

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

PLAN DE EMPRENDIMIENTO PARA LA PRODUCCIÓN DE JUGO DE LIMON “MENTALBAYER” EN EL MUNICIPIO DE PALACAGÜINA EN EL AÑO 2024.

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

Elaborado por:

Br. Mykeling
Petrona Centeno
Garcia
Carné: 21-7018TN

Br. Oscar Danilo
Torrez
Carné:21-7081TN

Br. Carlos Alberto
Centeno Rivera
Carné:21-7020TN

Tutor:

MSc. Mariliana
Videa Bustillo

16 de Junio de 2024
Esteli, Nicaragua

Estelí, 07 de julio de 2024

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

Estimado Director,

Reciba cordiales saludos, a través del presente remito el proyecto de graduación titulado: **"PLAN DE EMPRENDIMIENTO PARA LA PRODUCCIÓN DE JUGO DE LIMÓN "MENTALBAYER" EN EL MUNICIPIO DE PALACAGÜINA EN EL AÑO 2024"** para su proceso de defensa, el mismo fue elaborado por los bachilleres: Mykeling Petrona Centeno Garcia, Oscar Danilo Tórrez y Carlos Alberto Centeno Rivera.

Por otra parte, no omito manifestarle que el documento cumple con los requerimientos técnicos establecidos para el Técnico Superior en Tecnologías Agroindustriales, por tanto, solicito su aprobación para que los bachilleres antes mencionados puedan proceder a su correspondiente defensa.

Sin mas a que referirme,

Atentamente,



MSc. Mariliana Videa Bustillo
Tutora

Dedicatoria

Queremos dedicar este trabajo:

A nuestro Dios por habernos dado la fuerza y la sabiduría para llevar a cabo este plan de emprendimiento, por darnos la oportunidad de alcázar nuestras metas que nos hemos propuesto.

A nuestros padres Por habernos apoyado moral y emocionalmente para llevar a cabo este plan de emprendimiento.

A la Universidad Nacional de Ingeniería UNI/UNICAM y al programa universidad en el campo, el cual nos abrió sus puertas para formarnos profesionalmente con un Técnico Superior en tecnología agroindustrial.

Agradecemos a: Maestro Donald Samuel Zelaya por su arto impulso que nos ha brindado en nuestro camino como técnicos agroindustriales, por el apoyo brindado a cada uno de nosotros, por sus palabras, su labor y dedicación para con nosotros, haciendo nos ver el futuro de nuestro pueblo y país de una manera cambiante y con mucho valor agregado.

Agradecimientos

Agradezco a Dios por haberme otorgado una familia maravillosa, quienes me han apoyado y han creído en mí siempre, dándome ejemplo de superación, humildad y sacrificio; enseñándome a valorar todo lo que tengo. A mi familia, maestros, amigos y compañeros dedico el presente trabajo, porque han fomentado en mí, el deseo de superación y de triunfo en la vida. Lo que ha contribuido la consecución de este logro. Espero contar con su valioso e incondicional apoyo.

Mykeling Petrona Centeno García

El principal agradecimiento a Dios, quien me a guiado y me ha dado la fortaleza para seguir adelante, a mi familia por su apoyo constante e incondicional a lo largo de mis estudios, a mis compañeros que siempre me apoyaron en cada dificultad, en especial a una de ellas que siempre me brindo su apoyo incondicional y a las personas que nos apoyaron en la realización de este trabajo.

Oscar Danilo Torrez

Agradezco primeramente a Dios por darme el privilegio de nacer y criarme dentro de una familia donde me inculcaron principios y valores, y sobre todo por persuadirme a hacer con amor las maravillas que mis raíces han venido trabajando por generaciones, el apreciar y sacarle un provecho justo a la tierra, cosechando, cultivando las riquezas de materia prima que finalizan en nuestro hogar, dándoles diversas transformaciones de productos agropecuarios. Agradeciendo por el amor y apoyo que siempre me han brindado, recalcándome que soy capaz de romper muchas barreras y de adquirir metas propuestas.

Carlos Alberto Centeno Rivera

Resumen ejecutivo

Un plan de negocio, es una herramienta de planificación y gestión que ayuda a sustentar las ideas emprendedoras y permite convencer a futuros inversores, de esta manera sirve para definir la estructura de una empresa, su misión y visión, objetivos y estrategias; identificando competidores en el mercado en el que se operará, sus clientes y sus necesidades.

El emprendedor tendrá que ser capaz de crear un proyecto sostenible en el tiempo. Es recomendable diseñar y escribir un plan de negocios que actúe como una guía en cada uno de los avances. Por ello es clave que se reúna toda información necesaria para evaluar el proyecto de los lineamientos generales para ponerlo en marcha.

Si bien la preparación de este plan de emprendimiento deberá garantizar el posible éxito del mismo, habrá que trabajar avances y ajustes, para que el proyecto no fracase, ya que el plan ayudara a clarificar y enfocar las metas y objetivos, considerando los factores relevantes del negocio.

El objetivo principal de este documento es analizar si es viable o no a la implementación de una compañía en el concepto de “Jugos Mentalbayer”. El precio del producto será de 24 córdobas netos ya que nuestro balance y punto de equilibrio tendrá una ganancia bastante obvia para el sustento del proyecto de emprendimiento. Para los ingresos y la rentabilidad del negocio, se tuvo en cuenta los factores como la competencia, la demanda del mercado y los costos de producción.

La cantidad de jugos que se deben vender son 586 unidades mensuales, el cual en córdobas serian C\$ 13862.51, para el sustento propio de la empresa.

Índice de contenido

I. Generalidades del proyecto	1
1.1 Solución	1
1.2 Oportunidad de mercado	2
1.3 Propuesta de valor	2
1.4 Ciclo del proyecto	3
II. Marco lógico	5
2.1 Objetivos del proyecto	5
2.2 Actividades del proyecto	5
2.2.1 . Tiempo	5
2.2.2 . Indicadores	7
2.3 Medios de verificación	7
2.4 Resultados esperados	8
III. Plan de negocios	11
3.1 Estudio de mercado	11
3.2 Plan de producción	24
3.3 Plan de organización	30
3.4 Plan financiero	34
IV. Cronograma de Actividades	37
V. Bibliografía	38
Bibliografía	38

Índice de tabla

Tabla 1. Cronograma de ejecución del proyecto.....	5
Tabla 2. Matriz para la elaboración del proyecto.	9
Tabla 3. Compra de materia prima directa.....	29
Tabla 4. Compra de materia indirecta.....	29
Tabla 5. Requisitos de los cargos para contratación del personal.....	32
Tabla 6. Fuentes de financiamiento y aporte de socios	34
Tabla 7. Presupuesto del proyecto	34
Tabla 8. Precio de venta del producto	35
Tabla 9. Cálculo del punto de equilibrio	35

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Sexo de los encuestados	13
Gráfico 2. Edad de los encuestados	13
Gráfico 3. Ingresos de los encuestados.....	14
Gráfico 4. Ocupación de los encuestados	14
Gráfico 5. Preferencia de los consumidores	15
Gráfico 6. Preferencia de consumo de jugos	15
Gráfico 7. Razón de consumo.....	16
Gráfico 8. Acompañamiento de jugo.....	16
Gráfico 9. Qué tan dispuesto está a comprar nuestro producto.....	17
Gráfico 10. Dónde podría comprar nuestro producto.....	17
Gráfico 11. Frecuencia de consumo de jugos.....	18
Gráfico 12. Competencia	19
Gráfico 13. Preferencia de presentación.....	20
Gráfico 14. Precio a pagar	21
Gráfico 15. Publicidad.....	22

I. Generalidades del proyecto

El jugo de limón con menta, albahaca y hierbabuena es una oportunidad de mercado que no es aprovechada en nuestro país por lo que se ha decidido darle un valor agregado, como un producto innovador.

La menta y la hierbabuena dejan el aliento fresco y además combinan muy bien con albahaca y el limón en productos como té, helados, refrescos, postres, granizados, cocteles, aguas saborizadas y jugos.

Este producto estará listo para consumir y será un buen sustituto para las bebidas gaseosas.

1.1 Solución

Considerando que la producción de limones en Nicaragua anualmente varía entre los 3 y 4 millones de unidades y semanalmente hasta 150,000 unidades (PRENSA, 2022) lo que demuestra además el gran potencial del rubro, en verano la producción aumenta y se hace necesario encontrar una forma de aprovecharlo, por lo que se espera transformarlos en una bebida útil para el ser humano.

