Competencia "Don Señor"

Fuente: Facebook

Don Señor es una marca nicaragüense que empezó operaciones en octubre de 2018.

- Productos

Don Señor ofrece mix de Michelada de dos sabores, clásica y de mango, en una sola presentación de 500 ml. También ofrece Michelada servidas.

- Precio

Desde que comenzó operaciones ha mantenido el mismo precio de C\$140 córdobas por el envase de 500ml.

- Canales de distribución.

Don Señor utiliza un canal de distribución corto: Fabricante-Detallista-Consumidor. Dado que oferta sus productos únicamente de manera directa en Farmer Market Las Colinas, y con intermediario detallista oferta sus productos es Restaurante Mychoys.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

B. Michemix-CCN



Ilustración 15 Competencia "Miche Mix" (CCN)

Fuente: Facebook

Michemix es un producto nicaragüense existente desde el 2016.

- Productos

Michemix, ofrece mix de Michelada de dos tipos: Clásica y hot (picante), en presentaciones de 350ml

- Precio

Su precio actual es de C\$ 90 córdobas por el envase de 350ml.

- Canales de distribución.

Michemix utiliza un canal de distribución largo: Fabricante-Mayorista-Detallista-Consumidor. Esta marca utiliza este canal, dado que, el fabricante vende el producto a Compañía Cervecera de Nicaragua, y esta es la encargada de distribuirla a los agentes detallista que en este caso es exclusivamente Súper Express, para luego finalmente llegar al consumidor.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

4.4.2.2. Competencia indirecta.

La competencia indirecta de Michelada Volcánicas, se basa en todos aquellos cocteles que se consuman con cualquier bebida alcohólica que no sea cerveza. Como pueden ser Daiquiris, Margaritas etc.

4.4.3. Objetivos de Marketing

4.4.3.1. Objetivo General.

Diseñar un plan de mercadeo para la introducción y posicionamiento de la marca Michelada Volcánica en el mercado de productos de ocio en el departamento de Managua, Nicaragua.

4.4.3.2. Objetivos Específicos.

- Establecer la estrategia de precio más adecuada para que la presentación de 500ml de mix de Michelada volcánica sea atractiva para el cliente.
- Elaborar una estrategia de distribución que permita que el producto llegue con facilidad a los consumidores.
- Diseñar estrategia de promoción y publicidad para lograr la fidelización del consumidor del producto en el mercado.

4.4.4. Descripción del mercado meta

El mercado meta de Michelada Volcánica es bastante amplio, por lo que lo segmentaremos tomando en cuenta únicamente las variables que se concierne al negocio según datos recolectados en el estudio de mercado.

- Geográfica.

Michelada Volcánica, tiene como mercado meta a las personas ubicadas en el departamento de Managua, Nicaragua.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

- Demográfica.

Edad: 18-45 años

Sexo: Hombres y mujeres

- Psicográfica.

Clase social: Clase media-Clase alta

Estilo de vida: Consumidores de cerveza

Personalidad: Versátiles, dispuestos a probar productos nuevos.

- Conductual

Hombres y mujeres, que consuman cerveza ya sea solos o acompañados, en reuniones con amigos y/o familia. Que les guste quedarse en casa o salir a bares y restaurantes.

4.4.5. Demanda y participación de mercado.

4.4.5.1 Demanda

La demanda actual son todas aquellas personas que consumen Mix de Michelada. En el estudio de mercado realizado en la ciudad de Managua determinamos que un cierto porcentaje ha consumido la Michelada, pero aun así, contamos con un porcentaje, el cual aún no ha consumido esta Michelada, por la razón de que no la han probado o bien, han quedado insatisfechos con el producto.

La población total que visitan los restaurantes y grandes bares, es muy grande, sin contar esos bares pequeños que se encuentran a la vuelta de la esquina, o ubicados en mercados dentro de la capital.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

Para realizar dichos cálculos se tomaron en cuenta a los jóvenes a partir de los 18 años y adultos que poseen una posición financiera estable, y se destacó que arriba del 60% han probado la Michelada y los que no, están dispuestos a consumirla.

Demanda actual en unidades físicas

| Producto | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Michelada Clásica | 10,005 | 10,505 | 11,030 | 11,582 | 12,161 |
| Michelada Picante | 10,005 | 10,505 | 11,031 | 11,582 | 12,161 |
| Michelada de Sabor | 10,005 | 10,506 | 11,030 | 11,582 | 12,162 |
| Total | 30,015 | 31,516 | 33,092 | 34,746 | 36,484 |

Tabla 5 Demanda en unidades físicas.

Fuente: Elaboración propia

4.4.5.2 Participación

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

Dado a que existen otras marcas de Michelada en el mercado, se determina que el mercado que índico que aún no ha probado pero que si lo está interesado, estaría dispuesto a degustar Michelada Volcánica.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

Cabe mencionar que a pesar de estas ofertas competidoras, este producto ofrece más facilidad de consumo al cliente por las características del mismo, debido a esta condición nuestra participación corresponde al 22%.

Con respecto a los datos recién dados, hemos podido determinar la participación de mercado que tendrá Michelada Volcánica en 5 años, tomando los datos de la demanda de cada año y de cada producto.

| Producto | Participación en el mercado % | Participación en unidades por año | | | | |
|--------------------|-------------------------------|-----------------------------------|-----|-----|-----|-----|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Michelada Clásica | 22% | 330 | 440 | 550 | 660 | 770 |
| Michelada Picante | 22% | 176 | 176 | 198 | 209 | 220 |
| Michelada de Sabor | 22% | 176 | 187 | 198 | 198 | 209 |

Tabla 6 Participación de mercado.

Fuente: Elaboración propia

4.3.6 Plan de Acción

Mix de Michelada Volcánica se dedica a la fabricación de mix o cocteles que se combina con cerveza dando como resultado una exquisita bebida llamada Michelada.

Esta mezcla es práctica para las celebraciones, reuniones sociales, y familiares, es fácil de preparar este cóctel, sin tener que buscar cada uno de los ingredientes para hacerla.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

4.4.6.1 Acciones de Producto.

- ✓ Producto dirigido a los consumidores jóvenes y adultos.
- ✓ Oferta con variedad de tres sabores para distintos gustos
- ✓ Presentación 500 ml
- ✓ A largo plazo pudiéndose ampliar la oferta de líneas de productos de sabores y colores así como también en sus presentaciones

4.4.6.2 Acciones de Precio.

El precio de venta será de 5 dólares en el primer año proyectado a los 5 años considerándose un ajuste anual según la inflación del sector que es del 5% anual, según el informe del BCN del año 2018.

Precios sin IVA proyectado a los 5 años

| Producto | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Michelada Sabor | \$5.00 | \$5.25 | \$5.51 | \$5.79 | \$6.08 |
| Michelada Clásica | \$5.00 | \$5.25 | \$5.51 | \$5.79 | \$6.08 |
| Michelada Picante. | \$5.00 | \$5.25 | \$5.51 | \$5.79 | \$6.08 |

Tabla 7 Precios sin IVA proyectado a 5 años

Fuente: Elaboración propia

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

Precios con IVA proyectado a los 5 años

| Producto | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Michelada Sabor | \$5.75 | \$6.04 | \$6.34 | \$6.66 | \$6.99 |
| Michelada Clásica | \$5.75 | \$6.04 | \$6.34 | \$6.66 | \$6.99 |
| Michelada Picante. | \$5.75 | \$6.04 | \$6.34 | \$6.66 | \$6.99 |

Tabla 8 Precios con IVA proyectado a 5 años

Fuente: Elaboración propia

4.4.6.3 Acciones de Promoción

La estrategia de promoción y publicidad que utilizaremos va dirigida a motivar el deseo de compra de los consumidores para que adquieran el producto.

Tomando en cuenta las siguientes consideraciones:

- Selección de un mensaje corto, adecuado y efectivo dirigido a motivar el consumo de Michelada.
- Escogiendo los medios de publicidad adecuados de acuerdo a nuestro producto. Se empleara la publicidad a través de redes sociales para los consumidores que se encuentren fuera del sector donde está ubicado nuestro local.
- Se realizaran regalías, descuentos en los puntos de distribución para nuestros clientes, promoviendo este producto por medio de la radio.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

- Se utilizarán spot publicitarios de los testimonios de las personas que han consumido el MIX MICHELADA "VOLCÁNICA", es nuestro objetivo llegar al último rincón de la comunidad.

Presupuesto de mercado

| PRESUPUESTO DE MARKETING | | | | | | |
|---------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| CONCEPTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | TOTAL |
| Anuncio en redes sociales | \$200.00 | \$210.00 | \$220.50 | \$231.53 | \$243.10 | \$1,105.13 |
| Publicidad btl | \$350.00 | \$367.50 | \$385.88 | \$405.17 | \$425.43 | \$1,933.97 |
| Descuentos | \$1,200.00 | \$1,260.00 | \$1,323.00 | \$1,389.15 | \$1,458.61 | \$6,630.76 |
| Regalías | \$800.00 | \$840.00 | \$882.00 | \$926.10 | \$972.41 | \$4,420.51 |
| TOTAL | \$2,550.00 | \$2,677.50 | \$2,811.38 | \$2,951.94 | \$3,099.54 | \$14,090.36 |

Tabla 9 Presupuesto de mercado.

Fuente: Elaboración propia

4.4.6.4 Acciones de Distribución

Mix de Michelada Volcánica usará un canal de distribución largo.



Ilustración 16 Distribución

Fuente: Elaboración propia

Este canal consta de dos intermediarios, el distribuidor y el detallista. Nos asociaremos con Súper La Colonia quien será nuestro distribuidor y a su vez nuestro detallista. Además, contaremos con nuestro punto de ventas al detalle.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

Proyecciones de Ventas

Para determinar el estimado de las proyecciones de venta, únicamente se procedió a multiplicar las unidades proyectadas, según la participación de mercado, por su precio sin IVA, dando como resultado las proyecciones a 5 años.

| Ventas | | | | | |
|---------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| <i>Línea de productos</i> | Total | Total | Total | Total | Total |
| Michelada de Sabor | \$43,500.00 | \$47,958.75 | \$52,874.52 | \$58,294.16 | \$64,269.31 |
| Michelada Clásica | \$43,500.00 | \$47,958.75 | \$52,874.52 | \$58,294.16 | \$64,269.31 |
| Michelada Picante | \$43,500.00 | \$47,958.75 | \$52,874.52 | \$58,294.16 | \$64,269.31 |
| Total | \$130,500.00 | \$143,876.25 | \$158,623.57 | \$174,882.48 | \$192,807.94 |

Tabla 10 Proyección de venta

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a lo que podemos observar en la tabla, es que nuestras proyecciones de venta correspondientes a la Miche de sabor, clásica y Picante es de \$43,500 y en cada año va en crecimiento con un 5% esto corresponde a la inflación del mercado que constantemente va en aumento.

5. Plan de Producción.

El Plan de Producción tiene como objetivo describir las operaciones de la empresa, es decir, el proceso fabricación del producto o de prestación del servicio, así como los recursos humanos, materiales y tecnológicos necesarios para el funcionamiento de dichas operaciones.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

5.1 Cursograma del servicio.

En la siguiente ilustración se muestra el proceso a seguir a través de actividades para la producción del Mix de Michelada “Volcánica”.

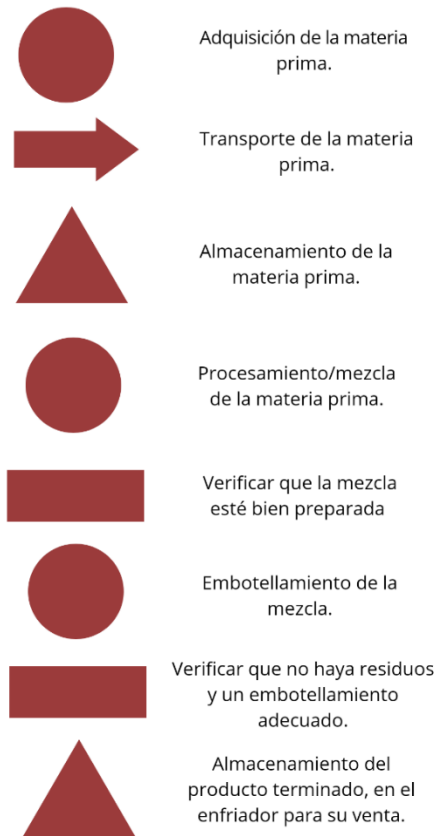


Ilustración 17 Cursograma

Fuente: Elaboración propia.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

| Símbolo | Clasificación | Resultado |
|---|----------------|--------------|
|  | Operación | Ejecución |
|  | Transporte | Movimiento |
|  | Inspección | Verificación |
|  | Almacenamiento | Guardar |

Ilustración 18 Significado del Cursograma.

Fuente: Elaboración propia.

