

Área de Conocimiento de Agricultura
Programa Universidad en el Campo - UNICAM

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE RASPADOS, EN LA COMARCA PUERTO DIAZ, JURISDICCIÓN DE JUIGALPA, CHONTALES

Proyecto de graduación para optar al título de
Técnico Superior en Tecnologías Agroindustriales

Elaborado por:

Br. José Aurelio
Sandoval
Cedula: 121-161085-
0008B
Carnet: 21 60086TJ

Br. Dinora Palacios
Torrez
Cedula: 127-100181-
0001X
Carnet: 21 6004TJ

Br. Jadel Antonio
León Altamirano
Cedula: 121-
270796-0000M
Carnet: 21 60016 TJ

Tutor:

Lic. Leonarda
del Carmen
Laguna Lumbí

REF.: Solicitud de aprobación de tema de proyecto de culminación de estudios

Juigalpa, 11 de marzo 2024

MSc. Miguel Antonio Fonseca Chávez
Director Área de Conocimiento de Agricultura
Universidad Nacional de Ingeniería

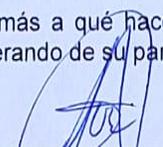
Estimado director Fonseca:

Somos estudiantes del Técnico Superior en Tecnologías Agroindustriales UNICAM del Centro Universitario Regional UNI- Juigalpa, contamos con todos los requisitos necesarios para avanzar en el desarrollo de nuestro trabajo de culminación de estudios, por lo cual, nos dirigimos a usted con motivo de solicitar la aprobación del tema "**Producción y comercialización de raspados El Buen Gusto, comarca Puerto Diaz, jurisdicción de Juigalpa, Chontales**". Proponiendo como tutor a la Licenciado Leonarda Laguna Lumbi.

Alcances del proyecto: Este abarca desde la producción de raspados (postres), donde se establece el procesamiento de postres a base de hielo triturados, con mermeladas de fresa, maracuyá, tamarindo, naranja y leche condensada. Utilizando como materia prima frutas de producción de temporada y de cosecha en la localidad. La comercialización y distribución, implicara estrategias de marketing, canales de distribución y promoción y logística. Considerando a su vez, el control de calidad y la seguridad alimentaria apegada a las normativas establecidas. Asimismo, incluye los aspectos financieros y administrativos dentro del plan de negocio.

Objetivos Generales del Proyecto: Diseñar plan de negocio de producción y comercialización de raspados (postre) completamente natural, en la comarca de Puerto Diaz, jurisdicción Juigalpa, Chontales.

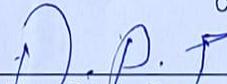
Sin más a qué hacer referencia nos despedimos y agradecemos, de antemano, esperando de su parte una respuesta positiva.



Br. José Aurelio Sandoval
Cedula: 121-161085-0008B
Carnet: 21-60086TJ
Cel: 8641-7283

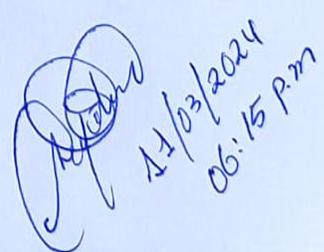


Br. Jadel Antonio León Altamirano
Cedula: 121-270796-0000M
Carnet: 21-60016-TJ
Cel: 8850-2316



Br. Dinora Palacios Torrez
Cedula: 127-100181-0001X
Carnet: 21-60040TJ
Cel: 8705-8773

C/c Archivo


11/03/2024
06:15 P.M.

Juigalpa, Chontales
30 de junio 2024

MSc. Miguel Antonio Fonseca Chávez
Director Área de Conocimiento de Agricultura
Universidad Nacional de Ingeniería.
Su despacho

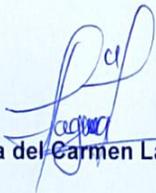
Estimado Director Fonseca:

Reciba un cordial saludo de mi parte.

El motivo de la presente es para hacer de su conocimiento que el trabajo de Proyecto de Culminación de estudios, UNICAM titulado: "**Plan de negocio para la creación de una microempresa de producción y comercialización de raspados, en la comarca Puerto Diaz, jurisdicción de Juigalpa, Chontales**", cumple todos los requerimientos para que los Bachilleres, **José Aurelio Sandoval con carnet: 21 60086TJ**, **Dinora Palacios Torrez con carnet: 21 6004TJ** y **Jadel Antonio León Altamirano con carnet: 21 60016 TJ**, efectúen su exposición y defensa.

Agradeciendo de antemano la presente, me despido deseándole éxito en sus funciones.

Atentamente,



Lic. Leonarda del Carmen Laguna Lumbi
Tutor

C/c. Archivo.



Universidad Nacional de Ingeniería
Área de Conocimiento de Agricultura
Formas de Culminación de Estudios

REF.DACA.FCE.090.2024
Managua, 08 de mayo del 2024

Bachilleres

JOSE AURELIO SANDOVAL
DINORA PALACIOS TORREZ
JADEL ANTONIO LEON ALTAMIRANO

Estimados Bachilleres:

Es de mi agrado informarles que su tema de **PROYECTO DE GRADUACIÓN**, titulado: **"PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE RASPADOS EL BUEN GUSTO, COMARCA PUERTO DIAZ, JURISDICCION DE JUIGALPA, CHONTALES"**. Ha sido aprobado por el Director de Área de Conocimiento de Agricultura.

Asimismo, les comunico estar totalmente de acuerdo, que el Lic. **Leonarda Laguna Lumbi**. Sea el tutor de su trabajo final.

La fecha de entrega de su documento final, debidamente revisado por el tutor guía será el **16 de Junio del 2024**.

Esperando puntualidad en la entrega del Proyecto de Graduación, me despido.

Atentamente



MSc. Miguel Antonio Fonseca Chávez
Director de Área de Conocimiento de Agricultura
DACA

CC: Archivo
Tutor – Lic. Leonarda Laguna Lumbi.

Dedicatoria

A Dios, por ser la fuente de nuestra vida y de conocimiento. Por darnos la oportunidad de estudiar y de realizar este trabajo. Por acompañarnos y sostenernos en cada paso del camino. Por todo lo que nos ha dado y lo que nos darás. Te dedicamos esta monografía con amor y gratitud.

A Dios, el Creador de todas las cosas. Por iluminar nuestra mente y corazón con tu sabiduría y tu amor. Por guiarnos y protegernos en este proceso de investigación. Por escuchar nuestras oraciones y responder a nuestras necesidades. Te ofrecemos esta monografía como una muestra de nuestra fe y agradecimiento.

Agradecimiento

A Dios, Alfa y Omega. Por ser nuestro refugio y fortaleza en los momentos difíciles. Por bendecirnos con el don de la inteligencia y la capacidad de aprender. Por poner en nuestro camino a personas que nos han ayudado y motivado. Te entregamos esta monografía como un acto de adoración, alabanza y gratitud.

Mostramos nuestro más sincero agradecimiento a nuestra tutora Lic. Leonarda Laguna, así como al resto de profesores involucrados en toda la carrera del Técnico Superior en Tecnologías Agroindustriales por compartir sus conocimientos y estar ahí siempre que los hemos necesitado.

RESUMEN EJECUTIVO

La microempresa "El Buen Gusto", ubicada en la comarca Puerto Díaz, jurisdicción de Juigalpa, Chontales, se centra en la producción y comercialización de raspados naturales para satisfacer la demanda local de productos refrescantes y de calidad, aprovechando los recursos naturales y el potencial turístico de la región. La escasez de opciones saludables y la dependencia de productos industrializados en Puerto Díaz representan una oportunidad para introducir una oferta fresca y auténtica que resuene con la comunidad. Esta oportunidad es especialmente significativa debido al aumento de las temperaturas en los últimos años y el potencial turístico durante las temporadas de calor. Los desafíos incluyen la falta de opciones refrescantes saludables y la demanda insatisfecha de productos auténticos y locales, mientras que las tendencias muestran una preferencia creciente por alimentos naturales y locales. "El Buen Gusto" se compromete a ofrecer raspados de alta calidad, elaborados con ingredientes frescos y naturales, en una variedad de sabores, diferenciándose con precios accesibles y servicios adicionales como entrega a domicilio. Las ventajas competitivas incluyen la adquisición directa de frutas de productores locales, garantizando frescura y precios accesibles, y una ubicación estratégica en Puerto Díaz que permite captar tanto a turistas como a residentes. El ciclo de vida del proyecto abarca desde la concepción inicial, identificando oportunidades y definiendo el proyecto, hasta la planificación de objetivos y recursos, la ejecución de actividades planificadas, el monitoreo y control de las actividades, y finalmente el cierre o mejora continua para optimizar procesos y garantizar la sostenibilidad a largo plazo. Con este enfoque, "El Buen Gusto" tiene el potencial de satisfacer la demanda local de raspados naturales y capitalizar el turismo, contribuyendo al desarrollo económico y social de la comarca Puerto Díaz.

Palabras claves: Negocio, comercialización, microempresa, servicio y ventaja competitiva.

INDICE DE CONTENIDOS

I.	GENERALIDADES DEL PROYECTO	11
1.1.	Solución	11
1.2.	Oportunidad en el mercado	11
1.3.	Propuesta de valor	13
1.4.	Ciclo del proyecto	15
II.	MARCO LÓGICO.....	19
2.1.	Objetivos del plan de negocio.....	19
2.2.	Actividades del plan de negocio	20
2.2.1.	Tiempo	20
2.2.2.	Indicadores.....	22
2.3.	Medios de verificación.....	25
2.4.	Resultados esperados	25
III.	PLAN DE NEGOCIOS.....	25
3.1.	Estudio de mercado.....	31
3.1.1.	Análisis de la demanda	32
3.1.2.	Identificación de clientes potenciales.....	33
3.1.3.	Evaluación de la demanda.....	34
3.1.4.	Descripción de los productos	40
3.1.5.	Características de las frutas a utilizar en la elaboración de los raspados. 41	
3.1.6.	Segmentación de mercado y público objetivo	48
3.1.7.	Plan estratégico de marketing	49
3.2.	Plan de producción.....	57
3.3.	Plan de organización	72
3.4.	Gestión y recursos de presupuestos	77
IV.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	88
V.	BIBLIOGRAFÍA.....	89
VI.	ANEXO	¡Error! Marcador no definido.

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis FODA	17
Tabla 2. Primer Año.....	20
Tabla 3. Segundo Año.....	21
Tabla 4. Tercer Año	21
Tabla 5. Marco lógico.....	22
Tabla 6. Macronutrientes del Tamarindo.....	43
Tabla 7. Macronutrientes del maracuyá.....	45
Tabla 8. Macronutrientes del mango	46
Tabla 9. Nutrientes de la naranja	47
Tabla 10. Descripción de la segmentación de microempresa “El Buen Gusto”	48
Tabla 11. Precio del raspado de tamarindo.....	52
Tabla 12. Precio del raspado de Maracuyá.....	52
Tabla 13. Precio del raspado de Mango.....	52
Tabla 14. . Precio del raspado de Naranja	53
Tabla 15. Precio del raspado de Naranja	53
Tabla 16. Características Físico – Químico	67
Tabla 17. Características Organolépticas.....	67
Tabla 18. Características organolépticas de Mermelada de Tamarindo	68
Tabla 19. Características organolépticas de Mermelada de Maracuyá.....	68
Tabla 20. Características organolépticas de mermelada de Mango.....	68
Tabla 21. Características organolépticas de mermelada de Naranja.....	69
Tabla 22. Jerarquía de cargos.....	73
Tabla 23. Nómina de pago mensual raspados El Buen Gusto	73
Tabla 24. Ficha de cargo del Gerente	74
Tabla 25. Ficha de cargo del Contador / Cajero	75
Tabla 26. Fichas de cargo Vendedor / Bodeguero.....	75
Tabla 27. Presupuesto de utensilios y complementos para el proceso	78
Tabla 28. Presupuesto de equipos industriales para el proceso	79
Tabla 29. Presupuesto de implementos para el proceso de servicio	79
Tabla 30. Presupuesto de equipos e implementos de limpieza.....	79
Tabla 31. Presupuesto servicios básicos del local de raspados El Buen Gusto	80
Tabla 32. Presupuesto de equipos de oficina y atención al cliente	81
Tabla 33. Presupuesto de promocional	81
Tabla 34. Documentación legal	82
Tabla 35. Presupuesto de costos de acondicionamiento del local de raspados El Buen Gusto	82
Tabla 36. Presupuestos de materia prima e insumos de producción de raspados.....	83
Tabla 37. Ingresos primer año de operación.....	84
Tabla 38. Amortización del financiamiento.....	85
Tabla 39. Balance al 31 de diciembre 2025.....	85
Tabla 40. Estado de resultados proyectado.....	86
Tabla 41. Flujo de efectivo	86
Tabla 42. Cronograma de actividades.....	88

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. ¿Usted consume postres y refresco granizados o helados?	35
Gráfico 2. ¿Por qué le gusta consumir postres y refrescos granizados o helados?	36
Gráfico 3. ¿Le gustaría que se apertura un negocio aquí en Puerto Diaz, donde ofrezcan raspados saborizados con frutas naturales de la zona?	37
Gráfico 4. ¿Si el negocio de raspados se apertura en este momento, Usted compraría? ..	38
Gráfico 5. ¿Cuántas veces por semana Usted compraría raspados?	39
Gráfico 6. ¿Hasta qué precio estaría Usted dispuesto a pagar por un raspado?.....	51

INDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Mapa de Puerto Diaz.....	31
Imagen 2. Vasos de presentación para servir los raspados	50
Imagen 3. Canal directo	53
Imagen 4.. Diseño de logotipo de la microempresa de raspados “El Buen Gusto”	55
Imagen 5. Menú de presentación a los clientes.....	57
Imagen 6. Plano artesiano de las instalaciones de Raspados	69
Imagen 7. Vista de aérea de las instalaciones de raspados El Buen Gusto.....	70
Imagen 8. Vista de aérea de las instalaciones de raspados El Buen Gusto.....	71
Imagen 9. Vista de aérea de las instalaciones de raspados El Buen Gusto.....	71
Imagen 10. Organigrama	72

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta	90
Anexo 2. Planos y vistas del local, raspados El Buen Gusto	92

I. GENERALIDADES DEL PROYECTO

1.1. Solución

La producción y comercialización de raspados "El Buen Gusto" en la comarca Puerto Díaz, ubicada en la jurisdicción de Juigalpa, Chontales, surge como una iniciativa innovadora para satisfacer la demanda de deliciosos raspados naturales en la región. Este proyecto se fundamenta en la necesidad de ofrecer opciones refrescantes y de calidad a los residentes locales, así como en la oportunidad de aprovechar los recursos naturales y el potencial turístico de la zona.

En la comarca Puerto Díaz, la oferta de opciones refrescantes y saludables es limitada, y los residentes dependen en gran medida de productos industrializados o de baja calidad. La falta de alternativas locales de raspados de calidad representa una oportunidad para introducir una propuesta fresca y auténtica que resuene con los gustos y preferencias de la comunidad.

Por otro lado, la comarca Puerto Díaz cuenta con un potencial turístico significativo, especialmente durante las temporadas de calor. La presencia de visitantes locales y foráneos ofrece una oportunidad única para la comercialización de productos como los raspados, que pueden convertirse en un atractivo adicional para los turistas y una fuente de ingresos adicional para los residentes locales.

1.2. Oportunidad en el mercado

La comarca Puerto Díaz, está ubicada en la jurisdicción de Juigalpa, Chontales, presenta una oportunidad única para la producción y comercialización de raspados denominados "El Buen Gusto". Esta oportunidad surge de una combinación de desafíos y necesidades existentes en el mercado local, así como de tendencias relevantes que están influyendo en la demanda de productos refrescantes y naturales en la región,

principalmente en estos último dos años, que las temperaturas se han intensificado a gran escala de manera sorprendente.

Desafíos y necesidades del mercado

Los desafíos que se identifican en la actualidad en referencia a la oferta de alternativas refrescantes y de ventas tradicionales en la comunidad en estudio, se identifican las siguientes:

- ⇒ **Escasez de opciones refrescantes y saludables:** En la comarca Puerto Díaz, la oferta de bebidas refrescantes y saludables es limitada, y los residentes dependen en gran medida de productos industrializados o de baja calidad. Existe una necesidad insatisfecha de opciones refrescantes y naturales que sean atractivas y accesibles para la comunidad local.
- ⇒ **Demanda de productos auténticos y locales:** Los consumidores están buscando cada vez más productos auténticos y locales, elaborados con ingredientes frescos y naturales. Sin embargo, esta demanda no está siendo completamente satisfecha por las ofertas disponibles en el mercado local.

Tendencias relevantes

- ⇒ **Preferencia por alimentos y bebidas naturales:** Existe una creciente tendencia hacia el consumo de alimentos y bebidas naturales, impulsada por una mayor conciencia sobre la importancia de una alimentación saludable y sostenible. Los consumidores buscan opciones que estén libres de aditivos y conservantes artificiales, y que ofrezcan sabores auténticos y experiencias culinarias genuinas.
- ⇒ **Interés en productos locales y artesanales:** Los consumidores valoran cada vez más los productos locales y artesanales, que reflejan la cultura y tradiciones de la región. La producción y comercialización de raspados "El Buen Gusto" ofrece una oportunidad para satisfacer esta demanda de productos auténticos y locales en la comarca Puerto Díaz.

Oportunidades inmediatas

La microempresa los raspados "El Buen Gusto" pueden diferenciarse en el mercado local al ofrecer una amplia variedad de sabores auténticos y frescos, elaborados con frutas de temporada e ingredientes naturales. Esta oferta única captará la atención de los consumidores y generará lealtad a la microempresa en la comunidad local.

La comarca Puerto Díaz cuenta con un potencial turístico significativo, especialmente durante las temporadas de calor. La producción y comercialización de raspados de la microempresa "El Buen Gusto", puede convertirse en un atractivo adicional para los turistas y una fuente de ingresos para la comunidad local.