Se considera realizar jugos bajo nuestra propia marca "*Mentalbayer*) con una variedad exquisita y única que será mediante compuestos como hierbabuena, menta y albahaca, lo cual plantea darle un valor agregado a la materia prima (Limón) haciéndole frente a la pérdida de limones que se producen en Nicaragua por no tener el conocimiento para aprovecharla de otra manera, ya que no hay personal que asesore para la transformación de productos y sub productos que se obtienen en el proceso de industrialización.

La necesidad de implementar dicho proyecto es con la intención de mejorar los ingresos económicos de los ejecutores y de nuestro país, debido a la producción, transformación y comercialización del jugo de limón.

Con este propósito se espera mejorar la calidad, con la cantidad de limones que consume la población ya que se les brindará productos industrializados de fácil acceso y consumirlo de manera directa.

1.2 Oportunidad de mercado

Se pretende elaborar un producto con el fin de cubrir las necesidades a los consumidores brindándoles un jugo de limón (Mentalbayer) que será el negocio como tal, y de esta manera crecer en el municipio de Palacagüina para empezar y seguir expandiéndose.

Se decidió trabajar de esta manera ya que se encontró que la producción de limones en Nicaragua no es aprovechada, lo cual hace pensar en una solución al problema con algo rentable para trabajar y con una alta prioridad de aceptación en el mercado, ya que habitualmente los jugos tienen un margen neto en el negocio con un 15.0% hasta un 30.0% de las ventas generadas en nuestro país la cual satisface de una manera rentable.

Esta es una idea innovadora para el aprovechamiento de los limones, la que también estará acompañada de otros contenidos como: menta, albahaca y hierbabuena, lo cual hará de este jugo una bebida exquisita y económica para la población mayor de 14 años en general que puedan identificar su gusto.

De esta manera se espera establecer asociaciones las cuales incluirán supermercados, tiendas, restaurantes y pulperías permitiendo aprovechar diferentes segmentos de clientes y ampliar el alcance, aumentando en la última instancia la visibilidad de la marca (Mentalbayer) y la cuota de mercado.

1.3 Propuesta de valor

Proporcionar la flexibilidad para adaptar estrategias de precios y distribución en función de la producción de jugos de limón (Mentalbayer) y responder de manera efectiva a los cambios en el panorama competitivo, ya que se producirá una bebida natural realizada desde nuestro campo de producción mismo.

Ofrece ganancias significativas en términos de aumentos de ingreso por ventas, al alcance del cliente y la flexibilidad en los precios y distribución, convirtiéndonos

en el éxito de la industria en la fabricación de jugos de limón altamente competitiva ya que se han identificado elementos clave que contribuirán al éxito del plan de emprendimiento.

La propuesta de valor radica en ofrecer jugos de limón de calidad, natural sin sabor artificial, ni sustancias dañinas para la salud que satisfaga el segmento de consumo en la población en general, permitiéndoles a los consumidores seguir cuidándose de forma sana y natural, dicha bebida será apta para disfrutarla en familia, con amigos y en diversas actividades de compañerismo.

1.4 Ciclo del proyecto

- **La idea de negocio:**

Elaborar jugos de limón, menta, albahaca y hierbabuena (Jugo “Mentalbayer”), nace a través de las grandes pérdidas de producción de limones que se han identificado en nuestro país, el limón tiene propiedades y beneficios satisfactorios para nuestra salud, y nosotros como emprendedores, queremos darle un valor agregado a dicha materia prima que no es aprovechada y que más que hacer un jugo natural que colabore con la economía del país, dándole a esta materia prima una transformación competitiva que solvente la necesidad de tomar una bebida que contenga químicos y colorantes.

- **El modelo de negocio:**

Se trata de un producto que se quiere para un futuro, que sea beneficioso tanto para clientes como para trabajadores, se pretende poner en marcha nuestro emprendimiento haciendo todo tipo de investigación y planteamientos de las necesidades de nuestros clientes. En este punto también se caracteriza por ser el momento en el que se buscara financiamiento, recursos y materiales necesarios para poner en marcha el plan de negocio, ya que se cuenta con personas capacitadas que puedan sacar provecho de inversiones y herramientas para llevar a cabo la idea con la materia prima producida por productores de nuestro país.

- **Crecimiento:**

Ya puesto en marcha nuestro producto y realizadas dichas investigaciones del mercado, empezando a venderlo y expandirlo para que el producto vaya escalando posiciones dentro del mercado en general, implementándose herramientas y estrategias de mercadeo; Presencia en anuncios a través de redes sociales, voz a voz, recurrir a WhatsApp y posicionar nuestro jugo “Mentalbyer” en la cabeza de nuestros posibles clientes.

- **Expansión:**

Esto dependerá de las características de nuestros competidores, se espera tener una mejor aceptación en el mercado buscando abastecer y llegar a todos los posibles consumidores, para obtener la satisfacción de los clientes; si todo marcha bien deberemos de buscar personal y entrenarlos para poder cubrir con la demanda donde se buscará más proveedores para la obtención de materia prima, para seguir trabajando y complaciendo a los consumidores y seguir buscando ideas de expandir más la empresa.

- **Funcionamiento óptimo:**

El emprender es un ciclo sin fin que se va adaptando al mercado, a las posibilidades y a las necesidades del cliente. Es de esta manera que nuestra empresa estará trabajando con un personal altamente calificado para la atención de los clientes, bajo la marca de jugos “Mentalbayer”. Ahora podremos dedicarnos completamente a nuestra idea ambiciosa, necesaria y requerida, llevándolo más allá de nuestro municipio, sino hasta allá donde se nos abran las puertas de la exportación a diversos países, para ello ya se requerirán trámites legales y adecuados también para la salud, para el correcto funcionamiento de nuestro negocio en el exterior.

Estas etapas como tal vienen con diversos sentimientos, valoraciones y visualizaciones, el todo no es quedarse solo con la idea, si no de llevarla a la práctica, donde se tenga una marca y mediante un valor agregado a la

transformación de una materia prima de jugo de limón con menta, albahaca y hierbabuena.

II. Marco lógico

2.1 Objetivos del proyecto

Objetivo General

Establecer en el mercado una micro empresa, creando jugos naturales mediante el aprovechamiento de la materia prima producida en nuestro país a la que se le dé un valor agregado y se espera sea reconocida, por su calidad y compromiso con el consumidor.

Objetivos específicos

- Estudiar el mercado por medio de encuestas aplicadas a los posibles consumidores.
- Establecer la estructura organizativa y operativa a través de un plan de producción y organización
- Identificar el mercado potencial de los servicios de la empresa.
- Determinar la rentabilidad a través de un estudio financiero.

2.2 Actividades del proyecto

2.2.1. Tiempo

Estos tiempos están dirigidos a través de esta tabla la cual contiene un resumen informático, de que, cuando, donde y quienes lo van a realizar.

Tabla 1. Cronograma de ejecución del proyecto

CRONOGRAMA

Nº	Actividades	Fecha	Lugar	Responsable
ESTUDIO DE MERCADO				
1	Diseño de encuestas	21 de abril	Municipio de Palacagüina	Equipo de Emprendimiento
2	Aplicación de encuestas	Del 22 al 26 de abril		
3	Análisis de la encuesta	Del 29 de abril al 03 de mayo		
PRODUCCIÓN Y ORGANIZACIÓN				
4	Definición de proceso	5 de mayo	Palacagüina	Equipo de emprendimiento.
5	Elaboración del producto	Del 6 al 10 de mayo	Palacagüina	Equipo de emprendimiento
6	Control y calidad	6, 7 y 8 de mayo	Palacagüina	Equipo de emprendimiento
7	Definición de la estructura organizativa y descripción de puestos.	Del 6 al 10 de mayo	Palacagüina	Equipo de emprendimiento
ESTUDIO FINANCIERO				
8	Fuentes de financiamientos	13 y 14 de mayo	Palacagüina	- Equipo de Emprendimiento - MEFFCA
9	Elaboración operativa y análisis estratégico del presupuesto financiero	15 y 16 de mayo	Palacagüina	Equipo de emprendimiento
MARKETING Y PUBLICIDAD				
10	Contratación de publicidad.	17 de mayo.	Palacagüina.	Publicidades Radio estéreo resurrección.
11	Visitas a Clientes	Semana del 20 al 24 de mayo	Palacagüina	Equipo de Emprendimiento

2.2.2. Indicadores

Una de las mejores herramientas para poder hacer un seguimiento del desarrollo y logros de nuestro proyecto es el uso de indicadores ya que por medio de ello se corroborará el avance de las actividades.