5.1.1. Descripción del proceso de producción

Para la elaboración de Mix de Michelada Volcánica tenemos procesos a seguir el cual está descrito en El Cursograma de Producción establecido; por lo cual deben cumplirse las siguientes actividades.

a) Primeramente adquirimos la materia prima

Es el inicio del proceso de producción, los cuales son: salsa clamato salsa inglesa, Lea & Perrins, sal y pimienta el que recibe verificara la cantidad para transportar a almacén este transporte lo hará propiamente un miembro el personal de la empresa.

a) Almacenamiento de la materia prima

Cuando la materia prima ya se encuentra en la empresa esta debe ser almacenada hasta que sea solicitado su uso. Algunas partes de la materia prima deben ser almacenadas en refrigeradoras, y otras simplemente en lugares no húmedos.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

b) Procesamiento/mezcla de la materia prima

Esta es la parte principal para llegar a obtener nuestro producto terminado, aquí es el momento en que se mezclan los productos de la materia prima dosificado para obtener nuestro producto.

c) Verificar que la fórmula está bien preparada

En este paso, se trata de probar la mezcla que hemos creado con el fin de que se mantenga la misma calidad y sabor de todas las producciones.

d) Embotellamiento de la mezcla

Luego de preparada la mezcla, esta es inmediatamente embotellada en botellas con capacidad de 500 ml.

e) Verificar que no queden residuos y adecuado embotellamiento

Este paso es importante, porque en caso de quedar residuos es muestra de que la mezcla no se está realizando adecuadamente y se están usando medidas no adecuadas por lo que se crean residuos. Verificar que el embotellamiento sea el adecuado, que todas las botellas cumplan con la misma medida y no presenten ningún daño.

f) Almacenamiento del producto terminado

Luego de haber embotellado el producto y la verificación del mismo se almacenan en los enfriadores con el objetivo de que el producto siempre este frío y listo para ser llevado por los compradores.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

5.1.2. Flujo grama de comercialización.


| Actividad | Maquinaria/h herramienta | Área involucrada | | | | Tiempo/ horas |
|---|-----------------------------------|--|---|---|---|------------------|
| | | Cliente | Ventas | Caja | Contabilidad | |
| Ingreso a la localidad | |  | | | | 0.5 |
| Bienvenida y oferta del producto | Atención al cliente | |  | | | 0.05 |
| Selección del producto | Mostrador, estante y refrigerador |  | | | | 0.1 |
| Factura y pago | POS, computador | | |  | | 0.1 |
| Abono del local | |  | | | | 0.1 |
| Remisión de documentos de venta y compatibilidad | Documento administrativo | | | |  | 15 |

Tabla 11 Actividad dentro del local.

Fuente: Elaboración propia.

Las actividades requeridas dentro del proceso de atención al cliente (servicio) son las siguientes:

1) *Ingreso de cliente al local*

Es el paso inicial del proceso de compra, en el cual el cliente entrará al área de ventas.

2) *Bienvenida y oferta del producto*

Paso del dependiente o vendedor se encargará de dar un cálido recibimiento a cada cliente que ingresa para luego ofrecer los productos.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

3) Selección del producto

El cliente elegirá el producto que se ajuste a sus necesidades.

4) Facturado y pago

Después de haber decidido el cliente que productos llevara se procederá a realizar la facturación y pago del mismo.

5) Abandono del local

Luego del pago, el cliente procederá a abandonar el local.

6) Remisión de documentos

Una vez finalizado los procesos de ventas serán enviados todos los documentos de ingresos por las mismas al área de Contabilidad.

5.2 Activos Fijos

Los activos fijos o activos no corrientes son los activos que corresponden a bienes y derechos que no son convertidos en efectivo por una empresa en el año, y permanecen en ella durante más de un ejercicio.

5.2.1 Maquinaria de producción

| No. | Descripción | Cantidad | Costo Unitario US\$. | Costo total US\$. |
|--------------|-----------------------|----------|----------------------|-------------------|
| 1 | Licadora Industrial | 1.00 | 100.00 | 100.00 |
| 2 | Caldero de aluminio | 2.00 | 15.00 | 30.00 |
| 3 | Enfriadora | 1.00 | 2,139.83 | 2,139.83 |
| 4 | Recipientes Plásticos | 5.00 | 2.00 | 10.00 |
| 5 | Utensilio de cocina | 3.00 | 2.00 | 6.00 |
| 6 | Mesa de Producción | 1.00 | 70.00 | 70.00 |
| Total | | | | 2,355.83 |

Tabla 12 Maquinaria de producción.

Fuente: Elaboración propia.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

5.2.2 Mobiliario y equipo de oficina

| No. | Descripción | Cantidad | Costo unitario US\$. | Costo total US\$ |
|--------------|---------------------|----------|----------------------|------------------|
| 1 | Escritorio | 2.00 | 77.00 | 154.00 |
| 2 | Silla de oficina | 2.00 | 50.00 | 100.00 |
| 3 | Computadoras | 1.00 | 600.00 | 600.00 |
| 4 | Aire Acondicionad | 1.00 | 250.00 | 250.00 |
| 5 | Impresora | 1.00 | 116.00 | 116.00 |
| 6 | Teléfono fijo | 2.00 | 20.00 | 40.00 |
| 7 | Archivador Metálico | 2.00 | 60.00 | 120.00 |
| 8 | Banca de Espera | 2.00 | 35.00 | 70.00 |
| Total | | | | 1,450.00 |

Tabla 13 Mobiliario y equipo de oficina

Fuente: Elaboración propia.

5.2.3 Equipos rodantes

| No. | Descripción | Cantidad | Costo unitario US\$. | Costo total US\$ |
|--------------|--|----------|----------------------|------------------|
| 1 | Changan panel 1200cc 1 tonelada de carga, año 2018 | 1.00 | 9,113.04 | 9,113.04 |
| Total | | | | 9,113.04 |

Tabla 14 Equipo rodantes.

Fuente: Elaboración propia.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

5.2.4 Total de activos

| No. | Concepto | Costo Total |
|----------------|-----------------------|------------------|
| 1 | Equipo de Oficina | 1,450.00 |
| 2 | Equipos de Producción | 2,355.83 |
| 3 | Equipos de Transporte | 9,113.04 |
| Totales | | 12,918.87 |

Tabla 15 Total de activos

Fuente: Elaboración propia.

5.3 Vida Útil de los activos fijos

La vida útil de los activos fijos de Michelada volcánica se calculó a 5 años utilizando el método lineal y porcentajes de depreciación basados en el art. 34 del reglamento de la ley 822, Ley de Concertación Tributaria y Equidad Fiscal de Nicaragua.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

| No | Descripción | Valor del bien | Dep. Anual | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--------------|--|------------------|------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 1 | Escritorio | 154.00 | 20% | 30.80 | 30.80 | 30.80 | 30.80 | 30.80 |
| 2 | Silla de oficina | 100.00 | 20% | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 |
| 3 | Computadoras | 600.00 | 50% | 300.00 | 300.00 | - | - | - |
| 4 | Aire Acondicionado | 250.00 | 20% | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 | 50.00 |
| 5 | Impresora | 116.00 | 50% | 58.00 | 58.00 | - | - | - |
| 6 | Teléfono fijo | 40.00 | 20% | 8.00 | 8.00 | 8.00 | 8.00 | 8.00 |
| 7 | Archivador Metálico | 120.00 | 20% | 24.00 | 24.00 | 24.00 | 24.00 | 24.00 |
| 8 | Banca de Espera | 70.00 | 20% | 14.00 | 14.00 | 14.00 | 14.00 | 14.00 |
| 9 | Licadora Industrial | 100.00 | 20% | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 |
| 10 | Caldero de aluminio | 30.00 | 20% | 6.00 | 6.00 | 6.00 | 6.00 | 6.00 |
| 11 | Enfriadora | 2,139.83 | 20% | 427.97 | 427.97 | 427.97 | 427.97 | 427.97 |
| 12 | Recipientes Plásticos | 10.00 | 20% | 2.00 | 2.00 | 2.00 | 2.00 | 2.00 |
| 13 | Utensilio de cocina | 6.00 | 20% | 1.20 | 1.20 | 1.20 | 1.20 | 1.20 |
| 14 | Mesa de Producción | 70.00 | 20% | 14.00 | 14.00 | 14.00 | 14.00 | 14.00 |
| 15 | Changan panel 1200 cc 1 tonelada de carga año 2018 | 9,113.04 | 20% | 1,822.61 | 1,822.61 | 1,822.61 | 1,822.61 | 1,822.61 |
| Total | | 12,918.87 | | 2,798.57 | 2,798.57 | 2,440.57 | 2,440.57 | 2,440.57 |

Tabla 16 Depreciación de activos

Fuente: Elaboración propia.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

5.4 Capacidad Planificada y Futura

Tomando en cuenta la producción anual de 30,000 unidades dividiéndose entre 12 meses resulta la capacidad de producción mensual.

La capacidad productiva planificada hace referencia al máximo nivel de producción que puede soportar una unidad productiva concreta, en circunstancias normales de funcionamiento durante un periodo de tiempo determinado.

Según nuestra participación de mercado en unidades para el primer año es de 26,100 no obstante, decidimos aumentarle un 15% al total de cada año en la participación del mercado para tener una producción planificada de 30,000 para el primer año, aumentando el 5% anual 31,516 unidades para el segundo año, 33,092 para el tercer año, 34,746, para el cuarto año y por último el quinto año con 36,483 unidades ya que no podemos predecir con exactitud nuestra demanda.

Tomando en cuenta la capacidad de producción anual de 30,015 unidades dividiéndose entre los 12 meses resulta la capacidad de producción mensual es de 2,501 unidades.

La capacidad de producción por día dividiéndose la capacidad mensual entre 26 días se detalla de 96 unidades por día, la capacidad por hora se obtiene dividiendo la capacidad por día en este caso 96 entre las 8 horas laborales esto significa que en 1 hora la capacidad de producción es de 12 para el primer año.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

5.4.1 Capacidad Planificada.

| Capacidad | Capacidad de Producción por Hora | Capacidad de Producción por día | Capacidad de Producción Mensual | Capacidad de Producción Anual |
|----------------|--|---------------------------------|---------------------------------|-------------------------------|
| Año 1 | 12 | 96 | 2,501 | 30,015 |
| Año 2 | 13 | 101 | 2,626 | 31,516 |
| Año 3 | 13 | 106 | 2,758 | 33,092 |
| Año 4 | 14 | 111 | 2,896 | 34,746 |
| Año 5 | 15 | 117 | 3,040 | 36,483 |
| Totales | Capacidad de producción en 5 años | | | 165,852 |

Tabla 17 Capacidad planificada

Fuente: Elaboración propia.

5.4.2 Capacidad Futura.

Con los valores de capacidad real y capacidad efectiva calculados, podemos hallar utilización de la capacidad y eficiencia de producción.

Para encontrar la eficiencia procedimos a realizar el siguiente cálculo:

$$Utilización = \frac{\text{Demanda Anual}}{\text{Capacidad de Producción Anual}} = \frac{26,100.00}{30,015.00} = 86.96\%$$

Ilustración 19 Formula capacidad futura

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla siguiente tabla se muestra el cálculo de la capacidad de producción proyectada.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

| Capacidad | Capacidad Anual | Demanda Anual | Eficiencia | Capacidad Ociosa |
|----------------|-----------------|----------------|------------|------------------|
| Año 1 | 30,015 | 26,100 | 86.96% | 13.04% |
| Año 2 | 31,516 | 27,405 | 86.96% | 13.04% |
| Año 3 | 33,092 | 28,775 | 86.96% | 13.04% |
| Año 4 | 34,746 | 30,214 | 86.96% | 13.04% |
| Año 5 | 36,483 | 31,725 | 86.96% | 13.04% |
| Totales | 165,852 | 144,219 | | |

Tabla 18 Capacidad futura

Fuente: Elaboración propia.

La eficiencia que tendremos en cada año es de 86.96% es decir, que se están usando de la mejor manera posible los factores en la producción de bienes y servicios.

Como empresa nos enfocamos en buscar como optimizar los recursos correspondientes a la materia prima, el tiempo, equipo y el esfuerzo tratar de hacer más con menos, dando resultados favorables y siempre procurando la calidad.

Sin embargo no obviamos que presentamos una capacidad ociosa de 13.4% en cada año esto quiere decir que hay recursos que no están siendo utilizados en la producción de bienes y servicios, que se esta haciendo un uso ineficiente de los recursos productivos pero que podría mejorar su uso.

5.4.3 Ubicación y diseño de planta.

Mix de Michelada Volcánica, estará ubicado en el Distrito VI de Managua. Es un sitio donde la población es amistosa y tranquila por lo que nos brindan las características para poder llevar a cabo de forma espontánea la elaboración de nuestro producto, Factor positivo que facilita el proceso de las actividades económicas.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.