La comarca Puerto Díaz ofrece un entorno propicio para la comercialización de raspados, dada la demanda insatisfecha de opciones refrescantes y saludables, así como las tendencias crecientes hacia el consumo de productos naturales y locales. Además, la oportunidad de capitalizar el potencial turístico de la región brinda un contexto favorable para el crecimiento y desarrollo del proyecto.

Se busca resaltar los desafíos y necesidades del mercado, así como las tendencias y oportunidades relevantes que respaldan la viabilidad y pertinencia del proyecto de comercialización de raspados en la comarca Puerto Díaz como emprendimiento microempresarial denominada "El Buen Gusto".

1.3. Propuesta de valor

Microempresa "El Buen Gusto" se compromete a ofrecer raspados de calidad elaborados con ingredientes frescos y naturales, cuidadosamente seleccionados para garantizar un sabor auténtico y una experiencia refrescante inigualable. La amplia variedad de sabores, que incluye opciones tradicionales y creativas, busca satisfacer los gustos de todos los clientes y fomentar la experimentación de productos nuevos.

Características innovadoras del raspado

Los raspados son un producto innovador (en la zona de estudio), que se ofertara por primera vez en la comunidad de Puerto Diaz, en un periodo corto de un año se pretende abrir más sucursales en las comunidades aledañas y se aperturarà locales en los colegios de dichos poblados, además, de ofertar el servicio a domicilio para cuando la competencia llegue a ofrecer productos de las mismas características, a fin de establecer la diferencia de la competencia se plantea:

1. Elaborar raspados con amplia gama de sabores.
2. Precios accesibles a todo tipo de bolsillo.
3. Productos elaborados de forma semiindustrial, acorde a los costumbres y exigencias de los consumidores.
4. Producto natural, libre de químicos y preservantes.

Ventajas competitivas

Para que el producto se posicione en el mercado y se establezca como preferencia para los consumidores, es necesario que presente calidad y la aceptación de todos los clientes.

Ventaja: Las frutas con las que se procesaran las mermeladas, se compraran directamente al productor.

Factores: Este emprendimiento se considera posible, por el hecho de que la materia prima se obtendrá precios accesibles en relación al productor, pues algunas de las frutas se cosechan en la comarca.

Sostenibilidad: Esta será posible por lo que la recuperación de la inversión es acorto plazo aproximado 1 año. El negocio no tiene competencia actualmente no existen ningún negocio similaro igual al propuesto en este plan.

Ingredientes frescos y naturales: Parte del compromiso es utilizar frutas frescas de temporada e ingredientes naturales en la elaboración de los raspados, garantizando su calidad y sabor auténtico al paladar.

Enfoque en la experiencia del cliente: Más que un producto, se ofrecerá una experiencia refrescante y placentera que busca deleitar los sentidos y crear momentos memorables para los clientes, sobre todo en estos tiempos de altos niveles de calor.

Ubicación estratégica: La ubicación la microempresa “El Buen Gusto” en la comarca Puerto Díaz, proporciona una ventaja competitiva al estar cerca de áreas turísticas y puntos de interés, lo que permite captar la atención de visitantes y residentes por igual.

El establecimiento y la comercialización de raspados en la comarca Puerto Díaz, representa una oportunidad única para satisfacer la demanda local de raspados naturales y de calidad, al tiempo que se capitaliza el potencial turístico de la zona. Con un enfoque en la calidad, la autenticidad y la experiencia del cliente, el emprendimiento estará preparado para convertirse en un referente en el mercado local, además, de contribuir al desarrollo económico y social de la comarca.

Este planteamiento busca abordar la problemática y la oportunidad identificadas, así como presentar una propuesta de valor sólida y ventajas competitivas distintivas para el proyecto de emprendimiento para la creación de una microempresa de raspados llamada "El Buen Gusto" en la comarca Puerto Díaz.

1.4.Ciclo del proyecto

Creación de microempresa de comercialización de raspados denominada "El Buen Gusto".

El ciclo de vida del proyecto de creación de microempresa de comercialización de raspados, llamada "El Buen Gusto", abarca desde su concepción inicial hasta su cierre o mejora continua. A continuación, se detallan las diferentes etapas por las que atravesara este plan de negocio identificado como emprendimiento:

Concepción del proyecto: En esta etapa, se identificaron las oportunidades de mercado y se definió la idea del proyecto. Se realizó estudios de mercado para identificar la demanda, la competencia, los recursos necesarios y los posibles riesgos.

- 1. Planificación:** Se establecieron los objetivos del proyecto, los recursos necesarios, el cronograma de actividades y el presupuesto. Se define la estrategia de producción, comercialización y distribución de los raspados.
- 2. Ejecución:** En esta etapa, se llevan a cabo todas las actividades planificadas para poner en marcha el proyecto. Se establecen las instalaciones de producción, se adquieren los equipos necesarios y se contrata al personal clave. Se inicia la producción y se establecen los canales de distribución y comercialización.
- 3. Monitoreo y control:** Se supervisan y controlan todas las actividades del proyecto para asegurar que se estén cumpliendo los objetivos establecidos. Se realizan ajustes según sea necesario para garantizar el éxito del proyecto y se gestionan los riesgos identificados.
- 4. Cierre o mejora continua:** Una vez que el proyecto ha alcanzado sus objetivos, se procede al cierre formal. Se evalúan los resultados obtenidos y se documentan las lecciones aprendidas. Si es necesario, se realizan mejoras para optimizar los procesos y garantizar la sostenibilidad a largo plazo del negocio.

5. Análisis FODA

Entender la dinámica tanto interna como externa de la microempresa de raspados es crucial. Por ende, se hace imperativo llevar a cabo un análisis FODA. Los resultados obtenidos son los siguientes:

Tabla 1. Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ol style="list-style-type: none">1. Disponibilidad de materia prima.2. Infraestructura propia.3. Producto tradicional4. Ubicación atractiva para turistas.5. Disponibilidad de mano de obracapacitada.6. Insipiente competencias.7. Ubicación estratégica del negocio.	<ol style="list-style-type: none">1. Negocio único en esta localidad.2. Acuerdos comerciales con pulperías ynegocios locales.3. Publicidad en línea (redes sociales).4. Financiamiento de entidades financierascomo MEFCCA.5. Participación en ferias a nivel local, departamental y otros eventos.
Debilidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none">1. Recursos económicos limitados.2. Atrasos en la tramitación de permisos, registros y Licencia sanitarias.3. Limitada publicidad.4. Limitados equipos y maquinaria adecuadapara procesamiento de raspados.	<ol style="list-style-type: none">1. Daño a la reputación del producto.2. Desaceleración económica y una lentarecuperación.3. Surgimiento de competencia.

Fuente: Elaboración propia

Cruce de variables

FO: Disponibilidad de materia prima (Fortaleza) y negocio único en esta localidad (Oportunidad): La disponibilidad de materia prima será aprovechada para diferenciar el producto de la competencia, ofreciendo una variedad única de sabores que atraigan a los clientes locales.

FO: Infraestructura propia (Fortaleza) y acuerdos comerciales con pulperías y negocios locales (Oportunidad): La infraestructura propia será utilizada como un punto de venta central para distribuir los productos de raspados a través de los acuerdos comerciales con otros establecimientos locales, lo que aumentaría la visibilidad y el alcance de la marca.

FO: Producto tradicional (Fortaleza) y publicidad en línea (redes sociales) (Oportunidad): La tradición del producto se destacará en la publicidad en línea para atraer tanto a clientes locales como a turistas que busquen una experiencia auténtica. Las redes sociales serán utilizadas para mostrar la historia y la calidad del producto, generando interés y aumentando la demanda.

FO: Ubicación atractiva para turistas (Fortaleza) y financiamiento de entidades financieras como MEFCCA (Oportunidad): La ubicación atractiva para turistas será aprovechada para obtener financiamiento adicional de entidades financieras, como MEFCCA, que observaran y comprobaran el potencial de crecimiento de la microempresa debido al flujo constante de clientes turísticos.

FO: Disponibilidad de mano de obra capacitada (Fortaleza) y en ferias a nivel local, departamental y otros eventos (Oportunidad): La mano de obra capacitada será utilizada para ofrecer un servicio de alta calidad durante la participación en ferias y eventos locales, lo que ayudaría a promocionar los productos de la empresa y atraer nuevos clientes.

FA: Insipiente competencia (Fortaleza) y daño a la reputación del producto (Amenaza): La competencia insipiente representa una ventaja, pero es importante mantener la calidad del producto y la satisfacción del cliente para evitar que la reputación de la microempresa se vea afectada por posibles problemas de calidad o servicio.

FA: Ubicación estratégica del negocio (Fortaleza) y desaceleración económica y una lenta recuperación (Amenaza): A pesar de la ubicación estratégica del negocio, la desaceleración económica es posible que afecte el flujo de clientes y reducir los ingresos. Es importante diversificar las estrategias de marketing y ventas para mitigar el impacto de la desaceleración económica en el negocio.

Este cruce de variables muestra cómo las fortalezas de la empresa pueden aprovecharse para aprovechar las oportunidades del mercado, al mismo tiempo que se enfrentan a las amenazas potenciales.

II. MARCO LÓGICO

2.1. Objetivos del plan de negocios

Objetivo General

Crear una microempresa de producción y comercialización de raspados en la comarca Puerto Diaz, Chontales, que satisfaga las necesidades del mercado local y contribuya al desarrollo económico.

Objetivos Específicos

1. Definir la propuesta de valor del negocio mediante un proceso integral de desarrollo de plan de marketing, destacando los aspectos únicos y atractivos de raspados “El Buen Gusto”.
2. Establecer los elementos técnicos y operativos necesarios que garantice el óptimo funcionamiento del negocio, asegurando la calidad de los bienes y servicios ofrecidos.
3. Valorar la posibilidad económica en la creación de una microempresa, mediante un estudio financiero.

2.2. Actividades del plan de negocio

1. Investigación de mercado local para identificar demanda y preferencias del consumidor.
2. Búsqueda y selección de proveedores de materias primas (Frutas y leche).
3. Adquisición de equipos y maquinaria necesarios para la producción de raspados.
4. Acondicionamiento y adecuación de instalaciones para la producción de raspados.
5. Capacitación del personal para las operaciones de producción de raspados.
6. Desarrollo de recetas y procesos de la producción de raspados.
7. Establecimiento de las normas de control de calidad e higiene durante el proceso de producción.
8. Diseño, producción de envases y etiquetas para el producto (raspados).
9. Implementación de estrategias de comercialización y distribución de productos (puntos de venta, redes sociales, ferias locales, etc.).
10. Monitoreo y evaluación continua del desempeño financiero y operativo del negocio.

2.2.1. Tiempo

Tabla 2. Primer Año

N°	ACTIVIDAD	1er. Año 2025											
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	J	Agosto	Septemb	Octubre	Noviemb	Diciembr
1	Investigación de mercado local para identificar demanda y preferencias del consumidor.												
2	Búsqueda y selección de proveedores de materias primas (Frutas y leche).												
3	Adquisición de equipos y maquinaria necesarios para la producción de raspados.												
4	Acondicionamiento y adecuación de instalaciones para la producción de raspados.												
5	Contratación del personal.												

6	Capacitación del personal para las operaciones de producción de raspados.																	
7	Diseño de menú y procesos de producción de raspados.																	
8	Establecimiento de las normas de control de calidad e higiene durante el proceso de producción.																	
9	Diseño, adquisición de envases y etiquetas para el producto (raspados).																	
10	Implementación de estrategias de comercialización y distribución de productos (puntos de venta, redes sociales, ferias locales, etc.).																	
11	Monitoreo y evaluación continua del desempeño financiero y operativo del negocio.																	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Segundo Año

N°	ACTIVIDAD	2do. Año 2026																
		Enero	Febrer	Marzo	A	M	J	J	Agosto	Septemb	Octubr	Noviemb	Diciemb					
1	Acondicionamiento y adecuación de instalaciones.																	
2	Contratación del personal.																	
3	Capacitación del personal para las operaciones de producción de raspados.																	
4	Establecimiento de las normas de control de calidad e higiene durante el proceso de producción.																	
5	Implementación de estrategias de comercialización y distribución de productos (puntos de venta, redes sociales, ferias locales, etc.).																	
6	Monitoreo y evaluación continua del desempeño financiero y operativo del negocio.																	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 4. Tercer Año

N°	ACTIVIDAD	3er Año 2026																
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre					
1	Acondicionamiento de adecuación de instalaciones.																	
2	Contratación del personal.																	

3	Capacitación del personal para las operaciones de producción de raspados.																			
4	Establecimiento de las normas de control de calidad e higiene durante el proceso de producción.																			
5	Implementación de estrategias de comercialización y distribución de productos (puntos de venta, redes sociales, ferias locales, etc.).																			
6	Monitoreo y evaluación continua del desempeño financiero y operativo del negocio.																			

Fuente: Elaboración Propia

2.2.2. Indicadores.

Tabla 5. Marco lógico.

Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos/ Resultados esperados
<p>Fin: Satisfacer las necesidades del mercado local y contribuir al desarrollo económico de la comarca Puerto Diaz.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Generación de empleo. 2. Impulsar la economía local. 3. Ofrecer al consumidor productos de calidad. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nóminas de pago y registro del INNS. 2. Matriculas de negocio (alcaldía, DGI) facturas de compras y ventas. 3. Registro sanitario (SILAIS, SILAIS). 	<p>Suministro constante de la materia prima (frutas). Aceptación del mercado. Cumplimiento de las regulaciones.</p>
<p>Propósito: Crear una microempresa de producción y comercialización de raspados en la comarca Puerto Diaz, Chontales, que satisfaga las necesidades del mercado local y contribuya al desarrollo económico en esta comarca.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Volumen de ventas mensuales. 2. Participación o cuota al mercado. 3. Impacto económico de la microempresa. 4. Satisfacción del cliente. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Registro de ventas y estado de resultados. 2. Registro de producción mensual. 3. Cuentas de bancos y estados financieros. 4. Encuestas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Acceso de infraestructura y servicios básicos. 2. Disponibilidad de mano de obra calificada. 3. Estabilidad económica a largo plazo.
<p>Componentes / Resultados: 1. Definir la propuesta de valor del negocio mediante un proceso integral de desarrollo de plan de marketing, destacando los aspectos únicos y atractivos de raspados el Buen Gusto. 2. Establecer los elementos técnicos y operativos necesarios que garantice el óptimo funcionamiento del negocio, asegurando la calidad de los productos y servicios ofrecidos. 3. Valorar la posibilidad económica en la creación de una microempresa, mediante un estudio financiero, que muestre los márgenes de contribución de los indicadores financieros.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Porcentaje de proveedores locales seleccionados. 2. Disponibilidad de materia prima por parte de los proveedores. 3. Estándares sanitarios y de calidad. 4. Índice de accidentalidad laboral. 5. Números de canales de ventas establecidos. 6. Participación en eventos y ferias locales. 7. Indicadores financieros y márgenes de contribución. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Firmas de acuerdos entre proveedor y microempresa. 2. Certificación través de inspecciones por instituciones a fines (MINSA, SILAIS). 3. Registro de accidentes laborales y medidas de prevención tomadas, informe de inspección de las instalaciones de producción. 4. Informe de participación de ventas locales. 5. VAN (valor actual neto) 6. TIR (Tasa interna de Retorno). 7. RB/C (Relación, beneficio, costo). 8. TMAR (Tasa Mínima de aceptación de Rentabilidad). 9. PRI (Periodo de recuperación de la Inversión). 10. Informe financiero sobre la inversión. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cumplimiento de los proveedores con los estándares de calidad y seguridad alimentaria requerida, ofertas constantes a largo plazo. 2. Capacitación al personal sobre BPM. 3. Documentación autorizada, firmada y sellada. 4. Control de accidentes laborales. 5. Mejoras continuas.

<p>Actividades:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Investigación de mercado local para identificar demanda y preferencias del consumidor. 2. Búsqueda y selección de proveedores de materias primas (Frutas y leche). 3. Adquisición de equipos y maquinaria necesarios para la producción de raspados. 4. Acondicionamiento y adecuación de instalaciones para la producción de raspados. 5. Contratación del personal. 6. Capacitación del personal para las operaciones de producción de raspados. 7. Diseño de menú y procesos de la producción de raspados. 8. Establecimiento de las normas de control de calidad e higiene durante el proceso de producción. 9. Diseño, adquisición de envases y etiquetas para el producto (raspados). 10. Implementación de estrategias de comercialización y distribución de productos (puntos de venta, redes sociales, ferias locales, etc.). 11. Monitoreo y evaluación continua del desempeño financiero y operativo del negocio. 		<ol style="list-style-type: none"> 1. Encuesta y observación directa. 2. Atreves de cotizaciones. 3. Cotizaciones de proveedores industriales. 4. Presupuesto al maestro de obra (cotización). 5. Contratos de trabajos. 6. Diagramas de flujos y menú. 7. Fotos y videos durante la inspección. 8. Facturas y comprobantes de pago. 9. Anuncios publicitarios en redes sociales y canales de televisión. 10. Registros contables (balances generales, estados de resultados y flujos de caja). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La opinión favorable del cliente. 2. Condiciones favorables de precio y garantía. 3. Garantía de los equipos y maquinarias. 4. Presupuesto ajustado al capital destinado para la construcción. 5. Ajustado a la ley 185 código laboral y de seguridad social. 6. Claridad en el desarrollo en las operaciones de producción. 7. Registro de evidencia 8. Soportes financieros 9. Incremento de las ventas. 10. Valuación financiera.
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia

2.3. Medios de verificación

En la tabla 5 (Marco Lógico) en el punto número 3, hace referencia de todos los medios de verificación de por cada uno de los indicadores a realizar.

2.4. Resultados esperados

Los resultados esperados del plan de negocio se especifican en la tabla anterior columna cuatro.

III. PLAN DE NEGOCIOS

Resumen ejecutivo del Plan de Negocio

Datos principales del negocio

Nombre de del emprendimiento: Microempresa raspados “El Buen Gusto”

Ubicación: Comarca Puerto Días, Chontales.

Tipo de microempresa: sociedad anónima S.A. ubicada en el sector secundario.