Como indicadores se utilizarán los estudios realizados en otros países que son similares al estudio que se está planteando:

- Plan de Negocio para la Elaboración de un producto Zumo Funcional de Lima, Granadilla, Limón y Miel de Abeja para el Mercado Nacional - Empresa San Anders Corporation E.I.R.L. Arequipa, 2016.
- Plan de negocio para la creación de una empresa productora y comercializadora de productos derivados del limón en estado natural en la ciudad de Manta, Provincia de Manabí.
- Estudio de prefactibilidad para la instalación de una planta productora de jugo de limón envasado.
- Plan de negocio para la exportación de limón sutil de cumba al mercado de Chile, 2018.

2.3 Medios de verificación

Se realiza una encuesta al mercado y a los consumidores con el objetivo de trabajar de la mano para convencer a los propietarios de los negocios y pulperías la formalización de los mismos de igual manera de los consumidores, ya que ellos hacen posible el negocio.

Para determinar la factibilidad operativa de la empresa de jugos (Mentalbayer) fue necesario el levantamiento de la información vía encuesta a los propietarios de los negocios como: pulperías, restaurantes y comedores en el área, de igual

manera se le aplicó la misma encuesta a los posibles consumidores, la cual cuenta con una diversidad de preguntas que deberán de contestar.

Con los datos obtenidos se realiza una línea de base de las necesidades que tienen los propietarios y consumidores en lo referente al consumo de jugo. Información que servirá para definir las estrategias, los planes de acción y el mapa estratégico que nos permitirá la toma acertada de decisiones en pro del desarrollo y mejora de nuestro emprendimiento.

2.4 Resultados esperados

Este proyecto de elaboración de jugos (Mentalbayer), el cual consiste en satisfacer gustos y preferencias de los pobladores del municipio Palacagüina, ya que contara con equipo profesional dedicados a desarrollar una bebida de calidad.

Tabla 2. Matriz para la elaboración del proyecto.

Finalidad	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Diseñar la viabilidad para la formulación de una empresa de jugos (Mentalbayer) en el municipio de Palacagüina, departamento Madriz año 2024.	Diseñar un documento que indique la fiabilidad y la factibilidad de empresa de Jugos (Mentalbayer) en el municipio de Palacagüina en el 2024.	Proyecto formulado	Estudiantes con capacidad de elaborar un plan de proyecto
Identificar la existencia de un mercado potencial para la empresa de jugos (Mentalbayer).	Este estudio de mercado es realizado para identificar el potencial de una empresa de Jugos en el municipio de Palacagüina en el 2024.	Documento de estudio de mercado.	Aceptación de los consumidores.
Demostrar la viabilidad técnica de una empresa de jugos.	Elaboración de un estudio técnico de la empresa de jugos, el municipio de Palacagüina en el 2024.	Documento de estudio técnico presentado.	Estudiantes con capacidad de elaboración de estudio técnico.
	Elaborar un estudio		Estudiantes con capacidad de

Finalidad	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Determinar la rentabilidad a través de un estudio financiero.	financiero de la empresa de jugos (Mentalbayer), el municipio de Palacagüina en el 2024.	Documento de estudio financiero presentado.	elaboración de estudio financiero.

III. Plan de negocios

3.1 Estudio de mercado

En este estudio de mercado se procede recopilar, registrar y analizar datos e información que se relacionan con el segmento de mercado que interesa. Esto permite obtener opiniones y resultados satisfactorios sobre cuáles son los mecanismos para llegar a superar las expectativas de los clientes.

Como estrategias relevantes para incrementar la participación en el mercado o buscar posicionamiento, se puede utilizar los elementos de la mezcla de mercadotecnia, conocido como Marketing (producto, precio, distribución, promoción), el objetivo fundamental de aplicar este análisis es conocer la situación de las empresas de jugos para poder desarrollar una estrategia específica y fundamental de posicionamiento con interés para los clientes y beneficiarios.

En dicho desarrollo del proyecto se realizó un estudio de mercado el cual presenta las necesidades e intereses para la población del municipio de Palacagüina, de esta manera se aplicó una encuesta a través de la aplicación de Google Forms, para los potenciales clientes del producto.

- Análisis de mercado

Se considera que el mercado es para personas mayores de 14 años, que puedan comprar el jugo Mentalbayer, considerando que son personas responsables de sí mismos y que conocen sus propios gustos, sin importar su sexo, condición social o económica, este producto será comercializado y consumido para un mercado de personas mayores de 14 años.

Palacagüina tiene una población actual de 15,473 habitantes. De la población total, el 49.1% son hombres y el 50.9% son mujeres. Casi el 36.8% de la población vive en la zona urbana. (INIDE, 2022)

En la zona urbana de Palacagüina hay una cantidad de 5,694 personas por lo que se considera que 1,712 son menores de catorce años esto lleva a la conclusión que nuestros clientes consumidores serian 3,982 personas en ambos sexos mayores de 14 años en la zona urbana del municipio de Palacagüina.

Un estudio de mercado consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización, aunque la cuantificación de la oferta y la demanda pueda obtenerse fácilmente de fuentes de información secundarias en algunos productos (Baca, 2010).

El realizar una investigación es identificar y conocer el mercado al cual la empresa dirige sus servicios, así como definir la demanda potencial que habrá durante el principio de su funcionamiento, identificando sus necesidades y definiendo las estrategias a aplicar (Trujillo, 2019).

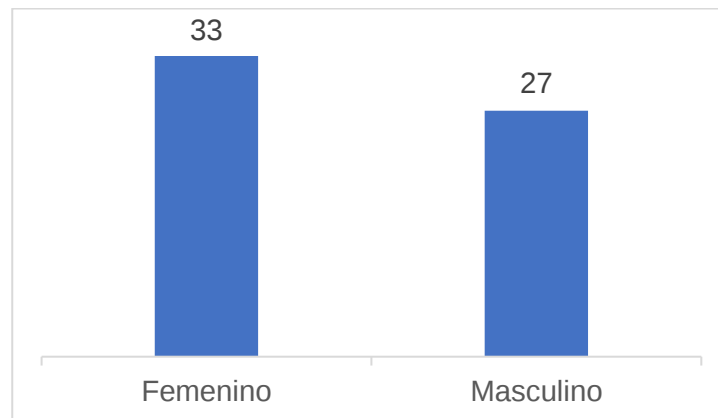
Por tanto, el presente estudio de mercado está compuesto como parte fundamental para cualquier proyecto para conocer un ambiente comercial y proveer las condiciones adversas que enfrenta el proyecto, ajustando las estrategias de mercado a la realidad. Esto determina bajo qué condiciones se podría efectuar la venta de los volúmenes previstos, así como los factores que podrían modificar la estructura comercial del producto en estudio, incluyendo la localización de los competidores y la distribución geográfica de los principales centros de consumo según (Cruz & Rodriguez López, 2012).

Para la aplicación de la encuesta se consideró una muestra de 60 personas mayores de 14 años, de ambos sexos y sin importar condición socioeconómica,

esta muestra se calculó utilizando la fórmula de muestras para poblaciones finitas con un 90% de confianza.

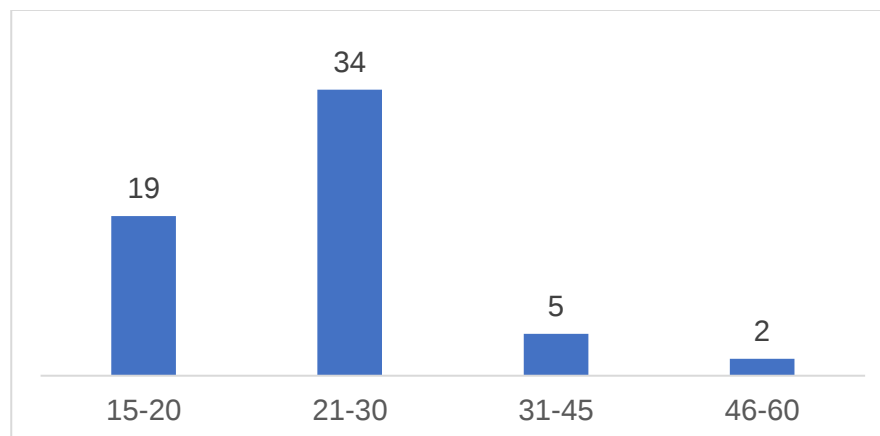
Los resultados obtenidos se presentan a continuación.