Ilustración 20 Ubicación

Fuente: Google Maps

5.3.4 Planos de la planta



Ilustración 21 Planos de la instalación

Fuente: Elaboración propia

5.5 Materia prima necesaria y costo de la materia prima.

A continuación, se muestra los costos totales y desglosados de la materia prima a utilizar por tipo de Mix de Micheladas y el incremento en los costos de un 5% anual.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

| Año | No | Línea de producto | Unidades | Costo Unidades \$ | Total \$ |
|------------|-----------|--------------------------|-----------------|--------------------------|-----------------|
| 1 | 1 | Michelada Clásica | 10,005 | 2.09 | 20,910.45 |
| | 2 | Michelada de sabor | 10,005 | 2.11 | 21,110.55 |
| | 3 | Michelada Picante | 10,005 | 2.63 | 26,313.15 |
| | Total | | 30,015 | 6.83 | 68,334.15 |
| | | | | | |
| Año | No | Línea de producto | Unidades | Costo Unidades \$ | Total \$ |
| 2 | 1 | Michelada Clásica | 10,505 | 2.19 | 23,053.22 |
| | 2 | Michelada de sabor | 10,505 | 2.22 | 23,273.83 |
| | 3 | Michelada Picante | 10,506 | 2.76 | 29,012.32 |
| | Total | | 31,516 | 7.17 | 75,339.37 |
| | | | | | |
| Año | No | Línea de producto | Unidades | Costo Unidades \$ | Total \$ |
| 3 | 1 | Michelada Clásica | 11,030 | 2.42 | 26,746.90 |
| | 2 | Michelada de sabor | 11,031 | 2.45 | 27,005.29 |
| | 3 | Michelada Picante | 11,031 | 3.05 | 33,660.63 |
| | Total | | 33,092 | 7.92 | 87,412.82 |
| | | | | | |
| Año | No | Línea de producto | Unidades | Costo Unidades \$ | Total \$ |
| 4 | 1 | Michelada Clásica | 11,582 | 2.68 | 31,034.42 |
| | 2 | Michelada de sabor | 11,582 | 2.71 | 31,331.41 |
| | 3 | Michelada Picante | 11,582 | 3.37 | 39,052.89 |
| | Total | | 34,746 | 8.76 | 101,418.72 |
| | | | | | |
| Año | No | Línea de producto | Unidades | Costo Unidades \$ | Total \$ |
| 5 | 1 | Michelada Clásica | 12,161 | 2.96 | 36,007.40 |
| | 2 | Michelada de sabor | 12,161 | 2.99 | 36,351.96 |
| | 3 | Michelada Picante | 12,162 | 3.73 | 45,314.47 |
| | Total | | 36,484 | 9.68 | 117,673.83 |
| | | | | | |

Tabla 19 Costos totales

Fuente: Elaboración propia

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

Costos desglosados de materia prima de Michelada de Clásica presentación 500 ml

| Michelada de Clásica | Cantidad por ml | Cantidad por ml | Dosificación | Costo |
|--|-----------------|-----------------|--------------|---------------|
| Salsa Clamato | 10 | \$0.0211 | 12 | \$0.25 |
| Salsa Tabasco | 5 | \$0.0273 | 12 | \$0.33 |
| Salsa Inglesa Lea & Perrins | 10 | \$0.0266 | 12 | \$0.32 |
| Sal | 5 | \$0.0024 | 12 | \$0.03 |
| Pimienta | 5 | \$0.0337 | 12 | \$0.40 |
| Jugo de Limón | 15 | \$0.0502 | 12 | \$0.60 |
| Botella Plástica | 1 | \$0.1479 | 1 | \$0.15 |
| MOD | 1 | \$0.1799 | 1 | \$0.18 |
| CIF | 1 | \$0.5292 | 1 | \$0.53 |
| Total | | | | \$2.79 |

Tabla 20 Costo de mano de obra Michelada Clásica

Fuente: Elaboración propia

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

Costos desglosados de materia prima de Michelada de Sabor presentación 500 ml.

| Michelada de Sabor | Cantidad por ml | Costo por insumo | Dosificación | Costo |
|--|-----------------|------------------|--------------|---------------|
| Salsa Clamato | 8 | \$0.0169 | 12 | \$0.20 |
| Salsa Tabasco | 5 | \$0.0273 | 12 | \$0.33 |
| Salsa Inglesa Lea & Perrins | 8 | \$0.0213 | 12 | \$0.26 |
| Sal | 5 | \$0.0024 | 12 | \$0.03 |
| Pimienta | 5 | \$0.0337 | 12 | \$0.40 |
| Jugo de Mango | 20 | \$0.0621 | 12 | \$0.74 |
| Botella Plástica | 1 | \$0.1479 | 1 | \$0.15 |
| MOD | 1 | \$0.1799 | 1 | \$0.18 |
| CIF | 1 | \$0.5292 | 1 | \$0.53 |
| Total | | | | \$2.82 |

Tabla 21 Costo de mano de obra Michelada Sabor

Fuente: Elaboración propia

Costos desglosados de materia prima de Michelada picante presentación 500 ml.

| Michelada de Picante | Cantidad por ml | Costo por Insumo | Dosificación | Costo |
|--|-----------------|------------------|--------------|---------------|
| Salsa Clamato | 8 | \$0.0169 | 12 | \$0.20 |
| Salsa Tabasco | 10 | \$0.0547 | 12 | \$0.66 |
| Salsa Inglesa Lea & Perrins | 8 | \$0.0213 | 12 | \$0.26 |
| Sal | 5 | \$0.0024 | 12 | \$0.03 |
| Pimienta | 5 | \$0.0337 | 12 | \$0.40 |
| Jugo de Limón | 15 | \$0.0502 | 12 | \$0.60 |
| Botella Plástica | 1 | \$0.1479 | 1 | \$0.15 |
| MOD | 1 | \$0.1799 | 1 | \$0.18 |
| CIF | 1 | \$0.5292 | 1 | \$0.53 |
| Total | | | | \$3.01 |

Tabla 22 Costos de mano de obra Michelada picante.

Fuente: Elaboración propia

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

5.6 Mano de obra directa e indirecta.

5.6.1 Mano de obra directa

Michelada Volcánica pretende emplear a 7 trabajadores los cuales 2 corresponden a mano de obra directa y los demás 5 corresponden a mano de obra indirecta, los cuales describiremos.

La mano de obra directa es aquella que participa directamente en el proceso de producción del bien que se va ofrecer al mercado.

A continuación, se presenta la proyección de salarios de Mano de Obra Directa, tomando como referencia un 5% de crecimiento a partir del segundo año, por el crecimiento de la economía.

| Mano de Obra directa | | | | | |
|----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Formulador | \$180.00 | \$189.00 | \$198.45 | \$208.37 | \$218.79 |
| Ayudante | \$166.63 | \$174.96 | \$183.71 | \$192.90 | \$202.54 |
| Total | \$346.63 | \$363.96 | \$382.16 | \$401.27 | \$421.33 |

Tabla 23 Mano de obra

Fuente: Elaboración propia

| Mano de Obra Directa | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Formulador | \$2,160.00 | \$2,268.00 | \$2,381.40 | \$2,500.44 | \$2,625.48 |
| Ayudante | \$1,999.56 | \$2,099.54 | \$2,204.51 | \$2,314.77 | \$2,430.49 |
| Total | \$4,159.56 | \$4,367.54 | \$4,585.91 | \$4,815.21 | \$5,055.97 |

Tabla 24 Proyección de mano de obra

Fuente: Elaboración propia

Según los salarios Mínimos para la industria manufacturera es de **C\$ 5,615.75** córdobas netos o su equivalente en dólares **U\$ 166.63**, en base a lo establecido en el Salario Mínimo del Código del Trabajo vigente hasta su última actualización válido en junio del corriente año 2019.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

Consideramos que el salario mínimo del código del trabajo para nuestros colaboradores es bajo, por lo que decidimos establecer nuestro propio salario fijo, para el procesador establecimos \$180 dólar neto y para la persona encargada de embotellador \$ 166.63 dólar.

5.6.2 Mano de Obra Indirecta

La Mano de Obra Indirecta es aquella que no interviene directamente en el proceso de producción del producto, sin embargo, las actividades indirectas que realiza forman parte de la comercialización y funcionamiento de la empresa como tal.

A continuación, se presenta la proyección de Mano de Obra Indirecta, así como el cuadro anterior se toma en cuenta el 5% de crecimiento de la economía.

| MANO DE OBRA INDIRECTA | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Gerente-administrador | \$200.00 | \$210.00 | \$220.50 | \$231.53 | \$243.10 |
| Cajera-Vendedor de local | \$166.63 | \$174.96 | \$183.71 | \$192.90 | \$202.54 |
| Distribuidor | \$166.63 | \$174.96 | \$183.71 | \$192.90 | \$202.54 |
| Vendedor | \$166.63 | \$174.96 | \$183.71 | \$192.90 | \$202.54 |
| Total | \$699.89 | \$734.88 | \$771.63 | \$810.21 | \$850.72 |

Tabla 25 Mano de obra indirecta

Fuente: Elaboración propia

| Mano de Obra Indirecta | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--------------------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Gerente / Administrador | \$2,400 | \$2,520.00 | \$2,646.00 | \$2,778.36 | \$2,917.20 |
| Contador Externo | \$1,200.00 | \$1,260.00 | \$1,323.00 | \$1,389.15 | \$1,458.61 |
| Cajera | \$1,999.56 | \$2,099.54 | \$2,204.51 | \$2,314.77 | \$2,430.49 |
| Distribuidor | \$1,999.56 | \$2,099.54 | \$2,204.51 | \$2,314.77 | \$2,430.49 |
| Vendedor | \$1,999.56 | \$2,099.54 | \$2,204.51 | \$2,314.77 | \$2,430.49 |
| Total | \$9,598.68 | \$10,078.61 | \$10,582.54 | \$11,111.67 | \$11,667.26 |

Tabla 26 Proyección mano de obra indirecta

Fuente: Elaboración propia

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

5.7 Gastos generales de la empresa

Los gastos generales son todos aquellos gastos de una empresa o negocio que no pueden ser considerados como costos directos de producción, pero que son necesarios para el funcionamiento de la empresa.

5.7.1 Servicios Basicos

| Detalles | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Presupuesto de Mercadeo | \$945.00 | \$945.00 | \$945.00 | \$945.00 | \$945.00 |
| Gastos Pre operativos | \$4,600.00 | - | - | - | - |
| Depreciación | \$3,082.83 | \$3,082.83 | \$2,114.33 | \$2,114.33 | \$2,114.33 |
| Servicios básicos (agua, luz teléf., internet) | \$3,780.00 | \$4,158.00 | \$4,573.80 | \$5,031.18 | \$5,534.30 |
| Papelería | \$3,186.60 | \$3,505.26 | \$3,855.79 | \$4,241.37 | \$4,665.51 |
| Gastos de Limpieza | \$2,778.00 | \$3,055.80 | \$3,361.38 | \$3,697.52 | \$4,067.27 |
| Combustible | \$1,000.00 | \$1,100.00 | \$1,210.00 | \$1,331.00 | \$1,464.10 |
| Alquiler de local | \$8,400.00 | \$8,400.00 | \$8,400.00 | \$8,400.00 | \$8,400.00 |
| Otros Gastos | \$264.00 | \$290.40 | \$319.44 | \$351.38 | \$386.52 |
| 1% sobre ventas | \$853.11 | \$940.55 | \$1,036.96 | \$1,143.24 | \$1,260.43 |
| Matricula alcaldía (2%) | \$1,706.21 | \$1,881.10 | \$2,073.91 | \$2,286.49 | \$2,520.85 |
| Gastos Generales | \$30,595.75 | \$27,358.94 | \$27,890.61 | \$29,541.51 | \$31,358.31 |
| Gastos Generales sin depreciación | \$27,512.92 | \$24,276.11 | \$25,776.28 | \$27,427.18 | \$29,243.98 |

Tabla 27 Gastos operativos

Fuente: Elaboración propia

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

| Concepto | Gasto Mensual | Gasto Anual |
|--------------------------------|-----------------|-------------------|
| Enacal | \$60.00 | \$720.00 |
| Disnorte Dissur | \$150.00 | \$1,800.00 |
| Internet y Teléfono | \$80.00 | \$960.00 |
| Pago de Basura | \$25.00 | \$300.00 |
| Total Servicios Básicos | \$315.00 | \$3,780.00 |

Tabla 28 Servicios básicos

Fuente: Elaboración propia

5.7.2 Gastos de Oficina

| Concepto | Cantidad | Precio unitario | Gasto mes | Gasto anual |
|--------------------------------------|----------|-----------------|-----------------|-------------------|
| Sellos | 3 | \$2.13 | \$6.39 | \$76.68 |
| Almohadillas para sellos | 3 | \$2.00 | \$6.00 | \$72.00 |
| Papel Bond Tamaño Carta | 2 | \$6.00 | \$12.00 | \$144.00 |
| Engrapadoras | 3 | \$2.97 | \$8.91 | \$106.92 |
| Grapas | 3 | \$0.90 | \$2.70 | \$32.40 |
| Ampos | 10 | \$4.00 | \$40.00 | \$480.00 |
| Caja de Folders Tamaño Carta | 1 | \$5.27 | \$5.27 | \$63.24 |
| Lapiceros | 15 | \$0.36 | \$5.40 | \$64.80 |
| Corrector Liquido | 3 | \$0.51 | \$1.53 | \$18.36 |
| Tijeras | 3 | \$2.00 | \$6.00 | \$72.00 |
| Facturas Membretadas (1000 U) | 20 | \$3.36 | \$67.20 | \$806.4 |
| Libretas | 4 | \$0.62 | \$2.48 | \$29.76 |
| Saca Grapas | 4 | \$1.00 | \$4.00 | \$48.00 |
| Resaltador | 4 | \$0.58 | \$2.32 | \$27.84 |
| Tóner Para Impresora HP | 1 | \$65.00 | \$65.00 | \$780.00 |
| Tinta para sellos | 2 | \$1.00 | \$2.00 | \$24.00 |
| Perforadora | 3 | \$7.50 | \$22.50 | \$270.00 |
| Clips | 3 | \$0.31 | \$0.93 | \$11.16 |
| Tape Industrial | 3 | \$1.37 | \$4.11 | \$49.32 |
| Reglas | 3 | \$0.27 | \$0.81 | \$9.72 |
| Total de Gastos de Oficina | | | \$265.55 | \$3,186.60 |

Tabla 29 Gastos de oficina

Fuente: Elaboración propia

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

5.7.3 Gastos de limpieza

| Concepto | Cantidad | Precio Unitario | Gasto Mensual | Total Anual |
|--------------------------------|----------|-----------------|-----------------|-------------------|
| Bolsas de Basura | 50 | 0.6 | 30 | 360 |
| Cloro | 10 | 3.96 | 39.6 | 475.2 |
| Detergente | 24 | 0.5 | 12 | 144 |
| Escoba | 3 | 1.8 | 5.4 | 64.8 |
| Jabón de Lavar Trastes | 6 | 0.75 | 4.5 | 54 |
| Pastes de Lavar Trastes | 6 | 0.45 | 2.7 | 32.4 |
| Lampazo | 3 | 3 | 9 | 108 |
| Mecha de Lampazo | 3 | 3 | 9 | 108 |
| Asistin | 2 | 8 | 16 | 192 |
| Papel Higiénico | 12 | 0.75 | 9 | 108 |
| Papel Toalla | 7 | 4 | 28 | 336 |
| Papeleras | 5 | 3 | 15 | 180 |
| Glade | 5 | 3 | 15 | 180 |
| Alcohol en Gel | 10 | 3.63 | 36.3 | 435.6 |
| Totales | | | \$231.50 | \$2,778.00 |

Tabla 30 Gastos de limpieza

Fuente: Elaboración propia

5.7.4 Herramientas de producción.

| Concepto | Cantidad | Precio Unitario | Gasto Mensual | Total Anual |
|------------------------------------|----------|-----------------|----------------|-----------------|
| Guantes (Pares) | 100 | 0.05 | 5 | 60 |
| Mascarillas | 100 | 0.05 | 5 | 60 |
| Re densilla para el Cabello | 100 | 0.12 | 12 | 144 |
| Totales | | | \$22.00 | \$264.00 |

Tabla 31 Gastos de producción

Fuente: Elaboración propia

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

6. Plan de organización.

6.1. Forma de la Empresa.

Michelada Volcánica se constituirá como Sociedad Anónima, según el Código de Comercio se establece lo siguiente: Arto. 202.- La sociedad anónima puede constituirse por dos o más personas que suscriban la escritura social que contenga todos los requisitos necesarios para su validez, según el artículo 124.

