



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA
FACULTAD DE CIENCIAS Y SISTEMAS**

**TESINA PARA OPTAR AL TÍTULO DE
INGENIERO DE SISTEMAS**

Tema:

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
FRIJOLES EN MIEL EN EL BARRIO ENRIQUE GUTIÉRREZ EN EL DISTRITO
V DE MANAGUA.**

Elaborador por:

Br: María del Rosario Bravo Toval	2004-20758
Br: Flor de Liz Scott Colomer	2003-12389
Br: Minelixza del Socorro Martínez Portocarrero	2004-20332

Tutor:

Ing. Marvin Sánchez Munguía

Managua, Nicaragua 13 de Enero de 2014

Agradecimiento

A nuestros Padres, por sus consejos, paciencia, amor, entusiasmo y por darnos su ayuda monetaria haciendo posible culminar esta carrera y dar inicio a nueva etapa en nuestra formación profesional.

A nuestros profesores, que con su sabiduría nos transmitieron sus conocimientos, en especial a nuestro tutor el Ingeniero Marvin Sánchez Munguía, por su apoyo, dedicación y acompañamiento en la realización de esta tesina.

A la Universidad de Ingeniería de Sistemas (UNI), especialmente a la Facultad de Ingeniería de Sistemas, por darnos el conocimiento y de albergarnos en sus instalaciones permitiéndonos cursar la carrera de Ingeniería de Sistemas de forma grata y satisfactoria.

Y a nuestros amigos que de una u otra forma nos apoyaron en la realización de esta tesina.

Dedicatoria

A Dios, por permitirnos llegar a este momento tan especial en nuestras vidas, por los triunfos, los momentos difíciles de los cuales hemos aprendido a diario y por las múltiples bendiciones que nos ha dado.

A nuestros Padres, por su ejemplo, dedicación y por los consejos que nos brindan día a día, el amor que siempre nos han dado, la paciencia y el apoyo incondicional que nos dieron a lo largo de estos años que han dado fruto en la culminación de esta carrera.

A los Docentes, que estuvieron en el transcurso y culminación de nuestra vida universitaria, convirtiéndose en pilares de nuestra formación profesional, compartiendo sus conocimientos e instándonos a mejorar día a día.

A nuestros amigos y familiares que nos apoyaron y colaboraron en todo lo que necesitamos para lograr esta valiosa meta.

*Plan de Negocio para la Producción y Comercialización de
Frijoles en Miel en el Barrio Enrique Gutiérrez en el Distrito V de Managua*

Índice

Contenido	Página
Introducción	1
Justificación	4
Resumen ejecutivo	5
Objetivos	7
Capítulo I: Plan de marketing	
1.1. Objetivos de marketing	8
1.2. Entorno demográfico	9
1.3. Entorno competitivo	10
1.4. Entorno jurídico	10
1.5. Características del Producto Frijoles en Miel	11
1.6. Ventajas competitivas del Producto Frijoles en Miel	14
1.7. Características y segmentación del mercado para Frijoles en Miel	15
1.7.1. Mercado potencial	15
1.7.2. Mercado meta	16
1.8. Análisis Foda	17
1.9. Matriz de impacto cruzado	19
1.10. Estrategias de comercialización y ventas del producto	22
1.11. Estrategias de promoción de marketing del Producto	22
1.12. Estrategias de precios del Producto Frijoles en Miel	23
Capítulo II: Plan de producción	
2.1. Objetivos del plan de producción	25
2.2. Descripción del proceso productivo	26
2.3. Flujoograma del proceso de producción de Frijoles en Miel	30
2.3.1. Cursograma analítico	31

2.3.2. Distribución de planta de Frimiel	36
2.4. Localización del Negocio Frimiel	37
2.5. Materia prima e insumos	38
2.6. Selección de proveedores	39
2.7. Característica de la tecnología	41
2.8. Estado costo producción	42
2.9. Punto de equilibrio en unidades	43
2.10. Presupuesto de inversión de utensilios y equipos	44
2.11. Reinversiones para utensilios y equipos	45
2.12. Calendario de reposición de equipos y utensilios	46
Capítulo III: Cultura organizacional	
3.1. Objetivos organizativos de Frimiel	47
3.2. Misión del Negocio Frimiel	48
3.3. Misión del Negocio Frimiel	48
3.4. Factores claves del éxito	48
3.5. Principios del Negocio Frimiel para Frijoles en Miel	49
3.6. Organigrama del Negocio Frimiel para Frijoles en Miel	50
3.7. Manual de funciones y mano de obra de Frimiel	51
Capítulo IV: Plan legal	
4.1. Aspectos legales y de constitución	54
4.1.2. Mific	55
4.1.3. Alcaldía de Managua	57
4.1.4. Dirección General de Ingresos	57
4.1.5. Ministerio de Salud	58
4.2. Presupuestos legales	59
4.3. Cronograma de constitución y registro de actividades legales	59
Capítulo V: Plan financiero	
5.1. El Plan financiero de Frimiel para Frijoles en Miel	60
5.2. Capital de trabajo de Frimiel para Frijoles en Miel	62
5.3. Balance inicial de Frimiel para Frijoles en Miel	63

5.4. El Estado de resultado	64
5.5. Flujo neto de efectivo de Frimiel para Frijoles en Miel	67
5.6. Criterio de evaluación del Plan financiero	68
5.6.1. Determinación de la tasa mínima aceptable de rendimiento	68
5.6.2. Valor actual neto	68
5.6.3. Tasa interna de retorno	68
5.6.4. Relación beneficio-costos	69
5.7. El Periodo de recuperación de la inversión	69

Capítulo VI

Conclusiones	71
Recomendaciones	72
Bibliografía	73

Anexos

Anexo # 1: Ubicación geográfica del Barrio Enrique Gutiérrez del Distrito V de Managua

Anexo # 2: Instrumento de investigación cualitativa

Anexo # 3: Normas sanitarias Nicaragüense para la manipulación de Alimentos

Anexos 4: Equipos y utensilios usados para la elaboración de Frijoles en Miel

Índice de figuras

Figura 1: Logo del Producto Frijoles en Miel	12
Figura 2: Etiqueta del Producto Frijoles en Miel	12
Figura 3: Frijol rojo	26
Figura 4: Flujograma del proceso productivo del Producto	30
Figura 5: Distribución de planta del Negocio Frimiel	36
Figura 6: Criterios para selección de proveedores	39
Figura 7: Procesos de compra de materia e insumos	40
Figura 8: Organigrama del Negocio Frimiel para Frijoles en Miel	49

Índice de tablas y formulas

Tabla 1: Composición del Producto "Frijoles en Miel"	10
Tabla 2: Descripción de los colores de la etiqueta del producto	13
Tabla 3: Mercado Potencial de Producto "Frijoles en Miel"	15

Tabla 4: Mercado meta del Producto “Frijoles en Miel”	16
Tabla 5: Matriz Foda	19
Tabla 6: Estrategias Resultantes de la Matriz Foda	21
Tabla 7: Gastos de promoción de marketing	23
Tabla 8: Normas IRAM 34501	29
Tabla 9: Cursograma analítico	31
Tabla 10: Materia prima e insumos	38
Tabla 11: Costo unitario	39
Tabla 12: Proveedores	40
Tabla 13: Estado costo producción	42
Tabla 14: Inversión de utensilios y equipos	44
Tabla 15: Reinversiones de utensilios y equipos	45
Tabla 16: Calendario de reposición de utensilios y equipos	46
Tabla 17: Puesto de propietaria del Negocio	50
Tabla 18: Puesto de cocinera	51
Tabla 19: Puesto de Vendedora-empacadora	52
Tabla 20: Planilla del Negocio Frimiel	53
Tabla 21: Clasificación de las MiPymes	55
Tabla 22: Requisitos legales	59
Tabla 23: Cronograma de actividades legales	59
Tabla 24: Capital de trabajo de Frimiel para “Frijoles en Miel”	62
Tabla 25: Balance general para Frimiel para “Frijoles en Miel”	63
Tabla 26: Estado de resultado proyectado con porcentaje de devoluciones de ventas	64
Tabla 27: Estado de resultados optimista de Frimiel	65
Tabla 28: Estado de resultado pesimista de Frimiel	66
Tabla 29: Flujo neto de efectivo para Frimiel	67
Formula 1: Punto de equilibrio en unidades	43
Anexo # 2: Instrumento de Investigación Cualitativa	
Tabla 29: Datos proporcionados por la Alcaldía de Managua	
Tabla 30: Resultado de la muestra	

Tabla 31: Resultados de la pregunta # 1

Tabla 32: Resultados de la pregunta # 2

Tabla 33: Resultados de la pregunta # 3

Tabla 34: Resultados de la pregunta # 4

Tabla 35: Resultados de la pregunta # 5

Tabla 36: Resultados de la pregunta # 16

Indice de gráficos

Anexo # 2: Instrumento de Investigación Cualitativa

Gráfico de la pregunta # 1

Gráfico de la pregunta # 2

Gráfico de la pregunta # 3

Gráfico de la pregunta # 4

Gráfico de la pregunta # 5

Gráfico de la pregunta # 6

Introducción

El Plan de Negocio para la creación de la MiPyme productora y comercializadora de “Frijoles en Miel”, consiste inicialmente en la creación del Negocio “Frimiel”, productor y comercializador de un postre nuevo y único en el mercado nacional. Este se establecerá en enero del 2014, como una Microempresa y se registrará en el Registro Público Mercantil de Managua de la República de Nicaragua y utilizará como materia prima principal el Frijol Rojo con un valor agregado que se diferenciará de la competencia por su nutrición, con un sabor único y sin preservantes, lo cual lo hace interesante para el mercado meta. Es una idea de innovación al público en general, se dirige inicialmente a las familias del Barrio Enrique Gutiérrez, en el Distrito V de Managua.

Este Negocio que no tendrá competencia directa con presencia en su ámbito de acción, que es el Barrio Enrique Gutiérrez, aunque si existen una variedad de empresas dedicadas a la comercialización de postres en Nicaragua ninguna se ha centrado en elaborar estos a base de Frijoles lo que se aprovechara para la captación de nuevos mercados.

La población nicaragüense necesita algo diferente: darse sus gustos ocasionales, como el de comerse un delicioso postre con el que se sienta satisfecho. “Frimiel”, contará con un servicio personalizado y con atención de primera calidad. Por tanto el servicio que se brindara se caracterizará por ofrecer a los clientes una alternativa única de postre u otros usos que el consumidor pueda darle en el Mercado Nacional.

Para el desarrollo de este Negocio y determinar la aceptación del Producto se realizó una investigación cualitativa, utilizando como instrumento de recopilación de información una encuesta diseñada para determinar las necesidades de los futuros consumidores, el precio y la cantidad demandada; así como identificación del mercado potencial y del mercado meta.

La MiPyme “Frimiel” será creada por tres jóvenes estudiantes egresadas de la carrera de Ingeniería en Sistemas de la Universidad Nacional de Ingeniería, del Departamento de Managua y operara bajo la forma de MiPyme con una propietaria única (Minelixsa Martínez Portocarrero) y se firmara un contrato privado de asociación con las otras dos jóvenes (María Bravo Toval y Flor Scott Colomer), entre ellas nace la idea del Negocio proveniente de una receta familiar del Departamento de Estelí, fácil de procesar, donde la materia prima es de mucha disponibilidad y los costos de Producción son bajos, por todas estas razones emprendieron la tarea de hacer un “Plan de Negocios para la producción y comercialización del Producto” denominado por ellas “Frijoles en Miel”, que se ubica en el sector secundario por su giro principal la Producción artesanal de este Producto; además de evaluar financieramente dicho Plan.

En el Capítulo I, se desarrolla el Plan de marketing, desarrollando los objetivos de marketing, entorno demográfico, competitivo y jurídico, característica y ventajas competitivas del Producto “Frijoles en Miel”, características y segmentación del mercado de “Frijoles en Miel”, mercado potencial y meta del producto, análisis Foda, matriz de impacto cruzado, estrategias de comercialización y ventas, estrategias de promoción y marketing y estrategias de precios.

En el Capítulo II, se define el Plan de producción, describiéndose objetivos de producción, descripción del proceso de productivo, flujograma del proceso de producción del Producto “Frijoles en Miel”, cursograma analítico, distribución de planta, seguridad e higiene, localización del Negocio “Frimiel”, materia prima, selección de los proveedores, características de la tecnología, estado costo producción, punto de equilibrio en unidades del negocio, presupuesto de inversión de utensilios y equipos, reinversiones para utensilios y equipos, calendario de reposición de utensilios y equipos.

En el Capítulo III, se aborda la Cultura organizacional; éste incluye objetivos organizativos, misión y visión del Negocio “Frimiel”, factores claves del éxito y principios del Negocio, organigrama, manual de funciones y planilla mensual de “Frimiel”.

En el Capítulo IV, incluye el Plan legal, que permite establecer la ruta de legalización a través de los aspectos legales y de constitución, las instituciones del Estado como son: Mific, Alcaldía Municipal, Dirección General de Ingresos, Ministerio de Salud, además abarca el presupuesto legal del Negocio “Frimiel”, el cronograma de constitución y el registro de actividades legales.

En el Capítulo V, se plantea el Plan financiero, que incluye los estados de la situación financiera proyectados del Negocio; así como la evaluación de este mediante los indicadores financieros tales como: el VPN, TIR, PRI y la Relación Beneficio Costo.

En el Capítulo VI, se establecen las Conclusiones, Recomendaciones y la Bibliografía que se auxilio para realizar el Plan de Negocio de “Frimiel”.

Justificación

Las personas en el mundo actual tienen tendencia a demandar mejor calidad entre los Productos de consumo masivo y los Productos complementarios del uso diario, buscan nuevas alternativas de nutrición, salud y poderse mantener en un buen estado de satisfacción físico como psicológico.

En Nicaragua el consumo del Frijol es alto y en la actualidad no ha sido muy aprovechado y solo se comercializa como materia prima, entonces vimos la oportunidad de innovar con un Producto nuevo utilizando una receta estiliana nutritiva, por lo tanto se diseña un “Plan de Negocio para la Producción y Comercialización de “Frijoles en Miel”, dirigido a la comunidad del Barrio Enrique Gutiérrez en el Distrito V de Managua, para brindar al consumidor un Producto innovador que satisfaga las necesidades nutricionales con gran valor proteínico, mineral y vitamínico. Es importante demostrar que dicha materia prima en este caso el Frijol se le puede dar un valor agregado comercializándolo en este Distrito.

El presente “Plan de Negocio para la Producción y Comercialización de “Frijoles en Miel”, pretende crear beneficios para sus inversionistas; además satisfacer necesidades y deseos de los consumidores, sino también el propósito de presentar al público un postre diferente e igualmente servirá de estímulo y de ejemplo para los jóvenes emprendedores que buscan una alternativa de fuentes de ingresos. Cabe señalar que con la realización de este plan, se adquirieron nuevos conocimientos que serán de gran ayuda en la vida ya que impulsa a desarrollarse como pequeñas empresarias, además este se crea porque este sector permite introducir productos diferentes, creativos e innovadores que cumplan con estándares de calidad a precios accesibles.

Resumen Ejecutivo

El presente Documento recopila los principales elementos de un “Plan de Negocio para la creación de una MiPyme nombrada “Frimiel”, productora y comercializadora de un postre nuevo e innovador “Frijoles en Miel”, que se establecerá en el Departamento de Managua, del Municipio de Managua, en el Distrito V, en el Barrio Enrique Gutiérrez”.

El Negocio consiste en producir “Frijoles en Miel”, cuya materia prima es el Frijol rojo nacional suave y fresco, convirtiéndose en un nuevo postre, que se va a diferenciar de la competencia por ser natural, sin preservantes, con un valor agregado que es la nutrición y con un sabor único en el mercado ya que es una idea innovadora y única para el público en general, que se dirige a Clientes Decisores y Clientes Consumidores, el Producto será reconocido por su calidad y su bajo costo.

Los principales equipos industriales que se utilizarán son licuadora y cocina industrial, ollas de acero inoxidable, exhibidor y otros utensilios, ya que reúnen las características adecuadas para la elaboración del Producto que se va a ofrecer así como la puesta en marcha del Negocio denominado “Frimiel”.

La inversión necesaria en equipos, capital de trabajo y todo el proceso de creación, registro y trámites para la operación de la MiPyme es de C\$ 325,781.

Se hace una proyección de todos los datos a cinco años, donde se analizan los Indicadores Financieros más relevantes dando como resultado un valor actual neto de 460,963, siendo los criterios de aceptación que el valor actual neto debe ser mayor que cero, el presente Plan de Negocios se debe considerar rentable. El Plan elaborado devuelve los ingresos netos descontados suficientes para cubrir el costo de oportunidad, la devaluación, la inflación. En términos financieros y de evaluación e inversiones el Plan de Negocios es rentable.

