



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

**Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo**

**FAREM – Carazo**

**Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas**

**“2020: Año de la educación con calidad y pertinencia”**

**Seminario de Graduación para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública y Finanzas**

**Tema:** Plan de Negocios con enfoque de emprendimiento para la IV región del país.

**Subtema:** Plan de negocios para la microempresa “Mix sabores”, ubicada en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo durante el segundo semestre del año 2020.

**Autores:**

Bermúdez Mojica Jairo Antonio

González Gómez Jennifer Lourdes

**No. de carnet**

16 – 09669 – 0

16 – 09635 – 0

**Tutor:**

Lic. Guillermo Bladimir Acevedo Cruz

**Jinotepe, Febrero del 2021**



## Dedicatorias

**A Dios** creador de todo el universo, quien espiritualmente nos acompaña día a día para luchar contra las adversidades, proveedor de múltiples dones.

**A mi madre Raquel Nubia Gómez González**, que durante toda mi etapa de vida ha estado incondicionalmente, con su apoyo y sacrificio he podido culminar con éxito mi carrera.

**A mis abuelos Guillermo Gómez Ruiz y Petronila González Membreño**, por haberme criado e inculcado sus valores y buenos deseos que hoy en día son puestos en práctica.

**A mis hermanos** especialmente a **Denissa Mercedes González Gómez**, quien durante este tiempo me ha apoyado y motivado a seguir luchando, a mi sobrino **Eythan Saith Campos**, quien es la alegría del hogar, y durante este tiempo me ha dado grandes enseñanzas.

**A mis amigos y compañeros**, con los que he compartido momentos de alegría.

**A mis familiares** que de alguna manera han estado apoyándome.

**A la Facultad FAREM-Carazo y Maestros** por acogernos durante nuestra etapa profesional que sin ellos esto no se habría hecho posible.

*Jennifer Lourdes González Gómez*

## Dedicatorias

A **Dios**, por la fuerza mental, física, el no desvanecer desde el inicio de este camino y poder culminar satisfactoriamente la meta propuesta.

A **mis padres**, por el trabajo realizado cada día en apoyarme en todo momento y siempre animarme a seguir adelante para el logro de mis propósitos.

A **mis abuelos**, por todos sus consejos y enseñanzas que siempre me ayudan a seguir luchando.

A **mis tías**, por estar siempre apoyándome y animándome a seguir en pie.

A **mis hermanos**, por su disponibilidad en ayudarme siempre.

A **todos mis familiares y amigos**, que de una u otra forma ayudaron para la realización de esta meta.

A **la FAREM-Carazo y Maestros**, por acogernos durante nuestra etapa profesional que sin ellos esto no se habría hecho posible.

*Jairo Antonio Bermúdez Mojica*

## Agradecimientos

**A Dios**, por habernos dado salud durante todo momento, por el don la sabiduría necesaria para encaminarnos a culminar nuestra carrera, y darnos esperanza en momentos críticos.

**A nuestros padres**, los que son pilares fundamentales, que nos impulsa a salir adelante, agradeciendo sus consejos, enseñanzas y apoyo a lo largo de nuestras vidas.

**A nuestros amigos y compañeros**, con los que hemos compartido grandes momentos, por sus buenos deseos y motivación.

**A cada uno de los educadores de la FAREM – Carazo**, por habernos enseñado y dirigido profesionalmente especialmente a nuestro tutor **Lic. Guillermo Bladimir Acevedo Cruz** y colaboradores **MSc. Raúl Alberto Medrano Chávez**, **MSc. Marisela del Socorro Sandoval García** y **MSc. Harle José Montiel Gómez**, por guiarnos en este último proceso de nuestra carrera.

*Jairo Antonio Bermúdez Mojica*  
*Jennifer Lourdes González Gómez*



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

2021: "Año del Bicentenario de la Independencia de Centroamérica"

01 de febrero del año 2021

D.Sc. César Augusto Arévalo Cuadra  
Director  
Depto. de Ciencias Económicas y Administrativas  
Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

Estimado Doctor Arévalo Cuadra:

Por este medio entrego formalmente informe de Seminario de Graduación, bajo el Tema: **Plan de Negocios con enfoque de emprendimiento para la IV región del País**, presentado por los bachilleres:

No.	Apellidos y Nombres	Carné
1.	Bermúdez Mojica Jairo Antonio	16 – 09669 – 0
2.	González Gómez Jennifer Lourdes	16 – 09635 – 0

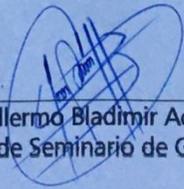
Siendo el subtema: Plan de negocios para la microempresa "MIX SABORES", dedicada a la elaboración de batidos naturales, ubicada en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo durante el segundo semestre del año 2020.

El cual ha cumplido con los requisitos científico-técnicos y metodológicos establecidos de acuerdo a la normativa de modalidad de graduación, Seminario de Graduación. Este trabajo contribuye a desarrollar habilidades y obtener y conocimientos relacionados al perfil de la carrera y sobre todo se ajusta a las exigencias del entorno económico y laboral del país.

Por tanto, el presente trabajo puede ser defendido de acuerdo a los procedimientos académicos establecidos por la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua, para optar al título de Licenciatura en Contaduría Pública y Finanzas.

Sin más que agregar, me suscribo, deseando bendiciones a usted y a cada persona que lea este documento, el cual es el resultado de mucho esfuerzo y dedicación.

Atentamente,

  
Lic. Guillermo Bladimir Acevedo Cruz  
Tutor de Seminario de Graduación

*¡A la libertad por la Universidad!*

De la Policía Nacional 2 cuadra al Oeste, Jinotepe, Carazo | Edificio Reynaldo Rosales  
Telf. 2532 2668 / Ext. 7712-7723 | depto.ceconom.faremc@unan.edu.ni | www.faremcarazo.unan.edu.ni

## Resumen

La presente investigación se desarrolló en la ciudad de Jinotepe, departamento de Carazo durante el II periodo del año 2020, donde participaron estudiantes universitarios, licenciados, y adultos mayores, tomándose como referencia la población económicamente activa del casco urbano de la ciudad. La finalidad de la investigación consistió en elaborar un plan de negocio en la ciudad de Jinotepe. Para ello se elaboró estrategias publicitarias, mediante un estudio de mercado se proyectó, determino y cuantifico la demanda del producto. Por consiguiente se desarrolló la estructura legal y operativa del negocio y finalmente se determinó la rentabilidad del negocio. El presente estudio se justificó por cuando posee valor teórico, utilidad práctica, relevancia social en base a los beneficios que genera. El estudio se sustenta bajo criterios médicos en cuanto al cuidado de la salud alimentaria. Metodológicamente el trabajo investigativo aborda los criterios del estudio descriptivo – exploratorios con la utilización de un diseño investigativo de campo donde la población estuvo conformada por 14,028 de los cuales se retomó una muestra de 3.55% tomando un tamaño muestral de 355. La técnica que se empleo fue la observaciones la cual se aplicó en una encuesta diseñada por un cuestionario de 24 preguntas cerradas. El procesamiento de datos permitió determinar los gustos y preferencias del producto determinando la fiabilidad del negocio que conllevo a las siguientes conclusiones: a) Determinación del mercado meta, mediante el estudio de mercado b) Valoración del punto de equilibrio múltiple para los 4 batidos demostrando que genera un punto medio de C\$ 191,698.93 córdobas cubriendo la totalidad de sus costos donde la empresa no gana ni pierda, c) Rendimiento satisfactorio en la evaluación de indicadores financiero como el Valor Actual Neto la Tasa Interna de Retorno y la Rentabilidad.

## Índice

1. Introducción del tema y subtema.....	1
2. Justificación .....	2
3. Objetivos .....	3
3.1. Objetivo general.....	3
3.2. Objetivos específicos .....	3
4. Desarrollo del subtema .....	4
4.1. Gestión estratégica .....	4
4.1.1. Definición del negocio.....	4
4.1.2. Características diferenciadoras. ....	4
4.1.3. Visión.....	4
4.1.4. Misión. ....	5
4.1.5. Valores. ....	5
4.1.6. Análisis FODA. ....	6
4.1.7. Objetivos estratégicos.....	6
4.2. Gestión de mercado .....	7
4.2.1. Estudio de mercado. ....	7
4.2.1.1. Descripción del producto. ....	7
4.2.1.1.1. Beneficio .....	7
4.2.1.1.2. Logo .....	9
4.2.1.1.3. Etiqueta .....	10
4.2.1.2. Análisis de la competencia.....	11
4.2.1.3. Segmento de mercado.....	12
4.2.1.4. Principales clientes.....	13
4.2.1.5. Proveedores.....	14