La creación de una microempresa dedicada a la comercialización de raspados, como nuevo emprendimiento en la comarca Puerto Diaz, surge de la necesidad buscar alternativas de inversión de tres emprendedores que han identificado una oportunidad de negocio en la comarca Puerto Diaz de Juigalpa.

Este emprendimiento es una oportunidad que surge al observar que en la actualidad, no existen iniciativas como estas en dicha comarca, a la vez que se vuelve una alternativa aprovechable por el tipo el producto que se ofertara (raspados), por el incremento de la intensidad de calor que actualmente se está enfrentando en el país; además, que este poblado es un referente turístico, siendo visitado por muchas personas foráneas que llegan a disfrutar de un deliciosos pescado frito y paseos en lancha sobre el lago.

En tales circunstancias se procura ofertar los siguientes sabores de raspados:

⇒ Tamarindo.

⇒ Maracuyá.

⇒ Mango.

⇒ Naranja.

⇒ Leche condensada.

⇒ Entre otros alternativos de frutas de temporadas.

Descripción de la empresa (antecedentes)

La idea de crear una microempresa de raspados en la comarca de Puerto Díaz surgió de la unión de tres socios emprendedores. Estos socios, con antecedentes en el sector de alimentos y bebidas, observaron, una oportunidad única en el mercado local. Puerto Díaz, a pesar de ser una zona muy visitada por turistas que disfrutan del pescado frito y paseos en lancha por el lago, carece de negocios que ofrezcan refrescantes raspados.

El clima en Puerto Díaz y las zonas aledañas es caluroso durante la mayor parte del año, lo que genera una alta demanda de productos refrescantes entre los residentes y turistas. Además, el aumento constante de visitantes a la comarca representa una base sólida de potenciales clientes para un negocio que ofrezca algo novedoso y refrescante.

Con la visión de cubrir esta necesidad y aprovechando la afluencia turística, los socios en referencia, decidieron unirse para establecer una microempresa de raspados. Sus objetivos incluyen no solo proporcionar un producto delicioso y refrescante, sino también contribuir al atractivo turístico y económico de Puerto Díaz.

Cada uno de los socios aporta habilidades y experiencias complementarias que fortalecen la microempresa. Los promotores de raspados “El Buen

Gusto”, tienen experiencia en la creación y desarrollo de productos alimenticios, ciertos conocimientos en marketing y ventas. Esta combinación de talentos asegura que la microempresa pueda manejar eficientemente todas las áreas necesarias para su éxito.

La microempresa de raspados ofrecerá sabores populares como tamarindo, maracuyá, mango, naranja, leche condensada, entre otros sabores alternativos con frutas de temporadas locales, todos preparados con ingredientes frescos y de alta calidad. Este enfoque en la calidad del producto, combinado con un análisis de mercado y una estrategia de marketing bien diseñada, posicionará a al negocio como una opción preferida tanto para los residentes locales como para los turistas.

La creación de esta microempresa responde a una clara oportunidad de mercado en Puerto Díaz, impulsada por un equipo de socios con la visión y las habilidades necesarias para tener éxito.

Características innovadoras del emprendimiento

Sabores exóticos y únicos

- ⇒ **Variedad de Sabores:** Se ofrecerá sabores exóticos como tamarindo, maracuyá, mango, naranja y leche condensada que no son comunes en la zona, diferenciando el producto del resto de opciones disponibles.
- ⇒ **Combinaciones personalizadas:** Se permitirá a los clientes crear sus propias combinaciones de sabores, quitar o elegir el sabor, ofreciendo una experiencia personalizada.

Ingredientes naturales y de calidad

- ⇒ **Productos frescos y de la localidad:** Se utilizarán ingredientes frescos y de calidad, preferiblemente de proveedores locales, lo que no solo garantiza la frescura, sino que también apoya a la economía local.
- ⇒ **Opciones saludables:** Se ofertará opciones sin azúcar o con edulcorantes naturales para atraer a un público más consciente de la salud y en un ambiente familiar.

Experiencia del cliente

- ⇒ **Servicio al cliente de excelencia:** Capacitar al personal para ofrecer un servicio al cliente excepcional, creando una experiencia memorable para cada visitante.

Innovación Tecnológica

- ⇒ **Pedidos en línea y entrega a domicilio:** Implementar un sistema de pedidos en línea y entrega a domicilio para captar a clientes que prefieren la conveniencia de recibir su producto en casa.

Estrategia de Marketing Creativa

- ⇒ **Redes sociales y marketing digital:** Se hará uso de las redes sociales para promocionar los productos, interactuar con clientes y anunciar promociones especiales.
- ⇒ **Programas de fidelización:** Implementar un programa de fidelización para clientes frecuentes, ofreciendo descuentos y recompensas por repetición de compras.

Compromiso con la comunidad

- ⇒ **Eventos y colaboraciones locales:** Participar en eventos comunitarios y colaborar con otras empresas locales para fortalecer la presencia en la comunidad (ferias, fiestas patronales, eventos deportivos, etc.).

Diversificación de productos

- ⇒ **Nuevos productos estacionales:** Introducir nuevos sabores y productos estacionales, manteniendo la oferta fresca y emocionante para los clientes habituales.
- ⇒ **Bebidas y snacks complementarios:** Asimismo, se ofrecerán bebidas y snacks complementarios que acoplen bien con los raspados, aumentando las oportunidades de venta.

Ventajas competitivas

Las ventajas competitivas de este emprendimiento de raspados en Puerto Díaz incluyen la exclusividad en la zona, al ser el único negocio de este tipo en un área de afluencia turística y temperaturas cálidas. Se destaca por ofrecer ingredientes frescos y naturales, una variedad de sabores exóticos y la posibilidad de personalización, lo que mejora la experiencia del cliente.

La estrategia de marketing efectiva, presencia activa en redes sociales, y opciones de pedidos en línea y entrega a domicilio aumentan la accesibilidad y conveniencia para los clientes. Además, de participar activamente en la comunidad local, lo que da la oportunidad de posicionarse como una opción consciente y responsable. Todo esto, combinado con un excelente servicio al cliente y un programa de fidelización, asegura una experiencia única y satisfactoria para los clientes.

Público objetivo

El público objetivo de la microempresa de raspados está compuesto principalmente por residentes locales y turistas que visitan Puerto Díaz. Este grupo incluye:

- ⇒ Personas que visitan Puerto Díaz para disfrutar de actividades turísticas como paseos en lancha por el lago y la gastronomía local, buscando opciones refrescantes para combatir el calor.
- ⇒ Residentes locales: Habitantes de Puerto Díaz que buscan opciones refrescantes y deliciosas para disfrutar durante todo el año, especialmente durante los días calurosos.

Propuesta de Valor

Raspados El Buen Gusto, ofertará una experiencia refrescante y deliciosa para residentes locales y turistas que visitan Puerto Díaz. La propuesta de valor de este emprendimiento se basa en una amplia variedad de sabores exóticos

como tamarindo, maracuyá, naranja, mango y leche condensada, preparados con ingredientes frescos y naturales de calidad.

Se permite la personalización de los raspados para adaptarlos a los gustos individuales de cada cliente, comprometidos a brindar un servicio al cliente excepcional en un ambiente acogedor. Además, innovarse con tecnologías como pedidos en línea y entrega a domicilio para ofrecer conveniencia y accesibilidad. Ser la opción ideal para aquellos que buscan disfrutar de raspados únicos y deliciosos en Puerto Díaz, ya sea durante una visita turística o como parte de su rutina diaria.

Misión

Somos una microempresa dedicada a comercialización de raspados a base de sabores frutales, únicos y exóticos que deleiten el paladar, elaborados con ingredientes frescos y de calidad. Priorizamos la higiene y la inocuidad en cada etapa del proceso de elaboración, garantizando la satisfacción y seguridad de los clientes. Con un equipo compuesto por personal calificado y comprometido a brindar un servicio excepcional, creando momentos memorables para cada persona que prueba nuestros raspados.

Visión

Ser una microempresa reconocida en el mercado local de la comarca Puerto Díaz, que brinde a todos los clientes un producto único, inocuo e higiénico.

Valores

Los valores que definen a la microempresa raspados “El Buen Gusto” son:

Enfoque al cliente: Satisfacer con calidad los gustos del cliente, escuchar sus opiniones si está satisfecho o insatisfecho con el producto y la atención recibida.

Responsabilidad social: Comprometidos con la preservación del medio ambiente y la producción sana mediante el uso de productos orgánicos.

Coherencia: Evidenciamos y demostramos al cliente la veracidad con la que se le atiende.

Perseverancia: Alcanzar nuestros objetivos y metas en propósito del beneficio de nuestro plande negocio.

Ubicación

En la siguiente imagen se muestra la ubicación de la comarca Puerto Diaz y algunos puntos dereferencias específicos de la localidad:

Imagen 1. Mapa de Puerto Diaz



Fuente: Google maps

Dirección

La microempresa raspados “El Buen Gusto”, está ubicada del costado norte del bar el pescadito 25 varas al sur, Puerto Diaz.

Estudio de mercado.

3.1. Estudio de mercado

Perfil de mercado de raspados “El Buen Gusto”

Puerto Díaz está ubicado a tan solo 28 kilómetros de la ciudad de Juigalpa, actualmente la carretera está en proceso de adoquinarse (mejoramiento vial),

que ha venido ejecutando la Alcaldía municipal, a fin de garantizar el acceso a la comarca mencionada en condiciones más atractivas.

Puerto Díaz tiene mucha historia, por este puerto lacustre pasaba todo el oro que provenía de La Libertad y Santo Domingo hacia Granada. El puerto también era utilizado en los años 1910, 20, 30 y 40 para el traslado de ganados, miel de abejas, cacao, frijoles, maíz y otros alimentos para la región del pacífico.

Los pescadores en época de Semana Santa ofrecen sus servicios de alquiler de pangas, que incluye un tour por las cuatro islas que dan brillo a este lugar, estas son: Isla Grande, isla Redonda, Del Muerto y La Rosa, las que son habitadas por algunas familias.

Las familias de la comarca Puerto Díaz, abastecen el mercado local y la cabecera departamental Juigalpa, con especies como guapotes, sabaletas, tilapias, sábalo real, machacas entre otros. Asimismo, se ofertan a los turistas en dicho poblado, los que se pueden degustar fritos en el Bar-Restaurante El Pescadito.

La comercialización de pescado, plátanos y frutas tropicales exóticas y de temporada (zapotes, nísperos, mamones, aguacates, coyolitos, etc.), son las principales actividades económicas a las que se dedican los pobladores de Puerto Díaz, los cuales viajan diariamente hacia la ciudad de Juigalpa, donde venden sus productos.

3.1.1. Análisis de la demanda

Considerando el negocio que se busca establecer en la comarca Puerto Díaz, se realiza un análisis de la demanda actual en dicha localidad, observándose y comprobándose a través de una prueba de campo, donde se utilizó un instrumento cuantitativo para la recolección de datos (encuesta), la cual se aplicó a los pobladores de dicho poblado, quienes expresan que no existe, ni

ha existido en el mercado local negocio relaciones a los raspados a base de frutas tropicales, ni de postres bebibles, ya que los únicos negocios que ofertan servicios, son los bares y restaurantes de comidacorriente y a la carta, que vender principalmente pescado frito, licores y bebidas embazadas industrialmente.

Actualmente se cuenta con dos bares y restaurante denominados El Pescadito y Lizayela que ofrecen a los turistas y consumidores locales, pescados frito, comidas rápidas y algunas carnes, refrescos industrializados y licores nacionales. Solo en ocasiones los negocios de alimentos se incrementan, principalmente cuando se realizan eventos como las competencias de pesca y las fiestas patronales.

Por otra parte, los clientes que representan este estudio de mercado sobre la identificación de la aceptación de los raspados como alternativa de inversión establecida en Puerto Diaz, lo representan 2,126 habitantes de dicha comarca, a los cuales se pretende satisfacer con los raspados elaborados a base de sabores de frutas naturales propias de la zona y de temporada.

Asimismo, raspados El Buen Gusto, se vislumbra en un mercado más amplio de las bebidas granizadas a medida que se satisface el mercado local, tendiendo a ampliarse a largo plazo, alcanzando otras comarcas cercanas.

3.1.2. Identificación de clientes potenciales

El principal mercado en el cual se establecerá el negocio de raspados es el mercado local donde se pretende ofrecer postres granizados con hielo, mermeladas de frutas de tamarindo, naranja, mango, maracuyá, leche condensada, entre otras frutas de temporadas de acuerdo a los gustos y preferencias de los clientes.

Actualmente, en Puerto Diaz no existen competencia directa que oferten postres de raspados, lo que representa una alternativa de inversión ventajosa,

sobre todo porque en los últimos años, los niveles de temperatura se han incrementado de manera exagerada, lo que hace que las personas busquen consumir refrescos que los mantengan hidratados o frescos.

Los clientes potenciales abarcan tanto a los habitantes locales como a los visitantes y turistas que frecuentan la comarca de Puerto Díaz. Esta región, conocida por su encanto y atractivo turístico, atrae a una diversidad de personas, desde residentes que buscan disfrutar de los servicios locales hasta turistas en busca de experiencias únicas.

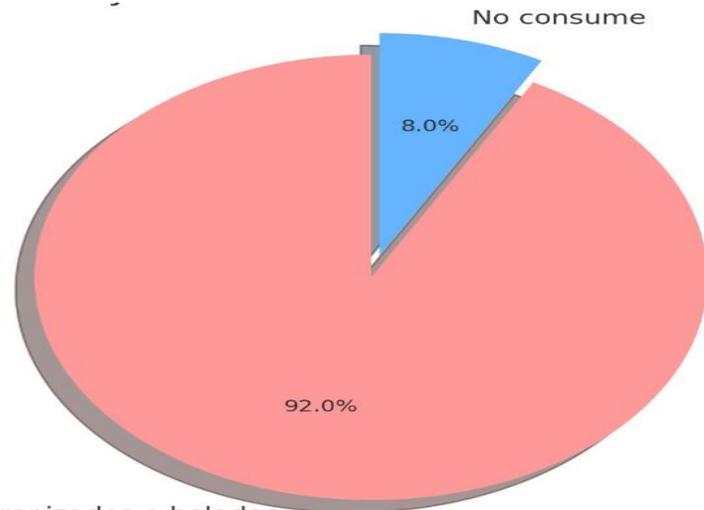
El propósito es satisfacer las necesidades y expectativas de ambos grupos, proporcionando productos y servicios de calidad que resalten la singularidad y belleza de Puerto Díaz. Además, se enfocará en crear un ambiente acogedor y memorable que fomente la fidelidad de los clientes locales y la recomendación de la oferta a nuevos visitantes.

3.1.3. Evaluación de la demanda

El análisis de la demanda para crear la microempresa raspados El Buen Gusto, dedicada a la comercialización de postres bebibles a base de hielo, mermeladas de frutas naturales como tamarindo, mango, naranja, maracuyá, leche condensada, entre otras frutas de temporadas, se basó en un estudio de campo.

La demanda potencial de la microempresa raspados El Buen Gusto, se consideró tomando como dato los resultados de la encuesta compuesta por 6 interrogantes, que se aplicó a una muestra de 154 habitantes de una población total de 2,126 habitantes de la comarca Puerto Díaz. La recolección de datos se realizó utilizando el muestreo aleatorio simple, ya que se eligieron los abordados al azar, encuestando en diversos sectores de dicha comarca. Alcanzando resultado como:

Gráfico 1. ¿Usted consume postres y refresco granizados o helados?



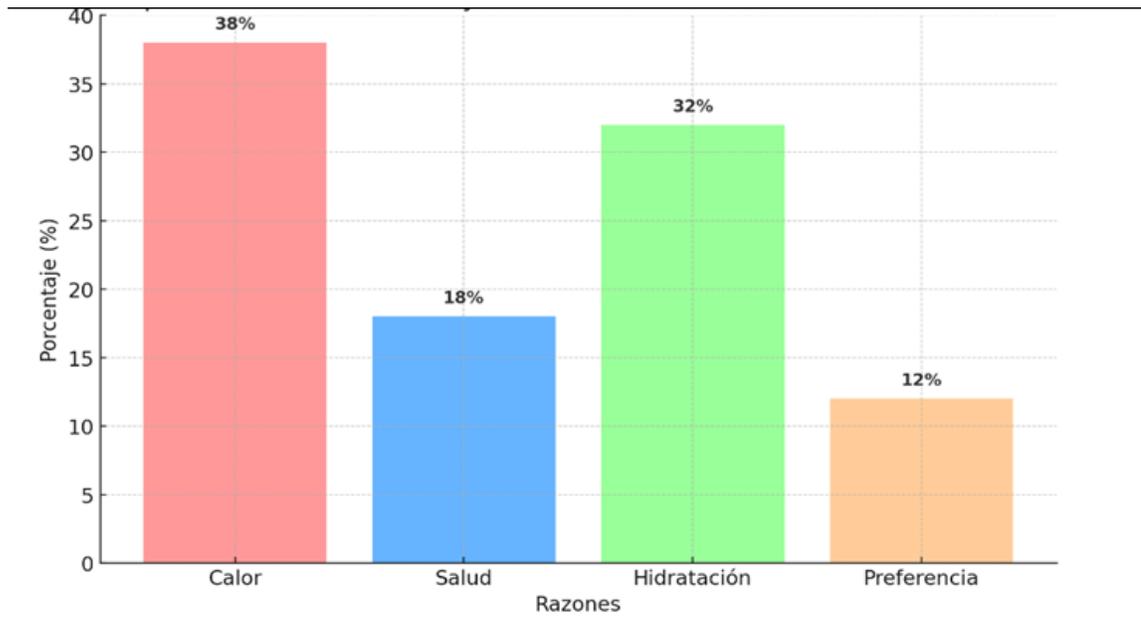
Consumo postres y refresco granizados o helados

Fuente: Elaboración propia según las encuestas realizadas

La gran mayoría de los encuestados (92%) consume postres y refresco granizados o helados, lo cual indica una alta demanda potencial para este tipo de productos en la comarca. Solo el 8% de los encuestados no consume estos productos, lo cual representa una pequeña porción del mercado.