Otro indicador fundamental para la evaluación de inversiones la constituye la Tasa Interna de Retorno (TIR) que resulta del 118.20%, siendo mayor la TIR que la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR= 10%) exigida para este Plan de negocios se concluye que el Plan de Negocio "Frimiel", es rentable y el periodo de recuperación de la inversión (PRI) es de 1 año y 17 meses".

Una vez calculados todos los indicadores: el VPN, TIR y el PRI se concluye que el Plan de Negocios para "Frijoles en Miel", cumple positivamente los criterios de aceptación para una inversión y es rentable.

Objetivos

Objetivo General

- ✚ Diseñar un Plan de Negocio para la Producción y Comercialización de “Frijoles en Miel” en el Barrio Enrique Gutiérrez en el Distrito V de Managua.

Objetivos Específicos

- ◆ Realizar un análisis del mercado que muestre la aceptación del Producto las estrategias de promoción y precios.
- ◆ Determinar los elementos técnicos, operacionales, organizacionales para el buen funcionamiento del Negocio.
- ◆ Evaluar la rentabilidad del Plan de Negocio a través del cálculo de indicadores financieros y su auto sostenibilidad en el tiempo.
- ◆ Establecer los requisitos legales y jurídicos para la formalización del Negocio.

CAPÍTULO I: PLAN DE MARKETING

Objetivos de marketing, entorno demográfico, competitivo y jurídico, característica y ventajas competitivas del Producto Frijoles en Miel, características y segmentación del mercado de Frijoles en Miel, mercado potencial y meta del Producto, análisis Foda, matriz de impacto cruzado, estrategias de comercialización y ventas, estrategias de promoción y marketing y estrategias de precios.

1.1. Objetivos de Marketing

- ◆ Analizar mediante un estudio exploratorio la oferta y la demanda disponible para este negocio.
- ◆ Determinar el mercado meta de este negocio.
- ◆ Establecer los gustos y preferencias del mercado meta.
- ◆ Identificar qué estrategia de posicionamiento pueden utilizarse para establecerse en este sector.

1.2. Entorno Demográfico

El Negocio Frimiel estará Localizado en el Distrito V, ubicado en la parte Sur-Este de la Ciudad de Managua, es la zona que presenta el mayor potencial para el crecimiento estructural, previsto dentro del Plan General de Desarrollo Urbano de la Ciudad. Este crecimiento se ha venido acelerando por algunas cooperativas agrícolas que están lotificando y vendiendo terrenos en la parte este del Distrito.

Como mencionamos anteriormente este es un sector con tendencias al crecimiento, accesible tanto en lo económico, como en lo estructural (El distrito No. 5 cuenta con 62.69 Kms. de calles con revestimiento asfáltico, 133.06 Kms. lineales de calles con tratamiento superficial, 59.13 Kms. de calles adoquinadas, 0.06 Kms. de calles revestidas y 19.92 Kms. de tierra). Este distrito, cuenta con pistas principales, carreteras, by pass y avenidas que tienen las características de absorber gran cantidad de tráfico vehicular.

Según información proporcionada por el Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE), en el Distrito V, el 77% de la población es urbana y el 23% rural, cuenta con 156 Barrios de los cuales 39 son Residenciales, 38 Barrios Populares, 12 Urbanizaciones progresivas, 61 Asentamientos Espontáneos y 6 Comarcas.

El plan según investigación cualitativa / cuantitativa realizada, por el Negocio “Frimiel”, estará ubicado en el Distrito V, en el Barrio Enrique Gutiérrez, del Reparto Shick en el Municipio de Managua, se selecciono este Barrio como mercado meta, el tiene una población estimada en el año 2012 de 3774 Habitantes donde 1792 son Hombres y 1982 son Mujeres. Este Distrito constituye el área donde se está desarrollando la ciudad de manera ordenada, la que se caracteriza por un comercio dirigido a la clase media alta (como se menciona en el análisis del entorno), formando corredores comerciales a lo largo de la carretera. En este territorio se han realizado las principales inversiones comerciales y de servicio en los últimos cuatro años por lo que se identifica

como el nuevo centro de la ciudad. Estas características nos muestran que existe un segmento atractivo con suficiente poder adquisitivo que generara un rendimiento de la inversión y por consiguiente un crecimiento del negocio.

1.3. Entorno Competitivo

Existe en el mercado meta, 38 pulperías y 5 Distribuidores que venden productos sustitutos que podrían influir en el posicionamiento del Producto. No existe competencia directa, en los negocios circundantes se vende Frijoles en otras presentaciones como son: frijoles cocidos y frijoles molidos, por lo tanto no se tiene competencia directa y se puede introducir el Producto “Frijoles en Miel”, con mucho éxito debido a que se propone una innovación en un área de clase media alta, abierta a nuevas experiencias, en un sector con tendencia al crecimiento.

1.4. Entorno Jurídico

El Negocio “Frimiel”, para ser legalizado utilizo las instituciones del gobierno que apoyan estas iniciativas de Pymes, entre estas instituciones están:

- Alcaldía de Managua
- Dirección General de Ingresos (DGI)
- Ministerio de Salud (MINSA)
- Registro Público Mercantil de Managua
- Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC)

1.5. Características del Producto Frijoles en Miel

Categorías del Producto	Perecederos
Nombre del Producto:	Frijoles en Miel
Ámbito de aplicación:	Alimento procesado
Composición:	Color rojo, elaborado con frijol rojo, miel, leche, leche condensada, pasas, clavo de olor y canela.
Competidor indirecto:	Jalea de frutas, mermeladas y Pio Quinto
Peso:	119 gramos

Tabla 1: Composición del Producto “Frijoles en Miel”

Característica del Producto Frijoles en Miel:

- Envase de plástico
- Tapa plástica
- Etiqueta
- Peso 119 gramos
- Precio de venta C\$ 14 (catorce córdobas)

Nombre del Negocio: "Frimiel"

Marca: "Frijoles en Miel"

Producto: "Frijoles en Miel"

Eslogan: El sabor que endulza tu vida

Logo:



Figura 1: Logo del Producto "Frijoles en Miel"



Figura 2: Etiqueta del Producto "Frijoles en Miel"

Color	Significado
 El blanco	Se utilizó en el nombre, el logo, el peso, mantenerse en refrigeración, fondo del vencimiento y el borde de la imagen de la etiqueta y este color resalta los demás colores y posee mayor sensibilidad frente a la luz. Lo cual lo asociamos con la frescura y la limpieza con el Producto Frijoles en Miel.
 El amarillo	Se utilizó para el fondo donde van los ingredientes de los Frijoles en Miel lo cual este color provoca una sensación agradable, alegre y es adecuado para promocionar el Producto.
 Marrón claro	Se utilizó para la imagen de los Frijoles en Miel se encuentra en la etiqueta y lo relacionamos con el equilibrio y combinación del Producto.
 El verde	Se usó en la vainita de los Frijoles y se relacionamos con la vida abundante de la naturaleza, con el crecimiento y renovación del Producto.
 El rojo	Se utilizó para el fondo del slogan de la etiqueta y atraer la atención de las personas y motivarlas a comprar el Producto.
 El negro	Se manipulo para sombrear el nombre del Producto, para la letra de los ingredientes, donde fue hecho, la barra de registro, y resaltar la etiqueta, este color representa autoridad, fortaleza y seriedad en el Producto.
 El albaricoque	Se utilizo para la miel que se representa en la imagen de la etiqueta este color significa estabilidad en el mercado.
 El gris	Se utilizo en la etiqueta del Producto Frijoles en Miel.

Tabla 2: Descripción de los colores de la etiqueta del Producto “Frijoles en Miel”

1.6. Ventajas Competitivas del Producto Frijoles en Miel

“El Negocio Frimiel”, ofrece a los amantes del dulce, un nuevo sabor para deleitarse el paladar, reivindicando los postres como un elemento con personalidad propia, algo que no tiene porque tomarse al final del almuerzo, la innovación son atractivos suficientes para aquellas personas que busca de algo nuevo. “Frijoles en Miel”, es un Producto de calidad, en el que los consumidores podrán adquirir este nuevo Postre al Precio establecido en el Mercado.

Diseño: El Producto tiene un buen diseño y presentación con combinaciones de ingredientes nuevas ricas al paladar. Para la elaboración de la Etiqueta se utilizó los programas de diseño Corel Draw y Paint. La etiqueta es de color tierra con letras blancas y rojas, al reverso llevara el registro sanitario, elaboración, fecha de vencimiento y los ingredientes del producto, en la parte frontal el nombre del producto el slogan y el peso.

Higiene: El local del Negocio Frimiel contará con áreas de aseo personal, para los trabajadores de la organización. En el área de cocina se contará con todos los equipos necesarios, las medidas de higiene, limpieza y orden exigida por ley para garantizar que el Producto sea elaborado en excelentes condiciones fitosanitarias.

Atención al cliente: Al crear y establecer la base de clientes, el Negocio se vuelve sostenible con una atención personalizada, afectuosa y respetuosa que tiene la motivación para cubrir los requerimientos.

1.7. Características y segmentación del mercado del Producto Frijoles en Miel

La creación del Producto “Frijoles en Miel”, está dirigido hacia los amantes de los postres dentro de estas personas están los Clientes Decisores y Clientes Consumidores que disfrutan la degustación de dulces en todas sus formas con disponibilidad de recursos para la adquisición de los mismos. La información requerida y expresada en los objetivos específicos, se obtuvo realizando una

investigación de mercado exploratoria, mediante la elaboración y aplicación de un instrumento esencial y práctico, la encuesta, de tipo directa y por el muestreo por conveniencia no probabilística. Para la cual se implemento para Clientes Decisores y Clientes Consumidores, del Barrio Enrique Gutiérrez del Distrito V de Managua. El punto clave de la estrategia de Marketing y fijación de precios (por diferenciación) es enfocarse en los amantes del dulce, que lo consideran como una forma de expresión, que disponen de parte de sus ingresos para satisfacer las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores.

1.7.1. Mercado Potencial

Para identificar el mercado potencial del Producto se tomó en cuenta los resultados de la encuesta aplicada, los cuales muestran que un 60% de la muestra mostró aceptación por el Producto “Frijoles en Miel”. Este porcentaje equivale a 2264 personas del Barrio escogido para la comercialización del producto; esto representa un mercado potencial de 339,660 unidades anuales, equivalente a C\$ 4,755,240 córdobas.

Características del mercado potencial de Frimiel					
Indicador / No habitantes	Resultados encuesta	3774	Frecuencia	Volumen anual de ventas	Ventas en dinero
Aceptación	60%	2,264			14
Diario	35%	793	365	289,277	4049,879
Semanal	30%	679	52	35,325	494,545
quincenal	25%	566	24	13,586	190,210
mensual	5%	113	12	1,359	19,021
Anual	5%	113	1	113	1,585
Ventas anuales				339,660	4755,240
Ventas diarias				931	13,028

Tabla 3: Mercado potencial de Producto “Frijoles en Miel”

1.7.2. Mercado Meta

Para identificar el mercado meta del Producto “Frijoles en Miel”, se realizó una serie de cruces de variables entre todas las preguntas formuladas para tal fin. Los resultados fueron variados y finalmente se escogió el siguiente perfil de segmento de mercado.

Hombres y Mujeres que vivan en el Barrio Enrique Gutiérrez, del Distrito V, del Municipio de Managua, que disfruten de la degustación de postres y que hayan manifestado aceptación del Producto “Frijoles en Miel” a un precio de C\$ 14 y que acostumbren degustar postres de forma diaria, semanal, quincenal, mensual y anual.

En la Encuesta aplicada el 40% cumple con estas características lo que significa 1,510 personas y un mercado de 226,440 unidades por año equivalente a ventas anuales por C\$ 3,170,160; con un promedio de ventas diarias probables de 620 unidades e ingresos diarios estimados de C\$ 8,685 (ver cuadro siguiente):

Características del mercado meta de Frimiel					
Indicador / No habitantes	Resultados encuesta	3774	Frecuencia	Volumen anual de ventas	Ventas en dinero
Aceptación	60%	2,264			14
Precio 14	40%	1,510			
Diario	35%	528	365	192,851	2699,920
Semanal	30%	453	52	23,550	329,697
quincenal	25%	377	24	9,058	126,806
mensual	5%	75	12	906	12,681
Anual	5%	75	1	75	1,057
Ventas anuales				226,440	3170,160
Ventas diarias				620	8,685

Tabla 4: Mercado meta del Producto “Frijoles en Miel”

El Negocio Frimiel se plantea una penetración inicial de mercado del 43% del segmento de mercado meta seleccionada, el Barrio Enrique Gutiérrez. Esto equivale a unas 270 unidades diarias en producción y ventas.

Identificación: “Frijoles en Miel”, tendrá como característica principal la necesidad en común con el consumidor en cuanto al interés, la personalidad, la actitud y lo más importante, los patrones de consumo y frecuencia de uso.

Accesibilidad: Para alcanzar un segmento específico sea determinado el segmento más interesante para la acción de marketing, la clase media alta, la zona es un área de todas las características necesarias de accesibilidad de consumidores (desde el punto de vista comercial), para el Negocio, en cuanto localización para personas adultas y niños.

Estabilidad y permanencia del Negocio: El Barrio tiene una tendencia al desarrollo y expansión con un crecimiento económico constante. Además se aprecia un conglomerado núcleo de familias con un gusto culinario atractivo convirtiéndose en consumidores potenciales, lo cual beneficia los objetivos establecidos por el Negocio.

1.8. Análisis Foda

Fortalezas

- F1. Insumos nacionales de alta calidad.
- F2. Nuevo producto.
- F3. Buen equipo de producción.
- F4. Personal capacitado (habilidades, conocimientos y destrezas).
- F5. Local propio.
- F6. Producción instantánea del Producto.

Debilidades

- D1. Presupuesto para producciones mínimas y gastos iniciales del Negocio.
- D2. Negocio nuevo.
- D3. Falta de transporte propio.

Oportunidades

- O1. Ubicado en una zona en crecimiento paulatino.
- O2. No hay competencia directa.
- O3. Expansión del negocio a otros distritos.

Amenazas

- A1. Precio de los insumos.
- A2. Costo de transporte distribución del Producto.
- A3. Poca cultura de no consumir dulces después de cada comida.
- A4. Estrategias de mercadotecnia.
- A5. Muchos negocios en donde ofrecen Productos sustitutos.

1.9. Matriz de Impacto Cruzado

Matriz de Impacto Cruzado						
Factores Internos		<u>OPORTUNIDADES</u>		<u>AMENAZAS</u>		
		O1	Ubicado en una zona en crecimiento paulatino.	A1	Precio de los insumos.	A2
	O2	No hay competencia directa.	A3	Poca cultura de no consumir postres después de cada comida.	A4	Estrategias de mercadotecnia de la competencia.
			O3	Expansión del Negocio a otros distritos.	A5	Muchos negocios en donde ofrecen productos sustitutos.
Factores Externos						
<u>FORTALEZAS</u>		<u>ESTRATEGIAS FO</u>		<u>ESTRATEGIAS DO</u>		
F1	Insumos nacionales de alta calidad.	F101: Despliegue del Producto en el Barrio Enrique Gutiérrez del Distrito V de Managua. F602: Aprovechamiento del mercado a través de la ubicación del Barrio. F303: Aumento de la competitividad del Negocio.	D102: Promoción del Producto casa a casa. D301: Utilizar caponeras para distribuir el Producto a otros Barrios aledaños al Negocio. D202: Dar a conocer el Producto en ferias, en círculos de amistades e internet.			
F2	Nuevo producto.					
F3	Buen Equipo de producción.					
F4	Personal capacitado (habilidades, conocimientos y destrezas).					
F5	Local propio.					
F6	Producción instantánea del Producto.					
<u>DEBILIDADES</u>		<u>ESTRATEGIAS FA</u>		<u>ESTRATEGIAS DA</u>		
D1	Presupuesto para producciones mínimas y gastos iniciales del Negocio.	F6A5: Innovar el producto. F2A4: Aumentar las estrategias de Promoción de marketing, F1A1: Precio del Producto a bajo costo.	D1A4: Dar muestras gratis del producto a Clientes Decisores. D3A5: Aprovechar los Barrios aledaños para distribuir el Producto. D2A3: Incentivar a que el cliente pruebe Producto a cualquier hora del día.			
D2	Negocio nuevo.					
D3	Falta de transporte propio.					

Tabla 5: Matriz Foda

Las Estrategias que resultaron a partir de la Matriz de Impacto Cruzado son las Siguietes:

- E1: Despliegue del Producto en el Barrio Enrique Gutiérrez en el Distrito V de Managua.
- E2: Aprovechamiento del mercado a través de la ubicación del Barrio.
- E3: Aumento de la competitividad del Negocio.
- E4: Promoción del Producto casa a casa.
- E5: Utilizar caponeras para distribuir el producto a otros Barrios aledaños al Negocio.
- E6: Dar a conocer el Producto en ferias, en círculos de amistades e Internet.
- E7: Innovar el Producto.
- E8: Aumentar las estrategias de promoción de marketing.
- E9: Precio del Producto a bajo costo.
- E10: Dar muestras gratis del Producto a clientes decisores.
- E11: Aprovechar los Barrios aledaños para distribuir el Producto.
- E12: Incentivar a que el cliente pruebe el Producto a cualquier hora del día.