Gráfico 1. Sexo de los encuestados



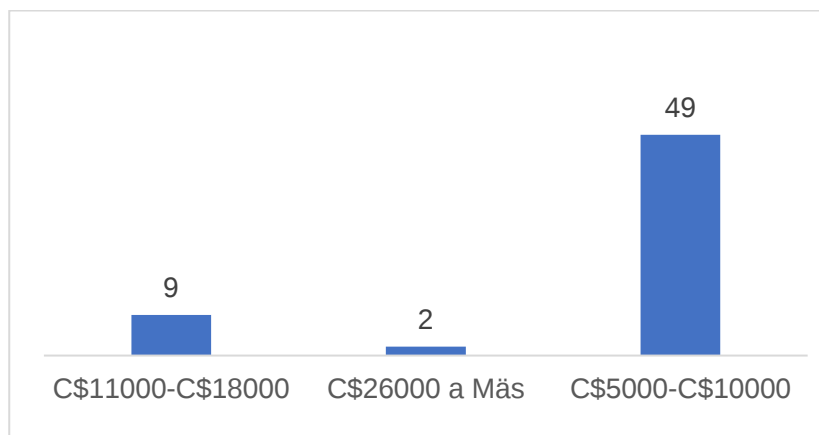
De los 60 encuestados, el 55% de ellos son mujeres y el restante 45% son varones, todos mayores de 14 años.

Gráfico 2. Edad de los encuestados



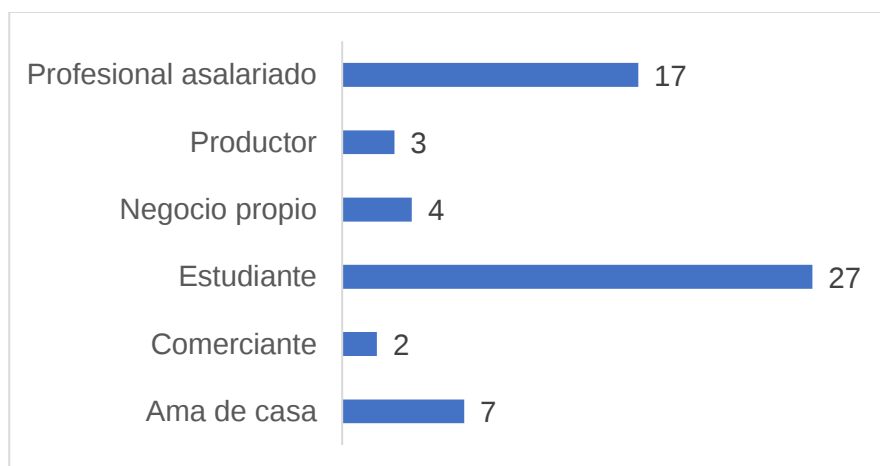
El mayor porcentaje del rango de edades es de 56% de 21 a 30 años, el 31% de 15 a 20 años y el 11% mayores de 31 años.

Gráfico 3. Ingresos de los encuestados



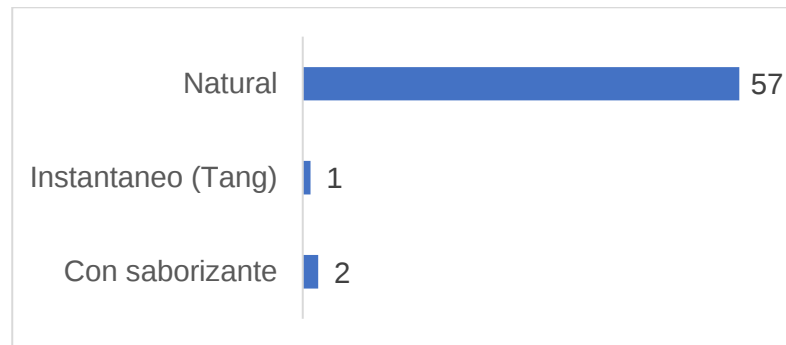
El ingreso aproximado de las personas encuestadas el 81% tienen un ingreso arriba de los 5000C\$, hasta los 10,000C\$ y el 19% arriba de los 11,000C\$.

Gráfico 4. Ocupación de los encuestados



De las 60 personas encuestadas el 45% son estudiantes y el 28% profesionales, donde el 27% se encuentran entre amas de casa, negocios propios, productores y comerciantes.

Gráfico 5. Preferencia de los consumidores



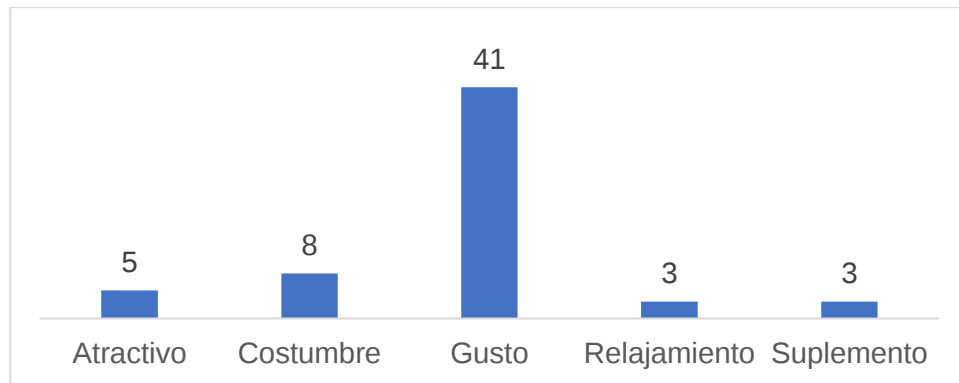
El 95% de las personas encuestadas prefieren consumir jugos naturales y el 5% prefieren jugos instantáneos y con saborizantes.

Gráfico 6. Preferencia de consumo de jugos



Se visualiza que el 45% de nuestros encuestados les gusta consumir jugos , además se tiene que el 38% les gusta mucho.

Gráfico 7. Razón de consumo



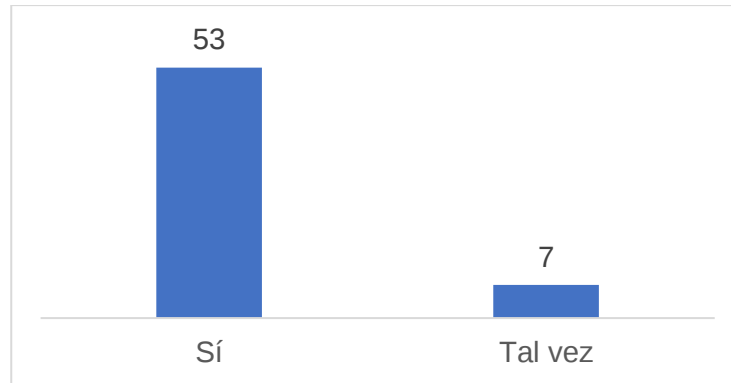
De las 60 personas encuestadas el 68% consumen jugos por gusto y el 40 % por costumbre, atracción, relajamiento y suplemento.

Gráfico 8. Acompañamiento de jugo



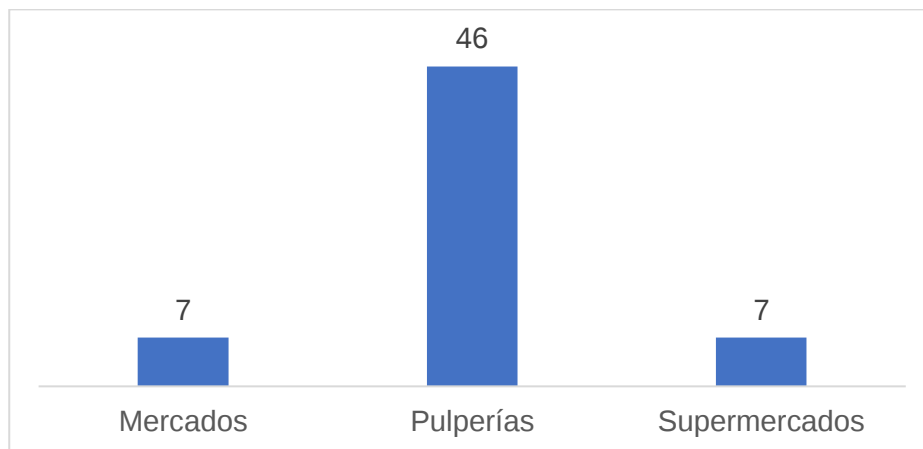
Se puede evidenciar que el 61 % utilizaría el juco como acompañamiento para el almuerzo y el 33% para acompañar la merienda.