Dado que 92% de la población muestra interés en estos productos, hay una base sólida de clientes potenciales. El enfoque en raspados de frutas cien por ciento naturales y locales puede atraer aún más a este segmento, especialmente si hay una tendencia hacia el consumo de productos naturales y locales.

Gráfico 2. ¿Por qué le gusta consumir postres y refrescos granizados o helados?



Fuente: Elaboración propia según las encuestas realizadas

Este gráfico muestra claramente que el calor y la hidratación son las razones principales, seguidas por la salud y la preferencia personal.

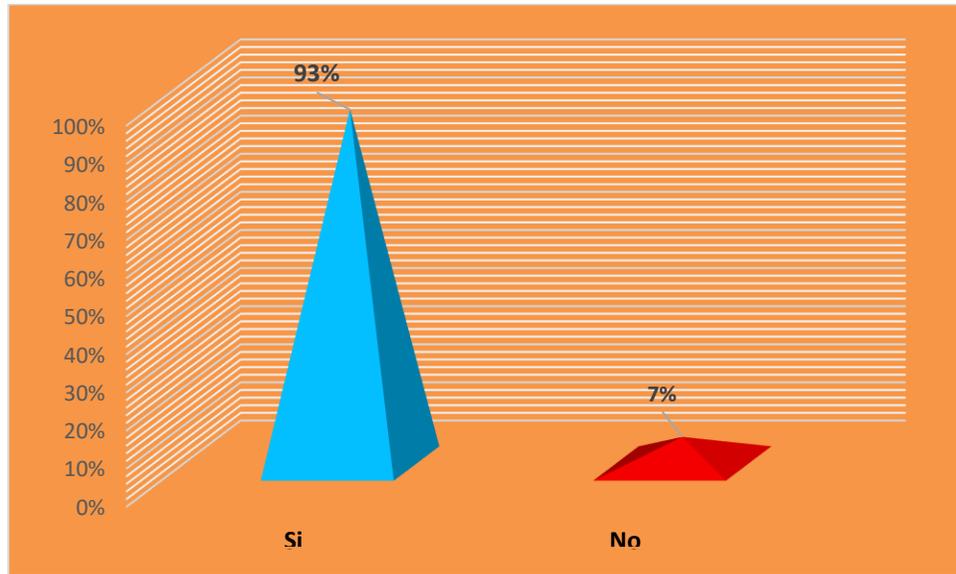
La mayoría de los encuestados consume estos productos debido al calor, lo que sugiere que estos productos son populares especialmente en épocas o zonas cálidas. Promocionar estos productos más intensamente durante los meses más cálidos y asegurándose de tener una buena capacidad de refrigeración para mantener los productos fríos.

Un gran porcentaje de personas consume estos productos para hidratarse, lo que subraya la importancia de la función refrescante y de reposición de líquidos. Enfatizar la capacidad de los raspados de frutas naturales para hidratar y refrescar en la publicidad.

Un segmento significativo considera la salud como una razón para consumir estos productos, lo que puede estar relacionado con la percepción de que las frutas naturales son saludables. Resaltarlos beneficios para la salud de las

frutas naturales utilizadas en los raspados y la ausencia de aditivos artificiales. Un número menor de encuestados consume estos productos simplemente porque les gustan. Asegurarse de ofrecer una variedad de sabores y opciones para satisfacer diferentes preferencias personales.

Gráfico 3. ¿Le gustaría que se apertura un negocio aquí en Puerto Diaz, donde ofrezcan raspados saborizados con frutas naturales de la zona?



Fuente: Elaboración propia según las encuestas realizadas

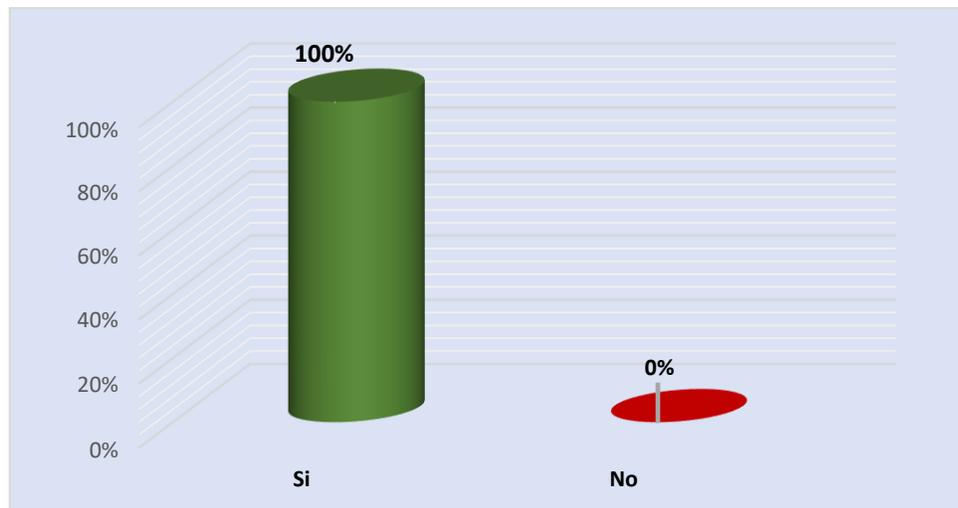
La abrumadora mayoría de los encuestados está a favor de abrir un negocio de raspados saborizados con frutas naturales de la zona. Existe un fuerte apoyo y entusiasmo por este tipo de negocio en la comunidad. La alta demanda potencial indica una buena oportunidad de mercado y una probabilidad elevada de éxito inicial con un 93% de demanda potencial.

Solo una pequeña fracción de los encuestados no está interesada en la apertura de dicho negocio. Este grupo representa una minoría, por lo que no es una gran amenaza para la viabilidad del negocio. Es posible que esta minoría tenga razones específicas que se podrían investigar más a fondo, pero no deberían impedir el avance del proyecto.

Los resultados sugieren que abrir un negocio de raspados saborizados con frutas naturales en Puerto Díaz tiene un alto potencial de aceptación y éxito. La comunidad está claramente interesada en este tipo de producto, lo que ofrece una base sólida de clientes potenciales desde el inicio.

Dado el fuerte apoyo, el negocio debería enfocarse en comunicar claramente su propuesta de valor: la utilización de frutas locales y naturales, destacándose la frescura, el sabor y los beneficios para la salud en las campañas publicitarias para atraer aún más a la clientela.

Gráfico 4. ¿Si el negocio de raspados se apertura en este momento, Usted compraría?



Fuente: Elaboración propia según las encuestas realizadas

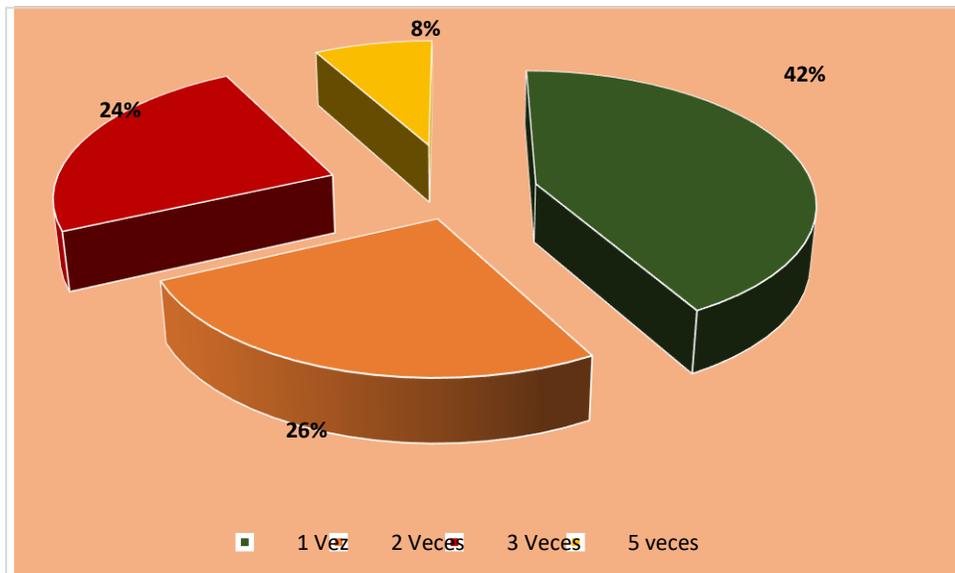
Todos los encuestados indicaron que comprarían raspados si el negocio se apertura en este momento. Este resultado es extremadamente positivo y sugiere que existe una demanda inmediata y sólida para el producto. El interés del 100% de los encuestados en comprar raspados asegura una base de clientes desde el inicio.

Ningún encuestado indicó que no compraría raspados si el negocio se apertura. No hay barreras perceptibles en términos de aceptación del producto por parte del mercado. Esto elimina preocupaciones sobre la falta de interés o rechazo del producto.

La unanimidad en las respuestas sugiere que la apertura del negocio es muy viable y tiene un respaldo absoluto por parte de la comunidad. Se puede anticipar una alta afluencia de clientes desde el primer día de operación. Dada la alta aceptación, el enfoque inicial puede ser en garantizar que la apertura del negocio sea bien organizada, con suficientes productos y personal para manejarla demanda. Considerar promociones de lanzamiento para capitalizar el interés y atraer aún más clientes.

Sin embargo, dado que todos los encuestados dijeron que comprarían raspados si el negocio se apertura, este resultado es sumamente positivo y sugiere una demanda inmediata y fuerte para el producto. Esto asegura que hay una alta probabilidad de éxito para tu negocio desde el inicio.

Gráfico 5. ¿Cuántas veces por semana Usted compraría raspados?



Fuente: Elaboración propia según las encuestas realizadas

La mayoría de los encuestados comprarían raspados una vez por semana. Esto indica que los raspados son considerados un producto de consumo regular pero no diario. Planificar el inventario para cubrir una demanda constante pero no excesiva semanalmente.

Un cuarto de los encuestados compraría raspados dos veces por semana. Hay un grupo significativo que consume los raspados con más frecuencia, lo que puede reflejar una alta aceptación del producto. Asegurarse de que haya suficiente variedad y frescura para satisfacer a estos clientes más frecuentes.

Casi un cuarto de los encuestados consumiría raspados tres veces por semana. Este grupo también representa una parte considerable del mercado. Ofrecer promociones o descuentos para fidelizar a estos clientes habituales podría ser beneficioso.

Un pequeño segmento compraría raspados cinco veces por semana. Aunque pequeño, este grupo de clientes muy frecuentes puede ser muy valioso. Considerar programas de lealtad o incentivos especiales para estos clientes.

La demanda semanal está bien distribuida, con una tendencia hacia el consumo regular. Planificar la producción y el inventario para satisfacer diferentes niveles de demanda es crucial.

3.1.4. Descripción de los productos

Raspados de Tamarindo: El raspado de tamarindo, es una mezcla de tamarindo con hielo triturado, postre por excelencia de la mayoría de los nicaragüenses. Este postre tiene una textura algo espesa con un sabor increíble, el paladar se enciende al sentir el sabor. Además, este es servido en vasos de 6 y 8 onzas. Los ingredientes son los siguientes:

Pulpa de tamarindo, azúcar, clavos de olor, canela, estabilizante, espesante, colorante y hielo triturado.

Raspados de Maracuyá: El raspado de Maracuyá, es una mezcla de maracuyá con hielo triturado es un postre por excelencia la mayoría de los nicaragüenses. Su ingrediente principal es el maracuyá, su segundo ingrediente característico es el hielo. Este postre tiene una textura algo espesa con un sabor increíble, el paladar se enciende al sentir sabor. Además, este es servido en vasos de 6 y 8 onzas. Los ingredientes serán los siguientes:

Fruta de maracuyá, azúcar, clavos de olor, canela, estabilizante, espesante, colorante y hielo triturado.

Raspados de Mango: El raspado es una mezcla de mango con hielo triturado, postre por excelencia la mayoría de los nicaragüenses. Su ingrediente principal es el mango, su segundo ingrediente característico es el hielo. Este postre tiene una textura algo espesa con un sabor increíble, el paladar se enciende al sentir sabor. Además, este será servido en vasos de 6 y 8 onzas. Siendo los ingredientes los que a continuación se describen:

Frutas de mango, azúcar, clavo de olor, canela, estabilizante, espesante, colorante y hielo triturado.

Raspados sabor Naranja: El raspado de naranja es una mezcla de naranjas con hielo triturado, este postre es de excelencia para la mayoría de los nicaragüenses. Su ingrediente principal es la naranja, su segundo ingrediente característico es el hielo. Este postre tiene una textura algo espesa con un sabor increíble, el paladar se enciende al sentir el sabor. Además, este será servido en vasos de 6 y 8 onzas. Los ingredientes son: Hielo triturado, naranja, azúcar, clavos de olor, canela, estabilizante, espesante y colorante.

3.1.5. Características de las frutas a utilizar en la elaboración de los raspados **Características del Tamarindo:**

El fruto es una vaina larga, casi siempre curvada o en forma de arco. Cada uno mide de 5 a 15 cm de largo y de 2 a 3 cm de ancho. La cáscara o epicarpio

es parda y delgada; cuando está seca se quiebra fácilmente. La pulpa o mesocarpio tiene fibras.

Beneficios del tamarindo

Los beneficios del tamarindo para la salud podrían incluir:

- ⇒ Ayudar a reducir el colesterol.
- ⇒ Controlar la diabetes.
- ⇒ Prevenir el envejecimiento prematuro.
- ⇒ Reducir la inflamación.
- ⇒ Cuidar la salud de la vista.
- ⇒ Fortalecer el sistema inmune.
- ⇒ Mejorar la salud gastrointestinal.
- ⇒ Favorecer la cicatrización.

Sabor del tamarindo: Su sabor es agridulce y puede variar según el estado de madurez que tenga el tamarindo. Si está un poco verde, aún en proceso de maduración, se obtendrá un tamarindo bastante más ácido, mientras que si el fruto está bien maduro será más dulce.

Composición química del tamarindo: Las semillas se utilizan como alimento, tostándolas, remojándolas y cociéndolas para quitarles la cáscara. Su contenido proporciona almidón, proteína y aceite. Su composición química es: agua 11.3 %, proteína 13.3 %, grasa 5.4 %, carbohidrato 57.1 %, ceniza 4.1 % y fibra cruda 8.8 %.

Qué ácido se utiliza para el tamarindo: La pulpa de tamarindo se caracteriza por tener un sabor ácido el cual se atribuye a la presencia del ácido tartárico, además de ser buena fuente de vitaminas como A, C y complejo B (Tiamina, Riboflavina, Ácido Fólico).

Tamarindo es laxante: Este fruto tiene mucha pectina, el tamarindo tiene efecto laxante gracias a la cantidad de fibra que contiene, entre 3 a 5 gramos.

Calorías tiene el jugo de tamarindo: Hay 181 calorías en una porción de Jugo de tamarindo.

proteínas del tamarindo: Su pulpa es una buena fuente de energía gracias a sus carbohidratos. Cien gramos de pulpa de tamarindo representan 239 calorías. Es también uno de los frutos que concentra más proteína en comparación a otros, pues contiene alrededor de 2.8 gramos por cada 100 gramos de pulpa.

Cantidad de azúcar tiene el tamarindo: Contiene 27 g de azúcar, por lo que cubre el 108% de lo recomendado para consumo infantil.

Magnesio tiene el tamarindo: 0 UI de vitamina A. · 628 mg de calcio. · 92 mg de magnesio. · 2,8 mg de hierro.

Tabla 6. Macronutrientes del Tamarindo

Macronutrientes	
Lípidos	0.1 g
Carbohidratos	14.7 g
Proteína	1.2. g

Fuente: Elaboración propia

Características de la Maracuyá

Es una fruta redonda y pequeña de piel resistente que se arruga cuando está madura, adoptando una coloración roja, dorada o café. La pulpa, que contiene pequeñas semillas negras comestibles, es de color amarillo mostaza con intenso sabor aromático.

Beneficios del maracuyá

Algunos de los beneficios que tiene la Maracuyá para la salud son:

1. Mejora en tránsito intestinal evitando la retención de líquidos.
2. Aliado de la salud cardiovascular.
3. Fortalece los huesos y previene la anemia.
4. Combate el estrés y la ansiedad.

5. Cuida la piel y el cabello.
6. Controla y previene la diabetes.

Es rica en antioxidantes, vitaminas, sales minerales y fibras que contribuyen al correcto funcionamiento del intestino y a regular el nivel de colesterol.

Sabor de la Maracuyá: Es dulce, algo ácida y muy refrescante. Su nombre científico, “Passifloraedulis”, indica que es una planta trepadora. Esta fruta tropical de aromas intensos se cultiva en América Latina, África y en la zona de Asia-Pacífico. Se utiliza en cocina, repostería y en una gran variedad de bebidas.

Composición química de la Maracuyá: Una fruta de Maracuyá tiene en promedio un valor energético de 78 calorías, 2.4 g de hidratos de carbono, 5mg de calcio, 17 mg de fósforo, 0.3 mg de hierro, 684 mg de vitamina A, 0.1 mg de vitamina B2 (Riboflavina), 2.24 mg de Niacina y 20 mg de vitamina.

La pulpa de maracuyá utilizada tiene pH de $3,10 \pm 0,054$, acidez $3,48 \pm 0,069\%$ como ácido cítrico y sólidos solubles $12,43 \pm 0,15$ °Brix.

Maracuyá es laxante: Su alto contenido de fibra le confiere propiedades laxantes. La fibra previene o mejora el estreñimiento, contribuye a reducir las tasas de colesterol en sangre y al buen control de la glucemia (niveles de azúcar en sangre) en las personas que tienen diabetes.

Calorías que tiene el jugo de maracuyá: Hay 97 calorías en una porción de jugo de maracuyá.

Proteínas de la Maracuyá: Esta fruta es una buena fuente de provitamina A, vitamina C y minerales como potasio, fósforo y magnesio. La vitamina A es esencial para la piel, el cabello, las mucosas, los huesos, la visión y el sistema inmunológico.

Cantidad de azúcar tiene la Maracuyá: Contiene 11g de azúcar.

Aportes nutricionales de la Maracuyá: provitamina A, vitamina C y minerales como potasio, fósforo y magnesio.