4.2.1.6.	Análisis de la demanda .....	14
4.2.1.6.1.	Demanda Real.....	15
4.2.1.6.2.	Participación de mercado.....	16
4.2.2.	Estrategias de mercado. . .....	17
4.2.3.	Precio de venta. ....	23
4.2.4.	Estimación de ventas.....	27
4.3.	Gestión operativa .....	31
4.3.1.	Objetivos de producción. ....	31
4.3.2.	Materiales necesarios. ....	31
4.3.3.	Capacidad de producción o servicio.....	36
4.3.4.	Equipos de producción. ....	38
4.3.4.1.	Costos totales de equipos y utensilios.....	44
4.3.4.2.	Mantenimiento de equipos .....	44
4.3.5.	Proceso de producción o ciclo del producto y servicio.....	45
4.3.6.	Flujo grama de procesos. ....	46
4.3.7.	Distribución de planta.....	46
4.3.8.	Localización.....	47
4.3.8.1.	Macro Localización.....	48
4.3.8.2.	Micro localización .....	48
4.3.8.3.	Mapa satelital del negocio.....	49
4.3.9.	Buenas prácticas laborales. ....	50
4.4.	Gestión organizativa .....	51
4.4.1.	Aspectos legales y tributarios. ....	51
4.3.1.	Actividades y gastos preliminares.....	57
4.3.2.	Estructura organizativa. ....	58

4.3.3.	Necesidad de personal. ....	59
4.3.4.	Principales funciones.....	59
4.3.5.	Reclutamiento y selección de personal .....	59
4.3.5.1.	Reclutamiento .....	59
4.3.5.2.	Selección del personal .....	60
4.3.5.2.1.	Contratación del personal .....	60
4.4.6.2.2.	Integración del personal .....	61
4.3.6.	Equipos de oficina. ....	65
4.3.7.	Gastos Administrativos.....	72
4.5.	Gestión financiera .....	73
4.5.1.	Inversión.....	73
4.5.1.1.	Activos no corrientes.....	73
4.5.1.2.	Activos intangibles.....	74
4.5.1.3.	Capital de trabajo.....	74
4.5.1.4.	Inversión total.....	75
4.5.1.5.	Estructura y fuente de financiamiento.....	76
4.5.2.	Presupuesto.....	77
4.5.2.1.	Ingresos.....	77
4.5.2.2.	Egresos.....	78
4.5.2.3.	Producción.....	79
4.5.2.4.	Punto de equilibrio.....	83
4.5.2.5.	Presupuesto de efectivo.....	85
4.5.2.6.	Estados financieros proyectados.....	86
4.5.2.6.1.	Estado de Resultado proyectado.....	88
4.5.3.	Evaluación financiera.....	92

4.5.3.1. Indicadores de viabilidad. ....	92
4.5.3.1.1. Utilidad líquida. ....	92
4.5.3.1.2. Rentabilidad. ....	92
4.5.3.1.3. Tiempo de retorno de la inversión. ....	92
4.5.3.2. Evaluación de la inversión. ....	93
4.5.3.2.1. Flujo de fondos. ....	93
4.5.3.2.2. Valor actual neto (VAN). ....	93
4.5.3.2.3. Tasa interna de retorno (TIR). ....	94
4.5.3.3. Evaluación del plan de negocios (Valoración financiera cualitativa). ....	95
5. Conclusión .....	96
6. Bibliografía .....	97
7. Anexos .....	99
Anexo 1. Instrumento para el estudio de mercado. ....	111
Anexo 2. Ficha de trabajo Administración. ....	116
Anexo 3. Ficha de trabajo Administración responsable de caja. ....	118
Anexo 4. Ficha de trabajo ayudante de producción. ....	119
Anexo 5. Flujo grama de selección de personal. ....	120
Anexo 6. Formato de reclutamiento de personal .....	121
Anexo 7. Formato de contratación de personal .....	122
Anexo 8. Nómina Mensual de “MIX SABORES” .....	125
Anexo 9. Gastos administrativos. ....	126
Anexo 10. Proyecciones de ventas en unidades físicas primer año; <b>Error! Marcador no definido.</b>	
Anexo 11. Compra de materia prima. ....	127
Anexo 12. Compra de Materia prima indirecta primer año .....	128

## Índice de Tablas

Tabla 1 FODA .....	6
Tabla 2 Análisis de la competencia .....	11
Tabla 3 Proveedores.....	14
Tabla 4 Estrategias de Producto .....	18
Tabla 5 Estrategias del precio .....	19
Tabla 6 Estrategias de plaza.....	20
Tabla 7 Estrategia de publicidad.....	22
Tabla 8 Presupuesto de marketing .....	23
Tabla 9 Estructura de costos Banano con leche .....	24
Tabla 10 Estructura de costos Melón, Zanahoria y Naranja. ....	25
Tabla 11 Estructura de costos Manzana, pera.....	26
Tabla 12 Estructura de costos Pera, Kiwi.....	27
Tabla 13 Proyecciones de ventas en unidades físicas, (Primer año). ....	28
Tabla 14 Proyecciones de ventas en unidades monetarias (Primer año).....	29
Tabla 15 Proyecciones de ventas en unidades físicas (Anual). ....	30
Tabla 16 Proyecciones de ventas unidades monetarias (Anual). ....	30
Tabla 17 Componentes de la Soja.....	36
Tabla 18 Capacidad de maquinaria .....	36
Tabla 19 Capacidad de maquinaria 1.1 .....	36
Tabla 20 Ficha técnica N1 Refrigerador .....	38
Tabla 21 Ficha técnica N2 Licuadora.....	39
Tabla 22 Ficha técnica N3 Juego de mesa con 4 sillas.....	40
Tabla 23 Ficha técnica N4 Bandeja.....	41
Tabla 24 Ficha técnica N5 Tasas de medida metálica.....	42
Tabla 25 Ficha técnica N6 Set de cuchillos.....	43
Tabla 26 Costos de equipos y utensilios .....	44
Tabla 27 Costos de Mantenimiento.....	45

Tabla 28 Proceso de producción o ciclo del producto y servicio.....	45
Tabla 29 Buenas prácticas laborales .....	50
Tabla 30 Leyes que rigen mix sabores.....	53
Tabla 31 Actividades .....	57
Tabla 32 Gastos preliminares .....	57
Tabla 33 Cargos de personal .....	58
Tabla 34 Artículos de Limpieza .....	63
Tabla 35 Materiales de aseo.....	64
Tabla 36 Equipo de oficina N1 Escritorio.....	65
Tabla 37 Equipo de oficina N2 Silla de Espera .....	66
Tabla 38 Equipo de Oficina N3 Computo portátil.....	67
Tabla 39 Detalle de compras .....	68
Tabla 40 Depreciación de Equipo de oficina.....	68
Tabla 41 Artículos de Oficina .....	69
Tabla 42 Costo de Útiles de oficina .....	71
Tabla 43 Activos fijos del pequeño negocio "MIX SABORES" .....	73
Tabla 44 Activos intangibles de "Mix Sabores" .....	74
Tabla 45 Capital de trabajo para inicio de operaciones.....	75
Tabla 46 Inversión total para inicio de operaciones del pequeño negocio "Mix Sabores" .....	75
Tabla 47 Ingresos por ventas Anuales .....	77
Tabla 48 Egresos Anuales.....	78
Tabla 49 Estructura De Costos Banano con Leche.....	79
Tabla 50 Estructura de costos de melón, naranja y zanahoria.....	80
Tabla 51 Estructura de Costos Pera y Manzana.....	81
Tabla 52 Estructura de Costos Pera, Kiwi.....	82
Tabla 53 Flujo de caja de "Mix Sabores" .....	85
Tabla 54 Balance General inicial de "Mix Sabores" .....	87
Tabla 55 Estado de Resultado de "Mix Sabores" .....	88
Tabla 56 Balance General proyectado de "Mix Sabores" .....	89
Tabla 57 Balance General Proyectado año 2022.....	90
Tabla 58 Balance General Proyectado año 2023.....	90

Tabla 59 Flujos de fondos de "Mix Sabores" .....	93
Tabla 60 Cálculo del Valor Actual Neto (VAN) para "Mix Sabores" .....	94
Tabla 61 Calculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR) para "Mix Sabores" .....	94

## Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Beneficios de los batidos .....	9
Ilustración 2 Logo .....	9
Ilustración 3 Etiqueta .....	10
Ilustración 4 Canal de distribución .....	12
Ilustración 5 Análisis de la demanda.....	14
Ilustración 6 Participación de mercado.....	16
Ilustración 7 Disposición de compra .....	16
Ilustración 8 Canal de distribución .....	21
Ilustración 9 Medio de publicidad del producto.....	21
Ilustración 11 Naranja .....	32
Ilustración 12 Manzana .....	32
Ilustración 13 Kiwi .....	32
Ilustración 14 Banano .....	33
Ilustración 15 Zanahoria.....	33
Ilustración 16 Melón .....	33
Ilustración 17 Pera .....	34
Ilustración 18 Soja .....	34
Ilustración 19 Flujo grama de procesos .....	46
Ilustración 20 Distribución de planta .....	47
Ilustración 21 Mapa satelital Mix sabores.....	49
Ilustración 22 Organigrama Funcional Mix sabores.....	58
Ilustración 23 Etapas del proceso de inducción. ....	62

## 1. Introducción del tema y subtema

El emprendiendo ha venido evolucionando año con año, esto ha provocado un gran desarrollo económico en el país al generar nuevas fuentes de empleo, la mayoría de emprendedores son personas que desean obtener otro nivel de Ingreso o por crisis económica. El emprendimiento permite desarrollar habilidades y destrezas al innovar o mejorar un producto o servicio, generando un crecimiento productivo, eficiente y capaz de captar ingresos al satisfacer con el tiempo las necesidades económicas en el ámbito personal o colectivo.