Luego de haber definido las estrategias resultantes, se procede a cuantificar la interacción del sistema - elemento y elemento - sistema, en el que se asignan calificaciones por parte de del equipo evaluador. Los niveles de evaluación son bajo (1), Intermedio (5) y alto (9).

Tabla 6: Estrategias resultantes de la Matriz Foda

	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	
E1	0	9	9	9	9	9	9	5	5	5	9	1	79
E2	9	0	9	9	9	9	9	5	5	5	9	1	79
E3	9	9	0	9	9	9	9	5	5	5	9	1	79
E4	9	9	9	0	9	9	9	5	5	5	9	1	79
E5	9	9	9	9	9	9	9	5	5	5	9	1	88
E6	9	9	9	9	9	0	9	5	5	5	9	1	79
E7	9	9	9	9	9	9	0	5	5	5	9	1	79
E8	5	9	9	9	9	9	9	0	5	5	9	1	79
E9	5	9	9	9	9	9	9	5	5	5	9	1	84
E10	5	9	9	9	9	9	9	5	5	0	9	1	79
E11	9	9	9	9	9	9	9	5	5	5	9	1	88
E12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
	79	91	91	91	100	91	91	51	56	51	100	12	

Las sumatorias que se obtienen de la Matriz anterior determina la importancia de las Estrategias que más incidencia tienen sobre el sistema, identificándose por valores diferentes.

Las Estrategias que se implementaran de acuerdo a calificación de estudio serán:

1. E5: Utilizar caponeras para distribuir el Producto a otros barrios aledaños al Negocio.
2. E11: Aprovechar los barrios aledaños para distribuir el Producto.
3. E2: Aprovechamiento del mercado a través de la ubicación del Barrio.
4. E3: Aumento de la competitividad del Negocio.
5. E4: Promoción del Producto casa a casa.
6. E6: Dar a conocer el Producto en Ferias, círculos de amistades e Internet.
7. E7: Innovar el Producto.

1.10. Estrategias de Comercialización y Ventas del Producto Frijoles en Miel

“Frijoles en Miel”, es un Producto innovador que puede adaptarse a varias presentaciones tales como: en envases cilíndricos plásticos, bolsas plásticas, botellas plásticas o de vidrio. Actualmente se lanzara el Producto en envases plásticos cilíndricos.

El punto clave de la estrategia de Marketing y Fijación de precios (por diferenciación) es enfocarse en los amantes del dulce, que lo consideran como una forma de expresión, que disponen de parte de sus ingresos para satisfacer necesidades, gustos y preferencias de los consumidores. Frimiel tendrá la capacidad para cubrir el 43% del mercado meta, para personas que siempre están en busca de algo diferente para degustar se logra cubrir la parte de la demanda, el objetivo es atraer clientes y ampliar el mercado mediante la promoción de un nuevo Producto “Frijoles en Miel” (Postre), bajo un concepto innovador.

1.11. Estrategias de Promoción de Marketing del Producto “Frijoles en Miel”

Las Estrategias de promoción de Marketing que el Negocio implementara es:

- Hacer mantas publicitarias.
- Impulsar degustaciones del Producto “Frijoles en Miel” en puntos como: mercados y centros comerciales concurridos por compradores.
- Hacer afiches alusivos al Producto “Frijoles en Miel”.
- Utilizar la radio para impulsar el Producto “Frijoles en Miel”.

Tabla 7: Gastos de Promoción de Marketing

Gastos de marketing	Cantidad	Costo unitario C\$	Costo mensual C\$
Afiches 11x17 pulgadas	24	20	480
Mantas publicitarias	3	400	1,200
Degustaciones del Producto para los consumidores potenciales	140	8.57	1,200
Publicidad por radio	2	700	1,400
Gastos de inauguración		2,500	2,500
Total Gastos			C\$ 6,780.00

1.12. Estrategia de Precios del Producto Frijoles en Miel

Para determinar el precio del Producto se tomó en cuenta el precio de mercado del producto competidor como es el Jaleas de frutas el cual oscila entre los C\$ 14 y C\$ 21 córdobas en tamaños mas pequeño que el de Frimiel, existen muchos productos competidores indirectos artesanales muy comunes que no son considerados higiénicos tales como cajetas, buñuelos, arroz con leche, pio V cuyos precios oscilan desde los C\$ 2.00 hasta los C\$ 25.00 de manera respectiva.

Se utilizó la encuesta como un instrumento para conocer la percepción del consumidor con respecto al precio y los resultados se muestran en Anexos # 2. Siendo la intención de compra del 40% con un precio de C\$ 14 y con una distribución del 20% para cada uno de los demás precios se tomo la decisión de incursionar al mercado con un precio de C\$14 córdobas por envase de plástico, además con este precio cubren los costos variables de producción por unidad que son de C\$ 8.73 córdobas que se muestran en los costos de la materia prima en el Capítulo II.

Tal y como se menciona anteriormente el segmento de mercado del Producto “Frijoles en Miel” será de consumo, enfocado en el perfil arriba señalado. La investigación exploratoria realizada estuvo enfocada en ese mercado. No se atenderá en un inicio al mercado institucional (como supermercados), porque este requiere una serie de inversiones adicionales tales como el registro de marca, permiso del ministerio de salud y otros que en nuestro país constituyen un verdadero reto para un emprendimiento como el planeado.

CAPÍTULO II: PLAN DE PRODUCCION

Objetivos del plan producción, descripción del proceso de productivo, flujograma del proceso de producción del producto Frijoles en miel, cursograma analítico, distribución de planta, seguridad e higiene, localización del negocio “Frimiel”, materia prima, selección de los proveedores, características de la tecnología, estado costo producción, punto de equilibrio en unidades del Negocio, presupuesto de inversión de utensilios y equipos, reinversiones para utensilios y equipos, calendario de reposición de utensilios y equipos.

2.1. Objetivos del Plan Producción

- Elaborar 270 unidades de “Frijoles en Miel” por día laboral.
- Elaborar “Frijoles en Miel” de forma inocua y en cantidades suficientes para cubrir la demanda del segmento de mercado seleccionado.
- Determinar las correspondientes cantidades de ingredientes y tiempos de producción.
- Identificar el tiempo percedero de los ingredientes (materia prima e insumos) y con ello determinar las cantidades requeridas por pedido para almacenamiento.
- Garantizar la calidad del Producto.

2.2. Descripción del Proceso de Productivo de Frijoles en Miel

➤ Actividades previas al inicio del proceso de producción

2.2.1. Recepción de Materia Prima: Los frijoles se comprarán en el mercado Mayoreo, los demás ingredientes como: canela, clavo de olor, leche condensada, leche, miel y otros se obtendrán en base a pedidos a los proveedores correspondientes y éstos lo llevarán hasta el local del Negocio. Los insumos se transportaran de forma segura por el personal a la zona de almacenaje hasta el área de trabajo.



Figura 3: Frijol Rojo

➤ Proceso de Elaboración de Frijoles en Miel

2.2.2. Pesado de Frijoles: El pesado se refiere a la cantidad que se procesará en un lote de producción, (15 lbs. de frijoles, ya limpias por día). Se estima una merma del 8%; es decir que por cada 15 libras de frijoles se mermarán 1.2 libras que da 16.20 libras sin limpiar.

2.2.3. Selección y limpieza de Frijoles: La selección o limpieza se realiza de forma visual y manual, separando aquellos frijoles que presenten picaduras o que estén consumidos (aplastados), además de residuos como piedras, trocitos de madera o vainas que es común en esta materia prima. Este proceso se realizan en una mesa de trabajo; para hacer más eficiente el proceso (en esta labor colaboraran las tres socias.)

2.2.4. Lavado de Frijoles: El frijol ya seleccionado y limpio se lava con agua limpia en una pana mediana adecuado para este fin. En este paso se realiza una última limpieza de los frijoles que flotan en el agua porque se considera que están en mal estado.

2.2.5 Cocción de Frijoles: Este proceso consiste en poner a cocer los frijoles, en ollas de acero inoxidable, con agua limpia en una cocina industrial mediana.

2.2.6. Enfriamiento de Frijoles: Aquí los frijoles se ponen a enfriar en una mesa en espera de otro proceso.

2.2.7. Licuada de Frijoles: De la olla de acero inoxidable se sacan cantidades proporcionales para ser licuados hasta tomar una consistencia blanda uniforme para ser licuados.

2.2.8. Colado de Frijoles: El proceso de colado es necesario para extraer la pulpa cocida del frijol rojo, es un proceso que se realiza con coladores grandes.

2.2.9. Cocción de Leche: La proporción de la receta para elaborar “Frijoles en Miel”, es un litro de leche por cada libra de frijoles cocidos, se comprará la leche en bolsas de tetra pack que no necesitan refrigeración para su conservación; esto con el fin de economizar energía eléctrica y garantizar que la leche no se descomponga. Se vierten los 15 litros de leche en una olla de acero inoxidable para proceder a cocerla en la cocina industrial.

2.2.10. Cocción de la Mezcla de Ingredientes: Se agrega a la leche cocida, el frijol licuado, la canela, clavo de olor y la miel mezclando de manera manual y uniforme. Una vez mezclados todos los ingredientes se ponen a cocer para mejorar su consistencia.

2.2.11. Enfriamiento de la Mezcla de Ingredientes: Con el fin de evitar que el producto se descomponga al envasarlo caliente se procede a dejarlo enfriar.

2.2.12. Envasado: El Producto se envasara en envases plásticos redondos y se le agregara pasas para darle un rico sabor.

2.2.13. Pesado del Producto: El Producto debe tener un peso uniforme de 119 gramos, se garantiza mantener los costos por unidad, la satisfacción del cliente al comprar nuestro producto con peso uniforme y obtener las utilidades por unidad esperada.

2.2.14. Etiquetado: El etiquetado es parte del proceso de producción de “Frijoles en Miel”, aquí se le pondrá la etiqueta al envase que le dará la presentación al Producto.

2.2.15. Almacenamiento: Una vez que el producto está listo, envasado, pesado y etiquetado se procede a almacenarlo en un exhibidor (refrigerador), para conservar su buen estado, ya que es un Producto que no llevara preservantes.

2.2.16. Producto listo para la Venta: El Producto se distribuirá en cajillas plásticas compradas para tal fin.

Se han descritos los procesos para la elaboración de los “Frijoles en Miel”, los tiempos de estos se describirán detalladamente en el Cursograma Analítico.

La producción de “Frijoles en Miel”, se hará mediante lotes de producción de 15 libras de frijoles los cuales tienen un rendimiento de 18 unidades por libra según un pilotaje de producción realizado por las emprendedoras dueñas de este Negocio. El total de la producción diaria será de 270 unidades diarias con lo que se pretende que se venda toda la producción de manera diaria, esto le permite al plan en general una holgura del 57% con respecto a los resultados de la investigación exploratoria realizada. Esta cantidad de productos se encuentra por encima del punto de equilibrio del presente Plan de Negocios.

2.3. Flujograma del Proceso de Producción del Producto Frijoles en Miel.

Se representara los Procesos Productivos descritos en el capitulo anterior mediante un Flujograma de Procesos, en él se utiliza la simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones que es la siguiente:

Las normas son:

- ✓ Norma IRAM 34501: Esta norma establece los símbolos a utilizar para graficar Cursogramas y Flujogramas y son las siguientes:

Símbolo	Denominación	Descripción
	Operación	Indica que se altera el estado de un elemento con el que se está trabajando.
	Inspección	Indica que se verifica la calidad, la cantidad o ambas conforme a especificaciones preestablecidas.
	Transporte	Indica el traslado físico de los trabajadores, materiales y equipo de un lugar a otro.
	Espera	Indica que hay un elemento dado detenido esperando a que se produzca un acontecimiento determinado.
	Almacenamiento	Indica depósito de un objeto bajo vigilancia en un almacén según un criterio determinado de clasificación.

Tabla 8: Normas IRAM 34501

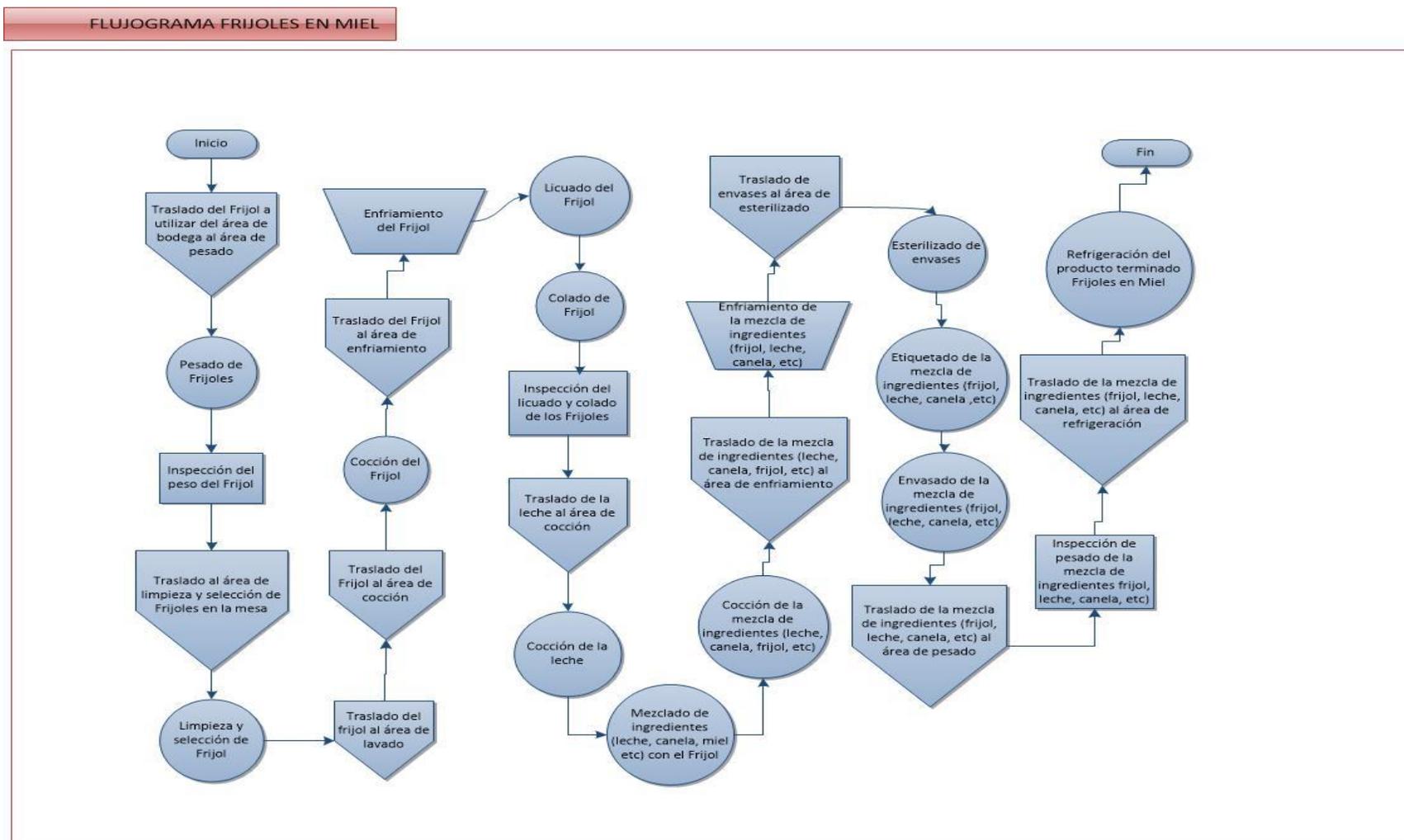


Figura 4: Flujo del Proceso Productivo del Producto “Frijoles en Miel”

2.3.1. Cursograma Analítico del Proceso de Producción del Producto Frijoles en Miel

El Cursograma Analítico muestra la trayectoria de un producto o procedimiento señalando todos los hechos sujetos a examen mediante el símbolo según las normas ya descritas en el inciso anterior.