Tabla 7. *Macronutrientes del maracuyá*

Macronutrientes	
Lípidos	0. g
Carbohidratos	9.6 g
Proteína	2.2 g

Fuente: *Elaboración propia*

Características del Mango

Es una fruta tropical de origen asiático, de exquisito sabor, que posee unas excelentes cualidades nutricionales y que está indicado para todas las edades. Su cultivo está extendido por zonas de clima tropical y subtropical de todo el mundo.

Beneficios del Mango:

1. Es una excelente fuente de vitaminas A, C, y del grupo B, importantes para el sistema nervioso y el correcto funcionamiento del metabolismo.
2. Es rico en magnesio, que se relaciona con el buen funcionamiento del intestino, nervios y músculos, mejora la inmunidad.
3. Ayuda a regular la grasa de la piel y a prevenir la sequedad.

Sabor del Mango: los mangos maduros son deliciosamente dulces dependiendo de la variedad.

Composición química del Mango: El mango representa una importante fuente nutritiva por su contenido de vitaminas y minerales; el contenido promedio de nutrientes por cada 100g de pulpa es proteína 0,7g, carbohidratos totales 16,8g, calcio 10mg, fósforo 13mg, hierro 0,4mg, sodio 7mg, potasio 189mg, vitamina A 4800UL, tiamina 0,05mg.

Ácidos que contiene el Mango: Los ácidos predominantes es el ácido cítrico, aunque también se encuentra el ácido málico, succínico, urónico, y oxálico en menos cantidad.

Propiedades digestivas del mango: Gracias a su alta cantidad de fibra y agua, esta fruta ayuda a combatir el estreñimiento, así que si usted busca un laxante natural comer frecuentemente mangole ayudara a regular su sistema digestivo.

Tabla 8. *Macronutrientes del mango*

Macronutrientes	
Lípidos totales	0,2 g
Hidratos de Carbono	10,5 g
Proteína	0,3 g
Fibra	1,1 g
Potasio	96,3 g

Fuente: *Elaboración propia*

Características de la naranja

La naranja es un fruto hesperidio (pulpa carnosa entre el endocarpio y las semillas en forma de gajos llenos de zumo), de corteza lisa y más o menos endurecida con vesículas oleosas. Tiene sabor dulce o ligeramente agrio, dependiendo de la variedad.

Beneficios de la naranja

Los principales beneficios de la naranja son:

1. Mejora la función del sistema digestivo.
2. Protege contra enfermedades cardiovasculares.
3. Control de la presión alta.
4. Ayuda a controlar la glucemia.
5. Fortalece el sistema inmunitario.
6. Retarda el envejecimiento.
7. Mejora la salud de los ojos.
8. Previene la anemia.

Sabor de la naranja: Su sabor varía desde el amargo hasta el dulce. Puede variar, si está en proceso de maduración, su sabor será ácido, en cambio cuando madura será un poco más dulce.

Composición química de la naranja: El jugo de naranja es un producto complejo formado agua, azúcares, ácidos orgánicos, sales minerales, vitaminas y pigmentos, además de una serie de componentes orgánicos volátiles e inestables responsables de su sabor y aroma.

Ácidos que se utilizan en la naranja: Las naranjas presentan en su composición ácidos orgánicos, como el ácido málico y el ácido cítrico, que es el más abundante. Además, contienen importantes cantidades de los ácidos hidroxicinámicos, ferúlico, cafeico y p-cumárico, ordenados de mayor a menor en función de su actividad anti-oxidante.

Naranja es laxante: EL ácido cítrico de la naranja hace que sea una fruta muy buena para disolver los residuos acumulados, eliminar líquidos y mejorar la digestión de los alimentos. Si a ello le sumamos sus altas dosis en fibra, encontramos que es perfecta para regular el tránsito intestinal y hacer frente al estreñimiento.

Calorías que tiene el jugo de naranja: Un vaso de zumo de naranja de 100 mililitros contiene tan solo 60 calorías.

Proteínas que tiene el jugo de naranja: Su pulpa contiene una rica fuente de energía gracias a sus carbohidratos. Ya que en 100 g de jugo de naranja se presentan 0.7 g de proteínas y una rica fuente de vitaminas tales como la vitamina C, A, B1, B2, B3, B6, B9 y E.

Cantidad de azúcar que contiene la naranja: El jugo recién exprimido de una naranja puede contener hasta 29 g de azúcar.

Magnesio que contiene la naranja: Esta fruta contiene 10 mg de magnesio, 40 mg de calcio y 0.1 mg de hierro.

Lípidos que contiene la naranja: Los más conocidos son: hesperidina, neohesperidina, naringina, narirutina, tangeretina y nobiletina.

Tabla 9. Nutrientes de la naranja

Nutrición de la naranja	
Total de lípidos	0.12 g
Hidratos de carbono	0.12 g
Fibra	2.4 g
Azúcares	9.35 g

Fuente: Elaboración propia

3.1.6. Segmentación de mercado y público objetivo

Tabla 10. Descripción de la segmentación de microempresa "El Buen Gusto"

Segmento	Descripción
Segmentación geográfica:	<p>Turistas: Segmento compuesto por visitantes que llegan a la zona donde se encuentra la microempresa, buscando experiencias locales y productos tradicionales.</p> <p>Residentes locales: Clientes que viven en las cercanías del negocio y que pueden convertirse en clientes habituales.</p>
Segmentación demográfica:	<p>Edad: Niños, adolescentes, adultos y personas mayores, cada uno con preferencias y necesidades diferentes.</p> <p>Género: No hay restricciones de género, pero esto permitirá identificar patrones de consumo diferentes entre hombres y mujeres.</p> <p>Nivel socioeconómico: Diferentes grupos socioeconómicos con diferentes niveles de disposición para gastar en productos como raspados.</p>
Segmentación psicográfica:	<p>Estilo de vida: Personas activas y al aire libre que buscan una opción refrescante y sabrosa.</p> <p>Personalidad: Individuos aventureros que están dispuestos a probar nuevos sabores y experiencias.</p> <p>Valores y actitudes: Consumidores conscientes de la calidad y la autenticidad de los productos locales.</p>
Segmentación conductual:	<p>Frecuencia de compra: Clientes ocasionales versus clientes regulares.</p> <p>Ocasiones de consumo: Consumidores que disfrutan de los raspados como un refrigerio ocasional, una opción de postre o una actividad social.</p> <p>Lealtad a la marca: Clientes que prefieren "El Buen Gusto" sobre la competencia debido a la calidad, el sabor o la experiencia general.</p>

Segmentación basada en necesidades:	<p>Refresharse en climas cálidos: Personas que buscan una bebida refrescante para aliviar el calor.</p> <p>Satisfacer antojos: Clientes que desean satisfacer sus antojos de postre de una manera deliciosa y única.</p> <p>Experiencia local: Turistas y residentes que valoran la autenticidad y buscan probar productos tradicionales de la región.</p>
-------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia

Al segmentar el mercado de esta manera, "El Buen Gusto" adaptara sus estrategias de marketing y productos para satisfacer las necesidades específicas de cada grupo de clientes, lo que mejorara la eficacia de sus esfuerzos de marketing y aumentar la lealtad de los clientes.

3.1.7. Plan estratégico de marketing

Producto

La estrategia de producto de la microempresa de raspados "El Buen Gusto" abordara lo siguiente:

Variación de sabores: "El Buen Gusto" se enfocará en ofrecer una amplia variedad de sabores de raspados para satisfacer los diferentes gustos y preferencias de los clientes. Esto incluirá sabores tradicionales como tamarindo, maracuyá, mango, naranja, leche condensada, entre otras frutas detemporada, así como opciones más innovadoras y creativas, como banano, sandía con tajín o frutosácidos, entre otros.

Calidad de los ingredientes: La microempresa está comprometida a utilizar ingredientes frescosy de calidad en la elaboración de sus raspados. Esto incluirá frutas frescas de temporada, jarabes naturales y hielo de calidad para garantizar un producto final delicioso y refrescante.

Presentación atractiva: "El Buen Gusto" prestará especial atención a la presentación de sus raspados, asegurándose de que sean visualmente atractivos y apetitosos. Se incluirá la adición de adornos como rodajas de fruta

fresca, hojas de menta o incluso sombrillas decorativas para darle un toque especial al producto.

Opciones personalizadas: La microempresa ofrecerá opciones personalizadas para sus clientes, permitiéndoles elegir entre diferentes tamaños de porción, agregar ingredientes adicionales o solicitar combinaciones de sabores específicas según sus preferencias individuales.

Innovación continua: "El Buen Gusto" estará constantemente buscando nuevas ideas y tendencias en el mercado de raspados para ofrecer productos innovadores y mantenerse relevante ante la competencia. Esto incluirá el lanzamiento de ediciones limitadas de temporada, colaboraciones con otras iniciativas locales o la introducción de nuevos sabores inspirados en las últimas tendencias gastronómicas.

La estrategia de producto de "El Buen Gusto" se centrará en ofrecer una experiencia de consumo única y satisfactoria, basada en la calidad, la variedad y la innovación en sus raspados.

La presentación de los raspados será en vasos de plástico transparente desechable con tapa plana de 8 y 12 onzas.

Imagen 2. Vasos de presentación para servir los raspados

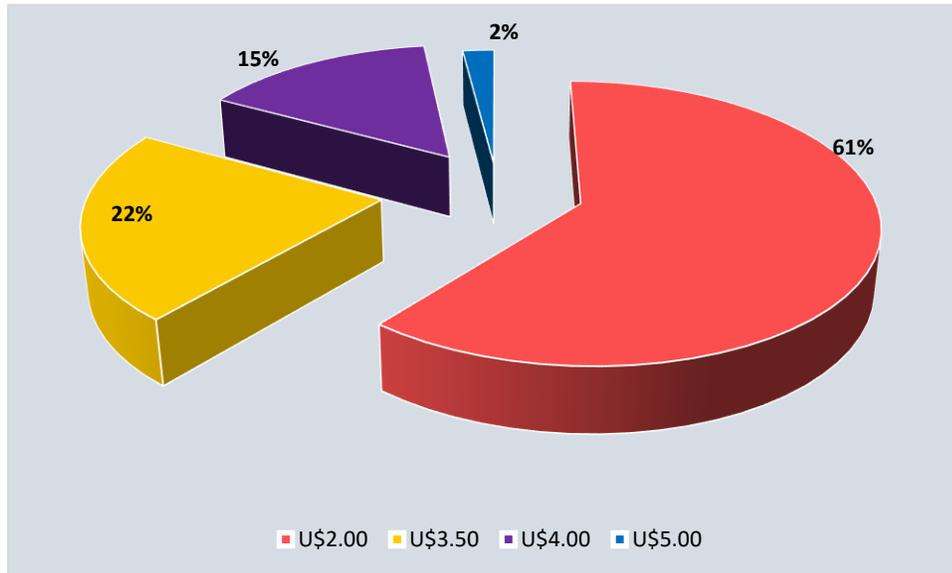


Fuente: Google.com

Precio

El Precio se refiere a la cantidad de dinero que los consumidores deben pagar para adquirir un producto o servicio.

Gráfico 6. ¿Hasta qué precio estaría Usted dispuesto a pagar por un raspado?.



Fuente: Elaboración propia según las encuestas realizadas

La mayoría de los encuestados prefiere pagar U\$2.00 por un raspado. Este precio se percibe como el más aceptable y asequible para la mayoría de los clientes potenciales. Es probable que este precio atraiga a una mayor base de clientes, especialmente aquellos con un presupuesto más limitado.

Un grupo significativo está dispuesto a pagar hasta U\$3.50 dólares. Existe un segmento del mercado que valora más el producto y está dispuesto a pagar un precio superior. En esto es beneficioso ofrecer opciones tamañas más grandes a este precio o combinaciones de sabores o agregados de sabores.

Un porcentaje más pequeño de encuestados está dispuesto a pagar U\$4.00 dólares. Este grupo podría estar buscando un valor añadido, como ingredientes especiales o porciones más grandes. Considerar ofrecer productos diferenciados a este nivel de precio.

Una minoría muy pequeña está dispuesta a pagar U\$5.00. Este segmento es pequeño, pero representa clientes dispuestos a pagar un precio superior. Podría ser útil tener una opción de lujo con características exclusivas para atraer a estos clientes.

Los precios de los raspados se asignan de acuerdo a los precios que se ofertan en la ciudad de Juigalpa (competencia indirecta), considerando los costos de producción y los resultados de las encuestas, donde los clientes potenciales expresaron hasta cuanto estarían dispuestos a pagar por un raspado.

El precio promedio de cada presentación de los raspados es asignado en dólares a fin de mantener el valor constante, pero las ventas serán en su equivalente a razón de U\$1.00xC\$37.00 córdobas. Siendo estos los siguientes:

1. Raspados de Tamarindo

Tabla 11. Precio del raspado de tamarindo

Presentación	Valor
Vasos desechables de 8 onzas	U\$1.50
Vasos desechables de 12 onzas	U\$2.00

Fuente: Elaboración propia

2. Raspados de Maracuyá

Tabla 12. Precio del raspado de Maracuyá

Presentación	Valor
Vasos desechables de 8 onzas	U\$1.50
Vasos desechables de 12 onzas	U\$2.00

Fuente: Elaboración propia

3. Raspados de Mango

Tabla 13. Precio del raspado de Mango

Presentación	Valor
Vasos desechables de 8 onzas	U\$1.50
Vasos desechables de 12 onzas	U\$2.00

Fuente: Elaboración propia

4. Raspados de naranja

Tabla 14. . Precio del raspado de Naranja

Presentación	Valor
Vasos desechables de 8 onzas	U\$1.5
Vasos desechables de 12 onzas	U\$2.00

Fuente: Elaboración propia

5. Raspados de leche condensada y mermelada de frutas

Tabla 15. Precio del raspado de Naranja

Presentación	Valor
Vasos desechables de 8 onzas	U\$3.00
Vasos desechables de 12 onzas	U\$3.50

Fuente: Elaboración propia

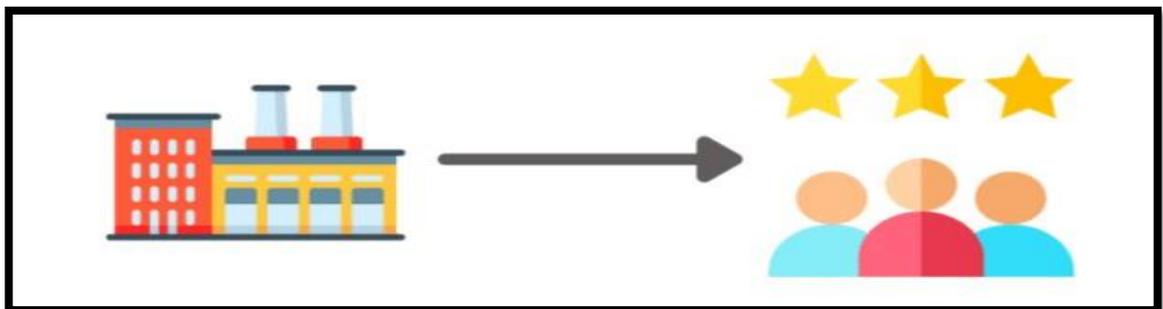
El precio se calculará en base a los costos de producción de cada producto y se irán ajustando de acuerdo los incrementos de la materia prima y los insumos.

Plaza

Los canales de distribución que utilizara la microempresa de raspados “El Buen Gusto” para suplir asus clientes, serán los siguientes:

Canal directo: Se venderá directamente al consumidor final en el local de ventas.

Imagen 3. Canal directo



Fuente: Google.com

Promoción

Esta consiste en las actividades y estrategias que utiliza una empresa para dar a conocer sus productos o servicios, atraer y persuadir a los consumidores, y fomentar las ventas. Incluye publicidad, relaciones públicas, ventas personales, marketing directo y promociones de ventas como descuentos y ofertas especiales. Para la promoción de los productos que comercializara raspados El Buen Gusto, se propone lo siguiente:

⇒ Establecer un punto de venta para los raspados en la comarca Puerto Díaz. Aperturando el local a partir del dos del mes de enero del año 2025.

⇒ Colocar rotulo en el punto de venta, para orientar a la clientela de forma adecuada.

⇒ Elaboración de trípticos, volantes y tarjetas de presentación del negocio personalizadas, suvenires (lapiceros, llaveros, calendarios pequeños).

⇒ Diseñar una aplicación móvil de ventas exclusiva para la microempresa de raspados en línea, así como la creación de plataformas digitales para una mejor atención e interacción con los clientes.

⇒ Publicidad en redes sociales como: Facebook, Instagram y WhatsApp, ya que estas son gratis, de impacto generalizado y de gran alcance.

Logotipo de raspados “El Buen Gusto”

Imagen 4.. Diseño de logotipo de la microempresa de raspados “El Buen Gusto”



Fuente: Elaboración propia

Significado del logotipo

La forma circular del logotipo representa totalidad, unidad y perfección. Sugiere que "Raspados El Buen Gusto" ofrece una experiencia completa y satisfactoria.

Los tonos azules transmiten frescura, confianza y tranquilidad. Estos colores refuerzan la idea de un producto refrescante y confiable, ideal para disfrutar en cualquier momento.

La imagen central de una taza llena de frutas variadas comunica claramente la frescura y naturalidad de los ingredientes utilizados en los raspados. Las frutas coloridas simbolizan variedad, salud y sabor, lo que atrae a los clientes buscando un producto delicioso y nutritivo.

El nombre sobre la taza en colores vibrantes destaca la marca y su compromiso con la calidad. Los colores vivos refuerzan la idea de un producto alegre, atractivo y lleno de sabor.

Este logotipo comunica visualmente los valores y la oferta de "Raspados El Buen Gusto": una experiencia refrescante, variada y de alta calidad, utilizando ingredientes naturales y deliciosos.

Eslogan

“Dulces momentos en cada raspado”

Dulces momentos: Esta frase evoca sensaciones agradables y placenteras, sugiriendo que consumir un raspado de "El Buen Gusto" no es solo una experiencia culinaria, sino también emocional. Los "dulces momentos" se asocian con felicidad, alegría y disfrute.