El plan de negocio se ha desarrollado en universidades con el propósito de implementar estrategias de supervivencia personal de manera técnica, teórica y práctica, para que el profesional pueda enfrentar situaciones reales. Durante la elaboración del plan de negocio de "Mix Sabores" se aplicaron herramientas metodológicas que ayudan a la obtención de datos en la elaboración de batidos naturales en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, al proyectar la población económica activa del casco urbano de la ciudad, se retomó una muestra de 355, que a través de la encuesta aplicada a hombres y mujeres entre las edades de 15 - 46 años se determinó la aceptación del producto obteniendo así información a mejorar mediante estrategias publicitarias que sirvan para el conocimiento del negocio y producto.

El objetivo fundamental es incentivar el consumo de productos saludables, mediante servicios personalizados y en ambiente agradable. Este plan se desarrolló mediante estudios emergentes tales como: plan de mercado, operativo, legal y económico- financiero que permitan informar sobre el rendimiento esperado del negocio.

## 2. Justificación

En la actualidad diversos medios publicitarios se encargan de promocionar alimentos y bebidas poco nutricionales. El acelerado estilo de vida, la falta de tiempo, sedentarismo, estrés y poca información provocan alimentarse con ciertos alimentos rápidos. En los últimos años han aumentado los riesgos de muerte por enfermedades crónicas como: diabetes, hipertensión arterial, corazón, cálculos renales entre otros; un artículo publicado por el ministerio de salud pública (MINSa) en Nicaragua, en su página web informa que debemos alimentarnos de forma adecuada para prevenir enfermedades en especial por el Covid-19. Las frutas debido a sus propiedades nutritivas ayudan al metabolismo de diferentes formas ya sea para acelerarlo o como antioxidante natural.

El consumo de alimentos naturales se ha convertido en la nueva tendencia de quienes buscan nuevos hábitos alimenticios, dejando en segundo plano el consumo de productos con ingredientes artificiales; esta nueva tendencia debe adaptarse a los exigentes gustos del cliente, tanto del producto como el entorno. Mediante el consumo de alimentos nutricionales jóvenes y adultos de diferentes edades son los más beneficiados, aumentando el bienestar y la calidad de vida.

A través del desarrollo de este plan se pretende informar acerca de la concientización alimentaria, donde se ponga en manifiesto las necesidades a cubrir. El estudio de este plan sirve de apoyo para ampliar, guiar y servir de base para nuevos análisis sobre este perfil de estudio.

### **3. Objetivos**

#### **3.1. Objetivo general**

Elaborar un plan de negocio con enfoque de emprendimiento para la pequeña empresa MIX SABORES, dedicada a la elaboración de batidos naturales, ubicada en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2020.

#### **3.2. Objetivos específicos**

1. Establecer un mercado específico, para el posicionamiento del producto en el municipio de Jinotepe.
2. Realizar estudio de mercado para estimar y cuantificar la demanda de batidos en la ciudad de Jinotepe.
3. Elaborar un plan de producción para utilización de los diferentes recursos humanos, económicos y materiales para la elaboración de batidos.
4. Desarrollar una estructura administrativa y legal para la constitución de la pequeña empresa.
5. Elaborar un plan financiero que determine la rentabilidad y factibilidad de la pequeña empresa “MIX SABORES”.

## 4. Desarrollo del subtema

### 4.1. Gestión estratégica

#### 4.1.1. *Definición del negocio.*

El emprendimiento “MIX SABORES”, se dedicará a elaborar batidos 100% naturales, con un propuesta diferente, cuya finalidad es ofrecer no solo un producto sino ayudar en la nutrición del cliente, los batidos son preparados con frutas como manzana, pera, kiwi, banano, naranja melón, verduras y leche (soja) los cuales aportan vitaminas, proteínas, fibras y minerales, proporcionando calcio nutriente esencial para el desarrollo y mantenimiento de los huesos, disminución calórica, además contribuye a la estimulación del sistema inmunológico, organismo limpio y libre de toxinas, ayudan a mejorar el sueño, el estado anímico y emocional.

#### 4.1.2. *Características diferenciadoras.*

“MIX SABORES”, se caracteriza por ofrecer bebidas naturales a base de frutas y legumbres libres de azúcar refinada, saborizantes artificiales entre otros, la diferencia principal es ofrecer una bebida libre de aditivos artificiales, debido a que las frutas por naturaleza poseen un gran contenido de esta.

Entre las ventajas diferenciadoras tenemos

- Variedad de materia prima
- Libre de azúcar refinada
- Combinación de frutas y legumbres
- Aporte de energía necesaria para llevar a cabo todas las funciones del día
- Único estilo de compra (escoja su propia fruta)
- Accesibilidad a medios publicitarios (redes sociales)

#### 4.1.3. *Visión.*

Ser reconocido como un negocio especializado en la elaboración de bebidas naturales, enfocados en la satisfacción y necesidad del cliente.

#### **4.1.4. Misión.**

Ser líder en el cuidado de la nutrición personal, mediante bebidas saludables y que cumplan con las exigencias del cliente. Siendo competitivo y reconocido por su amplia combinación de sabores.

#### **4.1.5. Valores.**

**Responsabilidad:** Caracterizarnos por tener el pedido de nuestros clientes en tiempo y forma como parte de la cualidad que tenemos en nuestro negocio.

**Compromiso:** Trabajar arduamente para satisfacer los gustos de nuestros clientes y de esta manera sientan la calidez del negocio.

**Servicio:** Nuestros clientes son nuestro objetivo principal, de manera que se cree un lazo de cliente- negocio por el servicio brindado.

**Calidad:** Aportar valor a nuestros productos donde el cliente pueda obtener las expectativas deseadas, en las mejores condiciones.

**Trabajo en equipo:** Mantener el ambiente de trabajo donde todo aporte sea eficiente y constructivo para la mejorara del negocio.

**Respeto:** Caracterizarnos por aplicar este valor a los clientes y las personas que laboran en nuestro negocio.

**Puntualidad:** Cumplir con los horarios establecidos estipulados por el negocio de manera eficaz.

#### 4.1.6. Análisis FODA.

**Tabla 1 FODA**

<b>F</b>	<b>O</b>	<b>D</b>	<b>A</b>
Conocimiento en la elaboración del producto	Mercado en auge, lo que significa que existe un conocimiento en el consumo	Falta de capital	Crecimiento de la competencia directa e indirecta
Bebida natural y con calidad	Diversificar la línea del producto	No contar con el servicio Delivery.	Cambio de gustos del cliente
Variedad de sabores	El acelerado estilo de vida de los jóvenes y adultos	Falta de hábito por consumir alimentos saludables.	Desinformación
Capacidad de trabajo	Nuevo negocio por lo que genera expectativa en el mercado.	Tiempo de conservación corto.	Daños de la materia prima en el transporte
Materia Prima de bajo precio en temporadas		Escases de capital para publicidad.	Incremento de precio de la materia prima en temporadas bajas.

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

#### 4.1.7. Objetivos estratégicos.

- ❖ Determinar nuestros clientes potenciales a través de un estudio demográfico.
- ❖ Analizar una composición comparativa y óptima del mercado de batidos en la ciudad de Jinotepe.
- ❖ Penetrar en el mercado por medio de la publicidad que comunique los beneficios que poseen los batidos.

## 4.2. Gestión de mercado

### 4.2.1. Estudio de mercado.

#### 4.2.1.1. Descripción del producto.

##### 4.2.1.1.1. Beneficio

La alimentación saludable es aquella que aporta a cada individuo todos los alimentos necesarios para cubrir sus necesidades nutricionales en las diferentes etapas de la vida (infancia, adolescencia, edad adulta y envejecimiento), y en situación de salud. Cada persona tiene unos requerimientos nutricionales en función de su edad, sexo, talla, actividad física que desarrolla y estado de salud o enfermedad. aeal,(2011).

“Los nutrientes conocidos se distribuyen en cinco grupos denominados: hidratos de carbono, lípidos, proteínas, vitaminas y minerales" la mayoría de estos se ingieren a través de la alimentación. Serra Majem, (2006)

¿Cuál es la diferencia entre alimento y nutrición?

**Alimento:** es el vehículo por el cual el organismo adquiere los nutrimentos, que le permiten un correcto funcionamiento y mantenimiento de las funciones vitales.

**Nutrición:** Es el proceso mediante el cual el cuerpo aprovecha los alimentos ingeridos, lo cual implica digestión, absorción, asimilación y excreción.