Gráfico 9. Qué tan dispuesto está a comprar nuestro producto



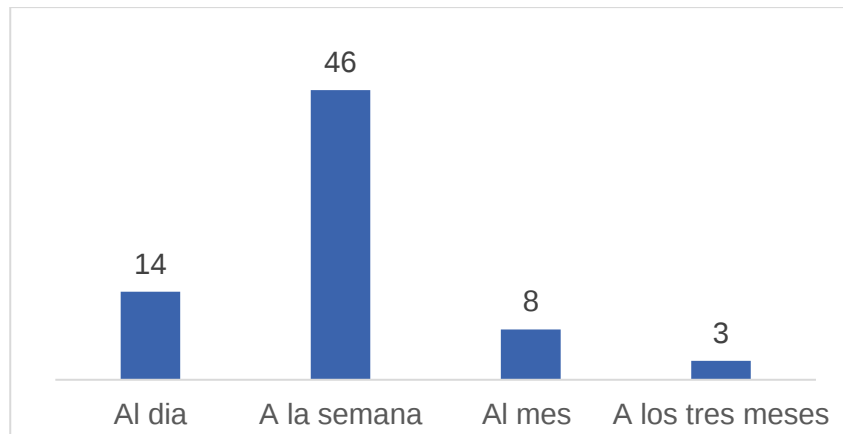
De los 60 encuestados el 88% está dispuesto a comprar nuestro producto.

Gráfico 10. Dónde podría comprar nuestro producto



En esta tabla se les presenta que el 76% de los encuestados desearían adquirir nuestro producto en pulperías y el 24% desearían adquirirlo en mercados y supermercados.

Gráfico 11. Frecuencia de consumo de jugos



El 76% consume jugos naturales una vez a la semana y el 23% consume 1 vez al día.

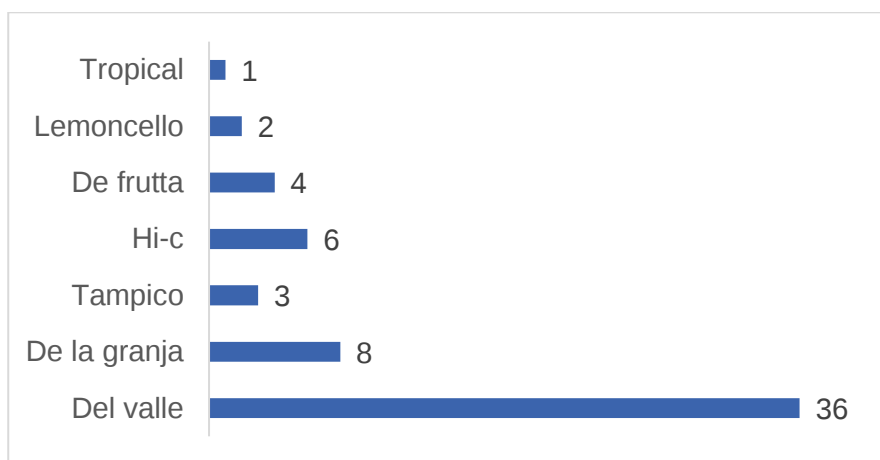
- **Análisis de competencia**

Según el análisis realizado con dicho producto, se ha observado que nuestra competencia es: Del valle, Concentrado jugo de limón (NAISA), Lemoncello, Compañía Cervecería de Nicaragua (CCN), D frutta, hi-c y Tropical, por lo que se considera que nuestro producto tenga una mejor aceptación

Una de las preocupaciones es el hecho de enfrentarse a la competencia, la cual se ha visto fortalecida por el fenómeno de la globalización y las exigencias cada vez más fuertes por parte de los consumidores de comprar productos de mejor calidad a un precio competitivo. (Gómez, 2020-2024)

Dicho análisis consiste en el estudio de nuestros competidores, para que posteriormente, en base a esto se tomen decisiones a través de diseños de estrategias que nos permitan competir adecuadamente con ellos (Lawless., 2011)

Gráfico 12. Competencia



Según las 60 encuestas realizadas, se observa que nuestra mayor competencia es del valle con el 60% más consumido por la población.

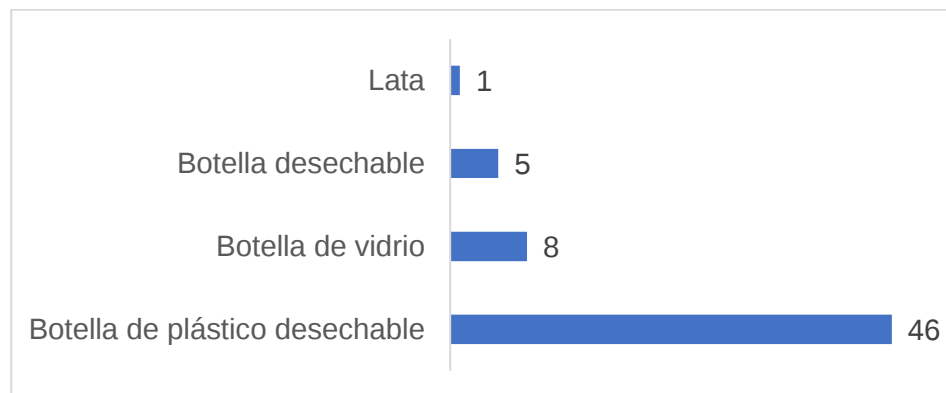
- Identificación de Clientes Potenciales:

Por este medio se sobre entiende que los posibles clientes serán personas mayores de 14 años en adelante, con diversificación de género, residentes del municipio de Palacagüina, las cuales sean personas que decidan por cuenta propia y que estén dispuestos a comprar nuestro producto, ya que para la identificación de clientes potenciales ha consistido el análisis del municipio, lo cual nos permite una visión amplia e integral, tomando en cuenta cada uno de os rasgos de los consumidores, su estilo de vida, intereses y deseos esto con el fin de alcanzar realmente consumidores ideales, por lo que se tomarán en cuenta opiniones a través de aplicación de encuestas.

Los clientes potenciales se definen como un perfil de cliente ideal con el cual podemos investigar y recopilar datos relevantes, por lo que se utilizan herramientas de segmentación y análisis de datos, donde se realizan pruebas y

experimentos mediante la interacción con clientes lo cual es fundamental y adecuado (comunidadEmpresas, 2020)

Gráfico 13. Preferencia de presentación



El 76% de nuestros encuestados dicen que prefieren La botella de plástico desechables, por lo que se considera un punto bastante viable.

- **Evaluación de la Demanda:**

Cuando hablamos de demanda nos referimos a los bienes y servicios que el mercado requiere o reclama con el fin de satisfacer necesidades a un precio cualquiera. La demanda es de carácter continuo y de consumo diario además presenta un incremento constante (SCRIBD, pág. 54).

En Nicaragua el mercado de bebidas es ampliamente liderado por las gaseosas. En segundo lugar, se encuentran aguas minerales y los jugos listos para beber, luego siguen las aguas saborizadas, los energizantes entre otras. La tendencia actual a una bebida más saludable está enfocada en la juventud por el aumento general de consumo que ellos proveen.

En la actualidad, el consumo de jugo ha venido incrementando, pues más del 50% de la población de Palacagüina consume jugo al menos 2 veces a la semana.