En nuestro caso, Michelada Volcánica, tendrá cinco socios, que aportaran con el capital que corresponderá al 17%, en números exactos, corresponden a \$961.17 por socio. El 83% restante, es el financiamiento requerido al banco, que será del monto de \$24,024.17, y así, poner en marcha nuestro plan de negocio.

Hemos escogido este tipo de sociedad debido a las ventajas que presenta. Por ejemplo, es atractivo ante los demás negocios mercantiles, contamos con estabilidad, garantía para terceros, protección en los intereses de los terceros y administradores ante posibles abusos, también si uno de los socios desea retirarse la sociedad no se disolvería y la empresa seguiría funcionando.

6.1.1 Tamaño de la empresa.

El tamaño de una empresa según la Ley 645 se clasifica de acuerdo con el número total de trabajadores permanentes, activos totales⁷ y ventas totales anuales⁸.

⁷ Activos total Pág. 53

⁸ Ventas anuales Pág. 48

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

| Empresas | Micro | Pequeña | Mediana |
|--------------------------------------|----------------|--------------------|--------------------|
| No. Total trabajadores. | 1-5 | 6-30 | 31-100 |
| Activos totales(C\$) | Hasta 200 mil | Hasta 1.5 millones | Hasta 6.0 millones |
| Ventas totales anuales. (C\$) | Hasta 1 millón | Hasta 9 millones | Hasta 40 millones |

Tabla 32 Tamaño de la empresa

Fuente: Elaboración propia.

Michelada Volcánica es considerada de acuerdo a su tamaño como una pequeña empresa ya que cuenta con un total de 7 trabajadores, sus ventas anuales ascienden a C\$6,715,699.68 y los Activos fijos ascienden a C\$434,978.35 tomando en cuenta el tipo de cambio de C\$33.67 ya que las ventas y activos están valorados en dólares.

6.1.2. Trámites, Permisos y Licencias de Operación que debe Cumplir.

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

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

| Trámite | Instancia | Requisitos | Duración |
|---|--|---|-----------|
| Constitución Legal | Registro Público Mercantil y de la Propiedad | <ul style="list-style-type: none"> • Escritura de Constitución. • Solicitud de inscripción como Comerciante original en papel sellado y firmada por el Presidente. • Fotocopia de cédula de identidad de la persona que firma la solicitud. • Libros Contables de la empresa. • Poder General de Administración en papel sellado con C\$ 70 de timbres fiscales. | 1 mes |
| Número RUC | Dirección General de Ingresos | <ul style="list-style-type: none"> • Copia certificada del acta constitutiva y sus estatutos, debidamente inscritos en los respectivos libros que lleva el Registro • Documentos de identificación del Representante Legal de la persona jurídica, el documento que hace constar su domicilio fiscal. | 1 mes |
| Poder de Administración al Representante Legal | Notario | Documentos de Identidad del Representante. | 1 día |
| Contribuyente a la Admón. De Rentas. | Administración de Rentas | <ul style="list-style-type: none"> • Solicitar inspección como contribuyente. • Realizar inspección en el comercio | 1 semana |
| Registro en la Alcaldía | Alcaldía de Managua | <ul style="list-style-type: none"> • Copia de Escritura de Constitución • Libros contables debidamente registrados | 1 semana |
| Apertura de Cuenta | BAC | <ul style="list-style-type: none"> • Cédula RUC • Documentos Representante Legal. • Origen de Fondos | 2 semanas |
| Registro Sanitario | Ministerio de Salud | <ul style="list-style-type: none"> • Llenar solicitud que lleve datos del titular, fabricante y datos del producto. • Copia de Licencia Sanitaria o Permiso de Funcionamiento vigente para la Fábrica. • Certificado de libre venta de origen. | 1 mes |

Tabla 33 Trámites legales

Fuente: Elaboración propia

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

6.2. Régimen cambiario.

El Banco Central (BCN) de Nicaragua modificó este 28 de octubre la política cambiaria de que la tasa de deslizamiento del tipo de cambio del córdoba con respecto al dólar estadounidense bajaría del 5 al 3 por ciento. Por lo tanto, nuestra empresa estará trabajando con el tipo de cambio establecido al 31 de octubre, que corresponde a C\$33.67

6.3. Régimen tributario.

6.3.1. Impuesto sobre la Renta.

El Impuesto sobre la Renta (IR) es el gravamen fiscal que afecta la renta neta originada en Nicaragua de toda persona natural o jurídica, residente o no en el país.

El impuesto sobre la renta es una carga fiscal que de manera directa afecta a personas de índole naturales o jurídicas, residentes o no, a que se le aplique las deducciones correspondientes que están establecidas en la ley de concertación tributaria en sus ingresos brutos.

6.4. Impuesto al valor agregado.

La empresa Michelada Volcánica será recaudadora del impuesto al Valor Agregado (IVA) con el 15% sobre el valor del producto cumpliendo los siguientes artículos:

1) Técnica del impuesto (Art. 113 de la LCT):

El IVA se aplicará de forma que incida una sola vez sobre el valor agregado de las varias operaciones de que pueda ser objeto un bien, un servicio, o un uso o goce de bienes gravados, mediante la traslación y acreditación del mismo en la forma que adelante se establece.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

2) Traslación o débito fiscal (Art. 114 de la LCT):

El responsable recaudador trasladará el IVA a las personas que adquieran los bienes, reciban los servicios, o hagan uso o goce de bienes. El traslado consistirá en el cobro del monto del IVA establecido en esta Ley, que debe hacerse a dichas personas.

6.5. Régimen laboral.

6.5.1 condiciones de empleo.

Las condiciones de trabajo de los colaboradores de Michelada Volcánica están cubiertas por el Código Laboral de Nicaragua y la seguridad de trabajo están cubiertas por la Constitución del Seguro Social de Nicaragua en donde se obtiene lista de beneficios de los empleados, incluyendo beneficios médicos, de maternidad, de defunción, y sobrevivientes, así como pensiones y compensación por incapacidad.

Nos regimos a lo dispuesto en el Código Laboral de Nicaragua en nuestra empresa, para llevar un ambiente ameno con nuestros colaboradores; la celebración del contrato de trabajo será indeterminado ya que queremos mantener estabilidad con los colaboradores para no cambiar el ritmo de trabajo ni la calidad del servicio.

El 100% de nuestros colaboradores son nicaragüenses, dando oportunidad de empleo a 6 personas, 02 en el departamento administrativo, 02 en el área de producción, y 02 en el área de distribución y ventas. Contaremos además con la colaboración de un contador externo.

6.5.2 Tipos de Jornada Laboral:

Los horarios establecidos por la empresa serán horarios administrativos de lunes a viernes 8am a 5pm, los sábados de 8am-2pm, teniendo domingo

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

como día séptimo y en casos especiales de horas adicionales se remunerará extraordinariamente.

6.5.3 Beneficios Sociales:

1. Vacaciones Descansadas o Pagadas:

Todos los colaboradores tienen derecho a 15 días continuos de vacaciones con goce de salario por cada seis meses de labores continuas por el mismo empleador, las vacaciones serán pagadas o descansadas en caso de que lo amerite el colaborador.

2. Aguinaldo:

Por cada año de labor continua, todos los colaboradores tienen derecho al treceavo mes de salario (Aguinaldo) el cual se proporcionará al colaborador en los primeros diez días del mes de diciembre.

6.6 Estructura organizacional.

La estructura organizacional de Michelada Volcánica es de orden jerárquico lineal ya que cada uno de los trabajadores se va a regir de acuerdo con lo que su superior indique, además las comunicaciones son abiertas sin intermediarios también es de carácter funcional porque cada uno de los responsables de áreas puede tomar decisiones para mejorar el proceso de la empresa.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

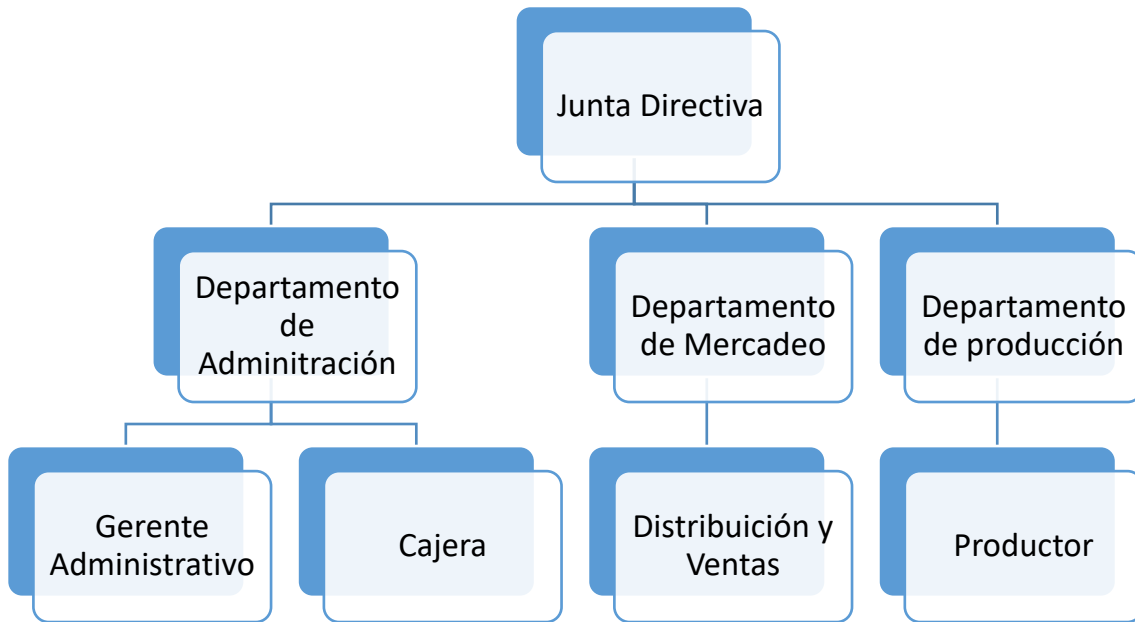


Ilustración 22 Organigrama

Fuente: Elaboración propia

Para mostrar de mejor manera la estructura organizacional de la empresa, presentamos el organigrama descrito con cada uno de los puestos.

Michelada Volcánica se encuentra organizada de la siguiente manera: Junta Directiva, integrada por los socios de la empresa; luego se encuentran los departamentos: Departamento Administrativo, integrado por el Gerente Administrativo quien es el que recibe las órdenes directas de la junta directiva y las transmite a los demás departamentos, además de estar encargado del local. También está integrado por la cajera; Departamento de mercadeo, integrado por el área de distribución y ventas; y el Departamento de Producción, integrado por los encargados de producir el Mix de Michelada.

➤ Junta Directiva:

Es la encargada de brindar los planes estratégicos a la empresa, revisión de utilidades y bajar orientaciones a la gerencia general para el cumplimiento de objetivos.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

➤ Departamento Administrativo:

Será el encargado de llevar a cabo los planes estratégicos de la Junta, además de ser el encargado de unificar a todos los departamentos y quien maneje todo lo referente al local de Michelada Volcánica.

➤ Departamento de Mercadeo:

Será el encargado de promover el producto al mercado, se encargará de la distribución y venta de los productos, a dar seguimiento día a día del movimiento del producto para garantizar la cobertura total y abastecimiento a los locales comerciales.

➤ Departamento de Producción:

Es el área que tiene como función principal, la transformación de insumos o recursos (materia prima, mano de obra, capital) en productos finales.

La comunicación fluirá de abajo hacia arriba ya que los departamentos de Ventas y Producción son los que subirán los informes y avances a la gerencia general y ésta los hará llegar a la junta directiva, en las reuniones mensuales que serán debidamente agendadas.

6.7 Actividades y gastos operativos.

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

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

| Actividad | Duración | Gastos |
|------------------------------|-----------|-------------------|
| Trámites legales | (2 Meses) | \$250.00 |
| Plan de negocio | (5 Meses) | \$260.00 |
| Búsqueda de Financiamiento | (2 Meses) | \$40.00 |
| Reclutamiento de personal | (1 Mes) | \$100.00 |
| Capacitación de personal | (1 Mes) | \$150.00 |
| Cotización de maquinaria | (1 Mes) | \$50.00 |
| Instalaciones de maquinarias | (1 Mes) | \$150.00 |
| TOTAL | | \$1,000.00 |

Tabla 34 Gastos pre-operativos

Fuente: Elaboración propia.

| Grupo 1 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
|------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
| Trámites legales | | | | | | | | | | | | |
| Plan de negocio | | | | | | | | | | | | |
| Búsqueda de Financiamiento | | | | | | | | | | | | |
| Reclutamiento de personal | | | | | | | | | | | | |
| Capacitación de personal | | | | | | | | | | | | |
| Cotización de maquinaria | | | | | | | | | | | | |
| Instalaciones de maquinarias | | | | | | | | | | | | |

Tabla 35 Diagrama de Gantt

Fuente: Elaboración propia.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

7. Plan Financiero

El Plan Financiero es parte muy importante del plan de negocio. Pues en él se recoge toda la información desarrollada y cuantificada en unidades monetarias.