#### **Características de una alimentación saludable.**

- ❖ Tiene que ser completa
- ❖ Tiene que ser equilibrada
- ❖ Tiene que ser suficiente
- ❖ Tiene que ser adaptada
- ❖ Tiene que ser variada

aeal, (2011)

En el transcurso de nuestras vidas necesitamos una alimentación adecuada que cubra necesidades básicas de nuestro cuerpo, especialmente cuando entramos en una etapa adulta y se requiere mayor cuidado alimenticio o padecemos de alguna enfermedad que nos obliga a alimentarnos adecuadamente.

La pequeña empresa “Mix Sabores” elaborará batidos de frutas, vegetales y leche de forma que cubra algunas necesidades en función de nuestro estilo de vida. Los batidos son una bebida rica en vitaminas y mineral contenida en un solo vaso, muchas frutas tienen la ventaja de estar en el mercado durante temporadas. Los batidos los podemos dividir en tres grupos: batidos verdes, energéticos y proteicos según la necesidad del cliente.

**Batidos verdes:** es aquel que se forma con la combinación de Frutas y verduras, su aspecto es verde pues generalmente tiene una porción de 60% fruta y 40% verdura, el color verde de la clorofila tiene numerosas propiedades como antioxidante, anticancerígeno, ayudan a controlar el peso, es depurativo, disminuye el colesterol y previene la formación de ciertos cálculos renales.

**Batidos Proteicos:** los batidos de proteínas se caracterizan por ganar resultado a la hora de ganar músculo y quemar grasa, debido a los altos contenidos de proteína.

Ventajas:

- ❖ Son fuente instantánea de energía
- ❖ Reducen el hambre
- ❖ Te ayudan a reponer el músculo
- ❖ Elevan la resistencia en los ejercicios.

**Batidos energéticos:** como su nombre lo indica aporta grandes cantidades de energía debido a que su composición es a base de fruta ricas en vitaminas y minerales.

Ventajas:

- ❖ Mayor contenido de energía.
- ❖ Poseen grandes contenidos de azúcares.
- ❖ Activan el estado de ánimo dinámico.

Guerrero, (2018)

Tabla de Beneficios Nutricionales.

### Ilustración 1 Beneficios de los batidos

<b>MIX SABORES APORTA A TU DÍA</b>																																							
<p><b>Fresa, Pera y Manzana</b></p>  <table border="1"> <tr><td>Agua (gr)</td><td>262</td></tr> <tr><td>Energía (Local)</td><td>142</td></tr> <tr><td>Proteína</td><td>1.4</td></tr> <tr><td>grasa (gr)</td><td>0.5</td></tr> <tr><td>Hidrato de carbono (gr)</td><td>29.6</td></tr> <tr><td>Almidón (gr)</td><td>0.6</td></tr> <tr><td>Azúcares</td><td>29</td></tr> <tr><td>Fibra</td><td>6.5</td></tr> </table>	Agua (gr)	262	Energía (Local)	142	Proteína	1.4	grasa (gr)	0.5	Hidrato de carbono (gr)	29.6	Almidón (gr)	0.6	Azúcares	29	Fibra	6.5	<p><b>Melón, Naranja y Zambonía</b></p>  <table border="1"> <tr><td>Agua (gr)</td><td>181</td></tr> <tr><td>Energía</td><td>70</td></tr> <tr><td>Proteína</td><td>1.4</td></tr> <tr><td>grasa (gr)</td><td>0</td></tr> <tr><td>Hidrato de carbono (gr)</td><td>14.4</td></tr> <tr><td>Almidón (gr)</td><td>14.4</td></tr> <tr><td>Fibra (gr)</td><td>3</td></tr> <tr><td>Vitamina B6</td><td>0.15</td></tr> <tr><td>Vitamina C</td><td>6</td></tr> <tr><td>Vitamina A</td><td>13.46</td></tr> <tr><td>Vitamina E</td><td>0.5</td></tr> </table>	Agua (gr)	181	Energía	70	Proteína	1.4	grasa (gr)	0	Hidrato de carbono (gr)	14.4	Almidón (gr)	14.4	Fibra (gr)	3	Vitamina B6	0.15	Vitamina C	6	Vitamina A	13.46	Vitamina E	0.5
Agua (gr)	262																																						
Energía (Local)	142																																						
Proteína	1.4																																						
grasa (gr)	0.5																																						
Hidrato de carbono (gr)	29.6																																						
Almidón (gr)	0.6																																						
Azúcares	29																																						
Fibra	6.5																																						
Agua (gr)	181																																						
Energía	70																																						
Proteína	1.4																																						
grasa (gr)	0																																						
Hidrato de carbono (gr)	14.4																																						
Almidón (gr)	14.4																																						
Fibra (gr)	3																																						
Vitamina B6	0.15																																						
Vitamina C	6																																						
Vitamina A	13.46																																						
Vitamina E	0.5																																						
<p><b>Queso y Leche</b></p>  <table border="1"> <tr><td>Agua (gr)</td><td>7691</td></tr> <tr><td>Energía (Local)</td><td>8533</td></tr> <tr><td>Proteína</td><td>12</td></tr> <tr><td>grasa (gr)</td><td>037</td></tr> <tr><td>Hidrato de carbono (gr)</td><td>302</td></tr> <tr><td>Almidón (gr)</td><td>130</td></tr> <tr><td>Azúcares (gr)</td><td>823</td></tr> <tr><td>Fibra (gr)</td><td>25</td></tr> </table>	Agua (gr)	7691	Energía (Local)	8533	Proteína	12	grasa (gr)	037	Hidrato de carbono (gr)	302	Almidón (gr)	130	Azúcares (gr)	823	Fibra (gr)	25	<p><b>Pera, Kiwi</b></p>  <table border="1"> <tr><td>Agua (gr)</td><td>172.6</td></tr> <tr><td>Energía (Local)</td><td>104</td></tr> <tr><td>Proteína</td><td>1.5</td></tr> <tr><td>grasa (gr)</td><td>0.5</td></tr> <tr><td>Hidrato de carbono (gr)</td><td>21.2</td></tr> <tr><td>Almidón (gr)</td><td>0</td></tr> <tr><td>Azúcares (gr)</td><td>21.2</td></tr> <tr><td>Fibra (gr)</td><td>4.2</td></tr> </table>	Agua (gr)	172.6	Energía (Local)	104	Proteína	1.5	grasa (gr)	0.5	Hidrato de carbono (gr)	21.2	Almidón (gr)	0	Azúcares (gr)	21.2	Fibra (gr)	4.2						
Agua (gr)	7691																																						
Energía (Local)	8533																																						
Proteína	12																																						
grasa (gr)	037																																						
Hidrato de carbono (gr)	302																																						
Almidón (gr)	130																																						
Azúcares (gr)	823																																						
Fibra (gr)	25																																						
Agua (gr)	172.6																																						
Energía (Local)	104																																						
Proteína	1.5																																						
grasa (gr)	0.5																																						
Hidrato de carbono (gr)	21.2																																						
Almidón (gr)	0																																						
Azúcares (gr)	21.2																																						
Fibra (gr)	4.2																																						

Fuente: Equipo investigativo 2020

#### 4.2.1.1.2. Logo

El diseño del logo está basado directamente en la materia prima del producto, las frutas y verduras que se utilizarán para su elaboración.

### Ilustración 2 Logo



Fuente: Equipo investigativo 2020

### Descripción de cada uno de los elementos y colores:

**Texto MIX SABORES:** Nombre del pequeño negocio de batidos que ofrece bebidas saludables, cuyo nombre fue elegido por su significado que de alguna u otra manera llame la atención del cliente. El significado de mix sabores hace referencia a variedad de frutas con las que se preparan los batidos **Color verde:** este color simboliza toda la naturaleza de la cual provee vida.

**Frutas y verduras:** Son la representación de cada uno de los ingredientes de la materia prima, para la elaboración del producto final.

**Hojas:** Estas figuran las hojas de los árboles frutales y de las verduras. Su color verde simboliza la frescura del producto.

#### 4.2.1.1.3. Etiqueta

### Ilustración 3 Etiqueta



Fuente: Equipo investigativo 2020

Las etiquetas que contendrán el producto bajo el lema “El color lo eliges tu” serán ubicado en los envases plásticos, elegido de acuerdo la encuesta realizada.

#### 4.2.1.2. Análisis de la competencia.

Se denomina competencia a un conjunto de compañías que coinciden en un mismo nicho de mercado u ofrecen productos similares. headways, (2016)

Para la constitución del nuevo negocio de bebidas saludable se debe tener un conocimiento amplio de sus competidores directos e indirectos de la zona de Jinotepe, por lo que se investigó y comprobó que existen lugares que venden este tipo de producto.

Nuestros competidores ya tienen aceptación en el mercado, pero su giro comercial no es específicamente vender batidos naturales por tanto el cliente debe esperar más tiempo y con un costo adicional, siendo así esta una ventaja para nuestro negocio en satisfacer el mercado insatisfecho.

A continuación se mostrara una tabla de la principal competencia en la ciudad.