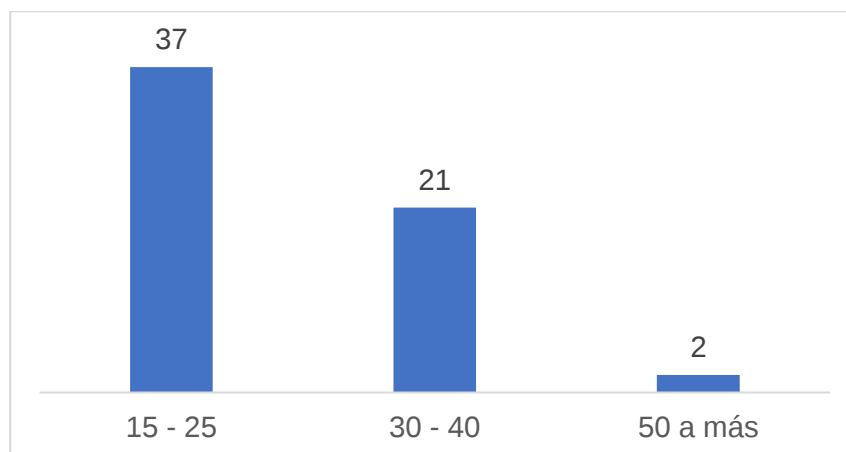
La demanda, no siempre está en el estado en el cual el proyecto se puede desarrollar con éxito. Entonces, dependiendo de la condición en que se encuentra la demanda se deberá ser capaz de desarrollar una estrategia de acción adecuada (Cordova & Sandoval Medina, 2002)

- **Análisis de precio:**

Precio es la cantidad monetaria estos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio cuando la oferta y la demanda están en equilibrio. (Arauz & Rodriguez , 2012)

De acuerdo a la encuesta realizada nuestros clientes están de acuerdo a pagar 15C\$ por la presentación de 250 ml de contenido de jugo de limón. Según nuestra encuesta este producto puede variar hasta un precio de 25C\$, no mayor a esto, según lo realizado. Mientras la marca se vaya posicionando la marca Mentalbayer esta no subirá su nivel monetario.

Gráfico 14. Precio a pagar



De las 60 encuestados el 61% está dispuesto a pagar de 15 a 20C\$, de tal manera el 35% está dispuesto a pagar de 30 a 40C% y el 4% está dispuesto a pagar de 50C\$ a más.

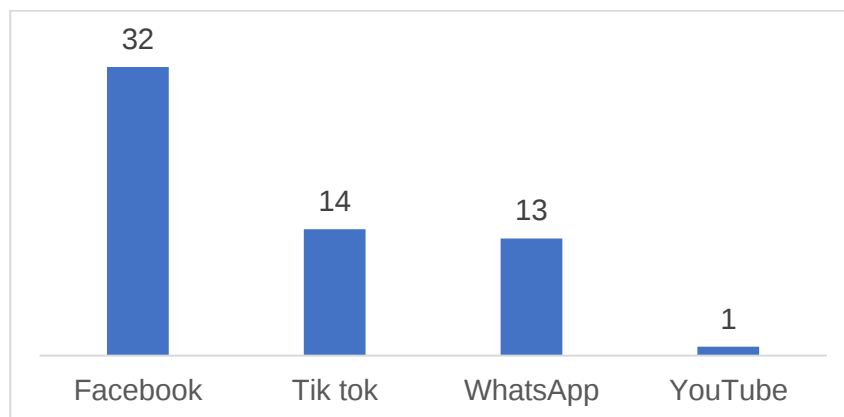
Canal de Distribución:

Para la comercialización de productos se utilizará el canal de un nivel, es decir la intervención de intermediarios entre los cuales están quioscos escolares, pulperías y mercados ubicados en el municipio de Palacagüina, el sistema de venta será por el levantamiento de pedidos siguiendo una ruta de entrega por cada uno de los establecimientos comerciales del segmento de mercado hasta llegar al consumidor final.

- Estrategia de Marketing:

Para atraer a los clientes, será mediante la publicidad en medios tecnológicos como: Radio, Internet; redes sociales (Facebook, WhatsApp), por lo cual se espera tener la aceptación y compra del producto, con esta estrategia se espera llegar a uno de nuestros objetivos, la de luchar por una posición en el mercado.

Gráfico 15. Publicidad



Las personas a las que se encuestaron dicen que observarían nuestra publicidad en Facebook lo cual tiene un 53% de viabilidad y el 47% esperan ver nuestras publicaciones en WhatsApp, Tik Tok y YouTube.

Etiqueta

La etiqueta que se les presenta a continuación para el jugo “Mentalbayer” hace referencia a los ingredientes del jugo de limón con menta, albahaca y hierbabuena, las cuales tienden a tener una característica de color verde; esta etiqueta hace que el producto sea único y hace publicidad a la marca la cual nos diferencia del resto.

Figura 1. Etiqueta del producto



De igual manera se les hace una demostración del envase a utilizar para dicha bebida, el cual es una botella retornable con un contenido de 250 ml.

Figura 2. Botella con etiqueta del producto



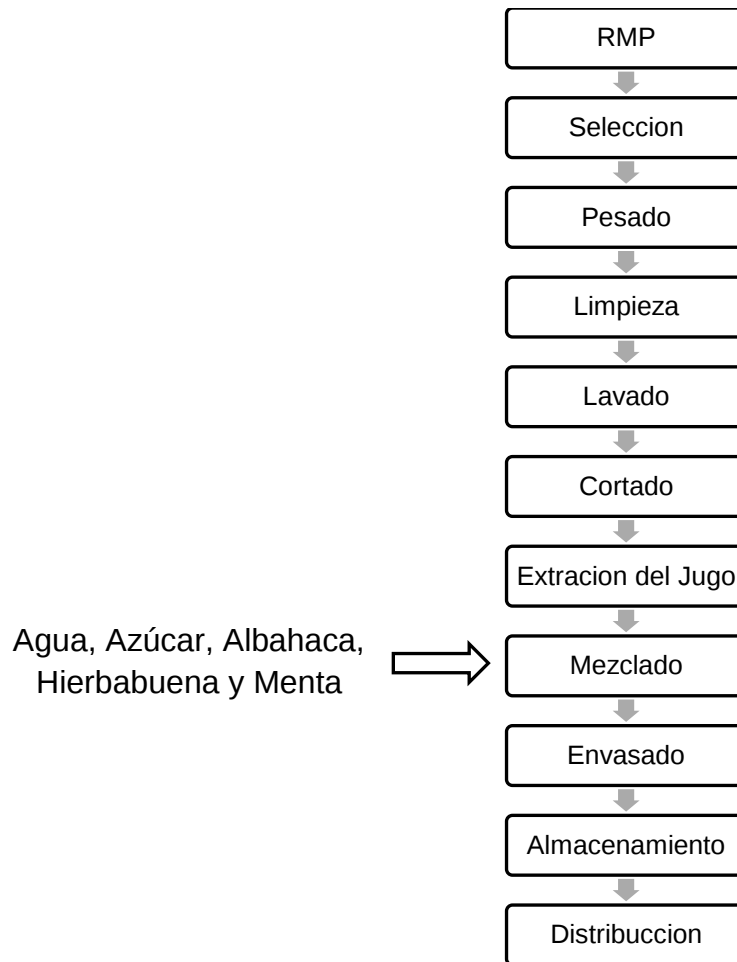
3.2 Plan de producción

- **Proceso de Producción:**

El proceso de producción es el conjunto de acciones encaminadas a generar, crear o fabricar un bien o servicio en un periodo determinado. Involucra una serie de operaciones y medios técnicos como herramientas, máquinas y personal que posea las habilidades necesarias para alcanzar los fines propuestos.

Todo proceso de producción debe tener como base el concepto de calidad, tanto desde el punto de vista del consumidor como del productor (Palma, 2013).

Figura 3. Diagrama de flujo del proceso de producción de jugo de limón



Descripción del proceso

➤ Recepción de materia prima.

Se realiza la recolección de una cosecha de limones Tahití, recolección de especias como: albahaca, menta y hierbabuena donde antes de pasar a la línea de procesados es analizada para garantizar que cumple con todos los estándares de calidad.

➤ Lavado

Retirar la suciedad de cada una de las especias a utilizar con agua clorada. Se someten a un lavado en profundidad con agua, garantizando así su higienización y así garantizar una limpieza de todas las materias primas a utilizar.

➤ Selección

Selección de la materia prima en mejor condición o estado, a través de la inspección realizada, donde se separarán las que no son aptas para la elaboración de producto. De esta manera aseguramos que solo la fruta idónea y en buen estado se convertirá en jugo.

➤ Extracción de jugo

En esta etapa la maquinaria empleada, varía dependiendo del tipo de fruta, eliminando el hueso o la corteza, mediante se realiza la extracción del jugo de limón, mediante la trituración de las especias con la agregación del jugo de la materia prima a utilizar, también se da el uso de equipos técnicos como: Licuadora y exprimidor.

➤ Mezclado

Agregación de azúcar de acuerdo a la cantidad de jugo obtenido. Se mezclará el azúcar con el jugo de limón obtenido y las especias que se le agregarán para poder obtener un mezclado homogéneo.