OPERARIO / MATERIAL / EQUIPO									
DIAGRAMA: de Recorrido	RESUMEN								
PRODUCTO: Frijoles en Miel	ACTIVIDAD	ACTUAL	PROPUESTA	RESUMEN					
ACTIVIDAD: Movimiento de Materiales	Operación ○	10							
	Transporte ⇨	12							
	Espera □	2							
	Inspección □	4							
	Almacén ▽	0							
MÉTODO: ACTUAL / PROPUESTO									
LUGAR: Departamento de Producción	Distancia(mts)	50							
OPERARIO(S): num: de La ficha:	Tiempo (min.)	371							
Compuesto por: María Bravo Flor Scott Minelixza Martínez	Costos * día C\$	2,365							
	Total mensual: C\$	56,760							
Aprobado por: Fecha: 31/07/2013									
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	DISTANCI A (mts)	TIEMPO (min.)	SÍMBOLO					OBSERVA- CIONES
				○	⇨	□	□	▽	
Traslado de los Frijoles a utilizar de bodega al área de pesado	15 lbs.	12mts	7 min	○	⇨	□	□	▽	Se lleva en Panas los Frijoles
Pesado de Frijoles			5 min						Pesa electrónica
Inspección del peso de los Frijoles			7 min						Verificación las lbs. a trabajar
Traslado de los Frijoles del área de pesado		0.5mts	4 min						A mano en

CAPITULO II: PLAN DE PRODUCCION

al área de limpieza y selección									una pana plástica
Limpieza y selección de los Frijoles en una mesa			15 min	●					Separado de piedritas y Frijoles picados
Traslado de los Frijoles del área de selección y limpieza al área de lavado		0.5mts	5 min		●				Se echan los frijoles en una pana
Lavado de Frijoles			4 min		●				Se lava los Frijoles en el lavadero en una pana con agua limpia
Traslado de los Frijoles del área de lavado al área de cocción		4 mts	3 min			●			Se echan los Frijoles en un olla de acero Inoxidable
Cocción de los Frijoles, se le agrega canela y clavo de olor			2 min			●			En la cocina industrial
Traslado de los Frijoles cocidos al área de enfriado		4 mts	2 min				●		Se baja la olla de acero inoxidable de la cocina Industrial
Enfriado de los Frijoles cocidos			45min					●	se pone en la mesa para su enfriamiento
Licuada de Frijoles			20 min					●	Se licuan los frijoles en una licuadora Industrial
Colado de Frijoles			60 min					●	Se extrae de

CAPITULO II: PLAN DE PRODUCCION

									los Frijoles la pulpa usando el colador
Traslado de utensilios del gabinete área de enfriamiento, licuado colado e inspección		4 mts	3min						Panas, cucharones, pichel y coladores
Traslado de la leche del área de bodega al área de cocción		9 mts	1 min						Se lleva a mano
Cocción de la leche			45 min						Se echa la Leche en una olla de acero inoxidable para su cocción en la cocina industrial
Cocción de la mezcla de ingredientes, se le agrega a la leche cocida los Frijoles colados, miel, canela, clavo de olor, pasas, leche condensada y se mezcla de manera uniforme			20 min						Mezcla de ingredientes en la olla de acero inoxidable
Inspección del producto (Frijoles en Miel)			10 min						
Traslado del producto (Frijoles en Miel) del área de cocina al área de enfriamiento		4 mts	2 min						Se baja de la olla de acero inoxidable y se pone en la mesa para su enfriamiento
Enfriado del producto (Frijoles en Miel)			90 min						
Traslado de envases al área de estilización de la cocina		4 mts	1 min						
Estilización de envases			5 min						Se lavan los envases con agua tibia para

									esterilizarlos
Traslado de envases al área de etiquetado y relleno		4 mts	2 min						El etiquetado se hará durante el periodo de cocción de los Frijoles
Etiquetado de envases y relleno con el producto terminado (Frijoles en Miel)			5 min						Se pegan las etiquetas a los envases 119 Gramos
Inspección en el etiquetado y envasado									
Traslado del producto (Frijoles en Miel) al área de refrigeración (en un exhibidor)		4 mts	5 min						
Producto listo para la venta (Frijoles en Miel)			3 min						Depende del cliente
TOTAL		50 mts	371 min	1 0	12	2	4	1	

Tabla 9: Cursograma Analítico para el proceso productivo de Frijoles en Miel

Elaborado el Cursograma Analítico se llega a la conclusión que los tiempos de Producción para elaborar “Frijoles en Miel”, son de 371 minutos, aproximadamente 6.18 horas, para el primer día de trabajo, los días siguientes los tiempos disminuirán, porque la limpieza de los frijoles se hará un día antes lo que significa que dará tiempo para la distribución del Producto en donde participaran las tres socias.

2.3.2. Distribución de Planta de Frimiel.

En la propiedad que se cederá como aporte de capital para la operación del “Negocio Frimiel” y donde se realizará la producción de “Frijoles en Miel” se cuenta con todas las instalaciones de servicios básicos necesarias; además de un espacio adecuado para realizar las operaciones necesarias para el Producto.

2.3.2.1. Orden y Supervisión: La propiedad cuenta con dos puerta de acceso y 300 metros cuadrados de construcción, los cuales se distribuirán de la siguiente forma:

Área de Producción: Se destinará 50 metros cuadrados para el área de producción, se guardaran los utensilios en gabinetes, se dispondrán de cinco mesas de trabajo para realizar los distintos procesos de producción de “Frijoles en Miel”.

A la par (muy cerca) se instalará un lavadero con el fin de facilitar el abastecimiento de agua necesario y el lavado de utensilios al final de la jornada laboral o bien en el momento que sea necesario.

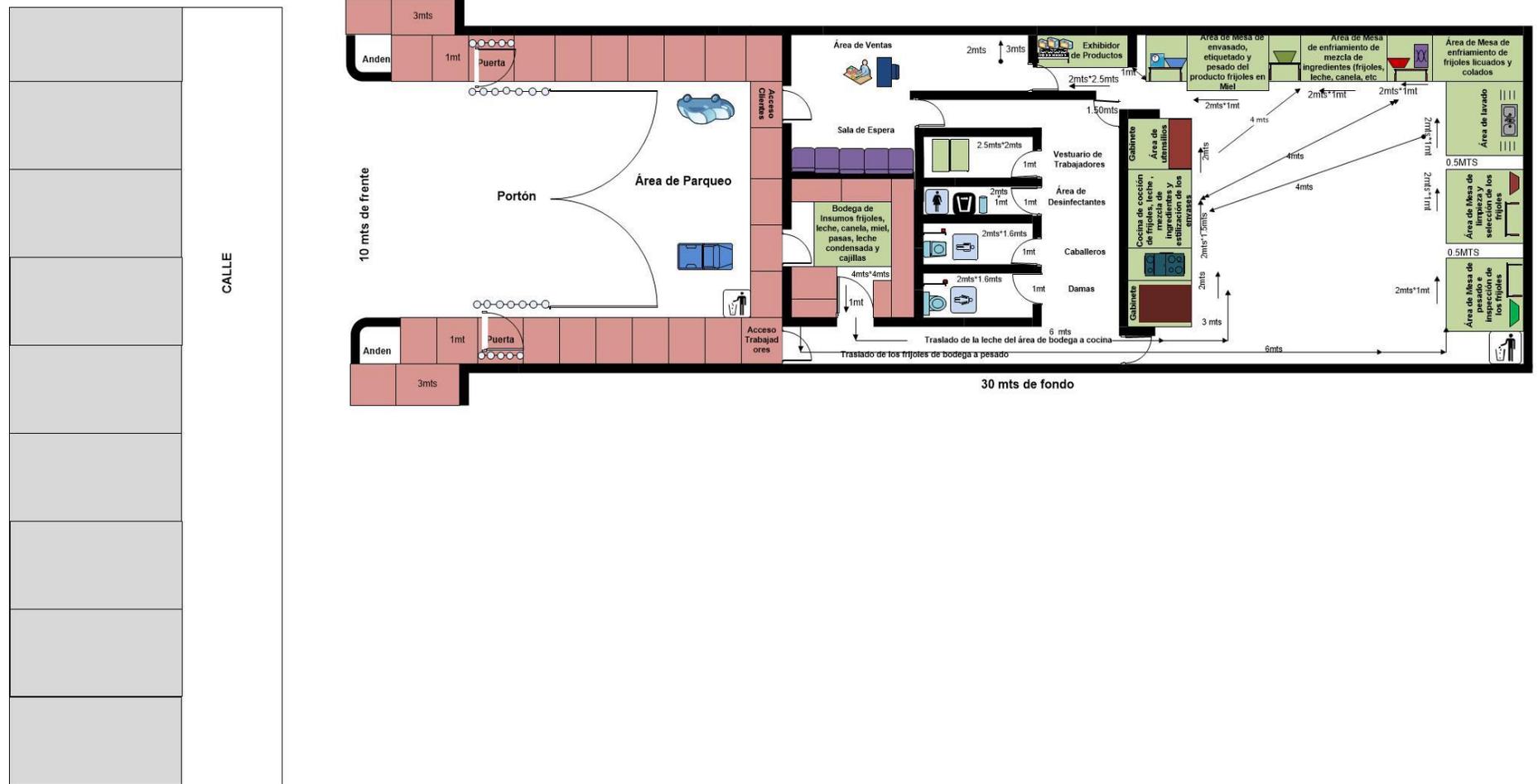


Figura 5: Distribución de Planta Frimiel para Frijoles en Miel

2.3.2.2. Seguridad e Higiene: El personal de “Frimiel” en cumplimiento de las normas de higiene y seguridad ocupacional del Ministerio de Salud hará uso de:

- ✓ Uñas cortas
- ✓ Lavado de manos
- ✓ Mascarillas bucales
- ✓ Gabachas
- ✓ Mallas para cabello

Todas las medidas de higiene se encuentran en Anexos # 3

2.4. Localización del Negocio Frimiel

La localización del Negocio “Frimiel” está en el “Barrio Enrique Gutiérrez”, creado entre 1966-1972 de la etapa IV del René Schick del Municipio de Managua, Nicaragua. Este Barrio tiene 610 viviendas y 3774 habitantes. Esta localización le permitirá al Negocio distribuir el Producto en todo el Distrito V, la cercanía con el mercado Roberto Huembés constituye un mercado potencial que representa un reto y un potencial proveedor para el Negocio.

Las calles principales del Barrio están asfaltadas y las calles secundarias también están asfaltadas y adoquinadas. El acceso a “Frimiel” es de mucha facilidad porque en las cercanías al Barrio pasan las rutas 164, 108, 109, 262. De igual manera en los últimos años se ha popularizado el uso de caponeras, lo cual facilita aún más el transporte del personal, el acceso a nuestros clientes y el transporte del Producto.

Existe en este Barrio una estación preventiva de la policía, lo significa un respaldo a la seguridad del Negocio, de su personal y del bien andar en general cantera de personal para “Frimiel” y dado que el nivel de exigencia para la de este. Según el INIDE en el Barrio viven 1982 mujeres quienes serían la contratación del personal no es de alto nivel, se considera que se podrá contratar el personal necesario.

En esta localización se cuenta con servicio permanente y de calidad de agua, luz eléctrica, alcantarillado, teléfono y otros servicios básicos que son de vital importancia para el buen funcionamiento de “Frimiel”. Ver en Anexos # 1, Mapa de localización del Barrio Enrique Gutiérrez.

2.5. Materia Prima e Insumos

La materia prima e insumos necesarios en la producción de un lote de 15 libras de frijoles rojos para un día y un rendimiento de 270 unidades de 119 gramos trabajando seis días a la semana.

A continuación se presenta la materia prima a utilizar para la elaboración de “Frijoles en Miel”, se utilizo plantillas del programa “Microsoft Excel”, para calcular los costos.

Materia Prima para un lote de producción de 15 libras							
Ingredientes	Dosis por libra de frijol	Cantidad necesaria diaria	Unidad	Precio unitario en córdobas	Costos totales por día	Días laborales por mes	Costos mensuales de producción
		15					
Frijoles	1.08	16	Lb	10	162	24	3,888
Leche	1.00	15	Lts	16	240	24	5,760
Pasas	0.12	2	Bolsitas	36	72	24	1,728
Leche condensada	1.00	15	Pote de 15 gr	14	210	24	5,040
Miel	0.20	3	Lts	60	180	24	4,320
Clavo de olor	5.00	75	Gramos	0.44	33	24	792
Canela	16.00	240	Gramos	0.26	63	24	1,512
Costo directo total					960	24	23,040
Envases	18.00	270	Unidad	4.25	1,148	24	27,552
Etiquetas	18.00	270		0.25	68	24	1,632
Cucharas	18.00	270	Unidad	0.28	76	24	1,824
Consumo de gas mensual	0.025	0.38	Tanque 25 libras	300	114	24	2,736
Costo indirecto total					1,405	24	33,720
Costo total					C\$ 2,365	24	C\$ 56,760

Tabla 10: Materia Prima e Insumos

Costo unitario	$2,365 / 270 = \text{C\$ } 8.76$
Precio de venta	14
Margen de contribución unitario	$14 - 8.73 = 5.24$
Ingresos diarios	$14 * 270 = 3,780$
Unidades producidas diarias	$18 * 15 = 270$
Rendimiento en unidades	18

Tabla 11: Costo Unitario

2.6. Selección de los Proveedores

La selección de nuestros proveedores se basó según criterios de facilidades que el Negocio requiere en cuanto al pago y costo de transporte de la materia prima e insumos. Además, se garantizó la calidad de sus servicios y productos, así como la flexibilidad en cuanto al plazo a pagar.

Estos cuentan con un servicio de entrega en el local en un periodo de tiempo establecido previamente y con los mejores precios de mercado a nivel nacional.

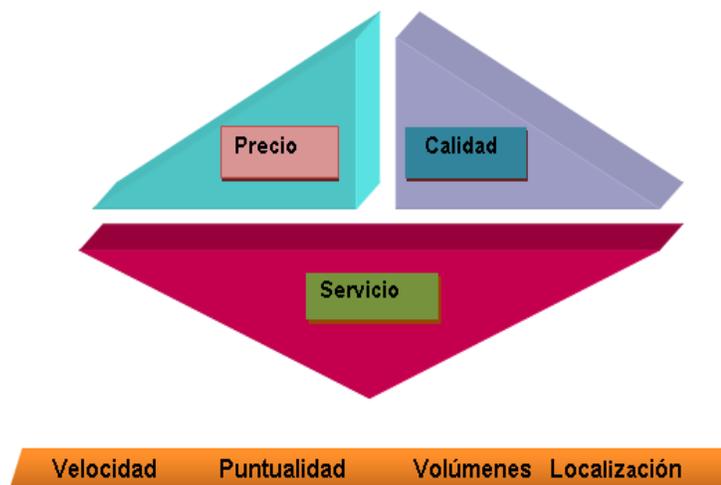


Figura 6: Criterios para selección de proveedores

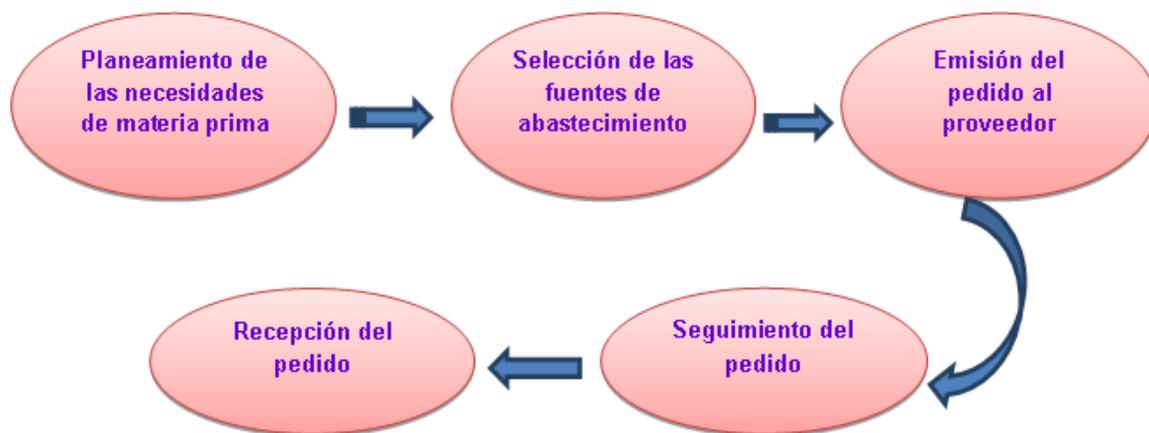


Figura 7: Procesos de compra de Materia Prima e Insumos

NOMBRE	PRODUCTOS	CONTACTO
Eskimo	Leche, crema de leche, mantequilla	2255-8960
Alke	Equipos, maquinarias y accesorios para mesa y cocina.	2266-0644 info@alke.com.ni
Maquinsa	Productos químicos para limpieza (desinfectantes, desengrasantes).	2265-0358
Kimberly Clark Nicaragua	Productos de higiene (Papel de baño, toallas, servilletas, jabones, dispensadores, accesorios de seguridad, fibras reutilizables)	2279-8770
Maya	Confituras, canela, maní, almendras, nuez, ciruela, pistacho, fruta mixta.	2266-8185 info@maya.com.ni
Mercado Mayoreo	Granos básicos	S/N

Tabla 12: Proveedores

2.7. Características de la Tecnología

Los equipos que se utilizarán son licuadora y cocina industrial, ollas de acero inoxidable entre otros, ya que son los que reúnen las características adecuadas y necesarias para la puesta en marcha del Negocio, así como de la elaboración del Producto a ofrecer.

La selección de los equipos se hizo de manera cautelosa verificando la calidad y la disponibilidad de los mismos en el país, así mismo se hizo en base al presupuesto disponible con el que se cuenta.