**Tabla 2 Análisis de la competencia**

Empresa	Tipo de batido	Presentación	Precio C\$	Plaza	Promociones
	Maltada de fresa	Vasos de vidrio 12 Onzas	80	Jinotepe, contiguo de donde fue el cine González	No hay promociones.
 Batidos Claudia	Melón, Naranja	Vasos plásticos 12 Onzas	50	Del BAC, 3 cuadras al oeste.	No hay promociones vigentes
	Banano con leche	Vasos plásticos 12 Onzas	50		
	Zanahoria, Naranja	Vasos plásticos 12 Onzas	50		

	Piña, apio, perejil	Vasos plásticos 12 Onzas	50		
 sha sha shakes	Sandia, limón, uva, hierbabuena.	Vasos plásticos 12 Onzas	60	Jinotepe, en frente de donde fue el cine González	2 batidos x C\$100
	Sandia, uva, manzana, fresa	Vasos plásticos 12 Onzas	60		
	Manzana, pepino, limón y uva.	Vasos plásticos 12 Onzas	60		
	Kiwi con fresa	Vasos plásticos 12 Onzas	60		

*Fuente: Obtenida de redes sociales de la competencia*

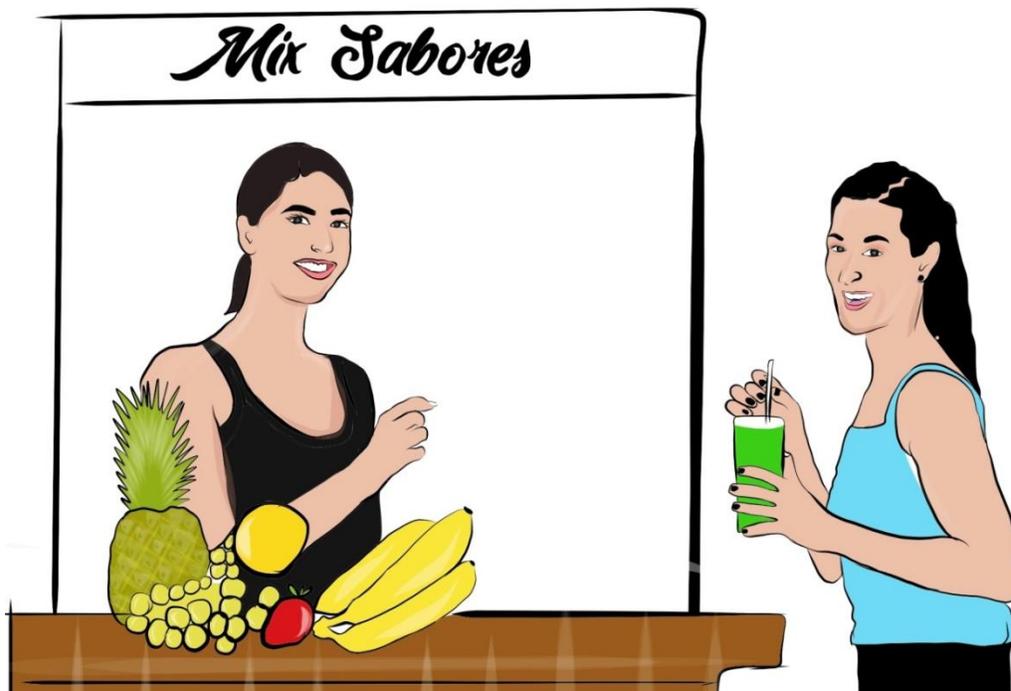
La tabla comparativa mediante el mix de marketing nos permite analizar de manera detallada la competencia orientándonos así a realizar una estrategia innovadora para la inserción de nuestro producto en el mercado.

#### **4.2.1.3. Segmento de mercado.**

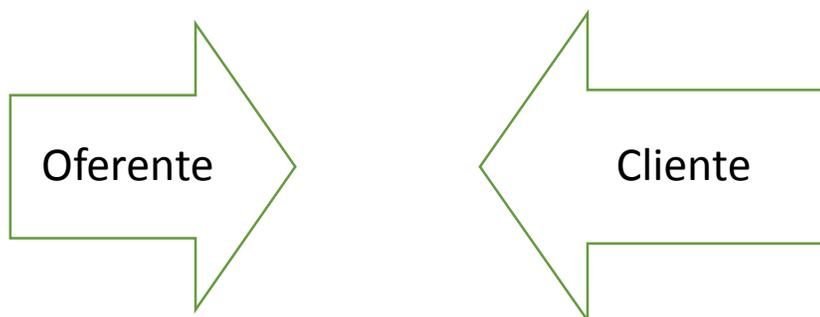
Mix Sabores ofertara su producto en la ciudad de Jinotepe donde visualiza posicionarse directamente desde el local ya establecido, enfocándose en la introducción de batidos naturales donde la encuesta aplicada nos refleja que los más interesados son personas que ronda las edades de los 15 a 25 años de edad, sin embargo nuestro objetivo esta visualizado en un mercado que tengan ingresos sustentables para la adquisición del producto siendo estos el foco principal que abarcara sabores.

Para la correcta distribución utilizaremos el canal uno que es “ofertante a cliente” directamente, por lo cual no existe intermediario.

#### **Ilustración 4 Canal de distribución**



*Fuente: Equipo investigativo 2020*



*Fuente: Equipo investigativo 2020*

#### **4.2.1.4. Principales clientes.**

Teniendo presente el giro de "MIX SABORES" se determinó que los clientes potenciales para el consumo son personas del casco urbano de la ciudad de Jinotepe que deseen tener un estilo de vida saludable, sin embargo estas bebidas podrán ser adquirido por la población en general que tengan el deseo de consumirlo por lo que es de suma relatividad señalar que los clientes consumirán un producto totalmente fresco.

Se iniciara vendiendo en la ciudad de Jinotepe cumpliendo así con los objetivos de satisfacer las necesidades de la población a corto plazo, a mediano plazo ser de referente en el municipio como un negocio de batidos saludables y como metas de largo plazo poder establecernos en diferentes municipios del departamento.

#### 4.2.1.5. Proveedores.

Nuestros principales proveedores de materia prima para la elaboración de batidos son:

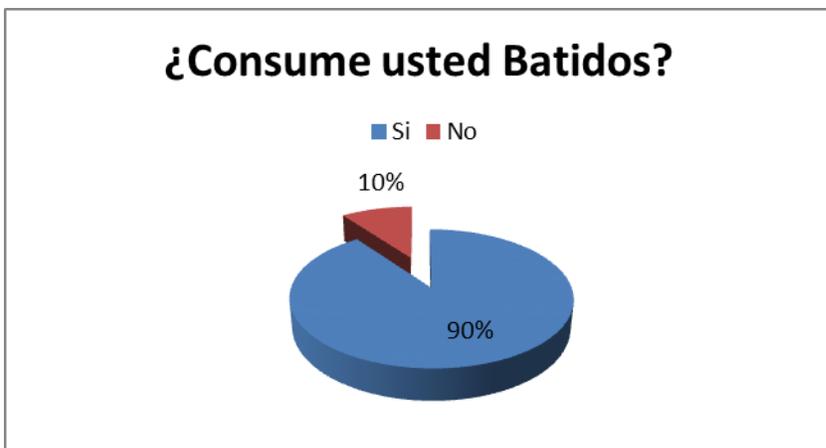
**Tabla 3 Proveedores**

Principales proveedores		
Descripción	Logo	Materia Prima
Súper mercados		Manaza, pera, kiwi, uvas, legumbres.
Mercado local de Jinotepe		Naranja, melón y banano.
Comerciantes		Leche de soja

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

#### 4.2.1.6. Análisis de la demanda.

**Ilustración 5 Análisis de la demanda**



*Fuente: Equipo investigativo 2020*

Fundamentado en la investigación de mercado aplicada se determinó que apenas una pequeña parte no consume batidos debido a razones no especificadas por los encuestados, sin embargo el 90% de estos consumen batidos de los 14,028 PEAO, reflejan que sí consumen batidos.

#### *4.2.1.6.1. Demanda Real.*

Para la determinación de la demanda real de Mix Sabores se multiplicara la población proyectada por el porcentaje de no aceptación y la diferencia será la demanda real.

Donde

DR: Demanda real

DT: Demanda total

DI: Demanda insatisfecha

#### **Demanda real**

DR: DT – Discriminante

DR: 14,028 \* 2%

DR: 14,028 – 280.56

DR: 13,747

### **Demanda insatisfecha**

Para determinar la demanda insatisfecha se resta la demanda real menos el porcentaje que abarcara la competencia.

$$DI = DR - 50\%$$

$$DI: 13,747 - 6,873.72$$

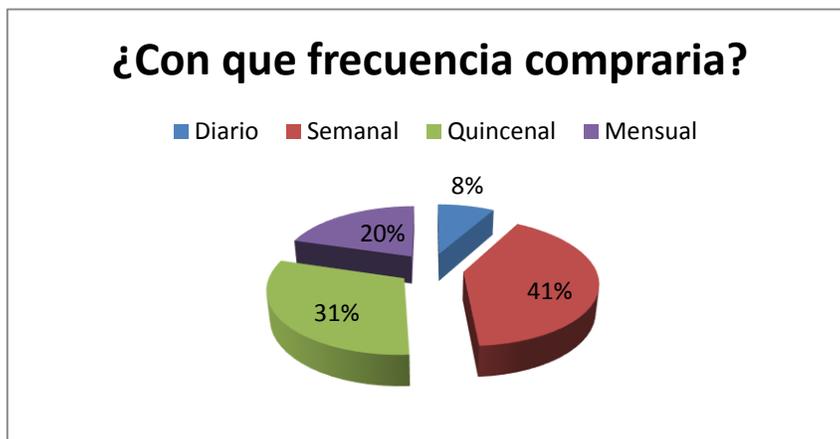
$$DI: 6,873.72$$

NOTA: Estas son las unidades que abarcaremos por las personas que consumen batidos, no obstante debido a la poca instalación, desconocimiento del negocio y falta de inversión se dispondrá a trabajar según la capacidad de la máquina del 30%, es decir 1,200 unidades mensuales a producir.