➤ Envasado

El producto será envasado en este punto, en botellas de plástico, forma en el que llegaran al consumidor final.

➤ Almacenamiento

Donde se mantendrá a una temperatura ambiente cuidando la integridad del contenido de cada uno de los envases. Para así poder brindar un producto Bueno al consumidor.

➤ Distribución

Ya que nuestra distribución será en tiempo y forma para cada uno de nuestros clientes y así asegurar nuestra clientela siempre.

- **Capacidad de producción:**

Trabajan 4 operarios, 5 horas por día

Producción por hora: 16 Unidades de 250 ml

$16 \times 5 = 80$ Unidades diarias

$80 \times 27 = 2160$ Unidades de 350 ml al mes

La Población de Palacagüina es de 15,473 habitantes. Donde se quiere abastecer al 10% de la Población. El 10% de la población es de 1,547 personas, abasteciendo semanalmente.

- **Gestión de inventarios:**

Para producir 80 Unidades se necesitan 100 limones diarios. Donde se necesitarían 2,700 limones mensuales para producir sin interrupciones mensualmente.

Los limones serán llevados a la planta de producción cada semana donde se almacenarán 600 limones a temperatura ambiente ya que estos pueden estar una semana en óptimas condiciones para su uso (Carlos Hugo Jornet, 2023). De esta manera se garantizará mantener materia prima para producir diariamente.

- **Control de calidad:**

El concepto de calidad total no solo se refiere al producto o servicio en sí, sino que es la mejora continua del aspecto organizacional, donde cada trabajador está comprometido con cada uno de los objetivos y se enfoca en el cliente (Schroeder, 1993)

Para conseguir esta calidad se necesita mucho compromiso, de cada uno de los responsables del negocio o puesto de trabajo. Se logra bajo los objetivos personales, priorizando el bienestar del grupo y sobre los intereses siempre que se actúe con transparencia, solidaridad, ética y moral.

Lo primero de todo será darle un valor agregado al producto el cual demuestre un estándar de calidad factible y efectivo para cada uno de los clientes, para esto a modo de prevención es, realizar mantenimiento de las maquinarias a utilizar y capacitación del personal.

Donde se llevará óptimas condiciones de limpieza durante todo el proceso todos los días del principio hasta finalizar. Se aplicarán buenas prácticas de manufactura (BPM) que son los principios básicos para garantizar que los productos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan los riesgos innecesarios en la producción y así seguirán las condiciones favorables para la producción de alimentos o bebida segura.

Las buenas prácticas de manufactura desarrolladas en la producción:

Los operarios deben utilizar:

- Mascarilla o cubre bocas
- Lavarse las manos al inicio y durante la producción
- Uñas cortas y limpias
- Rejillas para el pelo
- El personal debe llegar bañado a trabajar

La limpieza de la planta será realizada al inicio de la jornada y al final, se lavarán las mesas de trabajo con agua clorada a $\text{ppm} = (50 / 100,000,000) \times 10^6 \text{ ppm} = 0.5$, la concentración de partes por millón, se desinfectarán los pisos y herramientas utilizadas durante el proceso.

- **Planificación de producción:**

Para garantizar la meta establecida para la producción de un mes se necesitaría contar con las siguientes cantidades de materia prima y especias.

Con 100 limones Tahití diariamente lo cual serían 600 limones por semana que deben estar disponibles en la planta de producción. Dónde también estarán disponibles las especias y el azúcar a utilizar.

- Costos de producción:

Para el análisis financiero se realiza la clasificación de costos, esto permite evidenciar y ratificar todo los costos y gastos que se tienen, para el funcionamiento del proyecto, igualmente esta clasificación permite identificar y analizar el punto de equilibrio requerido.

Tabla 3. Compra de materia prima directa.

Descripción	Cantidad	Precio C\$	Total C\$
Limones	112 docenas	80 docena	8,960
Albahaca	50 plantas	3	150
Menta plan	40 plantas	5	200
Hierba buena	60 plantas	5	300
Azúcar	449lb	12	1788
			C\$ 11,398.00

Tabla 4. Compra de materia indirecta

Descripción	Cantidad	Precio C\$	Total C\$
Envases	1547	3.85	5,955.95
Etiquetas	1547	3	4,641
			C\$ 10,596.95

- Flexibilidad y escalabilidad:

Debido a la necesidad que presenta el mercado se incrementará la producción cada vez que sea necesario y convenga así para poder satisfacer la demanda presentada por nuestros consumidores.

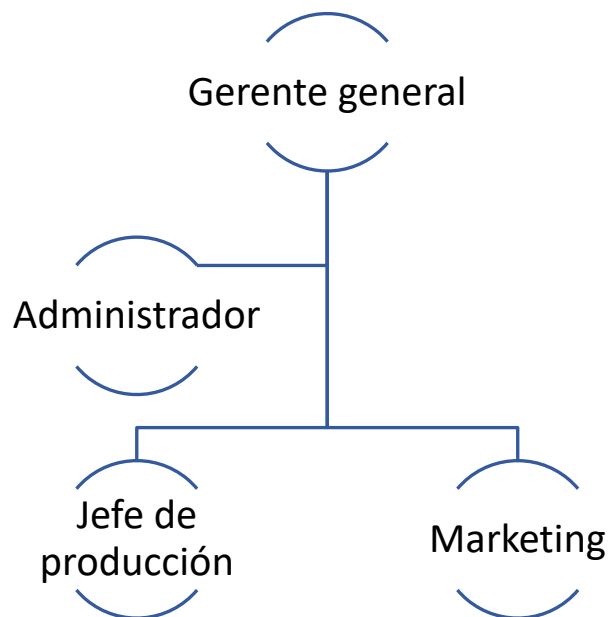
Donde cada año se volverá a aplicar una encuesta para monitorear la aceptabilidad del producto por la población y así poder determinar con exactitud el incremento de nuestro producto en el mercado

También con el tiempo se harán nuevos productos como helado de limón, velas aromatizadas con la cáscara y crema de limón para así expandir más y cubrir el mercado en otros ámbitos económicos siempre se hará un estudio de mercado para introducir un producto nuevo.

3.3 Plan de organización

El organigrama es la presentación estructural que define como estará organizado el negocio, las principales funciones de cada área y el desempeño para tener una mayor eficacia en cada puesto haciendo posible el logro de cada uno de los objetivos propuestos, la estructura organizacional de jugos "Mentalbayer" estará diseñada bajo un modelo lineal lo cual permitirá que funcione el orden.

- **Estructura organizativa:**



- **Descripción de puestos:**

Gerente General: Responsable por la dirección y representación legal, judicial y extrajudicial, estableciendo las políticas generales que regirán a la empresa. Desarrolla y define los objetivos organizacionales. Planifica el crecimiento de la empresa a corto y largo plazo. Además, presenta a los socios el estado financiero, el presupuesto, programas de trabajo y demás obligaciones que requiera.

Administrador: planear, organizar, dirigir, controlar y supervisar las actividades asignadas al personal, verificando la calidad de servicio que se le

brinda. Este brinda apoyo general al supervisar y organizar las funciones de cada departamento. Un administrador es una persona con visión, que es capaz de aplicar y desarrollar todos los conocimientos acerca de la planeación, organización, dirección y control empresarial, donde sus objetivos están en la misma dirección de las metas y sus propósitos.

Jefe de producción: Es el encargado de coordinar y supervisar operaciones dentro de una empresa para que esta opere de la mejor manera, el jefe de producción puede ser el encargado de realizar una relación estadística, hacer estudio de mercado, y dar a conocer el jefe de producción cuales son las necesidades actuales de acuerdo a esta información. También debe de coordinar los parámetros de producción, volumen a producir, tiempos de producción, tiempos de entrega, además de proveer información sobre cuestiones de diseño al departamento de marketing.

Operario: El operario de procesamiento, es el profesional que controla y realiza, los procesos de recepción, manipulación, transformación y elaboración de productos alimentarios. Esta fabricación está formada por diferentes procesos, son las llamadas operaciones básicas, que son características la industria alimentaria donde se trabaja, respetando en todo momento las normas de calidad, del medio ambiente, seguridad y técnico-sanitarias, establecidas por la empresa.

Marketing: investigar situaciones del mercadeo. Impulsar el posicionamiento de la marca de la empresa, trabajar en la promoción de la empresa o del negocio. Esta función contempla la difusión de la promoción de venta, que involucra la comunicación con el público y los clientes. Es el responsable general del departamento de marketing. Define la estrategia de marketing, establece los objetivos y supervisa todas las actividades de publicidad.