El equipo seleccionado cumple con los estándares necesarios para laborar ofreciendo al cliente un producto de calidad para su mayor satisfacción.

2.8. Estado Costos Producción

Calculado el costo diario de fabricación del Producto, se determinan los costos por mes, se presentan resumidos para el primer trimestre del año 1 y luego se anualizan los costos en el Estado Costo Producción.

CAPITULO II: PLAN DE PRODUCCION

Estado costo producción de Frimiel para Frijoles en Miel													
Precio de venta 14	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Anual
ingreso de venta	90,720	90,720	90,720	90,720	90,720	90,720	90,720	90,720	90,720	90,720	90,720	90,720	1088,640
Costos variables													
Costo variable directo													
frijoles	3,888	3,888	3,888	3,888	3,888	3,888	3,888	3,888	3,888	3,888	3,888	3,888	46,656
leche	5,760	5,760	5,760	5,760	5,760	5,760	5,760	5,760	5,760	5,760	5,760	5,760	69,120
pasas	1,728	1,728	1,728	1,728	1,728	1,728	1,728	1,728	1,728	1,728	1,728	1,728	20,736
leche condensada	5,040	5,040	5,040	5,040	5,040	5,040	5,040	5,040	5,040	5,040	5,040	5,040	60,480
miel	4,320	4,320	4,320	4,320	4,320	4,320	4,320	4,320	4,320	4,320	4,320	4,320	51,840
clavo de olor	792	792	792	792	792	792	792	792	792	792	792	792	9,504
Canela	1,512	1,512	1,512	1,512	1,512	1,512	1,512	1,512	1,512	1,512	1,512	1,512	18,144
Totales de costos variables directos	23,040	23,040	23,040	23,040	23,040	23,040	23,040	23,040	23,040	23,040	23,040	23,040	276,480
Costos variables indirectos													
envase	27,552	27,552	27,552	27,552	27,552	27,552	27,552	27,552	27,552	27,552	27,552	27,552	330,624
etiquetas	1,632	1,632	1,632	1,632	1,632	1,632	1,632	1,632	1,632	1,632	1,632	1,632	19,584
cucharas	1,824	1,824	1,824	1,824	1,824	1,824	1,824	1,824	1,824	1,824	1,824	1,824	21,888
consumo de gas mensual	2,736	2,736	2,736	2,736	2,736	2,736	2,736	2,736	2,736	2,736	2,736	2,736	32,832
Totales de costos variables indirectos	33,720	33,720	33,720	33,720	33,720	33,720	33,720	33,720	33,720	33,720	33,720	33,720	404,640
Totales de costos variables	56,760	56,760	56,760	56,760	56,760	56,760	56,760	56,760	56,760	56,760	56,760	56,760	681,120
Gastos de venta													
publicidad	565	565	565	565	565	565	565	565	565	565	565	565	6,780
Costos fijos													
salarios	23,307	23,307	23,307	23,307	23,307	23,307	23,307	23,307	23,307	23,307	23,307	23,307	279,688
mantenimiento	425	425	425	425	425	425	425	425	425	425	425	425	5,100
depreciación de equipos y utensilios	2,171	2,171	2,171	2,171	2,171	2,171	2,171	2,171	2,171	2,171	2,171	2,171	26,058
gasto de luz	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	14,400
gasto de agua	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2,400
gasto teléfono	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	3,240
gastos de matrícula de la Dgi	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	252
gasto de mensualidad de Dgi	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1200
gasto matricula municipal	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	200
gasto impuesto la alcaldía	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1800
gastos del Minsa	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1200
gastos de Mific	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1,800
gasto papelería de oficina	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4800
material de limpieza de oficina	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	5400
Total Costos fijos	28,961	28,961	28,961	28,961	28,961	28,961	28,961	28,961	28,961	28,961	28,961	28,961	347,538
Totales	86,286	86,286	86,286	86,286	86,286	86,286	86,286	86,286	86,286	86,286	86,286	86,286	1035,438
Ganancia operativa	4,434	4,434	4,434	4,434	4,434	4,434	4,434	4,434	4,434	4,434	4,434	4,434	53,202

Tabla 13: Estado Costo Producción de Frimiel para Frijoles en Miel

2.9. Punto de equilibrio en unidades del Negocio Frimiel para “Frijoles en Miel”

El punto de equilibrio permite determinar el nivel de operaciones que debe de mantener el Negocio para mantener los costos de operación. Se calcula el punto de equilibrio en unidades de ventas, “Frimiel”, trabajara 6 días a la semana, 24 días al mes.

$$PE = CF / (PVU - CVU)$$

Formula 1: Punto de Equilibrio en unidades

Dónde:

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costo Fijo

PVU: Precio de Venta Unitario

CU: Costo Unitario

$$PVU = 14.00$$

$$CU = 8.73$$

$$CF = 28,961$$

$$PE = 28,961 / (14 - 8.73) = 5,495$$

Unidades de venta

PE = 5,495 Unidades Mensual

PE = 229 Unidades Diarias

PE = 65,947 Unidades Anuales

2.10. Presupuesto de inversión de utensilios y equipos para “Frimiel”**Productor y Comercializador de Frijoles en Miel.**

En esta sección se define las inversiones necesarias para llevar a cabo la producción de “Frijoles en Miel”. Para ello se contará con una serie de utensilios que garantizan el éxito de un proceso de producción inocuo, de calidad y eficiente que permita reducir los tiempos de producción. La inversión incluye una cocina industrial que permitirá la cocción de los frijoles y la leche con un fuego uniforme y a la temperatura adecuada, además ollas de acero inoxidable, etc.

Concepto	Cantidad	Precio	Capital propio	Total
Bancos de madera	6	600	3,600	3,600
Gabinetes de utensilios	1	1,800	1,800	1,800
Cocina industrial	1	1,500	1,500	1,500
Coladores grandes	3	120	360	360
Cucharones grandes	6	120	720	720
Cucharones pequeños	6	70	420	420
Infraestructura	1	250,000	250,000	250,000
Lavadero	1	1,400	1,400	1,400
Licuada industrial	2	850	1,700	1,700
Mesas de trabajo	5	750	3,750	3,750
Panas medianas	3	60	180	180
Panas pequeñas	6	35	210	210
Pesa electrónica	2	650	1,300	1,300
Pichel pequeño con medida	3	75	225	225
Sillas de madera	6	500	3,000	3,000
Cajas plásticas	3	100	300	300
Tanque de gas de 25 lbs.	2	500	1,000	1,000
Exhibidor	1	12,000	12,000	12,000
Ollas de acero inoxidable	2	7,500	15,000	15,000
Gabachas	18	60	1,080	1,080
Malla para cabello	18	40	720	720
Mascarilla bucales	18	20	360	360
Totales de inversión			300,625	300,625

Tabla 14: Inversión de Utensilios y Equipos

2.11. Reinversiones para Utensilios y Equipos para “Frimiel”, Productor y Comercializador de “Frijoles en Miel”

Aquí están las depreciaciones de la compra de los utensilios y activos para la producción de “Frijoles en Miel”.

Concepto	Canti dad	Total	vida útil	Inversió n total	Depreciación anual					Deprecia ción	Valor residual
					1	2	3	4	5		
Bancos de madera	6	3,600	3	7,200	1200	1,200	1,200	1,200	1,200	6,000	1,200
Gabinete de utensilios	1	1,800	5	3,600	360	360	360	360	360	1,800	1,800
Cocina industrial	1	1,500	5	3,000	300	300	300	300	300	1,500	1,500
Coladores grandes	3	360	1	2,160	360	360	360	360	360	1,800	360
Cucharones grandes	6	720	3	1,440	240	240	240	240	240	1,200	240
Cucharones pequeños	6	420	3	840	140	140	140	140	140	700	140
Infraestructura	1	250,000	20	250,000	12500	12,500	12,500	12,500	12,500	62,500	187,500
Lavadero	1	1,400	5	2,800	280	280	280	280	280	1,400	1,400
Licadora industrial	2	1,700	2	5,100	850	850	850	850	850	4,250	850
Mesas de trabajo	5	3,750	5	7,500	750	750	750	750	750	3,750	3,750
Panas medianas	3	180	2	540	90	90	90	90	90	450	90
Panas pequeñas	6	210	2	630	105	105	105	105	105	525	105
Pesa electrónica	2	1,300	5	1,950	260	260	260	260	260	1,300	650
Pichel pequeño con medida	3	225	2	675	113	113	113	113	113	563	113
Sillas de madera	6	3,000	5	6,000	600	600	600	600	600	3,000	3,000
Tanque de gas de 25 lbs.	2	1,000	5	1,500	200	200	200	200	200	1,000	500
Cajas plásticas	3	300	2	900	150	150	150	150	150	750	150
Exhibidor	1	12,000	5	24,000	2400	2,400	2,400	2,400	2,400	12,000	12,000
Ollas de acero inoxidable	2	15,000	5	30,000	3000	3,000	3,000	3,000	3,000	15,000	15,000
Gabachas	6	1,080	1	6,480	1080	1,080	1,080	1,080	1,080	5,400	1,080
Mallas para cabello	6	720	1	4,320	720	720	720	720	720	3,600	720
Mascarillas bucales	6	360	1	2,160	360	360	360	360	360	1,800	360
Total inversiones		300,625		362,795	26,058	26,058	26,058	26,058	26,058	130,288	232,508

Tabla 15: Reinversiones de Utensilios y Equipos

**2.12. Calendario de Reposiciones de Equipos y Utensilios para “Frimiel”,
Productor y Comercializador de “Frijoles en Miel”**

El “Negocio Frimiel” tiene proyectado la reposición de todos los utensilios y equipos para así garantizar la calidad, la eficiencia y la seguridad del proceso productivo. Además garantizar mantener la posibilidad de enfrentar un crecimiento de la demanda o bien la diversificación de la producción.

Calendario de inversiones de reposición						suma de los años de las inversiones
	1	2	3	4	5	
Bancos de madera			3,600			3,600
Gabinete de utensilios					1,800	1,800
Cocina industrial					1,500	1,500
Coladores grandes	360	360	360	360	360	1,800
Cucharones grandes			720			720
Cucharones pequeños			420			420
Infraestructura						
Lavadero					1,400	1,400
Licuada industrial		1,700		1,700		3,400
Mesas de trabajo					3,750	3,750
Panas medianas		180		180		360
Panas pequeñas		210		210		420
Pesa electrónica					650	650
Pichel pequeño con medida		225		225		450
Sillas de madera					3,000	3,000
Tanque de gas de 25 lbs.					500	500
Cajas plásticas		300		300		600
Exhibidor					12000	12,000
Ollas de acero inoxidable					15000	15,000
Gabacha	1,080	1,080	1,080	1,080	1,080	5,400
Malla para cabello	720	720	720	720	720	3,600
Mascarillas bucales	360	360	360	360	360	1,800
Total reinversiones	2,520	5,135	7,260	5,135	42,120	62,170

Tabla 16: Calendario de Reposición de Utensilios y Equipos

CAPÍTULO III: CULTURA ORGANIZACIONAL

Objetivos organizativos, misión y visión del Negocio Frimiel para “Frijoles en Miel”, factores claves del éxito y principios de Frimiel, organigrama, manual de funciones y planilla mensual del Negocio.

3.1. Objetivos Organizativos de “Frimiel ”

- Atender personalmente al cliente demostrándoles que su preferencia es altamente apreciada.
- Enfocarse en la capacitación y motivación del personal.
- Ofrecer al cliente un Producto innovador de calidad a través de un servicio eficiente y con precio competitivo.

3.2. Misión del Negocio Frimiel para “Frijoles en Miel”

Somos una Microempresa dedicada a la elaboración y comercialización del Producto “Frijoles en Miel”, teniendo como principio fundamental la calidad, la innovación e higiene y un precio accesible al consumidor que estará dirigido a los pobladores del Barrio Enrique Gutiérrez del Distrito V de Managua.

3.3. Visión del Negocio Frimiel para “Frijoles en Miel”

Consolidarse como líder en el Negocio de Postres y constituirse como organización sólida con miras a expandirse a todo el Distrito V de Managua y afianzarse como una fuente atractiva de empleo; reconocida por un personal profesional, con calidad humana y principios éticos.

3.4. Factores Claves del éxito

- **Innovación:**

El Negocio Frimiel utiliza la innovación ya que “Frijoles en Miel”, es un Producto nuevo que se diferencia por su sabor, color y olor, además que puede tener diferentes presentaciones ya sea en envases de vidrios o plásticos que varían en su forma circular, con la finalidad y propósito que respondan a necesidades de nuestros clientes.

- **Calidad:**

Se refiere a la frescura del grano del frijol para la elaboración de “Frijoles en Miel” y que los requisitos de consumo: sabor, olor, color, textura, forma y apariencia sean los adecuados.

- **Precios bajos y accesibles:**

El Producto Frijoles en Miel tendrá un precio accesible a los consumidores y lo podrán comprar a un bajo precio.

3.5. Principios del Negocio Frimiel para “Frijoles en Miel”

- **Honradez:**

Se implementara la Honradez como principio en el Negocio ya que así se desarrollara un ambiente de confianza que lleva a actitudes y relaciones sanas.

- **Cortesía:**

El Negocio fomentara la cortesía tanto para sus trabajadoras como para el cliente fomentando un ambiente agradable.

- **Trabajo en equipo:**

En el Negocio se trabajara en equipo de trabajo, ya que todas las personas tenemos características diferentes (experiencia, formación, personalidad, aptitudes, etc.), esto nos enriquecerá en el intercambio de ideas para lograr un objetivo en común que es el éxito y posicionamiento del Producto en el mercado nacional.

3.6. Organigrama del Negocio Frimiel para “Frijoles en Miel”

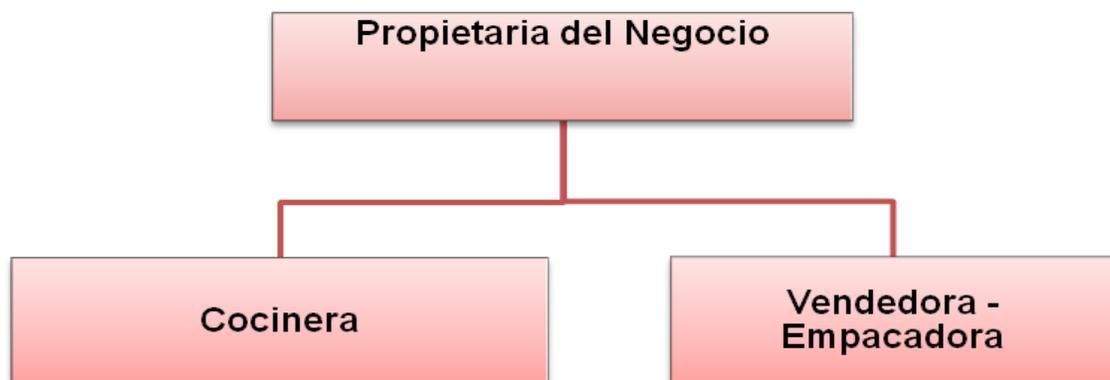


Figura 8: Organigrama del Negocio Frimiel Para “Frijoles en Miel”

El organigrama de “Frimiel”, representa un organigrama funcional aunque se trabajara en equipo para lograr un objetivo en común posicionar el Producto “Frimiel”, en el mercado meta.

3.7. Manual de Funciones y Mano de Obra de Frimiel

<p>Logo del Negocio</p> 	<p>“Frimiel”, Productor y Comercializador de Frijoles en Miel.</p>
<p>Denominación del Puesto: Escolaridad:</p>	<p>Propietaria del Negocio Ingeniera en Sistema</p>
<p>Edad: Sexo:</p>	<p>22-35 Femenino</p>
<p>Destreza y Habilidad:</p>	<p>Conocimientos contables Conocimientos tecnológicos Conocimientos administrativos</p>
<p>Salario:</p>	<p>C\$ 6,800</p>
<p>Funciones:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comprar el material de insumo y supervisar los procesos de producción. • Promover la comercialización del producto. • Mantener una adecuada rotación de inventario. • Aplicar las normas de seguridad e higiene. • Manejo del personal. • Lograr los objetivos propuestos del Negocio.

Tabla 17: Puesto Propietaria del Negocio “Frimiel”

<p>Logo del Negocio</p> 	<p>“Frimiel”, Productor y Comercializador de Frijoles en Miel.</p>
<p>Denominación del Puesto Dependencia que depende: Escolaridad:</p>	<p>Cocinera Propietaria del Negocio Bachillerato primaria y secundaria</p>
<p>Edad: Sexo:</p>	<p>22-35 Femenino</p>
<p>Experiencia:</p>	<p>1 año en el puesto como cocinera</p>
<p>Salario:</p>	<p>C\$5,000</p>
<p>Funciones:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Preparar y elaborar el Producto Frijoles en Miel con todos sus ingredientes. • Utilizar mallas para cabellos, mascarillas bucales y gabachas. • Mantener los utensilios limpios y el local.