#### *4.2.1.6.2. Participación de mercado.*

Una de las razones más importante del estudio de mercado, es la participación que el negocio tendrá para la correcta definición de la cobertura del producto.

### **Ilustración 6 Participación de mercado**



*Fuente: Equipo investigativo 2020*

### **Ilustración 7 Disposición de compra**



*Fuente: Equipo investigativo 2020*

Una vez obtenido los resultados de la encuesta aplicada a la población del municipio de Jinotepe se demostró que un 98% de los encuestados estarían dispuestos a comprar un producto Saludable lo que corresponde a 13,747.44 PEAO.

Para la determinación de la participación de mercado se utiliza la siguiente formula: las unidades que MIX SABORES puede producir anual mente entre la demanda total anual.

$$PM = \frac{14,400 \text{ Unidades}}{82,476 \text{ Unidades}}$$

$$PM = 17\%$$

#### **4.2.2. Estrategias de mercado. .**

Según Kotler & Armstrong (2008), afirman: que la estrategia de desarrollo del producto puede ser utilizada cuando existen: “Desarrollo de productos originales, mejoras a productos, modificaciones de productos y marcas nuevas mediante las labores de investigación y desarrollo de la empresa.” (p. 239)

La estrategia a ejecutar en la pequeña empresa Mix Sabores es el desarrollo de un nuevo producto, el proceso en marketing y economía mediante la cual una empresa se plantea participar en un determinado mercado a través de la inclusión en el mismo de un bien o servicio novedoso, o con una completa modificación y/o actualización de uno anterior. Galan, (2019)

**Tabla 4 Estrategias de Producto**

Producto					
Estrategia	Objetivo	Acción	Recurso	Responsable	Costo
<b>Desarrollo del producto</b>	Fabricar un producto cien por ciento saludable que satisfaga las necesidades y gustos de los clientes en cuanto a calidad, sabor y beneficios.	Preparación de batidos con frutas tales como: manzana, pera, fresa, kiwi, melón, banano, naranja y el elemento innovador leche de soja; productos aprobados por los encuestados.  El producto contara con envase transparente y este llevara trozos de frutas en la parte superior permitiendo captar la atención del cliente.	-Frutas -Agua -leche de soja -Licuadora          -Envase	Ayudante	Los costos incurridos se especifican en la tabla de costo producción de cada producto elaborado por ende no pertenecen al presupuesto de marketing.

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

El precio de un producto es un factor importante que determina la demanda que el mercado hace de ese producto. El dinero entra en una organización a través de los precios. Es por eso que éste afecta a la posición competitiva de una empresa, a sus ingresos y a sus ganancias netas. En algunas compañías, la asignación de precios de la administración se enfoca en el volumen de ventas. El objetivo de la asignación de precios puede consistir en incrementar el volumen de ventas o en mantener o acrecentar la participación de mercado de la empresa. (Carlos)

**Tabla 5 Estrategias del precio**

Precio					
Estrategia	Objetivo	Acción	Recurso	Responsable	Costo
<b>Estrategia de fijación de precio para penetrar en el mercado.</b>	Establecer un precio competitivo permitiéndonos la captación de clientes económicamente potenciales para la estabilidad del negocio.	Determinar el costo unitario que incurre la elaboración de los batidos ofertados por el negocio logrado así la obtención del margen de ganancia por cada uno y su precio de venta.  Fijación de precio es de:  -Fresa, pera, manzana C\$60  -Melón Naranja y Zanahoria C\$45  Pera, Kiwi C\$60	—	Caja	El costo unitario de cada uno de los batidos se refleja en las tablas N° 9, 10, 11, 12 por lo tanto no pertenece al presupuesto de marketing

		Banano y Leche C\$ 45			
		Precio final al cliente.			

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

Es una de las estrategias utilizadas en los canales de distribución cuando la empresa o el fabricante tratan de llegar todos los puntos de ventas que le sean posibles.

De esta forma tu producto puede llegar a ser consumido de forma masiva, al alcance de todos los clientes, en el mercado. Por lo que esta estrategia de distribución por definición se suele aplicar a productos de uso básico, diario o continuo por parte del consumidor. Figuera, (2011 )

Estrategia de distribución sabores:

**Tabla 6 Estrategias de plaza**

Plaza					
Estrategia	Objetivo	Acción	Recurso	Responsable	Costo
Estrategia de distribución intensiva.	Establecer el local de Mix Sabores en un lugar estratégico donde nos permita abarcar la mayor cantidad de clientes posibles.	Selección de espacio con mayor concurrencia de población como: módulo de Antiguo cine González.	Gastos de contrato de arriendo.	Administración	C\$4,000

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

**Diseño de canal de distribución**

**Ilustración 8 Canal de distribución**



*Fuente: Equipo investigativo 2020*

Canal directo

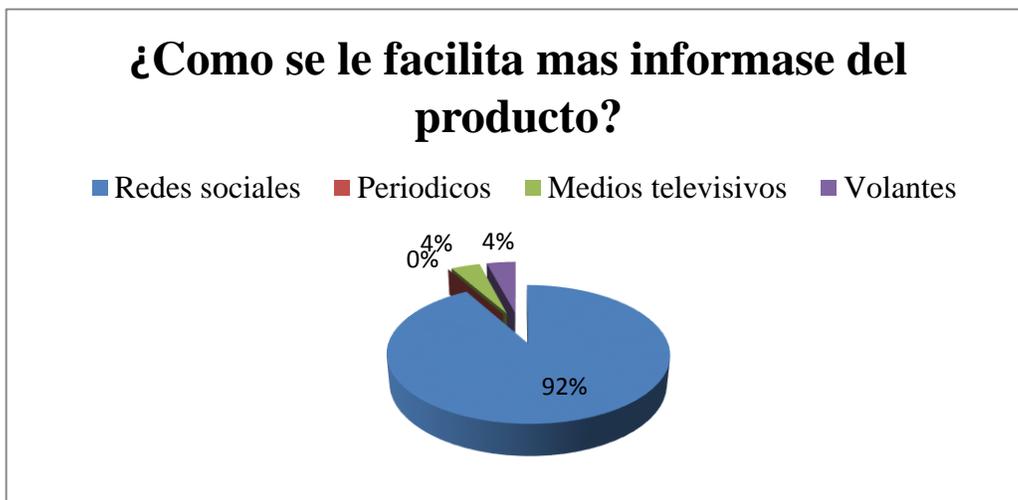


Mini empresa Sabores

Clientes

**Publicidad**

**Ilustración 9 Medio de publicidad del producto**



*Fuente: Equipo investigativo 2020*

De acuerdo al instrumento aplicado a la población de Jinotepe define que el medio más viable para que el producto fuese publicitado es a través de redes sociales debido a que hoy día la mayor parte del tiempo las personas están en estos medios presentándose una oportunidad eficaz y con la ventaja por su bajo costo, pero de igual manera se harán otras opciones de publicidad como volantes y banner.

**Tabla 7 Estrategia de publicidad**

Publicidad					
Estrategia	Objetivo	Acciones	Recursos	Responsable	Costos
Diseñar un plan publicitario para el pequeño negocio Mix sabores	Proporcionar información a las personas para que conozcan el producto mix sabores	Elaboración de página en Facebook con la finalidad de promover el producto y tener mayor acercamiento con los clientes, así estos puedan emitir una opinión sobre la calidad del producto y recomendaciones al público en general.	-Internet Computadora -Material como: imágenes, información y videos	Administración	Los costos de marketing se reflejan en la tabla N°8 presupuesto de marketing
		Elaboración de banner donde se muestre logo del pequeño negocio, ubicación e imágenes de batidos, el cual estará ubicado en las afueras de Sabores.	Computadora -Programa -información -imágenes	Administración	

Fuente: Equipo investigativo 2020

## Presupuesto de marketing

**Tabla 8 Presupuesto de marketing**

Publicidad			
Materiales	Unidad	Precio	Total
Banner 3 x 1 (anual)	1	C\$ 1,200	C\$ 1,200
Banner 2 x 2 (Anual)	1	600	600
TOTAL	2		C\$1800

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

### 4.2.3. Precio de venta.

A continuación se muestra el costo de venta en la elaboración de los batidos

De 12 onzas, tomando en cuenta materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación de cada uno de ellos.