En cada raspado: Esta parte enfatiza que cada vez que alguien consume un raspado de El Buen Gusto, experimentará esos "dulces momentos". Refuerza la idea de consistencia en la calidad y la experiencia positiva con cada producto.

Experiencia emocional: Sugiere que los raspados no solo satisfacen el gusto, sino que también crean recuerdos felices y momentos especiales.

Calidad consistente: Indica que cada raspado que se ofrece es de calidad y proporciona una experiencia gratificante cada vez.

Conexión con el cliente: El eslogan crea una conexión emocional con el cliente, invitándolos a disfrutar de algo más que un simple postre, sino de un momento dulce y especial en su día.

Diseño (propuesta) de menú

Imagen 5. Menú de presentación a los clientes



Fuente: Elaboración propia

Este diseño refleja el menú que se le presentara a los clientes de raspados El Buen Gusto en un principio, pero a medida que los clientes expresen sus necesidades y deseos, este se ira ajustandode acuerdo con sus demandas.

3.2. Plan de producción

El plan de producción describe los métodos y procesos que se utilizarán para crear los bienes de la microempresa de raspados. Este plan es esencial para asegurar que la producción sea eficiente,rentable y de calidad.

Tecnología que se utilizara para la elaboración de las mermeladas

Considerando que el negocio es nuevo en incursionar en estas iniciativas de emprendimiento, la tecnología que se utilizará será semi industrial,

incluyendo procesos artesanales, dado que también no se posee suficientes equipos, pero que con el tiempo se irá mejorando y tecnificando completamente, a fin de alcanzar las metas propuestas en el ámbito de desarrollo y de comercialización. Se requerirá equipamiento para la transformación de las frutas en mermeladas:

Equipos artesanales para el proceso

- 1 Panas.
- 2 Cuchillos.
- 3 Peroles.
- 4 Cucharones.
- 5 Frízer.
- 6 Cocina de gas.
- 7 Cilindro de gas 100 libras.

Utensilios y complementos para el proceso

1. Refractómetro graduado.
2. Cintas pH.
3. Mesa de acero inoxidable de 1.5 de ancho por 2.5 de largo.
4. Pesa multiusos.
5. Baldes plásticos.
6. Panas plásticas grandes
7. Panas plásticas medianas
8. Mangueras plásticas.
9. Cucharones de acero inoxidable.
10. Cuchillos de acero inoxidable.

Proceso de empaclado

1. Vasos plástico-transparentes desechables con tapa de 8 onzas.
2. Vasos plásticos transparente desechables con tapa de 12 onzas.
3. Cucharas plásticas desechables.

4. Pajillas plásticas desechables.
5. Servilletas desechables.

Descripción del proceso de cada producto

Rapados El Buen Gusto como negocio, está impulsando la elaboración y comercialización de raspados a base de frutas y hielo. Ofertara a sus consumidores cuatro productos de diferentes sabores, que a continuación se describen:

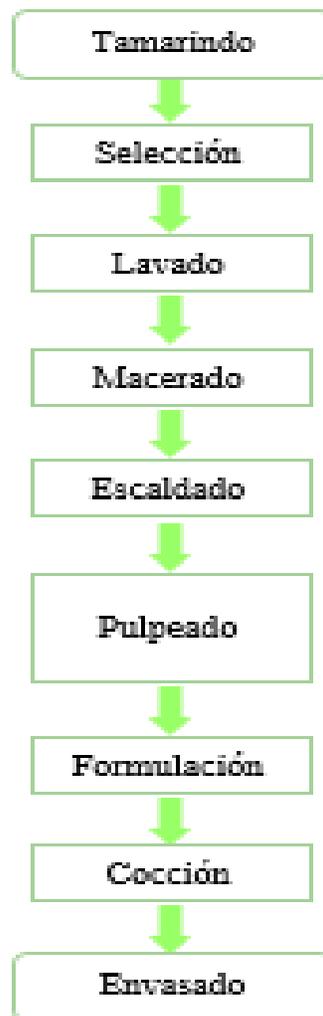
1. **Raspados de tamarindo:** Es postre tradicional, de consumo perenne y muy conocido entre los pobladores. Es una mezcla de mermelada de tamarindo con hielo triturado compuesto por 60% de hielo, 40% de tamarindo. En vasos de 6 onzas y 8 onzas.
2. **Raspados de Maracuyá:** Es postre tradicional de consumo perenne y muy poco conocido entre los pobladores. Es una mezcla de mermelada de maracuyá con hielo triturado, compuesto por 60% de hielo y 40% de maracuyá. En vasos de 6 onzas y 8 onzas.
3. **Raspados de Mango:** Es postre no tradicional de consumo poco perenne y poco conocido entre los pobladores. Es una mezcla de pulpa de mango con hielo triturado compuesto por 70% de hielo, 30% de pulpa de mango. En vasos de 6 onzas y 8 onzas.
4. **Raspados de Naranja:** Es postre poco tradicional de consumo poco perenne y muy conocido entre los pobladores. Es una mezcla de mermelada de naranja con hielo triturado compuesto por 60% de hielo, 40% de Naranja. En vasos de 6 onzas y 8 onzas.

Asimismo, se ofertarán raspados a base de leche condensada pura, en caso de que el cliente lo solicite, pero a la vez esta leche, servirá de complemento a los raspados de frutas, a fin de garantizar a los consumidores una experiencia única en sabores, al combinar leche condensada con mermeladas de frutas en un raspado.

Proceso de producción

El proceso de producción conlleva una serie de pasos, los cuales se establecen de forma más acertada a través de diagramas de procedimientos representativos de cada actividad a realizar, el cual se describe a continuación:

Diagramas para la elaboración de mermelada de tamarindo



Tamarindo: Iniciando con esta materia prima que es la cual se convertirá en el bien para el consumo de los clientes.

Selección: Para conseguir un producto de la calidad y por ende brindar un buen servicio, se debe partir de la selección de materias primas de calidad y con óptimas características para ser procesadas.

Lavado: El objetivo del lavado es eliminar los distintos tipos de suciedad en toda la materia prima.

Macerado: El uso del método de maceración permite separar de manera eficaz el mucilago de la materia prima.

Escaldado: Se realiza el escaldado como pretratamiento eficaz para garantizar la inocuidad en la transformación de la materia prima.

Pulpeado: El pulpeado es la operación que consiste en obtener la pulpa o jugo de una fruta, libre de cáscaras.

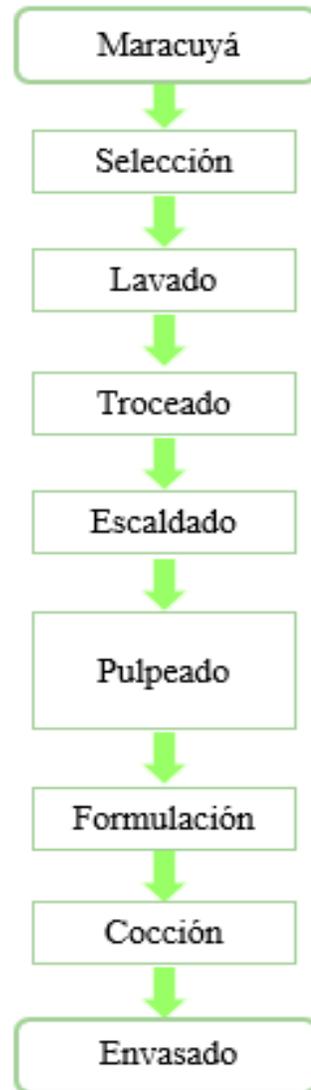
Formulación: La formulación es el proceso en el que una variedad de sustancias diferentes se combina en proporciones precisas para crear un producto específico.

Cocción: Consiste en calentar la materia prima a altas temperaturas durante un periodo determinado, de modo de matar a los gérmenes o cualquier organismo nocivo al ser humano.

Envasado: El envasado de alimentos es el proceso por el que se protege el producto, de forma que sea posible transportarlo de manera segura y mantener sus propiedades intactas para su consumo el mayor tiempo posible.

Mermelada de Tamarindo: Producto final salido del proceso.

Diagramas para la elaboración de mermelada de maracuyá



Maracuyá: Iniciando con esta materia prima que es la cual se convertirá en el bien para el consumo de los clientes.

Selección: Para conseguir un producto de la calidad y por ende brindar un buen servicio, se debe partir de la selección de materias primas de calidad y con optimas características para ser procesadas.

Lavado: El objetivo del lavado es eliminar los distintos tipos de suciedad en toda la materia prima.

Troceado: El troceo es la etapa de reducción de tamaño de la materia prima.

Escaldado: Se realiza el escaldado como pretratamiento eficaz para garantizar la inocuidad en la transformación de la materia prima.

Pulpeado: El pulpeado es la operación que consiste en obtener la pulpa o jugo de una fruta, libre de cáscaras.

Formulación: La formulación es el proceso en el que una variedad de sustancias diferentes se combina en proporciones precisas para crear un producto específico.

Cocción: Consiste en calentar la materia prima a altas temperaturas durante un periodo determinado de modo de matar a los gérmenes o cualquier organismo nocivo al ser humano.

Envasado: El envasado de alimentos es el proceso por el que se protege el producto, de forma que sea posible transportarlo de manera segura y mantener sus propiedades intactas para su consumo el mayor tiempo posible.

Diagramas para la elaboración de mermelada de Mango



Mango: Iniciando con la materia prima que es el cual se convertirá en el bien para el consumo de los clientes.

Selección: Para conseguir un producto de calidad y por ende brindar un buen servicio, se debe partir de la selección de materias primas de calidad y con óptimas características para ser procesadas.

Lavado: El objetivo del lavado es eliminar los distintos tipos de suciedad en toda la materia prima.

Troceado: El troceo es la etapa de reducción de tamaño de la materia prima.

Escaldado: Se realiza el escaldado como pretratamiento eficaz para garantizar la inocuidad en la transformación de la materia prima.

Pulpeado: El pulpeado es la operación que consiste en obtener la pulpa o jugo de una fruta, libre de cáscara.

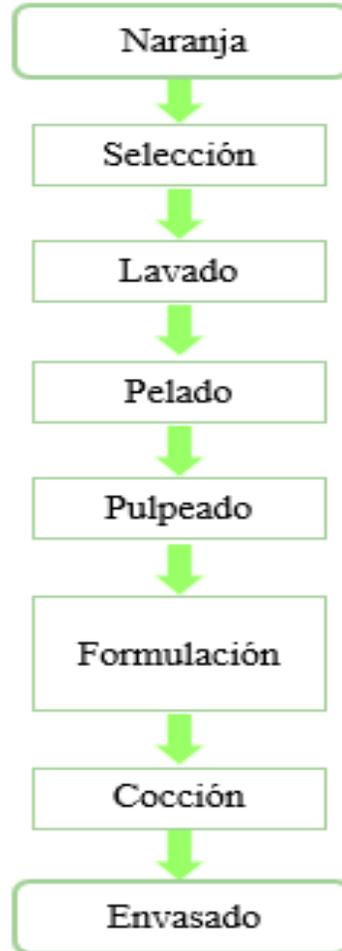
Formulación: La formulación es el proceso en el que una variedad de sustancias diferentes se combina en proporciones precisas para crear un producto específico.

Cocción: Consiste en calentar la materia prima a altas temperaturas durante un periodo determinado, de modo de matar a los gérmenes o cualquier organismo nocivo al ser humano.

Envasado: El envasado de alimentos es el proceso por el que se protege el producto, de forma que sea posible transportarlo de manera segura y mantener sus propiedades intactas para su consumo en el mayor tiempo posible.

Mermelada de mango: producto final obtenido del proceso

Diagramas para la elaboración de mermelada de naranja



Naranja: Iniciando con esta materia prima que es la cual se convertirá en el bien para el consumo de los clientes.

Selección: Para conseguir un producto de la calidad y por ende brindar un buen servicio, se debe partir de la selección de materias primas de calidad y con óptimas características para ser procesadas.

Lavado: El objetivo del lavado es eliminar los distintos tipos de suciedad en toda la materia

Pelado: En este proceso se realiza la separación de la cáscara y la pulpa.

Pulpeado: El pulpeado es la operación que consiste en obtener la pulpa o

jugo de una fruta, libre de cáscaras.

Formulación: La formulación es el proceso en el que una variedad de sustancias diferentes se combina en proporciones precisas para crear un producto específico.

Cocción: Consiste en calentar la materia prima a altas temperaturas durante un periodo determinado, de modo de matar a los gérmenes o cualquier organismo nocivo al ser humano.

Envasado: El envasado de alimentos es el proceso por el que se protege el producto, de forma que sea posible transportarlo de manera segura y mantener sus propiedades intactas para su consumo el mayor tiempo posible.

Mermelada de naranja: producto resultante del proceso.

Las características organolépticas, físicas, químicas y microbiológicas de mermeladas, según la Norma Técnica Obligatoria Nicaragüense (NTON 03 086- 09), son las siguientes:

Tabla 16. Características Físico – Químico

Especificaciones	Rango
Grados Brix	62 -70
pH	2.8 - 3.5
Preservantes	0.01 - 0.1
Sólidos totales	≤ 65
Acidez	1.18 % Max

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17. Características Organolépticas

Color	Uniforme
Olor	Característica de la fruta
Sabor	Característica de la fruta
Aspecto	Libre de materias extrañas
Textura	Semisólida y homogénea

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18. Características organolépticas de Mermelada de Tamarindo

Mermelada de tamarindo	
a) Olor	Característico
b) Sabor	Característicos
c) Color	Marrón
d) Textura	Viscosa
Grados Brix	65 - 67
pH	2.8 - 3.5
Preservantes	0.01 - 0.1
Solidos totales	≤ 65
Acidez	1.18 % Max
pH	2.8 - 3.5

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19. Características organolépticas de Mermelada de Maracuyá

Mermelada de maracuyá	
a) Olor	Característico
b) Sabor	Característico
c) Color	Amarillo intenso
d) Textura	Viscosa
Grados Brix	12 - 14
pH	2.8 - 3.3
Preservantes	0.01 - 0.1
Solidos Totales	≤ 65
Acidez	44.70%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20. Características organolépticas de mermelada de Mango

Mermelada de mango	
a) Olor	Característico
b) Sabor	Característico
c) Color	Amarillo
d)Textura	Viscosa
Grados Brix	7.7
pH	3.6 - 5.1

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21. Características organolépticas de mermelada de Naranja

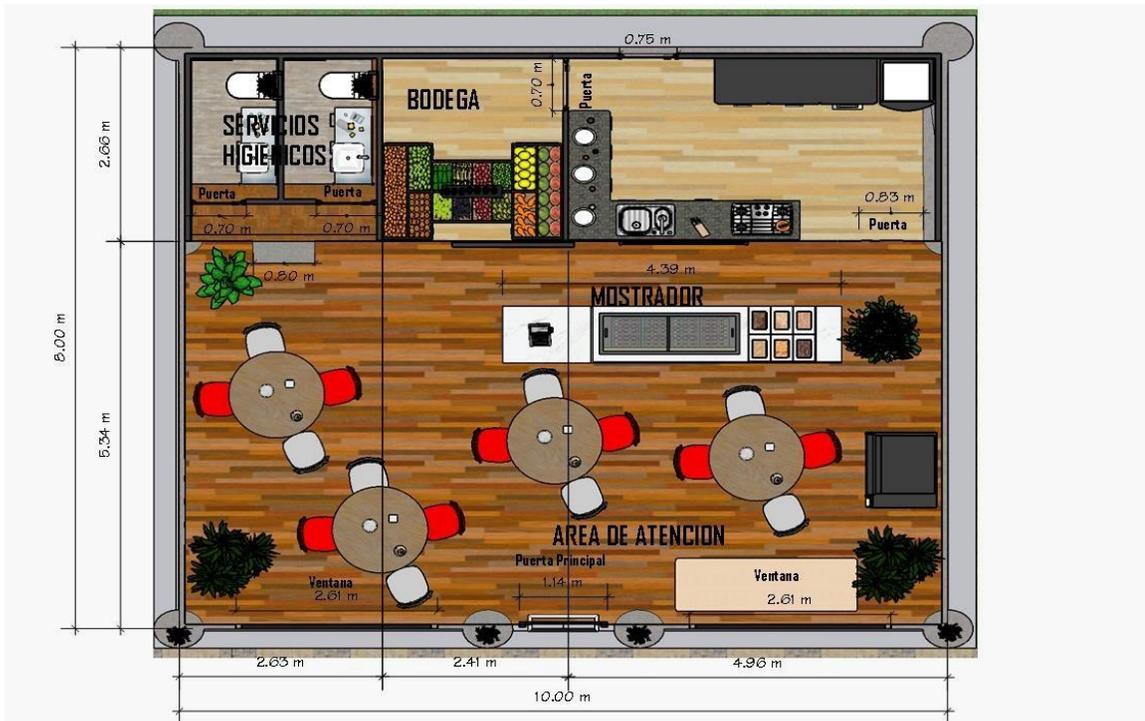
Mermelada de Naranja	
a) Olor	Característico
b) Sabor	Característico
c) Color	Anaranjado
d) Textura	Viscosa
Grados Brix	65 - 67
pH	3.6 - 5.1
Preservantes	0.01 -0.1
Solidos totales	≤ 65
Acidez	1.18 % máx.

Fuente: Elaboración propia

Considerando que la mayoría de los raspados que se ofrecerán en El Buen Gusto son a base de frutas naturales tropicales, no se detallan las propiedades organolépticas de la leche condensada nide otros ingredientes alternativos o frutos de temporada. Estos ingredientes se servirán de acuerdo a las peticiones de los consumidores, quienes tienen la opción de elegir combinaciones o complementar su raspado con otros sabores.

Diseño y plano de las instalaciones de raspados El Buen Gusto

Imagen 6. Plano artesiano de las instalaciones de Raspados



Fuente: Neltòn Rocha celular: 8445 9500

El perímetro de las instalaciones para prestar los servicios la microempresa raspados El Buen Gusto, es de 8 metros de frente por 10 metros de fondo, lo que representa 80m². Distribuida en cuatro áreas básico: atención al cliente (donde habrá 4 mesas para atender a quienes deseen permanecer en el local y disfrutar los raspados en compañía), el área de elaboración de los raspados, área de bodega de materias primas y el área de servicios higiénicos.