7.1 Plan de Inversión

El Monto total de Inversión para poner en marcha Michelada Volcánica es de \$ 28,830.00 de los cuales el 17% será asumido por los socios por partes equitativas que es equivalente a U\$ 4,805.83 y el 83% equivalente a \$24,024.17 con financiamiento Bancario.

| Concepto | Inversión total | Financiamiento | |
|--------------------------------|--------------------|-------------------|--------------------|
| | Monto | Fondos propios | Préstamos |
| Maquina de producción | \$2,355.83 | \$2,355.83 | - |
| Equipo rodante | \$9,113.04 | - | \$9,113.04 |
| Mobiliario y equipo de oficina | \$1,450.00 | \$1,450.00 | - |
| Cápital de trabajo | \$14,911.13 | - | \$14,911.13 |
| Gastos de organización | \$1,000.00 | \$1,000.00 | - |
| Totales | \$28,830.00 | \$4,805.83 | \$24,024.17 |
| Total | | Aporte | Financiamiento |
| | 100% | 17% | 83% |

Tabla 36 Plan de inversión

Fuente: Elaboración propia

Con los Fondos propios se asumirá el 100% Maquinaria de producción, Mobiliario Y Equipo de Oficina, mientras que el vehículo y capital de trabajo al 100% por el préstamo bancario que se va adquirir.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

7.1.1 Estado de Pérdida y Ganancia

| Calculo de Rentabilidad Proyectada | | | | | |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Ventas | \$130,500.00 | \$143,876.25 | \$158,623.57 | \$174,882.48 | \$192,807.94 |
| Costo de los bienes vendidos | \$65,574.42 | \$71,971.53 | \$79,008.13 | \$86,748.96 | \$95,265.35 |
| Utilidad Bruta | \$64,925.58 | \$71,904.72 | \$79,615.44 | \$88,133.52 | \$97,542.59 |
| Gastos Generales (sin depreciación) | \$11,421.16 | \$11,966.67 | \$12,544.25 | \$13,156.21 | \$13,805.07 |
| Gastos Administración | \$12,471.20 | \$13,094.76 | \$13,749.50 | \$14,436.97 | \$15,158.82 |
| Depreciación | \$2,798.57 | \$2,798.57 | \$2,440.57 | \$2,440.57 | \$2,440.57 |
| Amortización de Gastos de Organización | \$500.00 | \$500.00 | \$500.00 | \$500.00 | \$500.00 |
| Total Gastos de Operación | \$27,190.93 | \$28,360.01 | \$29,234.32 | \$30,533.76 | \$31,904.46 |
| Utilidad de Operación | \$37,734.65 | \$43,544.71 | \$50,381.11 | \$57,599.76 | \$65,638.13 |
| Intereses pagados | \$4,420.12 | \$3,465.19 | \$2,300.75 | \$880.85 | \$- |
| Utilidad antes de impuestos | \$33,314.53 | \$40,079.52 | \$48,080.36 | \$56,718.91 | \$65,638.13 |
| Impuestos 30% IR | \$9,994.36 | \$12,023.86 | \$14,424.11 | \$17,015.67 | \$19,691.44 |
| Utilidad neta | \$23,320.17 | \$28,055.67 | \$33,656.25 | \$39,703.24 | \$45,946.69 |

Tabla 37 Cálculo de rentabilidad proyectada

Fuente: Elaboración propia

Al culminar el primer período Michelada Volcánica generará una Utilidad neta de \$23,320.17 valor total que se obtiene después de haber cumplido con todas las obligaciones del negocio.

Se puede observar que, para el segundo año, hay un aumento del 20.31%, mientras que en el tercer año habrá un aumento de 20 % en comparación al segundo año mientras que el cuarto y quinto año hay una disminución de 18% y 15.8% respectivamente.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

7.1.2 Estado de situación financiera

| Activos | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| Activos corrientes | \$14,911.13 | \$37,177.22 | \$63,223.88 | \$93,348.69 | \$128,100.58 | \$176,987.85 |
| Caja y bancos | \$14,911.13 | \$37,177.22 | \$63,223.88 | \$93,348.69 | \$128,100.58 | \$176,987.85 |
| Activo fijo | \$12,918.87 | \$10,120.30 | \$7,321.72 | \$4,881.15 | \$2,440.57 | \$- |
| Maquinaria de Producción | \$2,355.83 | \$2,355.83 | \$2,355.83 | \$2,355.83 | \$2,355.83 | \$2,355.83 |
| Mobiliario y Equipo de Tienda | \$9,113.04 | \$9,113.04 | \$9,113.04 | \$9,113.04 | \$9,113.04 | \$9,113.04 |
| Mobiliario y Equipo de Oficina | \$1,450.00 | \$1,450.00 | \$1,450.00 | \$1,450.00 | \$1,450.00 | \$1,450.00 |
| Accesorios de Cocina | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- |
| Otros activos | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- |
| Depreciación acumulada | | \$(2,798.57) | \$(5,597.15) | \$(8,037.72) | \$(10,478.30) | \$(12,918.87) |
| Activo diferido | \$1,000.00 | \$500.00 | \$- | \$(500.00) | \$(1,000.00) | \$(1,500.00) |
| Gastos de Organización | \$1,000.00 | \$1,000.00 | \$1,000.00 | \$1,000.00 | \$1,000.00 | \$1,000.00 |
| Amortización diferidos | \$- | \$(500.00) | \$(1,000.00) | \$(1,500.00) | \$(2,000.00) | \$(2,500.00) |
| Total de activos | \$28,830.00 | \$47,797.52 | \$70,545.61 | \$97,729.84 | \$129,541.16 | \$175,487.85 |
| Pasivos | \$24,024.17 | \$19,671.52 | \$14,363.94 | \$7,891.92 | \$- | \$- |
| Pasivo largo plazo | | | | | | |
| Préstamo largo plazo | \$24,024.17 | \$19,671.52 | \$14,363.94 | \$7,891.92 | \$- | \$- |
| Capital | \$4,805.83 | \$28,126.00 | \$56,181.67 | \$89,837.92 | \$129,541.16 | \$175,487.85 |
| Capital social | \$4,805.83 | \$4,805.83 | \$4,805.83 | \$4,805.83 | \$4,805.83 | \$4,805.83 |
| Utilidad acumulada | | | \$23,320.17 | \$51,375.84 | \$85,032.09 | \$124,735.33 |
| Utilidad del periodo | | \$23,320.17 | \$28,055.67 | \$33,656.25 | \$39,703.24 | \$45,946.69 |
| Total pasivo más capital | \$28,830.00 | \$47,797.52 | \$70,545.61 | \$97,729.84 | \$129,541.16 | \$175,487.85 |

Tabla 38 Estado de situación financiera

Fuente: Elaboración propia

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

Mediante este reporte pretendemos dar a conocer la información de nuestra empresa, en el cual muestra liquidez de \$14,911.13, no obstante, nos permite mostrar todos los desembolsos realizados por la compra de los activos necesarios que utilizaremos en el transcurso del periodo, lo cual estaremos depreciando y recuperando nuestra inversión de acuerdo a las normativas y leyes vigentes del país.

El préstamo que pretendemos realizar, por la cantidad de \$24,024.17 es mostrado en los pasivos corrientes de la empresa que corresponde al 100% en vehículo y capital de trabajo lo cual lo pretendemos amortizar en un periodo de 5 años. Nuestro patrimonio inicial será de \$ 4,805.83 que se mostrará a lo largo de la formación de la empresa y tendrá variación de acuerdo a las utilidades acumuladas de todos los periodos contables.

7.1.3 Estado de flujo de caja

En la siguiente tabla se reflejan los ingresos y egresos que Michelada Volcánica tendrá como resultado el saldo en efectivo al final de cada periodo.

| | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| Saldo inicial | | \$14,911.13 | \$37,177.22 | \$63,223.88 | \$93,348.69 | \$128,100.58 |
| Ingresos (Utilidad contable) | \$28,830.00 | \$23,320.17 | \$28,055.67 | \$33,656.25 | \$39,703.24 | \$45,946.69 |
| Egresos | \$13,918.87 | | | | | |
| Amortización | | \$4,352.65 | \$5,307.58 | \$6,472.02 | \$7,891.92 | \$- |
| Depreciación | | \$2,798.57 | \$2,798.57 | \$2,440.57 | \$2,440.57 | \$2,440.57 |
| Amortización Gastos de Organización | | \$500.00 | \$500.00 | \$500.00 | \$500.00 | \$500.00 |
| Saldo final | \$14,911.13 | \$37,177.22 | \$63,223.88 | \$93,348.69 | \$128,100.58 | \$176,987.85 |

Tabla 39 Flujo de caja

Fuente: Elaboración propia

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

Los datos anteriores tienen como flujo de caja U\$ 28,830.00 en el primer año hasta culminar el quinto año con U\$ 176,987.85 reflejándonos un poco lo que tiene disponible el inversionista.

7.2 Programa de devolución del Préstamo

El financiamiento necesario para que Michelada Volcánica se ponga en marcha, será gestionado por uno de los socios, por lo cual la garantía que se brindará al Banco será parte de la producción.

| | |
|-----------------------|--------------------|
| Monto | \$24,024.17 |
| Interés Anual | 20% |
| Plazo en Meses | 48 |
| Cuota | (\$731.06) |
| Seguros | 0% |
| Cuota Total | \$731.06 |

Tabla 40 Cálculo de préstamo

Fuente: Elaboración propia

Una vez determinado el banco la tasa de interés anual es del 20% sobre saldo, el plazo de pago del financiamiento será de 48 meses resultando la cuota mensual en **\$731.06**.

7.3 Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio es aquel en donde la empresa no obtiene utilidades, pero tampoco pierde, cuando llega a un nivel donde el beneficio es cero.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

| Detalle | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Porcentaje sobre ventas % | 67% | 64% | 60% | 57% | 54% |
| Punto de Equilibrio | \$87,698.43 | \$92,383.20 | \$95,593.47 | \$99,433.12 | \$104,512.70 |
| Ventas | \$130,500.00 | \$143,876.25 | \$158,623.57 | \$174,882.48 | \$192,807.94 |
| Porcentaje sobre ventas % | 37% | 35% | 33% | 31% | 30% |
| Costos Fijos | \$47,781.94 | \$50,334.41 | \$52,083.51 | \$54,175.52 | \$56,943.09 |
| Mano de Obra Directa | \$6,176.53 | \$6,485.36 | \$6,485.36 | \$6,485.36 | \$6,485.36 |
| Gastos Generales (sin depreciación) | \$11,421.16 | \$11,966.67 | \$2,544.25 | \$13,156.21 | \$13,805.07 |
| Gastos Administración | \$12,471.20 | \$13,094.76 | \$13,094.76 | \$13,094.76 | \$13,094.76 |
| Depreciación | \$2,798.57 | \$2,798.57 | \$2,440.57 | \$2,440.57 | \$2,440.57 |
| Amortización Gastos de Organización | \$500.00 | \$500.00 | \$500.00 | \$500.00 | \$500.00 |
| Intereses pagados | \$4,420.12 | \$3,465.19 | \$2,300.75 | \$880.85 | \$- |
| Impuestos | \$9,994.36 | \$12,023.86 | \$14,717.81 | \$17,617.76 | \$20,617.33 |
| Porcentaje sobre ventas % | 46% | 46% | 46% | 46% | 46% |
| Costos Variables | \$59,397.89 | \$65,486.17 | \$72,198.51 | \$79,598.85 | \$87,757.73 |
| Costo de Venta (sin M.O.D.) | \$59,397.89 | \$65,486.17 | \$72,198.51 | \$79,598.85 | \$87,757.73 |

Tabla 41 Punto de equilibrio

Fuente: Elaboración propia

La fórmula que se plantea para la realización del punto de equilibrio es la siguiente:

$$\text{Punto de equilibrio en US\$} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - (\text{Costos Variables} / \text{Ventas})}$$

Ilustración 23 Punto de equilibrio

Fuente: Elaboración propia

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

En el cuadro podemos apreciar lo que la fórmula nos indica, como podemos ver en el año 1, se debe vender al menos el 67% de las ventas proyectadas, así en el año 2 el 64%, siguiendo con el año 3 el 60%, así en el año 4 el 57% y finalmente en el año 5, el 54% esto quiere decir que alcanzaremos el punto de equilibrio si vendemos ese porcentaje de las ventas proyectadas, lo demás es ganancia, también se aprecia que a medida que pasa el tiempo los porcentajes disminuyen ya que cada año, el flujo de efectivo es mayor y la empresa se va adaptando al mercado.

Es importante destacar que la empresa, debe vender más del 50% proyectado para poder cubrir sus costos fijos y variables y de ese modo, ir recuperando poco a poco la inversión. Por ello se pondrán los esfuerzos en cumplir cada objetivo de modo que las ventas incrementen y podamos llegar al punto de equilibrio deseado.

7.4 Razones Financieras

| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Rentabilidad sobre ventas | 18% | 19% | 21% | 23% | 24% |
| Rentabilidad sobre inversion | 81% | 97% | 117% | 138% | 159% |

Tabla 42 Razón financiera

Fuente: Elaboración propia

Podemos determinar que Michelada Volcánica tendrá una rentabilidad sobre ventas del 18% en el primer año, lo que va creciendo en los siguientes como en el año 2 el 19%, en el año 3 el 21%, en el año 4, el 23% y en año 5, el 24% este dato fue obtenido dividiendo la utilidad neta entre las ventas totales, lo que nos quiere decir que es rentable la puesta en marcha del proyecto.