**"Mix Sabores" Estructura de Costos.****Batido de banano con leche****Presentación de 12 onzas.****Expresado en Córdoba.****Tabla 9 Estructura de costos Banano con leche**

<b>Banano con leche</b>	<b>cantidad unid o ml</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Materia Prima</b>			
Banano	2 Unid.	2	C\$4.00
Leche soja	180 MI	0.03	5.40
Miel	10 MI	0.22	2.20
<b>Mano de obra directa</b>			
Producción			2.00
<b>Costos indirectos de fabricación</b>			
Envase y etiqueta			5.05
Pajilla			0.17
Agua			0.08
Luz			0.12
M.O.I			6.14
Internet			0.50
Arrendamiento			2.61
Costo total			<b>C\$28.27</b>
Margen de Ganancia		59%	16.6796304
<b>Precio de Venta</b>			<b>C\$45.00</b>

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

**"Mix Sabores" Estructura de Costos.****Batido melón, naranja, zanahoria****Presentación de 12 onzas.****Expresado en Córdoba.****Tabla 10 Estructura de costos Melón, Zanahoria y Naranja.**

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
<b>Materia Prima</b>			
Melón	1 / 4	6.25	C\$6.25
Zanahoria	.1 / 2	6.66	6.66
Naranja	1	3	3.00
Miel	10	0.22	2.2
<b>Mano de obra directa</b>			
Producción			2.00
<b>Costos indirectos de fabricación</b>			
Envase y etiqueta			5.05
Pajilla			0.17
Agua			0.08
Luz			0.12
M.O.I			6.14
Internet			0.50
Arrendamiento			2.61
Costo total			<b>C\$34.78</b>
Margen de Ganancia		29%	10.086362 4
<b>Precio de Venta</b>			<b>C\$45.00</b>

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

**"Mix Sabores" Estructura de Costos**

**Batido manzana, pera**

**Presentación de 12 onzas**

**Expresado en Córdoba**

**Tabla 11 Estructura de costos Manzana, pera.**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
<b>Materia Prima</b>			
Manzana	1 / 2	16	C\$16.00
Pera	1/ 2	17	17.00
Miel	10	0.22	2.20
<b>Mano de obra directa</b>			
Producción			2.00
<b>Costos indirectos de fabricación</b>			
Envase y etiqueta			5.05
Agua			0.08
Pajilla			0.17
Luz			0.12
M.O.I			6.14
Internet			0.50
Arrendamiento			2.61
Costo total			<b>C\$51.87</b>
Margen de Ganancia		15%	7.780584
<b>Precio de Venta</b>			<b>C\$60.00</b>

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

**"Mix Sabores" Estructura de Costos****Batido de Pera, Kiwi****Presentación de 12 onzas****Expresado en Córdoba****Tabla 12 Estructura de costos Pera, Kiwi.**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
<b>Materia Prima</b>			
Pera	1 / 2 unid.	17	C\$17.00
Kiwi	1 / 2 unid.	17	17.00
Miel	10 ml	0.22	2.20
<b>Mano de obra directa</b>			
Producción			2.00
<b>Costos indirectos de fabricación</b>			
Envase y etiqueta			5.05
Pajilla			0.17
Agua			0.08
Luz			0.12
M.O.I			6.14
Internet			0.50
Arrendamiento			2.61
Costo total			<b>C\$52.87</b>
Margen de Ganancia		13%	6.872612016
<b>Precio de Venta</b>			<b>C\$60.00</b>

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

#### **4.2.4. Estimación de ventas.**

En las siguientes tablas se muestran las proyecciones de ventas tanto físicas como monetarias para la Pequeña empresa MIX SABORES proyectada a tres años.

**Tabla 13 Proyecciones de ventas en unidades físicas, (Primer año).**

Proyecciones de ventas físicas (Mensual)

CEDULAS DE PROYECCIONES  
2021**Cédula N° 1 Proyecciones de Ventas en Unidades Físicas****Año 2021**

<b>Descripción</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Jul</b>	<b>Agosto</b>	<b>Sept.</b>	<b>Oct.</b>	<b>Nov.</b>	<b>Dic.</b>	<b>Total</b>
Banano con leche	480	490	499	509	499	507	514	499	489	499	514	529	<b>6028</b>
Melón, naranja y zanahoria	360	367	375	382	374	380	386	374	367	374	385	397	<b>4521</b>
Manzana pera	240	245	250	255	250	253	257	249	244	249	257	265	<b>3014</b>
Pera. Kiwi	120	122	125	127	125	127	129	125	122	125	128	132	<b>1507</b>
<b>Total</b>	<b>1200</b>	<b>1224</b>	<b>1248</b>	<b>1273</b>	<b>1248</b>	<b>1267</b>	<b>1286</b>	<b>1247</b>	<b>1222</b>	<b>1247</b>	<b>1284</b>	<b>1323</b>	<b>15069</b>

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

**Tabla 14 Proyecciones de ventas en unidades monetarias (Primer año)**

Proyección de ventas en unidades monetarias (Mensual)

<b>Cédula N° 2 Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias</b>														
<b>Descripción</b>	<b>P. de Vta.</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
Banano con leche	C\$45.00	C\$21,600	C\$22,032.	C\$22,472.	C\$22,922.	C\$22,463.	C\$22,800.	C\$23,142.	C\$22,448.	C\$21,999.	C\$22,439.	C\$23,112.	C\$23,805.	<b>C\$271,238.</b>
Melón, naranja y zanahoria	C\$45.00	16,200	16,524	16,854	17,191	16,847	17,100	17,356	16,836	16,499	16,829	17,334	17,854	<b>203,42.</b>
Manzana pera	C\$60.00	14,400	14,688	14,982	15,281	14,976	15,200	15,428	14,965	14,666	14,959	15,408	15,870	<b>180,827</b>
Pera. Kiwi	C\$60.00	7,200	7,344	7,491	7,640	7,488	7,600	7,714	7,482	7,333	7,479	7,704	7,935	<b>90,412</b>
<b>Total</b>		<b>C\$59,400</b>	<b>C\$60,588</b>	<b>C\$61,799</b>	<b>C\$63,035</b>	<b>C\$61,775</b>	<b>C\$62,701</b>	<b>C\$63,642</b>	<b>C\$61,732</b>	<b>C\$60,498</b>	<b>C\$61,708</b>	<b>C\$63,559</b>	<b>C\$65,466</b>	<b>C\$745,907</b>

*Fuente: Equipo investigativo 2020.*

**Tabla 15 Proyecciones de ventas en unidades físicas (Anual).**

Proyecciones de Ventas Unidades Físicas

Descripción	Año 2- 2022	Año 3- 2023
Banano con leche	6164	6303
Melón, naranja y zanahoria	4623	4727
Manzana pera	3082	3152
Pera. Kiwi	1541	1576
<b>Total</b>	<b>15409</b>	<b>15758</b>

*Fuente: Equipo investigativo 2020***Tabla 16 Proyecciones de ventas unidades monetarias (Anual).**

Proyecciones de Ventas Unidades Monetarias

Descripción	Año 2- 2022	Año 3- 2023
Banano con leche	C\$289,293.73	C\$308,634.86
Melón, naranja y zanahoria	216,969.71	231,487.16
Manzana pera	192,307.44	205,175.44
Pera. Kiwi	96,152.78	102,619.28
<b>Total</b>	<b>C\$794,723.66</b>	<b>C\$847,916.74</b>

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

### **4.3. Gestión operativa**

Según la teoría del marxismo, se consideran como medios de producción a los factores intervinientes en todo proceso de trabajo. Abarcan instrumentos mecánicos y tecnológicos o los materiales necesarios para dicha finalidad.

Los medios de producción recogen un amplio abanico de recursos económicos existentes en una economía mediante los cuales se crean y organizan las distintas industrias. Son por tanto motores socioeconómicos de un territorio y posibilitan su desarrollo.

(Javier)

#### ***4.3.1. Objetivos de producción.***

1. Conocer la materia prima, mano de obra y costos incurridos en la elaboración de los batidos.
2. Conocer los Equipos y maquinarias necesarias para la elaboración de batidos.
3. Elaborar flujo grama del proceso en la elaboración de los batidos.
4. Determinar los costos de producción para la elaboración de batidos en el proceso de productivo.

#### ***4.3.2. Materiales necesarios.***

Para el funcionamiento del negocio y la correcta preparación de los alimentos que serán distribuidos por el emprendimiento requiere de los siguientes materiales:

## Naranja

### Ilustración 10 Naranja



Nombre Científico: Rutaceae

La naranja es una fruta de escaso valor calórico y bajo contenido de grasa. Aporta a la dieta una cantidad interesante de fibra soluble (pectinas), cuyas principales propiedades se relacionan con la disminución del colesterol y la glucosa en sangre, así como con el desarrollo de la

flora intestinal. Susana del pozo de la calle, (2020)

## Manzana

### Ilustración 11 Manzana



Nombre Científico: *Malus sylvestris* mill

Es el fruto del manzano, árbol de la familia de las rosáceas. La piel puede ser de color verde, amarilla o rojiza, y la pulpa, harinosa o crujiente, presenta un sabor que varía entre el agrio y el dulce. Contiene en su interior varias semillas de color marrón oscuro.