Tabla 18: Puesto cocinera del Negocio Frimiel

<p>Logo del Negocio</p> 	<p>“Frimiel”, Productor y Comercializador de Frijoles en Miel.</p>
<p>Denominación del Puesto:</p>	<p>Vendedora –Empacadora</p>
<p>Escolaridad:</p>	<p>Bachillerato: Primaria y Secundaria</p>
<p>Dependencia que depende:</p>	<p>Propietaria del Negocio</p>
<p>Edad:</p>	<p>22-35</p>
<p>Sexo:</p>	<p>Femenino</p>
<p>Salario:</p>	<p>C\$ 4500</p>
<p>Destreza y Habilidad:</p>	<p>Dinámica, facilidad de palabra</p>
<p>Funciones:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entregar el Producto Frijoles en Miel a tiempo. • Promover las ventas en los centros de acopio como son: pulperías, mercados. • Proporcionar atención adecuada a los clientes con un servicio amable • Verificar y controlar la existencia del Producto para los pedidos.

Tabla 19: Puesto Vendedora-Empacadora del Negocio Frimiel

Planilla mensual de Frimiel para Frijoles											
Cargos de la planilla											
	Mensual	Retenciones		Salario neto	Inss patronal	Inatec	Vacaciones	treceavo	Indemnización	Total carga	Total
Días laborales	24	Inss	Préstamos	0%							
Puestos		6.25%	0		16%	2%	8.33%	8.33%	8.33%	43%	
Propietaria del negocio	6,800	C\$ 425	C\$ 0	C\$ 6,375	1,088	136	566	566	566	2923	9,723
Cocinera	5,000	C\$ 313	C\$ 0	C\$ 4,688	800	100	417	417	417	2150	7,150
Vendedora y empacadora	4,500	C\$ 281	C\$ 0	C\$ 4,219	720	90	375	375	375	1935	6,435
Totales	C\$ 16,300	1,019	0	C\$ 15,281	2,608	326	1,358	1,358	1,358	7,007	C\$ 23,307

Tabla 20: Planilla del Negocio Frimiel

CAPÍTULO IV: PLAN LEGAL

Aspectos legales y de constitución, Mific, Alcaldía Municipal, Dirección General de Ingresos, Ministerio de Salud, presupuesto legales del Negocio Frimiel y cronograma de constitución y registro de actividades legales.

4.1. Aspectos Legales y de Constitución

- ▶ **Instituciones Permanentes en la VUI**
- ▶ **Registro Público Mercantil de Managua**

El primer paso para crear “Frimiel” consistirá en contratar los servicios de un abogado y notario para que realice las gestiones correspondientes a la elaboración de un acta constitutiva de la sociedad entre las tres socias, registrando la aportación de capital de la propiedad y demás bienes inmuebles; así como el capital social en efectivo que cada una aportara.

Una ventaja del Plan de Negocios de “Frimiel” es que el abogado y notario es un familiar y el realizara la gestión de los tramites sin cobrar sus honorarios. El tiempo estimado será de dos semanas, incluyendo los trámites de registro y permisos necesarios para empezar a operar.

Una vez realizada el acta constitutiva de “Frimiel” se procederá a inscribirla en el Registro Público Mercantil, para este trámite se deben comprar los libros contables de diario y mayor. La VUI (ventana única de inscripción), mediante el delegado del Registro Mercantil, colabora con la Inscripción, recepciona los documentos, realizando una pre evaluación de los mismos y remitiéndolos al Registro Mercantil, una vez inscritos se le entregan al usuario para que continúe con el proceso. En esta etapa además de inscribir la Sociedad se realiza inscripción como comerciante, sellado de libros, inscripción de poderes, apertura de sucursales nacionales y extranjeras, todo bajo la coordinación del delegado del Registro Mercantil en la VUI con el Registrador Mercantil de Managua.

Delegada del Registro Público Mercantil en la VUI

Nombre: María Gabriela Padilla Baca

Teléfonos: 22773860 – 22773871 – 22789820

Correo Electrónico: mpadilla@ideay.net.ni.

4.1.2. Mific (Ministerio de Fomento de Industria y Comercio)

“Frimiel”, obtendrá su personalidad jurídica una vez que solicite al Registro Público Mercantil su inscripción como negocio y posteriormente podrá inscribirse en el Registro Único de las Mi Pymes, y así gozar de los beneficios, deberes y derechos que otorga la Ley 645, “Ley de promoción, fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa” (ley Mi pyme), la cual será regulada por el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (Mific).

¿Qué es una Micro y Pequeña Empresa?

Las Micros y Pequeñas empresas, que operan como persona natural o jurídica, en los diversos sectores de la economía, siendo en general empresas manufactureras, industriales, agroindustriales, agrícolas, pecuarias, comerciales, de exportación, turísticas, artesanales y de servicio, entre otras.

Clasificación de Empresas en Nicaragua, se utiliza el siguiente criterio para clasificar a las empresas MiPymes:

Variables	Microempresa	Pequeña-Empresa	Mediana Empresa
Número total de Trabajadores	1-5	6-30	31-100
Activos Totales (Córdobas)	Hasta 200.0 miles	Hasta 1.5 millones	Hasta 6.0 millones
Ventas Totales Anuales (Córdobas)	Hasta 1 millón	Hasta 9 millones	Hasta 40

Tabla 21: Clasificación de las MiPymes

Beneficios

- Atención y tramitación en la VUI de las solicitudes y gestiones que las micros y pequeñas empresas realizan para formalización de sus empresas de conformidad con las regulaciones existentes.
- Capacitación a los nuevos contribuyentes en coordinación con INPYME, CAMIPYME y MIFIC.
- Facilitación de las inscripciones, a través de períodos de gracia para la realización de valoración fiscal y coordinación entre las Administraciones de Rentas departamentales y los CAMIPYME para facilitar la inscripción.

Exclusiones

No podrán considerarse sujetos del beneficio del convenio suscrito entre la DGI-INPYME-MIFIC, las MIPYMES que se encuentren en los siguientes considerando:

1. Las Personas Jurídicas o sociedades, cualquiera que fuere su Naturaleza.
2. Las Personas naturales que estén comprendidas en las siguientes situaciones:
 - Que sean exportadores directos.
 - Que sean importadores directos.
 - Que formen parte de unidades económicas.
3. Que comercialicen al menos un tipo de los siguientes bienes:
 - Lavadoras de más de cinco ciclos, aires.

“Frimiel”, estará regulado por otras Instituciones que les corresponde vigilar este tipo de actividad, tales como el Ministerio de Salud (MINSA), Alcaldía Municipal, Cuerpo de Bomberos, Dirección General de Ingresos, todos con jurisdicción al Municipio de Managua.

El proceso de legalización y organización del Negocio, después de estar inscrito en el Registro Público Mercantil, se gestionará paulatinamente en un período aproximado de un mes, cuyos requisitos legales que se presentarán a las correspondientes Instituciones que son:

El inversionista se presenta a la Delegación de la Alcaldía de Managua en la VUI para obtener su matrícula y cumplir con la municipalidad en el pago de sus obligaciones tributarias.

4.1.3. Alcaldía de Managua

❖ Cuando se trate de apertura de Negocio:

- Solvencia municipal.
- Copia de contrato de arriendo.
- Carta de solicitud de matrícula para negocios.
- Constancia de control urbano.
- Copia de cédula de identidad del representante del negocio
Matrícula con un costo del 1% del Capital Invertido. (Art. 6, Decreto 455).

4.1.4. Dirección General de Ingresos:

Una vez concluidos los trámites en el Registro Mercantil, el Inversionista procede a inscribirse ante la Delegación de la Dirección General de Ingresos en la VUI para el Registro Único del Contribuyente conocido como RUC, pago de multas en caso de retraso en la inscripción, solicitar solvencia tributaria y sellada de libros contables. En esta delegación también se puede realizar la compra de papel sellado y especies fiscales.

Dirección General de Ingresos Cuando se trate de apertura de Negocio:

1. Debe gestionar su número RUC debe llenar formato para que le extienda su RUC Poniendo los datos del representante legal, Balance Inicial en el formato Copia Cedula Copia poder General si es posible debe gestionar constancia de Recaudación de IVA.
2. Debe inscribir el negocio actividad del Negocio la DGI le clasifica el tipo empresa de presentar copia del RUC copia de cedula del propietario. Los libros: debe comprar los libros llevarlo a la DGI, para que lo sellen los libros una vez llevar al registro de comerciante, o mercantil para que ello se lo sellen los libros.

Delegada de la Dirección General de Ingresos en la VUI

Nombre: Anielka Morales Cerda

Teléfonos: 22773860 – 22773871 – 22789820

4.1.5. Ministerio de Salud

- a) Certificado de Inspección del MINSA.
- b) Certificado de Salud más exámenes médicos (heces, orina y sangre) los trabajadores, constancia de capacitación de manipulación de alimentos de los trabajadores.
- c) Constancia de fumigación por una mini empresa autorizada por el MINSA.
- d) Constancia de matrícula de la Alcaldía Municipal (actualizada).
- e) Constancia del cuerpo de Bomberos.
- f) Carta por apertura de negocio dirigida a Epidemióloga. SILAIS Managua.
- g) Pago de aranceles luego de ser clasificada la categoría del negocio.

El Negocio “Frimiel”, se legalizará con el fin de cumplir las leyes del país, contribuir con el desarrollo del mismo y cumplir con el pago de impuestos a la Alcaldía de Managua y al Estado Nicaragüense.

4.2. Presupuesto de los Requerimientos para legalizar el Negocio Frimiel

Requerimientos Legales	
Costo de matrícula de la Alcaldía	C\$ 200
Costo de matrícula de la DGI	C\$ 252.50
Mensualidad de Alcaldía	C\$ 150
Mensualidad de la DGI	C\$ 100
Minsa	C\$ 1200
Mific	C\$ 150
Total	C\$ 2,052.50

Tabla 22: Requisitos Legales

4.3. Cronograma de Constitución y Registro de actividades legales

	Cronograma de actividades legales	Semanas	Enero 2014			
			1	2	3	4
1	Inscripción de la sociedad en el Registro Publico Mercantil	4	1	2	3	4
1.1	Elaboración del Acta de Constitución de la Sociedad	1	X			
1.2	Inscripción en el Registro Publico Mercantil	1	X			
1.3	Inscripción en la Dirección General de Ingresos	1		X		
1.4	Gestión para inscripción en la Alcaldía de Managua	1			X	
1.5	Semana de holgura por algún retraso	1				X
1.6	Inauguración	30 de enero 2014				

Tabla 23: Cronograma de Actividades Legales

CAPÍTULO V: PLAN FINANCIERO

Plan financiero, capital de trabajo de Frimiel, balance inicial, flujo neto de efectivo, criterios de evaluación del plan de negocios, tasa interna de retorno, relación beneficio-costos, índice de deseabilidad.

5.1. El Plan financiero de Frimiel Productor y Comercializador de Frijoles en Miel

Con el objetivo de establecer el Negocio “Frimiel”, Productor y Comercializador del Postre “Frijoles en Miel” en el Municipio de Managua, en el Distrito V, en el Barrio Enrique Gutiérrez en el año 2014, se realizó un Análisis Financiero para evaluar la rentabilidad del Negocio esto incluye: el Balance General Inicial, el Estado de Resultado, el Flujo Neto de Efectivo e Indicadores Financieros (VAN, TIR, TMAR, R B/C y el Tiempo de Recuperación de la Inversión).

Las cifras aquí presentadas están basadas en una producción de 270 unidades de “Frijoles en Miel” diarias y toda la materia prima necesaria para su producción; así como los insumos y utensilios necesarios al igual que la tecnología y el proceso para su producción de forma eficiente.

Se incluye el pago de las colaboradoras necesarias para cumplir las diferentes funciones del Negocio; esto incluye sus debidas prestaciones sociales, con salarios aún por encima de los salarios promedios del mercado.

5.2. Capital de Trabajo de Frimiel

Frimiel contara con la aportación del terreno y la infraestructura; pero además es necesario determinar con precisión la cantidad de dinero necesaria para la compra de utensilios, de materia prima, insumos, una provisión en efectivo para el pago de los servicios básicos, la planilla y otros gastos misceláneos.

Se incluye en el capital de trabajo la materia prima necesaria para un día de trabajo, complementado por un quintal de frijoles (4 días), esta cantidad de materia prima puede compensarse con el 25% de provisión para el pago de la planilla que se estima necesario para un 1 mes de Producción.

El aporte inicial del capital en efectivo de las socias es de C\$ 75,781 con lo que se cubrirá la inversión en utensilios y de capital de trabajo y la inversión total del plan es de 325,781 incluyendo la aportación de terreno e infraestructura.

Determinación de los componentes y cantidades del capital de trabajo						
Ingrediente	Cantidad necesaria diaria	Unidad	Precio Unitario	Costos totales por día	Compra inicial	Inversión inicial
Frijoles	16.20	Lb	10	162	100	1,000
Leche	15	Lts	16	240	50	800
Pasas	1.80	bolsitas	36	65	12	432
Leche Condensada	15	Pote 15 gr	14	210	50	700
Miel	3	lts	60	180	15	900
Clavo de olor	75	gramos	0.44	33	454	199
Canela	240	gramos	0.3	63	454	120
Costos directos totales				953		
envase	270	Unidad	4.25	1,148	900	3,825
etiquetas	270		0.25	68	1800	450
cucharas	270	Unidad	0.28	76	1800	504
Consumo de gas mensual	0.38	Tanque 25 libras	300	113	1	300
Costo indirecto total				1403		
Inversión total en Inventario				2356		9,230
Propietaria del Negocio			6800		0.25	1,700
Cocinero			5000		0.25	1,250
Vendedora-empacadora			4500		0.25	1,125
Carga social			7007		0.25	1,752
Gasto de luz			1200		0.25	300
Gasto de agua			200		0.25	50
Gasto teléfono			270		0.25	68
Gasto papelería de oficina			400		1	400
Gastos de publicidad						6,780
Gastos de material de limpieza			450		1	450
Total de Capital de Trabajo						13,874

Tabla 24: Capital de trabajo de “Frimiel” para “Frijoles en Miel”

5.3. Balance Inicial de Frimiel para Frijoles en Miel

A continuación se presenta el Balance Inicial del Negocio “Frimiel” para el Postre “Frijoles en Miel”.

Balance inicial del Negocio Frimiel productor y comercializador de Frijoles en Miel			
Activo Circulante		Pasivo Circulante	C\$ -
		Total pasivo	C\$ -
Efectivo Caja	C\$ 13,874		
Inventario Producto	C\$ 9,230	Capital social	
Total circulante	C\$ 23,104	Aporte de terreno e infraestructura	C\$ 250,000
Activos diferidos	C\$ 2,052	Aporte en efectivo	C\$ 75,781
Activos fijos		Total capital	C\$ 325,781
Utensilios y equipos	C\$ 50,625		
Terreno e infraestructura	C\$ 250,000		
Activo fijo total	C\$ 300,625		
Total activo	C\$ 325,781	Total pasivo + capital	C\$ 325,781

Tabla 25: Balance General para Frimiel para Frijoles en Miel

5.4. El Estado de Resultado

Estado de resultados proyectados de "Frimiel", productor y comercializador de Frijoles en Miel Correspondiente al año 2014 hasta el año 2018		
En córdobas		
Este escenario es con un porcentaje de devolución sobre las ventas de --->		-5%
Ventas totales		1,088,640
Menos:		
Costo de venta		
Rebajas sobre ventas	-	
Devoluciones sobre ventas	54,432	54,432
Ventas netas		1,034,208
Inventario inicial	9,230	
Compras	681,120	
Gastos de compras	-	
Compras Totales	681,120	
Menos:		
Rebajas sobre compras	-	
Devoluciones sobre compras	-	
Compras netas	681,120	
Mercadería disponible para venta	690,350	
Menos:		
Inventario final	25,628	
Costo de venta		664,722
Utilidad Bruta		369,486
Menos:		
Gastos operativos		353,118
Gastos administrativos	346,338	
Gastos de ventas	6,780	
Utilidad antes de impuestos		16,368
Menos:		
Impuesto sobre la renta	-30%	4,910
Utilidad neta después de I.R.		11,458

Tabla 26: Estado de resultado proyectado con porcentaje de devoluciones de Ventas del 5%, para "Frimiel".

Estado de Resultados proyectados Optimista "Frimiel"		
Productor y Comercializador de "Frijoles en Miel"		
Correspondiente al año 2014 hasta el año 2018		
En córdobas		
Con variación de ----->	10%	
Ventas totales		1197,504
Ventas netas		1197,504
Inventario inicial	9,230	
Compras	749,184	
Gastos de compras	0	
Compras totales	749,184	
menos:		
Rebajas sobre compras	0	
Devoluciones sobre compras	0	
Compras netas	749,184	
Mercadería disponible para venta	758,414	
Menos:		
Inventario final	9,230	
Costo de venta		749,184
Utilidad bruta		448,320
Menos:		
Gastos operativos		353,118
Gastos administrativos	346,338	
Gastos de ventas	6,780	
Gastos financieros	0	
Productos financieros	0	
Utilidad antes de impuestos		95,202
Menos:		
Impuesto sobre la renta	-30%	-28,561
Utilidad neta después de I.R.		66,641

Tabla 27: Estado de resultados optimista para "Frimiel".