Así mismo, podemos observar que la rentabilidad sobre la inversión en el año 1, es del 81% así en el año 2, es del 97%, incrementando en el año

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

3, con el 117%, continuando con el año 4 con el 138% y finalmente en el año 5 con el 159%, de la rentabilidad de la inversión total.

Este dato se obtuvo dividiendo la utilidad neta entre la inversión total, nos brinda un panorama claro que es viable implementar el proyecto ya que la inversión se irá recuperando mediante las utilidades van incrementando de acuerdo a lo proyectado.

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

| Flujo de fondos | | | | | | |
|---------------------------------------|----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Utilidad Neta | | \$23,320.17 | \$28,055.67 | \$33,656.25 | \$39,703.24 | \$45,946.69 |
| (+) Depreciación | | \$2,798.57 | \$2,798.57 | \$2,440.57 | \$2,440.57 | \$2,440.57 |
| (+) Amortización Gastos de Org | | \$500.00 | \$500.00 | \$500.00 | \$500.00 | \$500.00 |
| (-) Amortización | | \$4,352.65 | \$5,307.58 | \$6,472.02 | \$7,891.92 | \$- |
| Flujo de fondos | \$(28,830.00) | \$22,266.10 | \$26,046.66 | \$30,124.81 | \$34,751.89 | \$48,887.26 |
| VAN al 21% | 59,426.79 | | | | | |
| TIR | 51% | | | | | |
| Tasa de descuento | 0.21 | | | | | |

Tabla 43 Flujo de Fondos

Fuente: Elaboración propia

7.5.1 Valor Actual Neto (VAN).

Para la toma de decisiones del plan de negocio, es indispensable el cálculo del valor actual neto, ya que éste representa el valor del dinero en el tiempo, lo cual nos da como resultado U\$59,426.79 siendo mayor que cero se puede decir que se acepta e indica que el plan de negocio es factible y rentable en su implementación.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

7.5.2 Tasa Interna de Retorno (TIR).

La Tasa Interna de Retorno que se obtuvo fue del 51%, mayor que la tasa de descuento que fue del 0.21% lo que nos quiere decir que la inversión es aceptable y el plan de negocio se puede implementar con buena aceptabilidad.

7.6 Relación Beneficio de costo

La Relación Beneficio Costo que posee el plan de negocio es de U\$3.06, siendo mayor a 1, lo que nos indica que por cada unidad monetaria invertida se obtiene U\$2.06 de beneficio

| | | FLUJO DE FONDOS DESCONTADOS POR AÑO | | | | |
|---------------------------------|-------------|-------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Relación beneficio costo | 3.06 | 18,401.73 | 17,790.22 | 17,004.67 | 16,212.01 | 18,848.16 |
| Periodo de Recuperación | | (10,428.27) | 7,361.95 | 24,366.62 | 40,578.63 | 59,426.79 |

Tabla 44 Relación beneficio costo

Fuente: Elaboración propia

7.6.1 Periodo de Recuperación

El Período de Recuperación es el tiempo en el cual, la empresa luego de recibir ingresos va recuperando poco a poco la inversión que se utilizó para la puesta en marcha del proyecto. La fórmula que se utiliza para el cálculo del Periodo de Recuperación es la sumatoria de los beneficios totales menos la inversión el cual se recupera en el segundo año.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

8. Anexo

8.1 Forma de la encuesta.

Estimado encuestado, somos estudiantes de último año de la carrera de Mercadotecnia en la Universidad Politécnica de Nicaragua- UPOLI. Como parte del plan de culminación de estudios, estamos elaborando un Plan de Negocio para la introducción de una nueva marca de mix de micheladas. Por lo cual, solicitamos de su valioso apoyo para la realización de esta encuesta, la información que proporcione será utilizada únicamente para fines académicos y será de total anonimato.

1. Sexo

F

M

2. Edad

18-25

26-35

36-45

+46

3. Ocupación

Estudiante

Ama de casa

Profesional

4. ¿Consume o ha consumido cerveza?

Si

No

5. ¿Con qué frecuencia consume cerveza?

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

Diario

Una vez por semana

2 a 3 veces por semana

Ocasionalmente

6. ¿Ha consumido cerveza con algún tipo de cóctel o mix (lo que se conoce como bebidas preparadas a base de cerveza)?

(Si su respuesta es negativa pase a la pregunta 9)

Si

No

7. ¿Ha probado la Michelada?

(Si su respuesta es negativa pase a la pregunta 9)

Si

No

8. Si su respuesta fue positiva, ¿Cuál de las marcas de Mix de Michelada ha probado?

Michemix (CCN)

Don Señor

Preparada en bar o restaurante

Ninguna

9. ¿Cómo calificaría usted la Michelada?

Mala

Muy buena

10. ¿Estaría dispuesto/a probar la Michelada?

En caso de ser negativa, indique el por qué?

Si

No

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

Otras

11. ¿Cómo preferiría su mix de Michelada?

Pimienta

Poca pimienta

Sin pimienta

Chile

Poco chile

Sin chile

12. ¿Le gustaría probar otros sabores de Mix de Michelada que no sean solo el clásico?

(Si su respuesta es negativa pase a la pregunta 14)

Si

No

13. ¿Qué sabores le gustaría probar?

Mango

Tamarindo

Guayaba

Maracuyá

Otras

14. ¿Compraría mix de micheladas para llevar en presentaciones de 500ml?

(Si su respuesta es negativa, esta es la última pregunta. Le agradecemos haberse tomado su tiempo en apoyarnos)

Si

No

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una presentación de 500ml de mix de Michelada?

C\$90 - C\$100

C\$101- C\$150

C\$151 - C\$200

8.2 Resultados.

1. Sexo



Grafico 1 Sexo

2. Edad

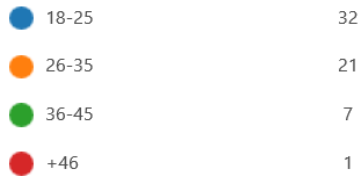


Grafico 2 Edad

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

3. Ocupación

| | |
|---------------|----|
| ● Estudiante | 30 |
| ● Ama de casa | 3 |
| ● Profesional | 27 |



Grafico 3 Ocupación

4. ¿Consume o ha consumido cerveza?

| | |
|------|----|
| ● Si | 57 |
| ● No | 4 |



Grafico 4 Consumo de la cerveza

5. ¿Con qué frecuencia consume cerveza?

| | |
|--------------------------|----|
| ● Diario | 0 |
| ● Una vez por semana | 14 |
| ● 2 a 3 veces por semana | 9 |
| ● Ocasionalmente | 34 |



Grafico 5 Frecuencia

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

6. ¿Ha consumido cerveza con algún tipo de cóctel o mix (lo que se conoce como bebidas preparadas a base de cerveza)?

| | |
|------|----|
| ● Si | 41 |
| ● No | 19 |



Grafico 6 Consumo de coctel o mix

7. ¿Ha probado la Michelada?

| | |
|------|----|
| ● Si | 40 |
| ● No | 14 |



Grafico 7 Conocimiento de la Michelada

8. Si su respuesta fue positiva, ¿Cuál de las marcas de Mix de Michelada ha probado?

| | |
|----------------------------------|----|
| ● Michemix (CCN) | 5 |
| ● Don Señor | 2 |
| ● Preparada en bar o restaurante | 32 |
| ● Ninguna | 14 |



Grafico 8 Marcas de las Michelada que ha consumido.

9. ¿Cómo calificaría usted la Michelada?

49
Respuestas

★ ★ ★ ☆
Clasificación media 2.71

Grafico 9 Calificación a la Michelada

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

10. ¿Estaría dispuesto/a probar la Michelada?

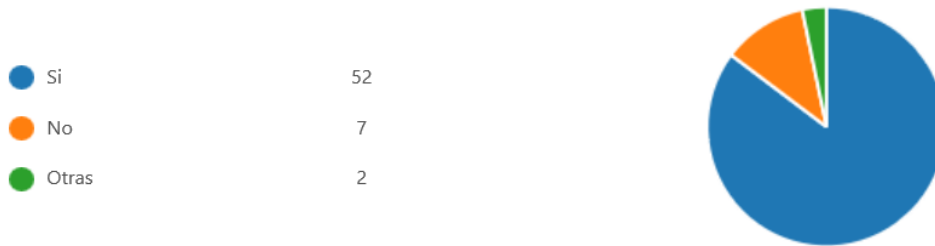


Grafico 10 Disposición para probar la Michelada

11. ¿Cómo preferiría su mix de Michelada?

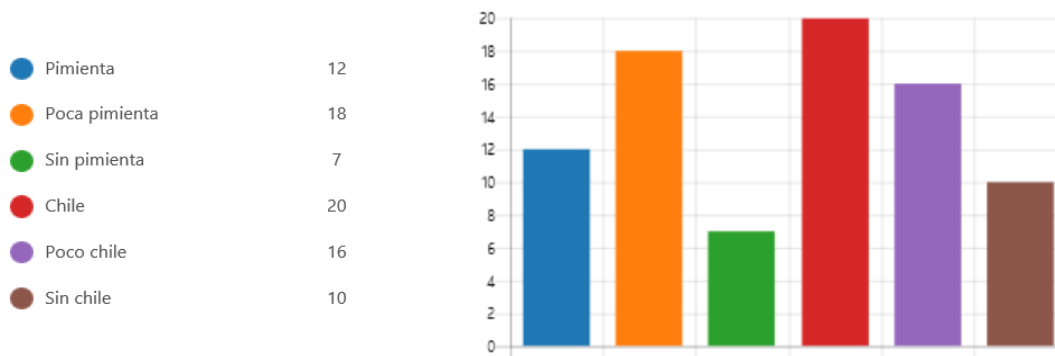


Grafico 11 Preferencias

12. ¿Le gustaría probar otros sabores de Mix de Michelada que no sean solo el clásico?



Grafico 12 Opción de sabores

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

13. ¿Qué sabores le gustaría probar?

| | |
|-------------|----|
| ● Mango | 22 |
| ● Tamarindo | 9 |
| ● Guayaba | 5 |
| ● Maracuyá | 17 |
| ● Otras | 2 |



Grafico 13 Tipos de sabores

14. ¿Comprarías mix de micheladas para llevar en presentaciones de 500ml?

| | |
|------|----|
| ● Si | 52 |
| ● No | 9 |



Grafico 14 Presentaciones de 500ml

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una presentación de 500ml de mix de Michelada?

| | |
|-------------------|----|
| ● C\$90 - C\$100 | 37 |
| ● C\$101- C\$150 | 16 |
| ● C\$151 - C\$200 | 0 |



Grafico 15 Precio a pagar

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

8.3 Cotizaciones.



FOGEL
Vive el Frio

FOGEL DE NICARAGUA, S.A.
VIVE EL FRIO !!
Km. 5.5 Carretera Norte 300 mts norte. Telf: 2249-0710 Fax: 2249-0810
www.fogel.com.ni



Sostenibilidad
FOGEL
Refrigeración con responsabilidad.

PROFORMA

Cliente: Henriette Salgado **Fecha:** 22-oct-19

Atención: El mismo **No. Prof.:** 99238981

Dirección: Managua

E-mail: kesslersalgado@gmail.com

Fax/Telf: 00

| CODIGO | DESCRIPCION | CANT. | PRECIO UNITARIO | DESC. UNIT | SUB TOTAL |
|---|---------------------------------|-------|-----------------|------------|-----------|
| 031293 | CR-23-A Enfriador puerta solida | 1 | 1,237.25 | 161.38 | 1,075.87 |
| <p>Precio con descuento especial de contado, aplica para pago de contado efectivo. Proforma valida por 8 dias o hasta agotar existencias.</p> | | | | | |



| | | | | | |
|--------|--------|--------|----------------|----------------------|------------------------------|
| Plazos | Primas | Cuotas | Entrega: | En equipos inmediata | |
| | 0.00 | 0.00 | Garantía: | 12 Meses | SUB TOTAL \$ 1,075.87 |
| | 0.00 | 0.00 | Forma de pago: | Efectivo(No Tarjeta) | IVA \$ 161.38 |
| | 0.00 | 0.00 | Plazo: | Contado | TOTAL \$ 1,237.25 |

LISTA: LISTA ACTUAL PROFORMA VALIDA POR 8 DIAS SE NOS RETIENE IR Y ALCAJAL DIA

Estimado cliente, usted puede hacer el pago de su factura en Córdobas o en Dólares, pero si lo hace en Córdobas, deberá ajustar su valor convirtiendo la cantidad en Dólares aquí expresada en base al tipo de cambio oficial que esté vigente el día que nos realice el pago" Arto 16 Ley monetaria

TIPO DE CAMBIO PARA PAGOS EN CORDOBAS DURANTE EL MES 34 X US \$1.00

ASESOR: LIGIA OLIVARES

Ilustración 24 Cotización 1

Fuente: Fogel

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.



FOGEL DE NICARAGUA, S.A.

VIVE EL FRIO !!