Imagen 7. Vista de aérea de las instalaciones de raspados El Buen Gusto



Fuente: Neltòn Rocha celular: 8445 9500

Imagen 8. Vista de aérea de las instalaciones de raspados El Buen Gusto



Fuente: Neltòn Rocha celular: 8445 9500

Imagen 9. Vista de aérea de las instalaciones de raspados El Buen Gusto



Fuente: Neltòn Rocha celular: 8445 9500

Vista interna de lo que será el local de atención de raspado El Buen Gusto, en la comarca Puerto Díaz, Chontales.

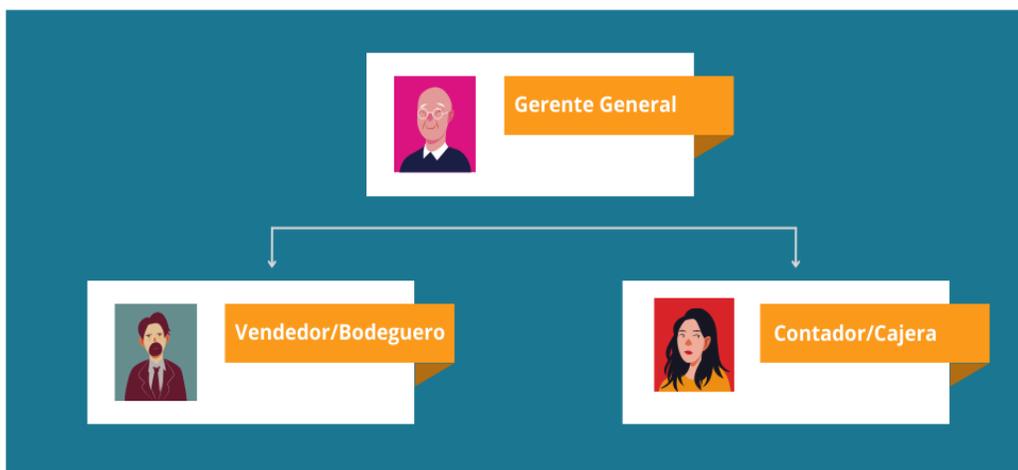
3.3. Plan de organización

La estructura orgánica es el esquema organizativo de una empresa que define cómo se distribuyen y coordinan las tareas, responsabilidades y autoridad. La descripción breve de puestos detalla las funciones principales, responsabilidades y requisitos esenciales de cada posición dentro de esta estructura, proporcionando una visión clara de los roles y expectativas en la organización.

Raspados El Buen Gusto, como microempresa tiene una estructura orgánica horizontal y tipo funcional, la cual se representa a continuación:

Organigrama

Imagen 10. Organigrama



Fuente: Elaboración propia

Esta microempresa estará compuesta por tres colaboradores, los cuales estarán distribuidos en las áreas en que la microempresa está dividida estructuralmente. El Gerente General, tiene a su cargo los dos trabajadores (Contador/Cajero y Vendedor/Bodeguero), quienes a su vez están en coordinación operacional.

Tabla 22. Jerarquía de cargos

Cargos	Jerarquía	Cantidad
Gerente general	Ninguna	1
Contador/Cajero	Gerente general	1
Vendedor/Bodeguero	Gerente general	1
Total		3

Fuente: Elaboración propia

Cabe mencionar, que la limpieza del local lo hará el personal, alternando los días, ya que se trata de una microempresa, la cual tendrá limitados recursos humanos, los que se incrementarían a medida que esta se amplíe.

Tabla 23. Nómina de pago mensual raspados El Buen Gusto

información General		Salario base	Neto a recibir	Deducciones		Prestaciones Sociales		Obligaciones laborales	
N	Puesto/Cargos	Salario Ba	Ingresos Totales	INSS	Salario a recibir	Vacaciones	Aguinaldo	INATEC	INSS PATRONAL
1	Gerente General	C\$ 7,000.00	C\$ 7,000.00	C\$ 490.00	C\$ 6,510.00	C\$ 583.33	C\$ 583.33	C\$ 140.00	C\$ 1,505.00
2	Contador/Cajero	C\$ 6,027.72	C\$ 6,128.18	C\$ 428.97	C\$ 5,699.21	C\$ 502.31	C\$ 502.31	C\$ 120.55	C\$ 1,295.96
3	Vendedor/Bodeguero	C\$ 6,027.72	C\$ 6,730.95	C\$ 471.17	C\$ 6,259.79	C\$ 502.31	C\$ 502.31	C\$ 120.55	C\$ 1,295.96
Total	C\$ 26,709.38	19,055.44	C\$ 19,859.14	C\$ 1,390.14	C\$ 18,469.00	C\$ 1,587.95	C\$ 1,587.95	381.11	4,096.92
U\$	721.88								

Fuente: Elaboración propia

La nómina de pago mensual de raspados El Buen Gusto, representa un gasto mensual de U\$721.88 dólares norteamericanos, equivalente a U\$8,662.56 dólares anuales, la cual cubre el salario de tres colaboradores de planta. No se refleja los honorarios de los trabajadores que se contrataran temporalmente, ya que a estos se les pagara por día laborado o por horas, ya que las efemérides que exigen mayor movimiento son muy limitadas, se prevé una ocasión al año donde posiblemente se requiera de mano de obra temporal.

En esta nómina de pago se reflejan todos los derechos que el trabajador tiene según las leyes del país, incluyendo el seguro social.

Tabla 24. Ficha de cargo del Gerente

Nombre del puesto:	Gerente General
Objetivo del puesto:	Liderar y gestionar todas las operaciones diarias con el fin de garantizar la eficiencia, rentabilidad y sostenibilidad del negocio. Es responsable de supervisar a los empleados, asegurar la calidad del producto, gestionar las finanzas y fomentar un ambiente de trabajo positivo y colaborativo. Desarrollar e implementar estrategias para aumentar las ventas, expandir la base de clientes y mejorar la presencia de la microempresa en el mercado local.
Principales funciones del puesto:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Supervisar y coordinar las actividades diarias del equipo de trabajo, asegurando la eficiencia operativa y la calidad del servicio al cliente. 2. Gestionar las finanzas de la empresa, incluyendo la elaboración de presupuestos, control de costos y manejo de inventarios. 3. Desarrollar e implementar estrategias de marketing y ventas para atraer nuevos clientes y fidelizar a los existentes. 4. Asegurar el cumplimiento de las normativas sanitarias y de seguridad alimentaria. 5. Fomentar un ambiente de trabajo positivo, motivando y capacitando al personal para alcanzar un alto rendimiento. 6. Monitorear y evaluar el desempeño del negocio, realizando ajustes necesarios para mejorar la productividad y rentabilidad.
Nivel académico requerido:	Técnico superior Agroindustria
Experiencia profesional:	Mínima de 1 años en cargos iguales o a fines
Destrezas técnicas y/o conocimientos especiales:	<p>Conocimiento en elaboración y control de presupuestos. Manejo de costos, ingresos y flujo de caja.</p> <p>Capacidad para realizar análisis financieros y tomar decisiones basadas en datos.</p> <p>Conocimiento en técnicas de venta y atención al cliente.</p> <p>Manejo de redes sociales y herramientas de marketing digital para promocionar el negocio.</p> <p>Conocimiento de las normativas sanitarias y de seguridad alimentaria.</p> <p>Implementación de estándares de calidad en la producción y servicio.</p>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25. Ficha de cargo del Contador / Cajero

Nombre del puesto:	Contador/Cajero
Objetivo del puesto:	Llevar control preciso y eficiente de todas las transacciones financieras, asegurando la integridad y exactitud de los registros contables. Este puesto también implica la gestión del efectivo, la atención a los clientes durante las ventas y la provisión de información financiera clave para la toma de decisiones estratégicas.
Principales funciones del puesto:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar y registrar todas las transacciones financieras diarias, incluyendo ventas, gastos y pagos. 2. Gestionar el efectivo, asegurando un manejo seguro y eficiente de los fondos. 3. Preparar y mantener registros contables precisos y actualizados. 3. Elaborar informes financieros periódicos para la gerencia. 4. Realizar conciliaciones bancarias y seguimiento de cuentas por pagar y por cobrar. 5. Atender a los clientes durante las ventas, proporcionando un servicio amable y eficiente. 6. Asistir en la preparación de presupuestos y en el control de costos. 7. Asegurar el cumplimiento de las normativas fiscales y contables vigentes.
Nivel académico requerido:	Técnico Básico en Contaduría Pública y Finanzas.
Experiencia profesional:	Experiencia mínima de 1 años en trabajos iguales o similares
Destrezas técnicas y/o conocimientos especiales:	<p>Conocimiento en principios de contabilidad y finanzas. Experiencia en la elaboración y mantenimiento de registros contables.</p> <p>Habilidad para preparar informes financieros y realizar análisis contables.</p> <p>Conocimiento en procedimientos de caja y manejo seguro de efectivo.</p> <p>Habilidades de comunicación efectiva y servicio al cliente.</p> <p>Capacidad para manejar transacciones con rapidez y precisión.</p> <p>Capacidad para asegurar el cumplimiento de todas las obligaciones fiscales.</p> <p>Capacidad para mantener un sistema de archivo organizado y accesible.</p>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26. Fichas de cargo Vendedor / Bodeguero

Nombre del puesto:	Vendedor / Bodeguero
Objetivo del puesto:	Garantizar una excelente atención al cliente y la eficiente gestión del inventario. Promoción y venta de los productos, manteniendo siempre un alto nivel de satisfacción del cliente, así como la organización y control de los productos en el almacén. Contribuir significativamente a la operatividad diaria del negocio y a la satisfacción del cliente.
Principales funciones del puesto:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atender a los clientes de manera amable y eficiente, ofreciendo información sobre los productos y promociones. 2. Realizar transacciones de venta y asegurar la correcta contabilización de las mismas. 3. Mantener el inventario organizado y actualizado, asegurando que siempre haya suficiente stock disponible. 4. Recibir y verificar la mercancía que llega al almacén, asegurando que coincida con los pedidos realizados. 5. Organizar y reponer productos en el área de ventas y almacenamiento. 6. Mantener el área de trabajo limpia y ordenada, siguiendo las normas de seguridad e higiene. 7. Asistir en la preparación de pedidos y la coordinación de entregas, si es necesario. 8. Colaborar con el equipo para alcanzar las metas de ventas y eficiencia operativa.
Nivel académico Requerido	Bachiller
Experiencia profesional	No indispensable
Destrezas técnicas y/o Conocimientos especiales:	<p>Excelentes habilidades de comunicación y servicio al cliente. Capacidad para identificar y satisfacer las necesidades de los clientes. Experiencia en técnicas de venta y promoción de productos. Conocimiento en procedimientos de gestión de inventarios y control de stock. Familiaridad con los productos de la microempresa y sus características. Capacidad para informar a los clientes sobre los productos y resolver sus dudas. Conocimiento de las normativas de seguridad e higiene en la manipulación y almacenamiento de productos alimenticios. Capacidad para mantener un entorno de trabajo seguro y limpio.</p>

Fuente: Elaboración propia

Las fichas ocupacionales mencionadas anteriormente se establecen considerando las condiciones reales de una microempresa que opera con un mínimo de tres personas laborando de forma permanente y gozando de todas las prerrogativas según la ley laboral. En casos de eventualidades especiales o efemérides locales, se contratará personal temporal por algunos días o por horas, según la eventualidad, y en la misma medida será la remuneración.

3.4. Gestión y recursos de presupuestos

En un plan de negocios, la gestión y recursos de presupuestos, se refiere a la planificación, asignación y control de los recursos financieros necesarios para operar y alcanzar los objetivos del negocio. Esta sección es crucial porque asegura que los fondos se utilicen de manera eficiente y efectiva, y ayuda a prever las necesidades financieras futuras.

Los costos de producción permiten medir la rentabilidad, encontrándose directamente relacionados al proceso de producción de forma directa e indirecta. Estos costos se pueden dividir en costos que son en base a los volúmenes de producción y costos fijos que son los que permanecen invariables con los tipos de productos que se ofrecerán.

Los costos de producción en que incurrirá la producción de raspados, serán los que a continuación se detallan:

Materia prima: Se refiere a los materiales principales que intervienen directa o indirectamente en los procesos de transformación, considerando que esta actividad es tanto manufacturera como comercial. Esto incluye las cantidades necesarias de frutas para la elaboración de los raspados y su precio unitario.

Mano de obra directa: Incluye el sueldo de los colaboradores, cuyos esfuerzos están directamente asociados al producto elaborado, considerando un pago fijo mensual. El salario mensual de los trabajadores se establece

según la Ley de salario mínimo, No. 625, del año en curso, la cual en su artículo 5 establece un reajuste del 910.1% anual a los salarios mínimos del sector de la micro y pequeña industria artesanal (MIPYME), resultando en un salario mensual de C\$ 6,027.72 córdobas.

Material directo: Son aquellos materiales necesarios para la elaboración de un producto, pero que no son fácilmente identificables individualmente o no requieren un control detallado. Estos materiales se incluyen como parte de los costos indirectos de fabricación e incluyen guantes, mascarillas, redcillas, energía, agua, entre otros.

Presupuestos de inversión

Tabla 27. Presupuesto de utensilios y complementos para el proceso

No .	Descripción	Cant	Unidad de Medida	Costo Unitario U\$	Costo total U\$
1	Refractómetro graduado	1	Unidad	U\$25.00	U\$25.00
2	Mesa de acero inoxidable de 1.5 ancho x 2.5 largo	1	Unidad	U\$100.00	U\$100.00
3	Pesa multiusos	1	Unidad	U\$50.00	U\$50.00
4	Ollas de aluminio grande	2	Unidad	U\$50.00	U\$100.00
5	Cucharones de acero inoxidable	3	Unidad	U\$1.00	U\$3.00
6	Cuchillos de acero inoxidable	3	Unidad	U\$2.00	U\$6.00
7	Colador de acero	1	Unidad	U\$50.00	U\$50.00
8	Botella dispensadora para verter la mermelada sobre los raspados	4	Unidad	U\$3.00	U\$12.00
9	Embudo para transferir la mermelada de la olla a la botella	1	Unidad	U\$1.00	U\$1.00
Total			U\$347.00		

Fuente: Elaboración propia

Los utensilios descritos en la tabla anterior son necesarios para realizar las operaciones en la elaboración de las mermeladas y los raspados que se servirán a los clientes.

Tabla 28. Presupuesto de equipos industriales para el proceso

No.	Descripción	Cant	Costo UnitarioU\$	Costo total U\$
1	Congelador	1	U\$500.00	U\$500.00
2	Triturador de hielo	1	U\$100.00	U\$100.00
3	Cocina de gas	1	U\$150.00	U\$150.00
4	Licuadaora	1	U\$100.00	U\$100.00
5	Cilindro de gas de 100 libras	1	U\$35.00	U\$35.00
Total			U\$885.00	

Fuente: Elaboración propia

Esta tabla incluye la adquisición de equipos y materiales necesarios para la operación de un negocio dedicado a la producción y venta de raspados y mermeladas.

Tabla 29. Presupuesto de implementos para el proceso de servicio

No.	Descripción	Cant	Unidad de Medida	Costo Unitario U\$	Costo totalU\$
1	Vasos plásticos transparentes 12 onz.	40	Paq. (25)	U\$ 0.68	U\$27.20
2	Vasos plásticos transparentes 8 onz.	40	Paq. (25)	U\$ 0.68	U\$27.20
3	Cucharas plásticas bolsas de 25 unid.	40	Paq. (25)	U\$ 0.50	U\$20.00
4	Pajillas plásticas de 100 unidades	10	Paq. (100)	U\$ 0.40	U\$4.00
5	Bolsas plásticas de 2 lb.	10	Paq. (100)	U\$0.68	U\$6.80
Total				U\$85.20	

Fuente: Elaboración propia

Este presupuesto se hace considerando una compra de 100 paquetes de desechables que serán utilizados en el suministro de los raspados.

Tabla 30. Presupuesto de equipos e implementos de limpieza

No	Descripción	Cant	Precio Unitario	Costo total
1	Mechas de lampazo	4	U\$1.62	U\$6.48
2	Lampazos	2	U\$ 4.85	U\$9.70
3	Escobas	4	U\$ 2.12	U\$8.48
4	Desinfectantes	Global	U\$61.00	U\$61.00
5	Paños	Global	U\$15.00	\$15.00
Total				U\$100.66

Fuente: Elaboración propia

El presupuesto para los materiales e implementos de limpieza, se consideran de acuerdo a los usos cotidianos que comúnmente se realizan en un local pequeño, pero que tiene movimiento constante de personas.

Tabla 31. Presupuesto servicios básicos del local de raspados El Buen Gusto

Descripción	Cant.	Unidad de medida	Costo unitario	Costo Total mes	Costo Total año
Energía (KW/mes)	133.12	KW/mes	U\$0.13	U\$17.31	U\$208.44
Agua potable	17.5	M ³ /mes	U\$0.25	U\$4.38	U\$52.56
Casa claro (internet, celular)	1	Mes	U\$19.34	U\$19.34	U\$232.08
Tanque de gas 100 lbs	3	Tanque	U\$55.60	Cuatrimstral	U\$166.80
Total					U\$659.88

Fuente: Elaboración propia

El cálculo del gasto de energía en Kw/mes, se tomó según las normativas establecidas por el Instituto Nicaragüense de Energía (INE), establecido para servicios domiciliarios. Calculo que se consideró, porque se trata de una microempresa muy pequeña en sus operaciones, por ende, requiere de muy poca energía eléctrica. Asimismo, el consumo del agua, fue considera de acuerdo al suministro promedio que la ENACAL suministra a los domicilios. Se considera la compra de tres veces del tanque de gas butano, ya que este es de 100 libras y se utilizara únicamente para la elaboración de las mermeladas.