Estado de Resultados proyectados Pesimista "Frimiel" Productor y Comercializador de "Frijoles en Miel"		
Correspondiente al año 2014 hasta el año 2018		
En córdobas		
CON variación de ---->		
	-	
	13.888%	
Ventas totales		937,450
Menos:		
Costo de venta		
Rebajas sobre ventas	0	
Devoluciones sobre ventas	0	
Ventas netas		937,450
Inventario inicial	9,230	
Compras	586,489	
Gastos de compras	0	
Compras totales	586,489	
Menos:		
Rebajas sobre compras	0	
Devoluciones sobre compras	0	
Compras netas	586,489	
Mercadería disponible para venta	595,719	
Menos:		
Inventario final	9,230	
Costo de venta		586,489
Utilidad bruta		350,961
Menos:		
Gastos operativos		353,118
Gastos administrativos	346,338	
Gastos de ventas	6,780	
Gastos financieros	0	
Productos financieros	0	
Utilidad antes de impuestos		-2,157
Menos:		
Impuesto sobre la renta	-30%	647
Utilidad neta después de I.R.		-1,510

Tabla 28: Estado de resultado pesimista para "Frimiel", con porcentaje de devoluciones del 13%.

5.5. Flujo Neto de Efectivo de Frimiel

Se presenta el Flujo neto del Negocio “Frimiel”, para los cinco años de su horizonte de evaluación.

Flujo neto del Negocio Frimiel						
	0	1	2	3	4	5
Ingresos		1088,640	1143,072	1200,226	1260,237	1323,249
Costos		681,120	681,120	721,987	765,306	811,225
Utilidad bruta		407,520	461,952	478,238	494,930	512,024
Gastos de operación						
Salarios		279,688	279,688	279,688	279,688	279,688
Publicidad		6,780	6,780	6,780	6,780	6,780
Material de limpieza de oficina		5,400	5,400	5,400	5,400	5,400
Depreciación		26,058	26,058	26,058	26,058	26,058
Papelería de oficina		4,800	4,800	4,800	4,800	4,800
Servicios básicos		20,040	20,040	20,040	20,040	20,040
Total		342,766	342,766	342,766	342,766	342,766
Utilidad operativa		64,754	119,186	135,472	152,165	169,258
impuestos al 30%		-19,426	-35,756	-40,642	-45,649	-50,777
Ajuste por gastos no desembolsables						
Depreciación		26,058	26,058	26,058	26,058	26,058
Impuestos municipales fijos		-1,800	-1,800	-1,800	-1,800	-1,800
Inversiones		-2520	-5135	-7260	-5135	-42120
Terreno e infraestructura	0					
Capital de trabajo	-23104					23104
Utensilios e inversión fija	-50625					
Gastos de constitución	-2052					
Valor de desecho del plan de Negocios						232508
Flujo neto de efectivo	-75,781	67,065	102,553	111,828	125,638	356,230
Calculo del valor presente neto						
Factores de descuento	1.0000	0.9091	0.8264	0.7513	0.6830	0.6209
Valor descontado de los flujos	-75781.34	60,968	84,754	84,018	85,812	221,191
Valor presente neto	460,963					
Tasa de descuento	10%					
Tir	118.20%					
Valor presente de todos los flujos	536,744					

Tabla 29: Flujo neto de efectivo para “Frimiel”.

5.6. Criterios de Evaluación del Plan de Negocios

Una vez que hemos formulado el Plan de Negocios para “Frimiel” es necesario someterlo a su evaluación mediante los criterios usado convencionalmente. Necesitamos saber si el Plan nos permite como inversionistas obtener la rentabilidad deseada.

5.6.1. Determinación de la Tasa mínima aceptable de rendimiento

En nuestro caso hemos determinado usar una tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) del 10%, compuesta por:

5% anual por la devaluación o mantenimiento de valor.

4% anual por la inflación proyectada por el BCN para el 2013.

1% anual por la tasa pasiva (costo de oportunidad).

5.6.2. Valor Actual Neto

El Valor Presente Neto (VPN) o también conocido como Valor Actual Neto o bien sus siglas en ingles NPV (Net Present Value), al aplicar esta técnica el resultado fue de C\$ 460,963, es decir, el Plan elaborado nos devuelve los ingresos netos descontados suficiente para cubrir el costo de oportunidad, la devaluación, la inflación. En términos financieros y de evaluación e inversiones el Plan de Negocios para “Frimiel” es rentable.

5.6.3. Tasa Interna de Retorno

La Tasa interna de Retorno es el segundo criterio de evaluación que se le aplicó al Plan de Negocios para, “Frimiel”, el cálculo se realizó con una plantilla de Excel y el resultado fue que el plan de negocios tiene una Tasa Interna de Retorno del 118.20%, este resultado muestra la máxima rentabilidad que este Plan de Negocios puede generar con el precio y los costos asignados a los diversos rubros de producción, ventas, operación; así como la inversión inicial estimada. El Plan de negocios para “Frimiel”, tiene una Tasa interna de retorno del 118.20%, que es mayor que la TMAR del 10%, lo que significa que el Plan se debe aceptar”.

5.6.4. Relación Beneficio-Costo

“La Relación Beneficio Costo” compara el valor actual de los Beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. Este método lleva a la misma regla de decisión del VAN, ya que cuando este es 0, la Relación Beneficio Costos será igual 1. Si el Van es mayor que 0, la Relación Beneficio-costo será mayor que 1, y si el VAN es negativo, este será menor que 1. Este método no aporta ninguna información importante que merezca ser considerada”.¹

5.7. El Periodo de Recuperación de la Inversión

El Periodo de recuperación de capital es un indicador que no toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo. Mide el tiempo de recuperación de una inversión. Para el plan de negocios de “Frimiel” el periodo de recuperación es:

Inversión: 325,781

Año 1: 68,850 $(325,781-68,850=256,932)$

Año2: 104,337 $(256,932-104,337=152,594)$

Año3: 113,720 $(152594-113,720=38,875)$

Al dividir $(152594/113,720= 1.39$ años)

Multiplicando 1.39 años por 12 meses que tiene cada año tenemos 16.68 meses

“El periodo de recuperación de la inversión es 1 año y 17 meses”.

5.8. El Índice de Deseabilidad

El índice de deseabilidad es un indicador de lo deseable que puede ser una inversión para un inversionista y representa una versión moderna de la relación Beneficio - Costo. Se calcula dividiendo el valor presente neto de todos los flujo de efectivos futuros C\$ 536,744 entre la inversión inicial C\$ 325,781 el

resultado nos muestra la deseabilidad del proyecto. El resultado del índice de deseabilidad del Plan de Negocios es de 1.67, lo que significa que el Plan es 1.67 veces deseable.

CAPÍTULO V

Conclusiones, Recomendaciones y Bibliografía.

Conclusiones

El Plan de Negocio para Frimiel, Productor y Comercializador del Producto Frijoles en Miel en el Barrio Enrique Gutiérrez, en el Distrito V de Managua, presenta las siguientes conclusiones:

- ◆ Existe viabilidad comercial puesto que el 40% de las personas encuestadas presentan intención de compra del Producto.
- ◆ El precio escogido para el lanzamiento del Producto es de C\$ 14 córdobas y se puede mantener durante todo el periodo de evaluación del Plan sin que afecte la rentabilidad del mismo.
- ◆ Existe un mercado meta compuesto por 1,510 personas que representan un potencial de ventas anuales en unidades de 226,440, equivalentes a un total anual de C\$ 3, 170,160.
- ◆ La cantidad de unidades producidas de 270 esta por encima del punto de equilibrio diario que es de 229 unidades.
- ◆ El Plan de Negocios cuenta con los elementos técnicos, legales, humanos y financieros necesarios para su buen funcionamiento.
- ◆ No existe barrera legal para constituir el Negocio propuesto ni para la fabricación a nivel artesanal del Producto Frijoles en Miel.
- ◆ El Plan de Negocios con los ingresos proyectados y los costos proyectados, así como con la inversión inicial propuesta es rentable. Demostrado a través de la Evaluación Financiera, tiene una tasa interna de retorno del 118.20%, un Valor presente neto de 460,963 y un periodo de recuperación de inversión de 1 año y 17 meses.
- ◆ Se concluye además que en un futuro se aumentara la Producción aprovechando el Entorno Demográfico del Negocio, expandiéndose en el Distrito V en Managua, ya que el Producto Frijoles en Miel, es innovador cuenta con las medidas higiénicas sanitarias para su elaboración, lo cual lo hace competitivo en un mercado cada vez más exigente.

Recomendaciones

- ◆ Garantizar y velar por el cumplimiento de la limpieza del área de trabajo y utensilios de cocina diario para evitar la contaminación de los alimentos tales como: roedores, cucarachas, hormigas, etc.
- ◆ En la etapa inicial del Negocio no se contratara más personal de trabajo.
- ◆ Se recomienda en un futuro la adquisición de un vehículo propio para la distribución del Producto Frijoles en Miel, lo cual le ayudara a captar nuevos mercados.
- ◆ Dar seguimiento a los objetivos diseñados en el Plan de Negocios.

Bibliografía

- ◆ Alcázar Rafael, (2da ed.) El Emprendedor de Éxito, Editorial Mc Graw Hill,
- ◆ Alcaldía de Managua, DGI, Mific.
- ◆ Borello, Antonio (2000), El Plan de Negocios. Editorial. MacGraw Hill, México.
- ◆ Baca Gabriel, (2da ed.) Evaluación de proyectos, Editorial McGraw Hill.
- ◆ Codex Alimentarius- Volumen I- Suplemento 1-1993.
- ◆ Codex Alimentarius. Requisitos Generales. 2da. Edición
- ◆ Malhotra, Naresh (1997), Investigación de Mercados un Enfoque práctico. Editorial. Prentice Hall Hispanoamérica. México.
- ◆ Kottler, (2003), Dirección Marketing. Editorial. Prentice Hall. España.
- ◆ Minsa - Dirección Nacional de Higiene. Higiene del medio Tomo III. Primera. Edición. 1999.
- ◆ Minsa - Normas y Procedimientos de Higiene.
- ◆ Norma Cubana -Manipulación de Alimento. 1997.
- ◆ Romero Javier, Libro de contabilidad 2006.
- ◆ Sitman Lawrence, (1997), Fundamentos de Administración financiera, VII edición, Haría, México.
- ◆ Shiffman, Comportamiento del Consumidor, X edición.
- ◆ Oms: Manipulación correcta de los alimentos.1990.
- ◆ Weston Fred Brigham Eugene G. Fundamentos de Adición Financiera.

WENOS

Anexo # 1: Ubicación geográfica del Barrio Enrique Gutiérrez del Distrito V de Managua



Figura 9: Mapa de localización del Barrio Enrique Gutiérrez Distrito V

Anexo # 2: Instrumento de Investigación Cualitativa

1. Encuesta

1.1. Análisis de la encuesta para el consumidor

El tamaño del universo, corresponde a la población del Barrio Enrique Gutiérrez, en el Distrito V en Managua, en el, tomamos en cuenta el año 2012 fue:

Población	Habitante
Año	
2012	3774

Tabla 29: Datos proporcionados por la Alcaldía de Managua

Tamaño de la Muestra: Para determinar el tamaño de la muestra, se consideró a clientes decisores y clientes consumidores del Barrio Enrique Gutiérrez, utilizando el muestreo por conveniencia no probalístico, la población del Barrio es de 3,774 se aplicara la fórmula que es utilizada para poblaciones finitas (menos de 100,000 habitantes).

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e(N-1) + Z^2 * P * Q}$$

Formula 2: Tamaño de la muestra para poblaciones finitas

n= Número de elementos de las muestra

N= Número de elemento del Universo

Q / P= Probabilidades 0.5

Z= Nivel de confianza

e= Margen de error

Reemplazando la formula especificada, se obtiene:

$n = \frac{(1.96) (0.5) (0.5) (3774 / 0.05^2 (3774 - 1) + (1.96)^2 * (0.5) * 0.5)}{}$
$n = 1849.26 / (9.4325 + 0.9604)$
n= 178 muestra

Tabla 30: Resultado de la muestra

1.2.1. Metodología de la Investigación de Campo

1.2.1.1 Levantamiento de la Información:

El levantamiento de la información se realizó a través de una Encuesta (utilizando también fuentes primarias, secundarias). El criterio de selección de la muestra es no probabilístico por conveniencia.

1.2.1.2. Procesamiento de la Información:

Para el estudio planteado el procesamiento de la información se realizó, en el Programa Microsoft Excel, en el cual se registró los datos de información obtenida de las encuestas y se llevó a cabo la grafica de los resultados para su correspondiente interpretación. El cuestionario está compuesto por un instructivo con 6 preguntas. Se utilizó el muestreo por conveniencia no probabilístico para obtener los resultados.

Encuesta

Datos protocolarios o generales

Edad:

Sexo:

Lugar de origen:

Seleccione la respuesta a según su criterio

1- ¿Por qué le gusta consumir Frijoles Rojos?

- a) Son nutritivos
- b) Se preparan de diferentes formas
- c) Es parte de mi dieta
- d) Es plato típico
- e) Ninguna de las anteriores

2- ¿Estaría dispuesto a probar un nuevo Producto que es Frijoles en Miel?

- a) Si
- b) No

3- ¿Qué le pareció la degustación del Producto Frijoles en Miel?

- a) Si me gusto
- b) No me gusto

4- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el Producto Frijoles en Miel?

- a) C\$ 14
- b) C\$ 20-C\$ 30
- c) C\$ 30 a más
- d) Ninguna de las anteriores

5- ¿Con una presentación de 119 gr por envase con qué frecuencia compraría el Producto Frijoles en Miel?

- a) Diario
- b) Quincenal
- c) Mensual
- d) Ninguna de las anteriores

6) ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual? 5 variables

- a) C\$ 500 a C\$ 1000
- b) C\$ 1500 a C\$ 2000
- c) C\$ 2500 a C\$ 3000
- d) C\$ 3500 a C\$ 5000
- e) C\$ 5500 a más

1.3. Análisis de los resultados de la Encuesta

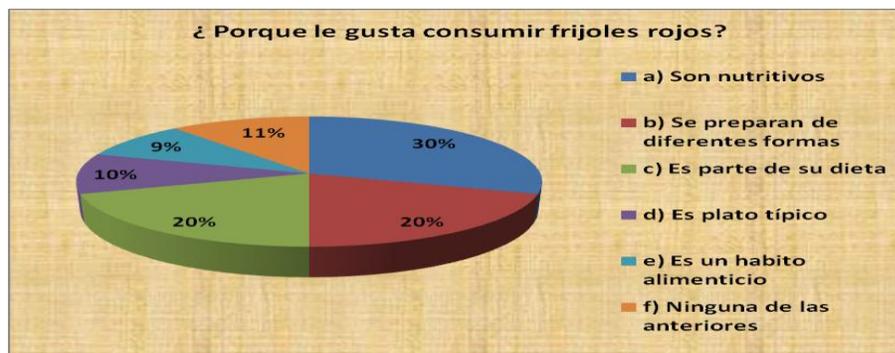
Para llevar a cabo el análisis de resultados, se tomó en cuenta cada una de la pregunta llevadas a cabo en las encuestas, así tenemos:

1- ¿Por qué le gusta consumir Frijoles rojos?

Tabla 31: Resultados de la pregunta # 1

Respuesta	Porcentaje	Total
a) Son nutritivos	30%	53
b) Se preparan de diferentes formas	20%	36
c) Es parte de su dieta	20%	36
d) Es plato típico	10%	18
e) Es un habito alimenticio	9%	16
f) Ninguna de las anteriores	11%	20
Total	100%	178

Grafico de la pregunta # 1



Análisis del resultado pregunta # 1:

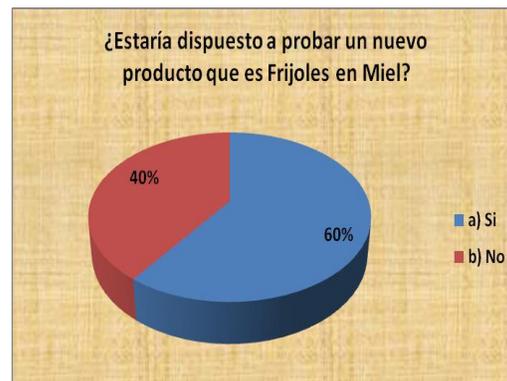
Como se puede observar el mayor porcentaje de los consumidores encuestados el 30%, opinan que los frijoles rojos son nutritivos, el 20% que se preparan de diferentes formas, el 20% que es parte de su dieta, el 10% es un plato típico, el 9% es un hábito alimenticio y el 11% ninguna de las anteriores.

2-¿Estaría dispuesto a probar un nuevo Producto que es Frijoles en Miel?