Km. 5.5 Carretera Norte 300 mts norte. Telf: 2249-0710 Fax: 2249-0810
www.fogel.com.ni



PROFORMA

Cliente: Henriette Salgado

Fecha: 22-oct-19

Atención: El mismo

No. Prof. 99238982

Dirección: Managua

E-mail: kessliersalgado@gmail.com

Fax/Telf: 00

| CODIGO | DESCRIPCION | CANT. | PRECIO UNITARIO | DESC. UNIT | SUB TOTAL |
|--|---|-------|-----------------|------------|-----------|
| 031521 | CR-49-ASA Camara Refrigerada 49 PC Inoxidable | 1 | 2,460.78 | 320.96 | 2,139.82 |
| <p>Camara refrigeradora de 2 puertas en acero inoxidable, Descuento de Promocion valido en el mes de Octubre, aplica para pago de contado efectivo. PROFORMA VALIDA POR 8 DIAS O HASTA AGOTAR EXISTENCIAS.</p> | | | | | |



| | | | | | | |
|--------|--------|--------|----------------|----------------------|------------------|--------------------|
| Plazos | Primas | Cuotas | Entrega: | En equipos Inmediata | SUB TOTAL | \$ 2,139.82 |
| | 0.00 | 0.00 | Garantía: | 12 Meses | IVA | \$ 320.97 |
| | 0.00 | 0.00 | Forma de pago: | Efectivo(No Tarjeta) | TOTAL | \$ 2,460.79 |
| | 0.00 | 0.00 | Plazo: | Contado | | |

LISTA: LISTA ACTUAL

PROFORMA VALIDA POR 8 DIAS SE NOS RETIENE IR Y ALCALDIA

Estimado cliente, usted puede hacer el pago de su factura en Córdobas o en Dólares, pero si lo hace en Córdobas, deberá ajustar su valor convirtiendo la cantidad en Dólares aquí expresada en base al tipo de cambio oficial que esté vigente el día que nos realice el pago" Arto 16 Ley monetaria

TIPO DE CAMBIO PARA PAGOS EN CORDOBAS DURANTE EL MES 34 X US \$1.00

ASESOR: LIGIA OLIVARES

Ilustración 25 Cotización 2

Fuente: Fogel

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

| C O T I Z A C I O N 51111526424 | | | | | | | | | |
|---------------------------------|---------|--|--|--|--|-------------------|-----------------------------------|--|--|
| Nombre : | | | | | | | | | |
| Dirección : | | | | | | | | | |
| Teléfono : | | | | | | | | | |
| | | | | | | Fecha Cotizacion: | 22/10/2019 | | |
| | | | | | | Fecha Actual: | 22/10/2019 | | |
| Plan de Ventas: | CONTADO | | | | | | | | |
| Período : | | | | | | Almacen : | CLR LA VIRGEN CURACAO | | |
| | | | | | | Vendedor : | 01766405 CASTILLO MURILLO CINTHYA | | |

| Marca | Modelo | Descripción | Unid. | Unitario | Precio Contado | | | |
|------------|------------|------------------------------|-------|---------------|----------------|--------------|-------|-----------|
| | | | | | Valor Neto | Impuesto | Total | |
| FRIGIDAIRE | FFFC15M4TW | CONGELADOR 15 P BLANCO CONGE | 1 | C\$ 14,781.73 | C\$ 14,781.73 | C\$ 2,217.26 | C\$ | 16,998.99 |

Ilustración 26 Cotización 3

Fuente: Unicomer

| C O T I Z A C I O N 51111526426 | | | | | | | | | |
|---------------------------------|---------|--|--|--|--|-------------------|-----------------------------------|--|--|
| Nombre : | | | | | | | | | |
| Dirección : | | | | | | | | | |
| Teléfono : | | | | | | | | | |
| | | | | | | Fecha Cotizacion: | 22/10/2019 | | |
| | | | | | | Fecha Actual: | 22/10/2019 | | |
| Plan de Ventas: | CONTADO | | | | | | | | |
| Período : | | | | | | Almacen : | CLR LA VIRGEN CURACAO | | |
| | | | | | | Vendedor : | 01766405 CASTILLO MURILLO CINTHYA | | |

| Marca | Modelo | Descripción | Unid. | Unitario | Precio Contado | | | |
|-----------------|----------|---------------------------------|-------|--------------|----------------|------------|-------|----------|
| | | | | | Valor Neto | Impuesto | Total | |
| SAUDER | O1400NBK | SILLA DE ESPERA NEGRA SILLA | 1 | C\$ 1,178.26 | C\$ 1,178.26 | C\$ 176.74 | C\$ | 1,355.00 |
| COMMODITY LSHEN | CT3549 | ESCRITORIO PARA COMPUTADODESCRI | 1 | C\$ 3,132.17 | C\$ 3,132.17 | C\$ 469.83 | C\$ | 3,602.00 |

Ilustración 27 Cotización 4

Fuente: Unicomer

| C O T I Z A C I O N 51111526434 | | | | | | | | | |
|---------------------------------|---------|--|--|--|--|-------------------|-----------------------------------|--|--|
| Nombre : | | | | | | | | | |
| Dirección : | | | | | | | | | |
| Teléfono : | | | | | | | | | |
| | | | | | | Fecha Cotizacion: | 22/10/2019 | | |
| | | | | | | Fecha Actual: | 22/10/2019 | | |
| Plan de Ventas: | CONTADO | | | | | | | | |
| Período : | | | | | | Almacen : | CLR LA VIRGEN CURACAO | | |
| | | | | | | Vendedor : | 01766405 CASTILLO MURILLO CINTHYA | | |

| Marca | Modelo | Descripción | Unid. | Unitario | Precio Contado | | | |
|-----------------|------------|--------------------------------|-------|---------------|----------------|--------------|-------|-----------|
| | | | | | Valor Neto | Impuesto | Total | |
| HEWLETT PACKARD | 14CD1022LA | P 14P HD C13 8145U 4GB 12P 14P | 1 | C\$ 20,868.69 | C\$ 15,651.30 | C\$ 2,347.70 | C\$ | 17,999.00 |

Ilustración 28 Cotización 5

Fuente: Unicomer

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.



RUC# J0310000156360
 CALLE PRINCIPAL DE ALTAMIRA
 FERRETERIA ROBERTO MORALES
 100MTS SUR
 PBX: 2252-4204 ext 206

| | |
|-----------------------------------|--|
| Nombre : GRETHEL HERNANDEZ | Fecha : 26-oct.-19 |
| RUC. | Asesor: Marcia Medina |
| Email: | Celular: 77703633 |
| Telefono: | ventasaltamira3@sevasaonline.com |

| Cant. | Cod | Descripcion | P. Unit | P.Total |
|-------|------|---|----------|----------|
| 1 | 7768 | IMPRESORA HP 315 MULTIFUNCIONAL Impresora Multifuncional Modelo HP 315 Velocidad de impresión en negro hasta 8 ppm y hasta 5 ppm Borrador Velocidad de impresión en color hasta 5 ppm ISO y hasta 8 ppm Borrador Ciclo de trabajo mensual hasta 1000 páginas Resolución de escaneo óptica hasta 1200 * 1200 dpi Número de cartuchos de impresión: 1 frasco de tinta negra y 3 frascos de color Conectividad 1 Hi-Speed USB 2.0 | \$129.00 | \$129.00 |
| | |  | | |
| | | SE NOS RETIENE EL 2 % IR EL 1% DE LA ALCALDIA. | | |

Forma de Pago

CONTADO

Retención IR a nombre de SEVASA

NO ACEPTAMOS CHEQUES personales

Hacer ck a nombre de: SEVASA (Bancentro y BAC)

BANPRO : SEVASA

Tipo de cambio: 33.70

Vencimiento de Oferta : 10 días

| | |
|----------------------|---------------------|
| Sub Total | \$129.00 |
| IVA 15% | \$19.35 |
| Total General | \$148.35 |
| Total C\$ | C\$ 4,999.40 |

Exentos IMI MARCIA MEDINA

| | |
|---------------------|-----------------------------------|
| Tiempo de Garantía: | |
| Tiempo de Entrega: | Inmediato con Previa Anticipacion |

Ilustración 29 Cotización 6

Fuente: Sevasa

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.



RUC# J0310000156360
 CALLE PRINCIPAL DE ALTAMIRA
 FERRETERIA ROBERTO MORALES
 100MTS SUR
 PBX: 2252-4204 ext 206

| | |
|-----------------------------------|--|
| Nombre : GRETHEL HERNANDEZ | Fecha : 26-oct.-19 |
| RUC. | Asesor: Marcia Medina |
| Email: | Celular 77703633 |
| Telefono: | ventasaltamira3@sevasaonline.com |

| Cant. | Cod | Descripcion | P. Unit | P.Total |
|--|------|--|----------|----------|
| 1 | 4006 | LAPTOP ACER A9-9420 6GB 1TB W10 15.6" Laptop ACER ASPIRE 3 Procesador DC AMD A9-9420 3.00GHz Memoria RAM DDR4 6GB (2/2) Disco duro 1TB Conexión WIFI AC, Bluetooth Conexión Ethernet 1 USB 3.0, 2 USB 2.0 Lector de memorias SD HDMI Pantalla 15.6" HD Graficos Radeon R5 3GB compartidos Sistema Operativo Windows 10 ingles | \$409.00 | \$409.00 |
|  | | | | |
| REGALIA HASTA AGOTAR EXISTENCIA, GARANTIA DE 1 AÑO | | | | |
| SE NOS RETIENE EL 2 % IR EL 1% DE LA ALCALDIA. | | | | |

Forma de Pago

CONTADO

Retención IR a nombre de SEVASA

NO ACEPTAMOS CHEQUES personales

Hacer ck a nombre de: SEVASA (Bancentro y BAC)

BANPRO : SEVASA

Tipo de cambio: 33.70

Vencimiento de Oferta : 10 dias

| | |
|----------------------|----------------------|
| Sub Total | \$409.00 |
| IVA 15% | \$61.35 |
| Total General | \$470.35 |
| Total C\$ | C\$ 15,850.80 |

Exentos IMI MARCIA MEDINA

Tiempo de Garantía:

Tiempo de Entrega: Inmediato con Previa Anticipacion

Ilustración 30 Cotización 7

Fuente: Sevasa

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.



RUC# J0310000156360
 CALLE PRINCIPAL DE ALTAMIRA
 FERRETERIA ROBERTO MORALES
 100MTS SUR
 PBX: 2252-4204 ext 206

| | |
|--|--|
| Nombre : GRETHEL HERNANDEZ Atención : Email: Telefono: | Fecha : 26-oct.-19 Asesor: Marcia Medina Celular 77703633 ventasaltamira3@sevasaonline.com |
|--|--|

| Cant. | Cod | Descripcion | P. Unit | P.Total |
|---|-----|--|---------|---------|
| 1 | 190 | SILLA AM160GEN48 ROMA BLACK | \$44.50 | \$44.50 |
| NO TIENEN GARANTIA SE NOS RETIENE EL 2 % IR ESTAMOS EXENTOS DE 1% ACALDIA. | | | | |

Forma de Pago

CONTADO

Retención IR a nombre de SEVASA

NO ACEPTAMOS CHEQUES personales

Hacer ck a nombre de: SEVASA (Bancentro y BAC)

BANPRO : SEVASA

Tipo de cambio: 32.80

Vencimiento de Oferta : 10 días

| | |
|----------------------|---------------------|
| Sub Total | \$44.50 |
| IVA 15% | \$6.68 |
| Total General | \$51.18 |
| Total C\$ | C\$ 1,678.54 |

Exentos IMI

MARCIA MEDINA

Tiempo de Garantía:

Tiempo de Entrega: Inmediato con Previa Anticipacion

Ilustración 31 Cotización 8

Fuente: Sevasa

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

Deshon & Cia.
Frente Estatu De Montoya
Managua, Nicaragua
Tel 2266-7275 / 2266-2144
Fax 22670679



| | | |
|--|---|--|
| Fecha: 22-10-2019 | Cotización | No.74408 |
| Atencion: HENRIETTE SALGADO | | |
| Telefono: | Celular: 00000000 | E mail: kessliersalgado@gmail.com |
| Sus Manos: Estimado(a) Sr(a): Muchas gracias por su visita a Deshon & Cia. Por este medio nos permitimos presentarle cotización del siguiente vehiculo: | | |
| CHANGAN SC5027XXYA4 PANEL | |  |
| ESPECIFICACION TECNICA | | |
| MARCA | CHANGAN | |
| MODELO | SC5027XXYA4 | |
| TIPO | PANEL | |
| MOTOR | 1200 CC 4 CILINDROS (16 VALVULAS) DOCH | |
| AÑO | 2018 | |
| VERSION | 5 PUERTAS | |
| PASAJEROS | 2 | |
| COMBUSTIBLE | GASOLINA | |
| TRACCION | 4X2 | |
| MAX POTENCIA | 72 HP | |
| MAX TORQUE | 119 | |
| TRANSMISION | MECANICA (5 VELOCIDADES MAS RETROCESO) | |
| CAPACIDAD DE TANQUE | 40 LTS | |
| LLANTAS | 165/70 R 14 | |
| DIRECCION | MECANICA | |
| SUSPENSION | PROTECTOR EN PISO TRASERO | |
| CAPACIDAD DE CARGA | TIJERAS DELANTERAS Y DIFERENCIAL TRASERO | |
| | UNA (1) TONELADA | |
| | BARRAS DE PROTECCION ACERADAS | |
| LONGITUD | 4390 MM | |
| ANCHO | 1655 MM | |
| ALTURA | 1935 MM | |
| GARANTIA DE FABRICA | DOBLE COMPUERTA TRASERAS CORREDIZA | |
| TIPO DE FRENSOS | TRES (3) AÑOS O 100 MIL KM, LO QUE SE CUMPLA PRIMERO SOBRE MOTOR Y CAJA | |
| | DISCO DELANTERO Y TAMBOR TRASEROS | |
| INTERIOR | | |
| | TABLERO ELECTRONICO | |
| | CONECTOR PARA CARGADOR | |
| | CENISERO | |
| | TAPA SOL | |
| | VENTANAS MANUALES | |
| | ESPEJO RETROVISOR | |
| | CINTURONES DE SEGURIDAD | |
| | AIRE ACONDICIONADO | |

Ilustración 32 Cotización 9

Fuente: Deshon & Cia.