Tabla 32. Presupuesto de equipos de oficina y atención al cliente

N°	Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
1	Escritorio Sencillo	Unidad	1	U\$190.00	U\$190.00
2	Computadora de escritorio	Unidad	1	U\$300.00	U\$300.00
3	Sillas enjuncadas	Unidad	3	U\$30.00	U\$90.00
4	Materiales y utensilios de oficina	Kit	1	U\$140.00	U\$140.00
5	Mesas plásticas	Unidad	4	U\$27.00	U\$108.00
6	Sillas plásticas	Unidad	16	U\$15.00	U\$240.00
7	Estante para despacho	Unidad	1	U\$235.00	U\$235.00
8	Bandejas de aluminio	Unidad	3	U\$9.00	U\$27.00
Total					U\$1,330.00

Fuente: Elaboración propia

Este presupuesto demuestra claramente las necesidades de equipamiento tanto de la oficina como del área de atención al cliente de la microempresa de raspados El Buen Gusto. Este equipamiento es fundamental para desarrollar las operaciones de manera adecuada y eficiente.

Tabla 33. Presupuesto de promocional

N°	Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Costo total
1	Suvenires varios	Global	Global	U\$85.00	U\$85.00
2	Logotipo	Diseño o	1	U\$8.10	U\$8.10
3	Participación en ferias	Anual	5	U\$25.00	U\$125.00
Total					U\$218.10

Fuente: Elaboración propia

La publicidad es crucial para darse a conocer y posicionarse en la mente de los consumidores. Porello, El Buen Gusto, además de diseñar un logotipo distintivo, incluirá en su apertura suvenires como llaveros, lapiceros, tazas, termos y pequeños calendarios, que serán regalados a los primeros clientes el primer día de operaciones de la microempresa de raspados.

Asimismo, se planifica la participación en ferias, tanto locales como municipales. Aunque el Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa (MEFCCA) brinda apoyo logístico, siempre se

incurren en gastos adicionales no cubiertos.

Tabla 34. Documentación legal

Descripción	Cantidad	Precio Total
Matricula de alcaldía municipal	Único	U\$ 11.42
Acta constitutiva de apertura	Único	U\$428.57
Total		U\$439.99

Fuente: Elaboración propia

La municipalidad cobra un arancel único por la matrícula del negocio. El IVA, por otro lado, se paga mensualmente y está establecido en una cuota fija para las MIPYMES locales. Además, el acta constitutiva se notarea para dejar legalmente establecido el negocio, definiendo derechos equitativos de los socios en la sociedad.

Tabla 35. Presupuesto de costos de acondicionamiento del local de raspados El Buen Gusto

Descripción	Área	Costo Total
Repello fino	80m ² todo el local. Paredes internas y externas	U\$864.00
Pintura	80m ² todo el local	U\$64.86
Divisiones internas	4 divisiones internas (yison)	U\$94.59
Instalaciones internas	Inodoros, lavamanos, pantry y estante de atención	U\$151.90
Pegar pisos (cerámica)	80m ² pegar cerámica en todo el piso	U\$432.33
Instalaciones eléctricas	Cableado, entubado y colocación de lámparas	U\$121.62
Total		U\$1,729.30

Fuente: Elaboración propia

Dado que el local destinado para la instalación de la microempresa raspados "El Buen Gusto" es propiedad de uno de los socios y se facilita sin costo alguno para este propósito, se requiere una remodelación y acondicionamiento para mejorar su presentación y hacerlo más agradable para los clientes y el personal. Por consiguiente, es imprescindible realizar trabajos como el repello fino de las paredes, pintar el local con motivos alusivos al giro del negocio, crear divisiones para áreas específicas (como el área de atención al cliente, el mostrador de servicio, el área de preparación, una pequeña bodega para materias primas y servicios higiénicos), y llevar a cabo la instalación de las infraestructuras eléctricas

internas, incluyendo el cableado, el entubado y la colocación de lámparas. El presupuesto asciende a U\$1,729.30 dólares norteamericanos.

Tabla 36. Presupuestos de materia prima e insumos de producción de raspados

Materia prima/Insumos	Cantidad	Unidad de Medida	Precio unitario	Costo Total
Maracuyá	6	Docenas	U\$1.56	U\$9.36
Tamarindo	8	Lbs	U\$0.95	U\$7.57
Mango	5	Docenas	U\$ 0.65	U\$3.25
Naranja	3	Docenas	U\$0.68	U\$2.03
Pectina en polvo	1	50 gramos	U\$50.01	U\$50.01
Azúcar	1	Quintal	U\$32.43	U\$32.43
Canela	1	Libra	U\$12.17	U\$12.16
Limón	5	Docenas	U\$1.30	U\$6.49
Sal	2	Libra	U\$0.27	U\$0.27
Leche condensada	12	Bolsa de 430g	U\$3.27	U\$39.24
Clavos de olor	1	Libra	U\$7.57	U\$7.57
Otras frutas de temporada	Global	Global	U\$25.00	U\$25.00
Total				U\$195.38

Fuente: Elaboración propia

Los costos calculados en este presupuesto de materia prima e insumos para la elaboración de la mermelada de los raspados se formulan considerando los precios de las frutas y los complementos en comercios locales. Con la excepción de la pectina, azúcar, canela, clavo de olor y leche condensada, que se adquirirán en el mercado de la ciudad de Juigalpa. Cabe mencionar, que la cantidad de frutas planificadas para comprar es para una semana, ya que su vida útil es muy corta. No así el resto de los ingredientes, que se comprarán para un mes de operación.

El hielo que se necesitara para la elaboración de los raspados, se elaborara en el mismo local del negocio utilizando agua potable y bolsas plásticas de 2 libras.

Presupuesto de ingresos proyectados raspados El Buen Gusto

Tabla 37. Ingresos primer año de operación

No.	Descripción	Precio Venta (8 onzas U\$)	Cantidad 8 onzas	Subtotal Ventas 8 onz	Precio Ventas (12 onzas U\$)	Cantidad 12 onzas	Subtotal ventas 12 onz	Total de Ventas
1	Raspados de tamarindo	1.50	1,574	U\$2,361.00	2.00	1,212	U\$2,424.00	U\$4,785.00
2	Raspados de maracuyá	1.50	995	U\$1,492.50	2.00	925	U\$1,910.00	U\$3,402.50
3	Raspados de mango	1.50	1,292	U\$1,938.00	2.00	1,105	U\$2,210.00	U\$4,148.00
4	Raspados de naranja	1.50	1,430	U\$2,145.00	2.00	944	U\$1,888.00	U\$4,033.00
5	Raspados de leche condensada	3.00	958	U\$2,874.00	3.50	750	U\$2,625.00	U\$5,499.00
Totales			6,249	U\$10,810.50		4,966	U\$11,057.00	U\$21,867.50

Fuente: Elaboración propia

La proyección de ventas se hace considerando una compra de 20 raspados diarios con un valor de U\$1.50 dólares, 521 mensuales y 6,249 raspados anuales. Asimismo, 16 raspados a razón de U\$2.00 dólares, 414 mensuales, equivalentes a 4,966 anuales. Lo que generaría un ingreso anual proyectado de U\$21,867.50 dólares norteamericanos.

Raspados El Buen Gusto, laborará 26 días al mes; el personal descansará un día a la semana (lunes), ya que este es el menos concurrido en Puerto Díaz. El horario de operaciones será de 01:00 a 08:00 p.m. de martes a sábado y el domingo de 09 a 06:00 p.m.

Estados financieros del plan de negocios de raspados El Buen Gusto

Los estados financieros de una entidad son determinantes para comprobar si sus operaciones son rentables y eficientes en la gestión de recursos. Raspados El Buen Gusto, requerirá un monto de U\$5,990.51 dólares norteamericanos. Los cuales serán financiados el 50% como aporte de los socios y el otro 50% que equivale a U\$2,995.26 dólares, será financiado a través del MEFCCA, con una tasa de interés sobre saldo del 11% anual y sin garantía prendaria, a un plazo de 3 años (36 meses). A continuación, se describe:

Tabla 38. Amortización del financiamiento

Amortización del préstamo				
Cuantía de Crédito:		U\$2,995.26	Financiamiento a 36 meses MEFCCA	
Método de crédito:		Sobre saldo		
Interés Anual:		11.00%		
Plazo del crédito en años		3		
Años	Amortización	Interés	Cuota	Saldo
0				U\$ 2,995.26
1	U\$ 998.42	U\$ 329.48	U\$ 1,327.90	U\$ 1,996.84
2	U\$ 998.42	U\$ 219.65	U\$ 1,218.07	U\$ 998.42
3	U\$ 998.42	U\$ 109.83	U\$ 1,108.25	U\$ 0.00
Totales	U\$ 2,995.26	U\$ 658.96	U\$ 3,654.22	

Fuente: Elaboración propia

Balance general proyectado

Tabla 39. Balance al 31 de diciembre 2025

Activos	Valores	Pasivo	Valores
Circulante		Circulante	
Efectivo en caja	200.00	Proveedores	-
Banco	350.00	Préstamos a C/P	2,995.26
Inventario inicial	280.58	Cuentas por pagar	-
Total Activo Circulante	830.58	Impuestos por pagar	-
Activo Fijo		Total pasivos a corto plazo	2,995.26
Infraestructura	10,619.77	Préstamos a L/P	-
Maquinaria y equipos	1,232.00	Provisión para beneficios	-
Equipo de transporte	-	Total Pasivo	2,995.26
Muebles y enseres	1,330.00	Capital	-
Total Activos Fijo	13,181.77	Capital social	-
Activo Diferido	-	Utilidad acumulada	-
Constitución y matricula	439.99	Utilidad del ejercicio	11,457.08
Total Activos Diferidos	439.99	Total Capital	11,457.08
Total De Activos	14,452.34	Total Pasivo Mas Capital	14,452.34

Fuente: Elaboración propia

La utilidad del ejercicio es bastante alta (U\$11,457.08), lo que muestra que la microempresa será rentable durante el período proyectado. Este balance general proyectado muestra una estructura financiera sólida con un buen respaldo de activos fijos y una alta rentabilidad, aunque podría beneficiarse de una mejor gestión de la liquidez a corto plazo.

Estado de resultados proyectados al 31 de diciembre del 2025

Tabla 40. Estado de resultados proyectado

Cuenta	Años		
	2025	2026	2027
Ventas netas	21,867.50	22,523.53	23,199.23
Costo de ventas	280.58	289.00	297.67
Utilidad bruta	21,586.92	22,234.53	22,901.56
Gastos			
Gastos de administración	9,423.10	9,705.79	9,996.97
Gastos de Ventas	218.10	224.64	231.38
Otros Gastos	1,438.41	1,451.61	1,465.21
Total Gastos	11,079.61	11382.05	11,693.56
Utilidad antes de impuesto e intereses	10,507.31	11,430.48	11,803.34
Impuesto	48.65	50.11	51.61
Intereses	329.48	219.65	109.83
Utilidad Neta	U\$10,129.18	U\$11,160.72	U\$11,641.90

Fuente: Elaboración propia

El estado de resultados proyectado muestra una microempresa en crecimiento con un fuerte control de costos y una mejora continua en rentabilidad, con una reducción de deuda que contribuye a la estabilidad financiera a largo plazo.

Flujo de efectivo proyectado 2025

Tabla 41. Flujo de efectivo

Ingresos	Años		
	1	2	3
Ventas	21,867.50	22,523.53	23,199.23
Otros ingresos	120.00	123.60	127.31
Total Ingresos	21,988.50	22,649.13	23,329.54
Gastos			
Energía eléctrica	208.44	214.69	221.13
Internet	232.08	239.04	246.21
Agua	52.56	54.14	55.76
Nomina	8,662.56	8,922.44	9,190.11
Impuestos	48.65	50.11	51.61
Materia prima e insumos	195.38	201.24	207.28
Promoción	218.10	224.64	231.38
Insumos de limpieza	100.66	103.68	106.79

Intereses	329.48	219.65	109.83
Amortización del préstamo	998.42	998.42	998.42
Total egresos	11,046.33	11,228.05	11,418.53
Flujo neto de efectivo	10,942.17	11,421.07	11,911.01

Fuente: Elaboración propia

El flujo de efectivo proyectado muestra una microempresa con un crecimiento constante en ingresos, un buen control de gastos, y una mejora continua en la liquidez, lo que proporciona una base financiera sólida para futuras operaciones y expansión.

Punto de equilibrio en unidades monetarias de raspados El Buen Gusto en su primer año de operación

El punto de equilibrio es un concepto fundamental en la gestión financiera que indica el nivel de ventas necesario para cubrir todos los costos y gastos de una entidad, sin generar ni ganancias ni pérdidas.

$$PE = \frac{CFT}{1 - CVT} \cdot VT$$

PE= 10,202.67

Este punto de equilibrio representa el nivel de ventas en efectivo que la empresa necesita alcanzar para cubrir sus costos operativos, sin incurrir en pérdidas. Dada la sólida posición financiera mostrada en el balance general, el crecimiento constante de los ingresos y la utilidad neta, y el buen manejo de los flujos de efectivo, es evidente que la microempresa no solo está superando su punto de equilibrio, sino que también está en una posición favorable para expandir sus operaciones y mejorar su rentabilidad a largo plazo.

Este análisis reafirma la solidez financiera y la gestión eficiente de la microempresa, proporcionando una base segura para futuros proyectos y posibles expansiones.

IV. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 42. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES TITULACION TECNICO SUPERIOR EN TECNOLOGIA AGROINDUSTRIALES																		
Tema	Plan de Negocios de producción y comercialización de raspados, microempresa “EL BUEN GUSTO “ comarca Puerto Diaz jurisdicción de Juigalpa, Chontales, periodo 2025-2027	Integridades	Br. Dinora Palacio Torrez			Tutor	Lic. Leonarda Laguna Lumbi											
			Br. Jadel Antonio Leon Altamirano					Br. Jose Aurelio Sandoval										
No	Actividades	AÑO 2024																Observaciones
		MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				
		IS	II S	III S	IV S	IS	II S	III S	IV S	IS	II S	III S	IV S	IS	II S	III S	IV S	
I	Aspectos Generales																	
1.1	Periodo de asignación del acompañamiento	3																
1.2	Presentación por escrito de la propuesta		5															
1.3	Revisión de la propuesta		7															
1.4	Notificación por escrito de aprobación de		8															
II	Estructura de entregables/Trabajo con Tutores																	
2.1	Información Preliminar			10														
2.2	Generalidades del proyecto			10														
2.3	Marco Lógico				24													
2.4	Plan de Negocio/Estudio de mercado					7												
2.5	Plan de Negocio/Plan de producción							21										
2.6	Plan de Negocio/Plan de organización									5								
2.7	Plan de Negocio/Plan de financiero										19							
2.8	Elaboración de diapositivas													2				
III	Defensa trabajo realizado																	
3.1	Entrega del documento final															16		
3.2	Revisión del documento final															20		
3.3	DEFENSA																30	

Algunas fechas son tentativas sujetas cambio

Fuente: Elaboración propia

V. BIBLIOGRAFÍA

Colin, J. (2014). *Contabilidad de Costos (4a. ed.)*. McGraw Hill. doi:
Obtenido de <https://www.academia.edu>.

Díaz, T. (3 de julio de 2018). *Definición de Insumos*. Obtenido de
<https://www.economiasimple.net/glosario/insumos>

ESERP. (16 de Aril de 2019). *¿QUÉ ES EL FLUJO DE CAJA Y CÓMO CALCULARLO?*
Obtenido de <https://es.eserp.com/articulos/que-es-el-flujo-de-caja/>

EUROINNOVA. (2023). *Fuentes de financiamiento que son*. Obtenido de
<https://www.euroinnova.com.ni/blog>

Marsano, A. M. (2009). *ASPECTOS BÁSICOS DE MÁRKETING PARA LA MICRO Y PEQUEÑA. EMPRESA*. Lima: Universidad del Pacífico.

Moreno, F.(2022). *Inversión Inicial de un proyecto*. Obtenido de
<https://www.sutori.com/en/story/inversion-inicial-de-un-proyecto>.

Rubio, A. N. (11 de junio de 2019). *Estudio técnico*. Obtenido de
<https://www.rpjmconsultoria.com/post/estudio-tecnico>

Sapag Chain, N. (2012). *Guía del Estudio de Mercado para la Evaluación de Proyectos*.
Santiago:Chile.

Scotiabank. (2023). *El análisis financiero*. Obtenido de
<https://www.scotiabankcolpatria.com>.

Westreicher, G. (2020). *Plan de negocios*. Obtenido de
<https://economipedia.com/definiciones/inversion-global>.

VI. ANEXOS

Anexo 1. Encuesta

Encuesta

Estimado poblador, con el fin de identificar la demanda potencial, gusto y preferencias de los consumidores de raspados a base de mermeladas de frutas naturales y de temporada producidas en la localidad, estamos realizando una encuesta, por lo cual solicitamos su colaboración a fin de que nos responda las siguientes interrogantes, que serán de gran utilidad para la toma de decisiones de inversión en el negocio propuesto:

I. Datos generales

Edad: _____

Sexo: F _____ M _____

II. Desarrollo de las variables

1. ¿Usted consume postres y refresco granizados o helados?

a. Si consumo _____

b. No consume _____

2. ¿Por qué le gusta consumir postres y refrescos granizados o helados?

a. Calor _____

b. Salud _____

c. Hidratación _____

d. Preferencia _____

3. ¿Le gustaría que se apertura un negocio aquí en Puerto Diaz, donde ofrezcan raspados saborizados con frutas naturales de la zona?

a. Si _____

b. No _____

4. ¿Si el negocio de raspados se apertura en este momento, Usted compraría

a. Si _____

b. No _____

5. ¿Cuántas veces por semana Usted compraría raspados?

a. 1 vez _____

b. 2 veces _____

- c. 3 veces __
- d. 5 veces __

6. *¿Hasta qué precio estaría Usted dispuesto a pagar por un raspado?*

- a. U\$2.00 _____
- b. U\$3.50 _____
- c. U\$4.00 _____
- d. U\$5.00 _____

“Muchas gracias”

Anexo 2. Planos y vistas del local, raspados El Buen Gusto