- **Selección y contratación del personal.**

Tabla 5. Requisitos de los cargos para contratación del personal

Nombre del puesto	Requisitos de cargo	Actividades	Tiempo
Gerente General	Conocimientos sobre administración, liderazgo, honestidad, capacidad de gestión de financiamiento, etc.	Con la aprobación del concejo de Administración, nombrará y removerá el personal cuando las necesidades de la Cooperativa lo requieran, además tiene facultades de organizar y dirigir la administración y los servicios de la institución.	Todo el tiempo
Administrador	Vocación de servicio, hábitos básicos de estudio y lectura, manejo de vocabulario, verbal y escrito, espíritu de superación, responsabilidad, proactividad, capacidad de observación.	Planificar objetivos de la empresa, a través de un equipo de trabajo, de manera que la pueda dirigir hacia el crecimiento, mejorando los procesos de control, evaluando los resultados mensuales y anuales, donde establecerá medidas de rendimiento.	Todo el tiempo
Jefe de Producción	Visión al cambio y a la mejora continua, conocer sobre calidad de procesos y productos.	Su principal actividad es garantizar que la materia prima y productos terminados cumplan con las especificaciones de calidad e inocuidad.	Todo el tiempo
Operario	Manipulación de materiales, equipos a utilizar para la fabricación, envasado y almacenamiento de productos.	Es un trabajador que se encarga de realizar tareas específicas en una línea de producción y la supervisión del proceso de producción,	Todo el tiempo

Nombre del puesto	Requisitos de cargo	Actividades	Tiempo
		asegurando la calidad del producto producido.	
Marketing	Tener intuición, innovador, ser estratega, tener buena comunicación, y capacidad de convencimiento.	Su función es trabajar en estrategias de mercadeo y ventas, además de impulsar el posicionamiento de la marca de nuestro emprendimiento, llevando a cabo la fijación de precio, obteniendo resultados a corto plazo y esperando los de largo plazo	Todo el tiempo

- Desarrollo de capacidades.

Captación del personal. Para comenzar se trabajará con personal del emprendimiento de jugos ``Mental Bayer``. Por lo que el proceso de captación y selección de personal se iniciará a partir de que haya una vacante, debido a renuncias; despidos, enfermedades y muertes; o la creación de un nuevo puesto, a consecuencia del crecimiento de la entidad. Sin embargo, la cooperativa tiene una visión de crecimiento cuando esto suceda, se ha decidido seleccionar como medio de reclutamiento la radio y el periódico considerando que son medio de bajo costo, además que son utilizados frecuentemente como medio de información por la mayoría de las personas y se considera una de las técnicas más eficaces para atraer candidatos. Se decepcionarán los currículos para saber la experiencia, el estado de salud de los aspirantes, así como de estado judicial que estos tengan y luego se suministrará de una hoja de solicitud de empleo a los aspirantes para conocer los datos generales, profesión, recomendaciones, etc. Se seleccionará a

ciertos aspirantes que cumplan con las características que la empresa requiera para ser entrevistados con el fin de conocer las habilidades, valores, compromiso, voluntad, etc., y se verificará la validez de los certificados por medio de la misma. Después de esto, se seleccionará al personal requerido por el gerente ya que es quien decide sobre las contrataciones.

3.4 Plan financiero

- Fuentes de financiamiento

Tabla 6. Fuentes de financiamiento y aporte de socios

	Porcentaje	Monto
Financiamiento	40%	C\$ 98,977.88
Aporte de los socios	60%	C\$ 148,466.82
Total de la inversión		C\$ 247,444.70

Dado este caso la fuente de financiamiento es del 40% del porcentaje de ingreso y el 60% del aporte de los socios.

- Presupuesto

Tabla 7. Presupuesto del proyecto

Descripción	C\$	Costo Total Anual C\$
Materia Prima Directa (CV)		
Limones	8,960	107,520
Menta	300	3600
Albahaca	200	2400
Hierbabuena	150	1,800
Azúcar	1,788	21,456
Sub total Materia Prima Directa CV	11,398	136,776
Mano de Obra Directa		
Gerente General	3,000	36,000
Administrador	1,800	

Descripción	C\$	Costo Total Anual C\$
Jefe de producción	1,200	14,400
Operario	6,000	
Marketing	1,500	18,000
Sub total MOD Directa	13,500	68,400
Costos Indirectos de Fabricación		
Costos Fijos (servicios básicos: Agua y luz)	270	3,240
Costos de insumos		
Envases	5,955.5	71,471.4
Etiquetas	4,641	55,692.00
Sub total CIF	10,866.95	
Costo Total Mensual	32,764.95	429,179.4

El presupuesto en córdobas C\$ es de 32,764.95 por costo mensual esto lleva un costo total anual de C\$ 429,179.4, de acuerdo con la materia prima utilizada, la mano de obra más los costos de fabricación.

- Precio de venta

Tabla 8. Precio de venta del producto

Costo Total Anual	C\$429,179.40
N° de unidades Anuales	25,920.00
Costo Total Unitario	16.56
Margen de Utilidad	30%
Precio de Venta	23.65

El precio de venta de la unidad de jugo de 350 ml es de C\$ 24.00 considerando una ganancia del 30%.

- Punto De Equilibrio

Tabla 9. Cálculo del punto de equilibrio

Punto de equilibrio	
Costos fijos C\$	10,770
Precio unitario C\$	23.65

Unidades	25,920.00
Costos variables Unitarios	5.28

Punto equilibrio Unidades Mensuales	586.05
Unidades monetarias	C\$ 13,862.51

De esta manera se puede observar que el precio del producto “Jugo de limón Mentalbayer” de 350 ml, será de 24.00 córdobas ya que el balance y punto de equilibrio tendrá una ganancia bastante obvia para el sustento del proyecto de emprendimiento. Para los ingresos y la rentabilidad del negocio, se tuvo en cuenta los factores como la competencia, la demanda del mercado y los costos de producción.

La cantidad de jugos que se deben vender son 586 unidades mensuales, el cual en córdobas serian C\$ 13,862.51, para el sustento propio de dicha empresa.

IV. Cronograma de Actividades

Actividades	03 de marzo	17 de marzo	31 de marzo	14 de abril	28 de abril	12 de mayo	26 de mayo	09 de junio	16 de junio	30 de junio
Cronograma de actividades. Generalidades del proyecto. Solución										
Oportunidades de mercado. Propuesta de valor. Ciclo del proyecto.										
Presupuesto. Objetivos del proyecto. Actividades del proyecto.										
Medios de verificación.										
Plan de mercado										
Análisis de encuestas										
Plan de producción										
Plan de organización										
Plan financiero										
Revisión General										

V. Bibliografía

- Arauz , G., & Rodriguez , A. (2012). Jugo concentrado de papaya. En I. Agroindustrial. Estelí.
- Baca, H. (2010). *Evaluacion de proyectos*. Mexico.
- Carlos Hugo Jornet. (2023). Como conservar los limones frescos y jugosos por mes. *La Voz 12 años*.
- comunidadEmpresas, C. (2020). *ComunidadEmpresas*, 23.
- Cordova, S. O., & Sandoval Medina, P. (2002). *Guia de estudio de mercado para la evaluacion de proyectos*. Santiago.
- Cruz, X. G., & Rodriguez López, R. A. (2012). *Trabajo monografico para optar a titulo de ingeniero agroindustrial*. Estelí.
- Garcia, A. A. (s.f.). Obtenido de SCRIBD: es.scribd.com
- Gómez, K. P. (Octubre de 2020-2024). Planta procesadora de frutas. Managua, Jinotega, Nicaragua.
- INIDE. (9 de Abril de 2022). *Palacagüina*. Obtenido de https://www.citypopulation.de/en/nicaragua/admin/madriz/2025__palacag%C3%BCina/
- Lawless. (13 de Mayo de 2011). Obtenido de <http://www.crecenegocios.com>
- Palma, J. (2013). *Plan de negocios*. El Cuyo.
- PRENSA, L. (24 de 06 de 2022). Produccion de limones en Nicaragua. *Cosecha de limones en Nicaragua*, pág. 3.
- Schroeder, R. c. (1993). *Administracion de operaciones*. Mexico.
- Trujillo, O. D. (2019). *Proyecto de graduacion* . Matagalpa.