Deshon & Cia.
Frente Estatu De Montoya
Managua, Nicaragua
Tel 2266-7275 / 2266-2144
Fax 22670679



| | |
|--|--------------|
| RADIO DE FABRICA | |
| ACCESORIOS | |
| | POLARIZADO |
| | ALFOMBRAS |
| OTROS | |
| | |
| PRECIO REGULAR CON IVA | US 10,480.00 |
| PRECIO DE CONTADO CON IVA | US 9,980.00 |
| Precio sujeto a variacion, oferta valida por 15 dias | |
| MARIA REBECA GONZALEZ | |
| Asesor Automotriz | |
| HYUNDAI / DESHON & CIA. | |
| 8872-9494 | |
| mrgonzalez@deshoncia.com | |

Ilustración 33 Cotización 10

Fuente: Deshon & Cia.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

8.4 Fichas ocupacionales

| Ficha Ocupacional N° 1 | |
|---|---|
| Nombre del puesto | Gerente Administrativo/Gerente General |
| Ubicación Jerárquica | Departamento de Administración |
| Jefe inmediato | Junta Directiva |
| Puestos que supervisa | Jefes de Departamentos e indirectamente a todo el personal. |
| Función Básica del puesto | Dirigir, coordinar y supervisar todas las actividades de la empresa. |
| Funciones específicas del puesto | <ul style="list-style-type: none"> • Representación de la empresa en aspectos administrativos, legales, y económicos. • Planificar y evaluar las propuestas de trabajos de cada área. • Revisar los estados financieros mensualmente con el contador externo. • Reportar a la Junta Directiva los resultados de las operaciones. |
| Requisitos del puesto | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Nivel Académico <ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en Administración de empresas, Contabilidad o Marketing. ✓ Conocimiento <ul style="list-style-type: none"> • Administración de empresas de productos de bebidas o alimentos. ✓ Experiencia <ul style="list-style-type: none"> • Mínimo 1 año en cargos similares. |
| Responsabilidades que ha de asumir | <ul style="list-style-type: none"> • Toma de decisiones inmediatas de la empresa para el buen funcionamiento de la misma. • Velar por el crecimiento productivo y financiero de la empresa • Mantener el orden y la organización de los departamentos de la empresa • Mantener buena comunicación con los jefes de los departamentos y a su vez con junta directiva • Velar por los colaboradores |
| Relaciones del puesto | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Interna <ul style="list-style-type: none"> • Junta directiva, Departamento de Mercadeo, Departamento de Producción ✓ Externa <ul style="list-style-type: none"> • DGI, Alcaldía, Proveedores, Ocasionalmente con los clientes |

Tabla 45 Ficha ocupacional No.1

Fuente: Elaboración propia.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

| Ficha Ocupacional N° 2 | |
|---|---|
| Nombre del puesto | Cajera |
| Ubicación Jerárquica | Departamento de Administración |
| Jefe inmediato | Gerente Administrativo/Gerente General |
| Puestos que supervisa | Ninguno |
| Función Básica del puesto | Atención al cliente |
| Funciones específicas del puesto | <ul style="list-style-type: none"> • Atender a los clientes que visiten el local, brindarles asesoramiento del producto. • Realizar el registro del producto vendido • Supervisar limpieza del área de trabajo y recepción de clientes • Ocasionalmente fungir como secretaria del Gerente |
| Requisitos del puesto | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Nivel Académico <ul style="list-style-type: none"> • Licenciado o técnico en Contabilidad. ✓ Conocimiento <ul style="list-style-type: none"> • Caja con computación. ✓ Experiencia <ul style="list-style-type: none"> • Mínimo 6 meses en cargos similares. |
| Responsabilidades que ha de asumir | <ul style="list-style-type: none"> • Control de caja chica • Buena atención al cliente |
| Relaciones del puesto | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Interna <ul style="list-style-type: none"> • Gerente General, Departamento de Producción, Departamento de Mercadeo ✓ Externa <ul style="list-style-type: none"> • Clientes |

Tabla 46 Ficha ocupacional No.2

Fuente: Elaboración propia.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

| Ficha Ocupacional N° 3 | |
|---|--|
| Nombre del puesto | Vendedor |
| Ubicación Jerárquica | Departamento de Mercadeo |
| Jefe inmediato | Gerente General |
| Puestos que supervisa | Distribuidor |
| Función Básica del puesto | Dirigir, coordinar y supervisar todas las ventas que se realizan fuera del local. |
| Funciones específicas del puesto | <ul style="list-style-type: none"> • Representación de la empresa frente al cliente • Crear estrategias de ventas • Orientar y supervisar las tareas del Distribuidor • Reportar al Gerente el resultados de las ventas |
| Requisitos del puesto | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Nivel Académico <ul style="list-style-type: none"> • Licenciado o técnico en mercadeo. ✓ Conocimiento <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en todo tipo de ventas. ✓ Experiencia <ul style="list-style-type: none"> • Mínimo 1 año en cargos similares. |
| Responsabilidades que ha de asumir | <ul style="list-style-type: none"> • Crear una cartera de clientes para la empresa • Mejorar las ventas • Garantizar la entrega del producto vendido al cliente |
| Relaciones del puesto | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Interna <ul style="list-style-type: none"> • Departamento Administrativo, Departamento de Mercadeo, Departamento de Producción ✓ Externa <ul style="list-style-type: none"> • Clientes externos |

Tabla 47 Ficha ocupacional No.3

Fuente: Elaboración propia

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

8.5 Redes Sociales.



Ilustración 34 Facebook

Fuente: Elaboración propia.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

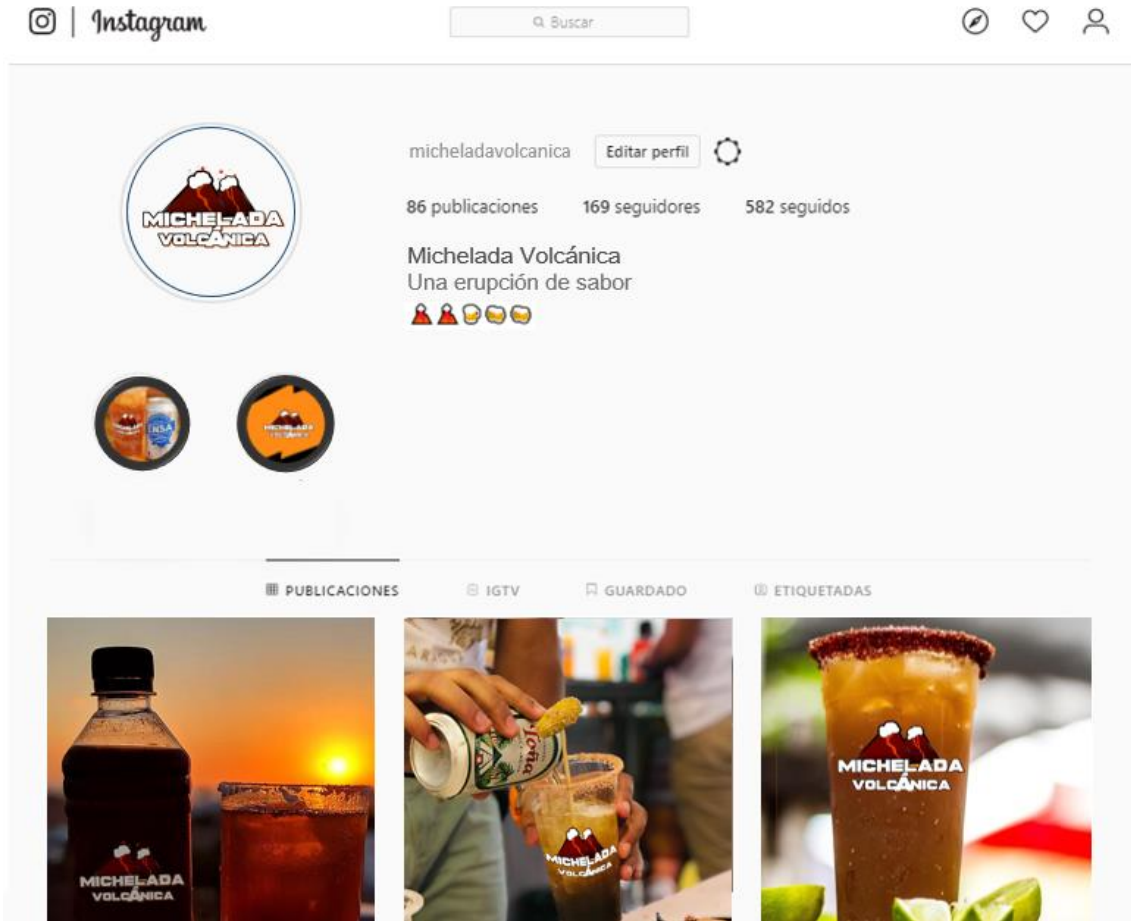


Ilustración 35 Instagram

Fuente: Elaboración propia.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

8.6 Diseño de Banner

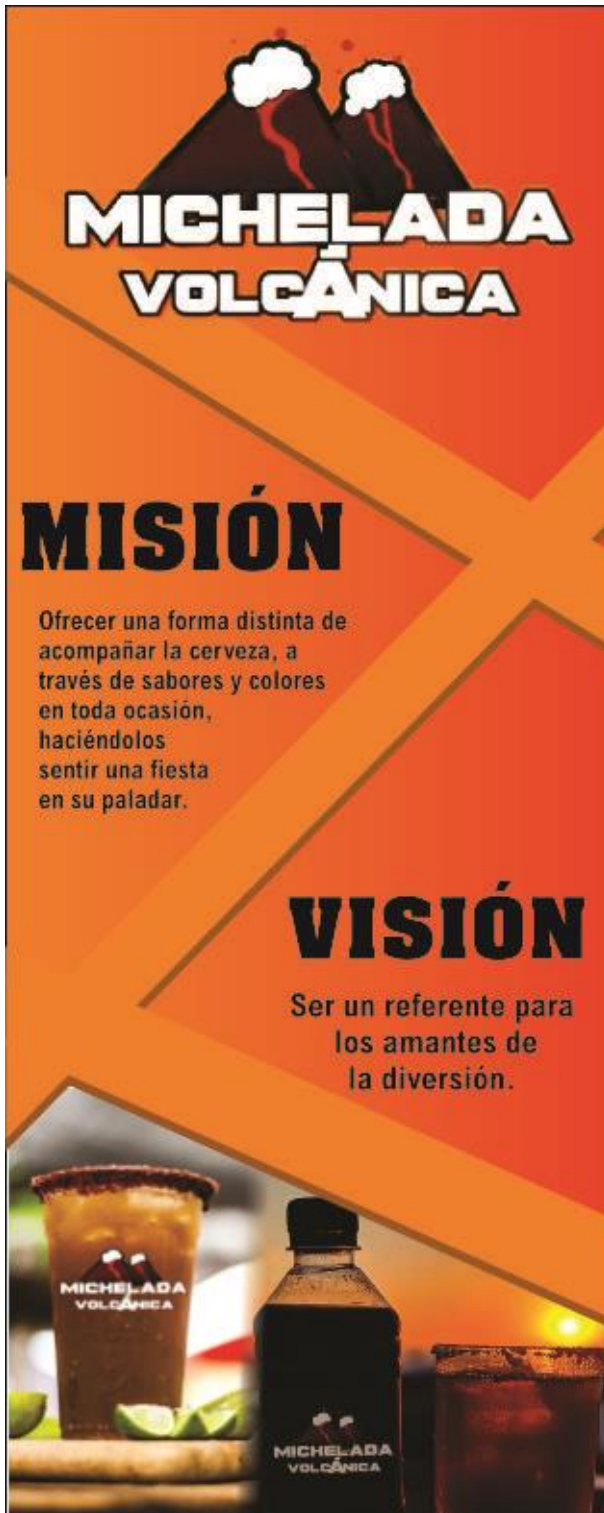


Ilustración 36 Banner

Fuente: Elaboración propia.

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

8.7 Diseño del folleto.



Ilustración 37 Folleto parte exterior

Fuente: Elaboración propia

PLAN DE NEGOCIO MICHELADA VOLCANICA.

MICHELADA VOLCÁNICA

MICHELADA ES UN COCTEL DE ORIGEN MEXICANO.

GRACIAS A LA CREATIVIDAD DE MICHEL ÉSPER, PODEMOS TENER EL MIX, DEBIDO A QUE EL ACOSTUMBRABA PEDIR SU CERVEZA CON LIMÓN, HIELO Y SAL. QUE CON EL TIEMPO, EN HONOR A EL, SE LE LLAMO MICHELADA.

EXISTE OTRA TEORÍA QUE MICHELADA SE DERIVA DE LA FRASE "MI CHELA HELADA".



MICHELADA VOLCÁNICA ES UN EMPRENDIMIENTO DE LOS JOVENES UNIVERSITARIOS AZUCENA GUTIÉRREZ, HANAHIM HERNÁNDEZ, HENRIETHE SALGADO, CORALIA SÁENZ Y LEA RAMÍREZ. LA IDEA SURGE AL ANALIZAR LAS TENDENCIAS DE CONSUMO EN EL MERCADO NICARAGÜENSE, CON EL FIN DE DAR UN CAMBIO ECONÓMICO ESTABLE AL PAÍS.

EL MIX DE MICHELADA NORMALMENTE ES CONOCIDO POR SU CONSUMO CON LA CERVEZA, PERO, PUEDE SER CONSUMIDA CON CANADA DRY, ENSA, SPRITE.

PREPARACIÓN

- ESCARCHAR LA ORILLA DEL VASO CON SAL Y CHILE TAJÍN
- HIELO
- VERTER 5 TAPAS DE MICHELADA VOLCÁNICA
- AGREGAR LA CERVEZA
- LIMÓN (OPCIONAL)

A DISFRUTAR UNA ERUPCIÓN DE SABOR

LINEA DE PRODUCTOS

- MICHELADA CLÁSICA
- MICHELADA DE SABOR
- MICHELADA PICANTE



Ilustración 38 Folleto parte interior

Fuente: Elaboración propia