Tabla 32: Resultados de la pregunta # 2

Respuesta	Porcentaje	Total
a) Si	60%	107
b) No	40%	71
Total	100%	178

Grafico de la pregunta # 2



Análisis del resultado pregunta # 2:

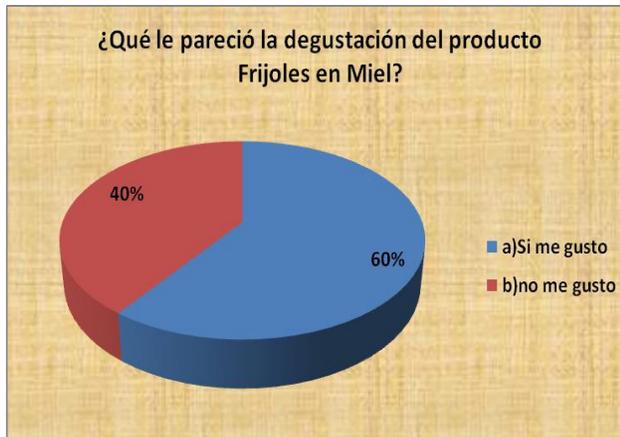
Como se puede observar el mayor porcentaje el 60% de los consumidores encuestados está dispuesto a probar el Producto Frijoles en Miel y el 40% no está dispuesto a probar el Producto Frijoles en Miel.

3-¿Qué le pareció la degustación del producto Frijoles en Miel?

Tabla 33: Resultados de la pregunta # 3

Respuesta	Porcentajes	Total
a) Si me gusto	60%	107
b) No me gusto	40%	71
Total	100%	178

Grafico de la pregunta # 3



Análisis del resultado de la pregunta # 3:

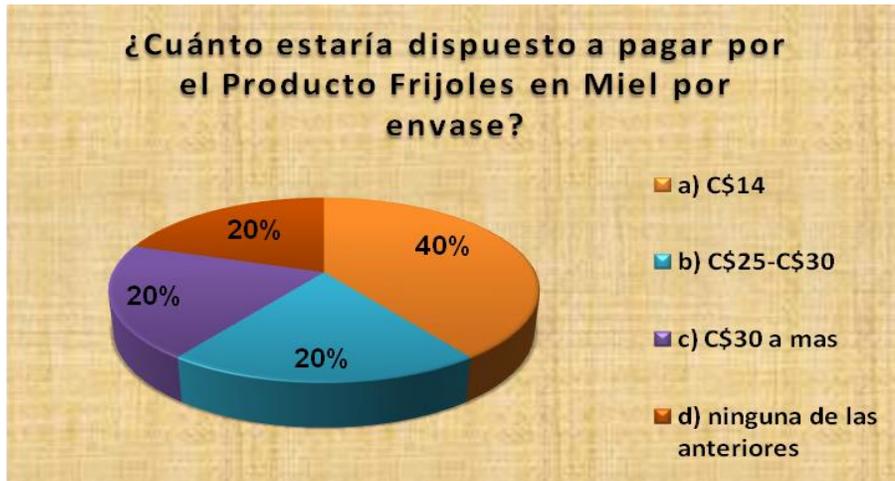
Como se puede observar el mayor porcentaje de las personas encuestadas el 60% que degustaron el Producto Frijoles en Miel les gusto el producto y el 40% no les gusto el Producto.

4- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el Producto Frijoles en Miel por envase?

Tabla 34: Resultados de la pregunta # 4

Respuesta	Porcentaje	Total
a) C\$ 14	40%	71
b) C\$ 25-C\$ 30	20%	36
c) C\$ 30 a mas	20%	36
d) Ninguna de las anteriores	20%	36
Total	100%	178

Grafico de la pregunta # 4



Análisis de resultado pregunta # 4:

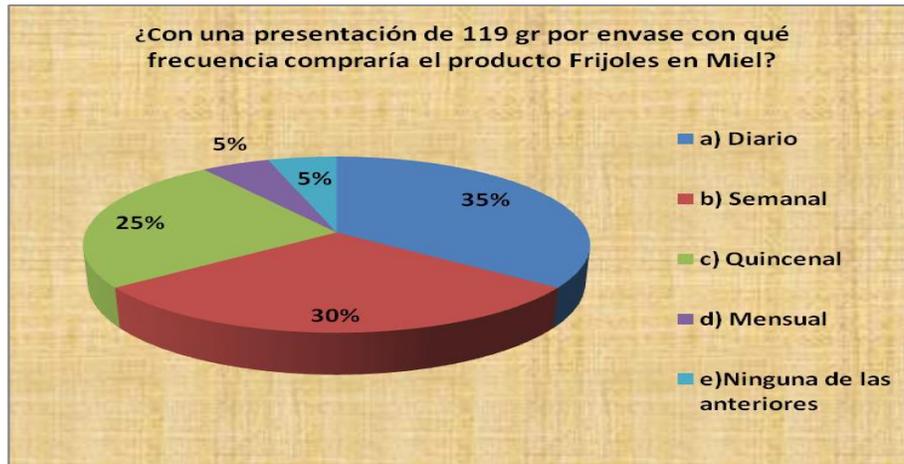
Como se puede observar el mayor porcentaje de las personas encuestadas el 40% están dispuesto a pagar el producto a C\$14, el 20% de C\$ 25 - C\$ 30, el 20% de C\$ 30 a más y el 20% ninguna de las anteriores.

5-¿Con una presentación de 119 gr por envase con qué frecuencia compraría el Producto Frijoles en Miel?

Tabla 35: Resultados de la pregunta # 5

Resultado	Porcentaje	Total
a) Diario	35%	62
b) Semanal	30%	53
c) Quincenal	25%	45
d) Mensual	5%	9
e) Ninguna de las anteriores	5%	9
Total	100%	178

Grafico de la pregunta # 5



Análisis de resultado pregunta # 5:

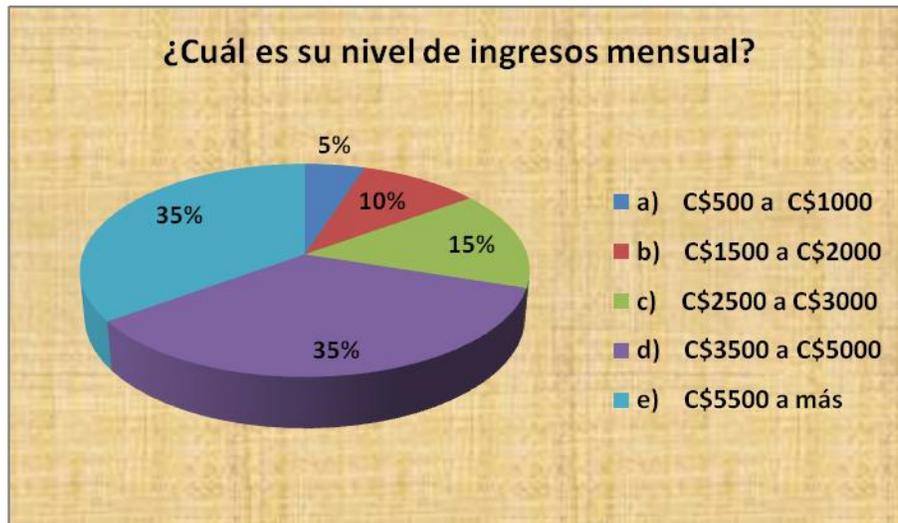
Como se puede observar el 35% de las personas encuestadas compraría el Producto diario, el 30% lo compraría semanal, el 25% lo comprara quincenal, el 5% lo compraría mensual y el restante el 5% ninguna de las anteriores.

6- ¿Cuál es su nivel de ingresos mensual? 5 variables

Tabla 36: Resultados de la pregunta # 6

Resultado	Porcentaje	Total
a) C\$ 500 a C\$ 1000	5%	9
b) C\$ 1500 a C\$ 2000	10%	18
c) C\$ 2500 a C\$ 3000	15%	27
d) C\$ 3500 a C\$ 5000	35%	62
e) C\$ 5500 a más	35%	62
TOTAL	100%	178

Grafico de la pregunta # 6



Análisis de resultado pregunta # 6:

Como se puede observar el 35% de las personas encuestadas ganan C\$ 3500 a C\$ 5000, el 35% C\$ 5500 a más, en estos dos primeros porcentajes el Negocio tiene que aumentar más captación de parte de estos posibles consumidores, aumentando las estrategias promocionales del Producto. El 15% gana de C\$ 2500 a C\$ 3000, el 10% C\$ 1500 a C\$ 2000, estos porcentajes se tendrá que analizar que estrategias se utilizaran para llegar a estos consumidores.

Anexo # 3: Norma sanitaria nicaragüense para la manipulación de alimentos.

Norma técnica N° 03 026-99; aprobada el 5 de noviembre de 1999. Publicada en la gaceta N° 58 del 22 de marzo del 2000.

Norma técnica N° 03 026-99

1. Objeto: Esta norma tiene por objeto establecer los requisitos sanitarios que cumplirán los manipuladores en las operaciones de manipulación de alimentos, durante su obtención, recepción de materia prima, procesamiento, envasado, almacenamiento, transportación y su comercialización.

2. Campo de aplicación: Esta norma es de aplicación obligatoria en todas aquellas instalaciones donde se manipulen alimentos, tanto en su obtención, procesamiento, recepción de materia prima, envasado, almacenamiento, transportación y su comercialización y por todos los manipuladores de alimentos.

3. Definiciones

3.1. Área de proceso: Toda zona o lugar donde el alimento se somete a cualquiera de sus fases de elaboración.

3.2. Limpieza: La eliminación de tierra, residuos de alimentos, suciedad, grasa u otras materias objetables.

3.3. Contaminante: Cualquier agente biológico o químico, materia extraña u otras sustancias no añadidas intencionalmente a los alimentos y que puedan comprometer la inocuidad o la aptitud de los alimentos.

3.4. Contaminación: La introducción o presencia de un contaminante en los alimentos o en el medio ambiente alimentario. Desinfección. La reducción del número de microorganismos presentes en el medio ambiente, por medio de agentes químicos y/o métodos físicos, a un nivel que no comprometa la inocuidad o la aptitud del alimento.

3.5. Higiene de los alimentos: Todas las condiciones y medidas necesarias para asegurarla inocuidad y la aptitud de los alimentos en todas las fases de la cadena alimentaria.

3.6. Riesgo: Un agente biológico, químico o físico, presente en el alimento, o bien la condición en que éste se halla, que puede causar un efecto adverso para la salud.

3.7. Manipulador de alimento: Toda persona que manipule directamente materia prima e insumos, alimentos envasados o no envasados, equipo y utensilios utilizados para los alimentos, o superficies que entren en contacto con los alimentos y que se espera, por tanto, cumpla con los requerimientos de higiene de los alimentos.

3.8. Inocuidad de los alimentos: La garantía de que los alimentos no causarán daño al consumidor cuando se preparen y/o consuman de acuerdo con el uso a que se destinan.

4. Generalidades

4.1. Durante la manipulación de los alimentos se evitará que estos entren en contacto directo con sustancias ajenas a los mismos, o que sufran daños físicos o de otra índole capaces de contaminarlos o deteriorarlos.

4.2. Aquellos alimentos y materias primas que por sus características propias así lo requieran, además de cumplir con lo establecido en la presente norma, cumplirán con medidas específicas de manipulación según sea el caso.

5. Requisitos sanitarios para los manipuladores de Alimentos

5.1. Todo manipulador de alimentos recibirá capacitación básica en materia de higiene de los alimentos para desarrollar estas funciones y cursará otras capacitaciones de acuerdo a la periodicidad establecida por las autoridades sanitarias.

5.2. Todo manipulador deberá practicarle exámenes médicos especiales: Coprocultivo, Coproparasitos cópico, Exudado. Fariseo V.D.R.L., Examen de piel, B.a.a.r., antes de su ingreso a la industria alimentaria o cualquier centro de procesamiento de alimento, y posteriormente cada seis meses.

5.3. No podrán manipular alimentos aquellas personas que padezcan de infecciones dérmicas, lesiones tales como heridas y quemaduras, infecciones gastrointestinales, respiratorias u otras susceptibles de contaminar el alimento durante su manipulación.

5.4. Los manipuladores mantendrán una correcta higiene personal, la que estará dada por:

- Buen aseo personal.
- Uñas recortadas limpias y sin esmalte .
- Cabello corto, limpio, cubierto por gorro, redecilla y otros medios adecuados.
- Usar Tapaboca.
- Ropa de trabajo limpia, botas o zapatos cerrados.

5.4.1. No usarán prendas (aretes, pulseras, anillo) u otros objetos personales que constituyan riesgos de contaminación para el alimento, tales como:

- Lapiceros termómetros. etc.

5.4.2. Utilizarán guantes en alimentos de alto riesgo epidemiológicos o susceptibles a la contaminación. El uso de guantes no eximirá al operario de la obligación de lavarse las manos.

5.5. Los manipuladores se lavarán las manos y los antebrazos, antes de iniciar las labores y cuantas veces sea necesario, así como después de utilizar el servicio sanitario.

5.5.1. El lavado de las manos y antebrazos se efectuará con agua y jabón u otra sustancia similar. Se utilizará cepillo para el lavado de las uñas y solución bactericida para la desinfección.

5.5.2. El secado de las manos se realizará por métodos higiénicos, empleando para esto toallas desechables, secadores eléctricos u otros medios que garanticen la ausencia de cualquier posible contaminación.

5.6. Los manipuladores no utilizarán durante sus labores sustancias que puedan afectar a los alimentos, transfiriéndoles olores o sabores extraños, tales como; perfumes, maquillajes, etc.

5.7. Los medios de protección deberán ser utilizados adecuadamente por los manipuladores y se mantendrán en buenas condiciones de higiene, para no constituir riesgos de contaminación de los alimentos.

5.8. El manipulador que se encuentre trabajando con materias primas alimenticias, no podrá manipular productos en otras fases de elaboración, ni productos terminados, sin efectuar previamente el lavado y desinfección de las manos y antebrazos, y de requerirse el cambio de vestuario.

5.9. Los manipuladores de alimentos no realizarán simultáneamente labores de limpieza; éstas podrán realizarlas al concluir sus actividades específicas de manipulación. En ningún caso se les permitirá realizar la limpieza de los servicios sanitarios ni de las áreas para desechos.

6. Requisitos sanitarios para la manipulación de Alimentos

6.1. La manipulación de los alimentos se realizará en las áreas destinadas para tal efecto, de acuerdo al tipo de proceso a que sean sometidos los mismos.

6.2. La manipulación durante el procesamiento de un alimento se hará higiénicamente, utilizando procedimientos que no lo contaminen y empleando utensilios adecuados, los cuales estarán limpios, secos y desinfectados.

6.3. Si al manipularse un alimento o materia prima se apreciara su contaminación o alteración, se procederá al retiro del mismo del proceso de elaboración.

6.4. Todas las operaciones de manipulación durante la obtención, recepción de materia prima elaboración procesamiento y envasado se realizarán en condiciones y en un tiempo tal que se evite la posibilidad de contaminación, la pérdida de los nutrientes y el deterioro o alteración de los alimentos o proliferación de microorganismos patógenos.

6.5. En las áreas de elaboración, conservación y venta no se permitirá fumar, comer, masticar chicles, y/o hablar, toser, estornudar sobre los alimentos, así como tocarlos innecesariamente, escupir en los pisos o efectuar cualquier práctica antihigiénica, como manipular dinero, chuparse los dedos, limpiarse los dientes con las uñas, hurgarse la nariz y oídos.

6.6. Se evitará que los alimentos queden expuestos a la contaminación ambiental mediante el empleo de tapas, paños mallas u otros medios correctamente higienizados.

6.7. Ningún alimento o materia prima se depositará directamente en el piso, independientemente de estar o no estar envasado.

7. Requisitos para la manipulación durante el almacenamiento y la transportación de Alimentos.

7.1. La manipulación durante la carga, descarga, transportación y almacenamiento no deberá constituir un riesgo de contaminación, ni deberá ser causa de deterioro de los alimentos.

7.2. El transporte de alimentos se realizara en equipos apropiados y condiciones sanitarias adecuadas.

8. Visitantes.

8.1. Se tomarán precauciones para impedir que los visitantes contaminen los alimentos en las zonas donde se proceda a la manipulación de éstos, Las precauciones puede incluir el uso de ropa protectora.

8.2. Los visitantes deberán cumplir con las disposiciones que se especifican en esta norma.

9. Supervisión.

9.1 La responsabilidad del cumplimiento por parte de todo el personal de todos los requisitos señalados en la presente norma deberá asignarse específicamente al personal supervisor competente.

Anexos 4: Equipos y utensilios usados para la elaboración de Frijoles en Miel

Mesa de Trabajo



Pana plástica



Pichel con medida



Pesa electrónica



Ollas de acero inoxidable



Tanque de gas de 25 Lbs



Cajillas plásticas



Sillas de madera



Exhibidor del Producto



Gabacha



Mallas para cabello



Mascarillas bucales



Lavadero



Cucharones



Coladores