La manzana aporta hidratos de carbono fundamentalmente en forma de azúcares como fructosa, glucosa y sacarosa, y contiene cantidades apreciables de fibra, tanto soluble como insoluble, siendo esta última la más abundante. Beneficios de la Manzana , (2020)

## Kiwi

### Ilustración 12 Kiwi



El consumo regular de kiwi en el contexto de una dieta equilibrada tiene efectos beneficiosos sobre la función inmune y defensa antioxidante; en la función gastrointestinal, mejorando la digestión proteica y el

estreñimiento; y en el tracto respiratorio superior, ayudando en la prevención de infecciones y mejorando su sintomatología. Por último, el consumo habitual de kiwi se ha asociado a mejoras del estado de ánimo. Lopez Sobaler Ana M, (2016)

## **Banano**

### **Ilustración 13 Banano**



El Banano es una fruta tropical procedente de la planta herbácea que recibe el mismo nombre o banano, perteneciente a la familia de las musáceas. Tiene forma alargada o ligeramente curvada, de 100-200 g de peso. La piel es gruesa, de color amarillo y fácil de pelar, y la pulpa es blanca o amarillenta y carnosa.

El Banano contiene inulina y otros fructooligosacáridos no digeribles por las enzimas intestinales, que alcanzan el tracto final del intestino y tienen efectos beneficiosos sobre el tránsito intestinal. Beneficios del platano, (2020)

## **Zanahoria**

### **Ilustración 14 Zanahoria**



La zanahoria contiene una cantidad apreciable de hidratos de carbono, contiene una cantidad apreciable de hidratos de carbono. Si bien el aspecto más destacable de este alimento desde el punto de vista nutricional. Beneficios de la zanahoria, (2020)

## **Melón**

### **Ilustración 15 Melón**



Es el fruto de la melonera, planta herbácea de tallo rastrero de la familia de las cucurbitáceas. Su forma es normalmente redonda u ovalada con cáscara lisa o reticulada. La pulpa puede ser blanca, amarilla, cremosa, anaranjada, asalmonada o verdosa. Proporcionan el 75% de la ingesta diaria recomendada de vitamina C; y junto a la naranja, es una de las frutas con mayor contenido en folatos. La vitamina C contribuye a la protección de las células frente al daño oxidativo. Los folatos contribuyen al proceso de división celular. Beneficios del melon, (2020)

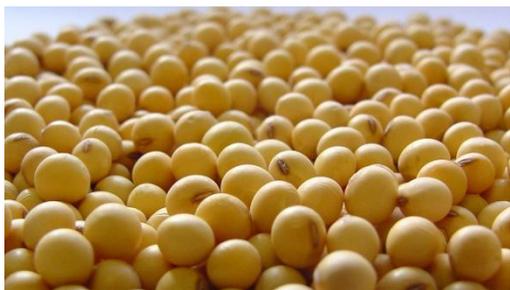
## **Pera**

### **Ilustración 16 Pera**



Fruto carnoso con forma oval o redondeada del peral, árbol de la familia de las rosáceas. Es una fruta de piel delgada, de pulpa jugosa y sabor dulce. La pera aporta cantidades apreciables de fibra, especialmente de tipo insoluble, rica en lignina. De los minerales destaca el potasio y de las vitaminas destaca la vitamina C, en cantidades apreciables. Contiene flavonoides, compuestos con carácter antioxidante. Beneficios de la pera , (2020).

### **Ilustración 17 Soja**



## **Soja**

Valor nutricional de los alimentos y sus productos derivados está dado por la cantidad y calidad de sus nutrientes, que son sustancias digeribles y asimilables por el organismo. Dentro de ellos, los nutrientes esenciales son aquellos que el organismo no sintetiza y, por lo tanto, tienen que ser aportados por los alimentos. Un anti nutriente es un compuesto que disminuye el aprovechamiento de los nutrientes, fundamentalmente de los esenciales. Los nutrientes

contribuyen a cubrir las necesidades energéticas, de materia para cubrir la síntesis de tejidos y para la regulación en el metabolismo del organismo. La soja es una importante fuente de proteínas y aceite y, por lo tanto, un alimento con alto valor nutricional. La composición del grano es, en promedio, 36,5% de proteínas; 20% de lípidos; 30% de hidratos; 9% de fibra alimentaria; 8,5% de agua; y 5% de cenizas. Posee proteínas de alta calidad, en comparación con otros alimentos de origen vegetal. Ridner, (2006)

### Composición nutricional

Frutas	Agua	Energía	Proteína	Grasas	Hidratos de Carbono	Almidón	Azúcares	Fibra
	(g)	(kcal)		(g)	(g)	(g)	(g)	(g)
Kiwi	85,9	55	1,1	0,5	10,6	0,0	10,6	1,9
Manzana	85,7	53	0,3	Tr	12,0	0,6	11,4	2,0
Melón	92,4	28	0,6	Tr	6,0	0,0	6,0	1,0
Naranja	88,6	42	0,8	Tr	8,6	0,0	8,6	2,0
Pera	86,7	49	0,4	Tr	10,6	0,0	10,6	2,3
Banano	74,91	85,23	1,20	0,27	20,80	5,38	12,23	2,50

Fuente: Obtenida de; Arollo Uriarte Paola, (2008)

### Composición Nutricional de la Zanahoria

Tiamina mg	0,05
Rivoflavina mg	0,04
Eq. de Niacina Mg	0,6
Vitamina B6 mg	0,15
Fosfato mg	10
Vitamina C	6
Vitamina A: Eq. de retinol Mg	1,346
Retinol Mg	0
Carotenos Provitamina (A) Mg	8,076
Vitamina D Mg	0
Vitamina E Mg	0,5

Fuente: obtenida de; Arollo Uriarte Paola, (2008)

## Composición Nutricional de la Soja

**Tabla 17 Componentes de la Soja**

Proteína	36,5%
Li- pidos	20%
Hidratos	30%
Fibra Alimentaria	9%
Agua	8,5%
Cenizas	5%

*Fuente: obtenida de; Ridner, (2006)*

### 4.3.3. Capacidad de producción o servicio.

La capacidad de producción es la capacidad que tiene una unidad productiva para producir su máximo nivel de bienes o servicios con una serie de recursos disponibles. Morales, (2020)

**Tabla 18 Capacidad de maquinaria**

Capacidad de la Maquinaria	
Maquinaria	Capacidad de la maquinaria por hora
2 Licuadoras	1 licuada cada 5 min * 2 licuadoras (24) Unidades por hora

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

De manera que podamos deducir la producción de batidos MIX SABORES de la siguiente manera.

**Tabla 19 Capacidad de maquinaria 1.1**

Periodo	Cantidad de producto unidades
1 día	168 Unidades
1 semana	1,008 Unidades
1 mes	4032 Unidades

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

La **capacidad instalada** es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección; puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc. Jara, (2015)

$$\text{Capacidad Efectiva Maxima Diaria} = 168 (24/7.2)$$

$$168 * 3.333$$

$$= 560 \text{ unidades diarias}$$

Utilización Diseñada Producción Real / Capacidad Efectiva Máxima

$$168/560 = 30\%$$

Por lo tanto la capacidad la producción real de diseño de producción es del 30% de su capacidad normal.

## 4.3.4. Equipos de producción.

Tabla 20 Ficha técnica N1 Refrigerador

FICHA TÉCNICA DE EQUIPOS Y UTENSILIOS					
<b>Realizado por:</b>			<b>Fecha:</b>		
<b>Maquinaria:</b>	Refrigerador Automático Black Stainless		<b>Ubicación:</b>	MIX SABORES	
<b>Modelo:</b>	RMP400FZNC		<b>Código de inventario</b>		
<b>Fabricante:</b>	MABE				
<b>Marca:</b>	MABE		<b>Cantidad: 1</b>		
CARACTERISTICAS GENERALES					
<b>Altura</b>	176	<b>Ancho</b>	67.9	<b>Peso</b>	64kg
<b>CARACTERISTICAS TECNICAS</b>			<b>IMAGEN DEL EQUIPO</b>		
<p>Tipo cajones Enfriador Cajón legumbreira con tapa de cristal + Cajón de carnes frías.</p> <p>Tipo Anaqueles 2 anaqueles completos en puerta + 1 anaquel para botellas en refrigerador + 1 anaquel completo en puerta de congelador</p>					
DESEMPEÑO		DATOS DEL PROVEEDOR			
Amplio espacio interior que permite guardar alimentos y recipientes de gran tamaño.		<b>Nombre:</b>	Yarleni García		
Anaquel especial		<b>Dirección:</b>	Managua		
Ahorro de energía y mejor conservación gracias a su sistema de enfriamiento R600		<b>Teléfono:</b>			
		<b>Costo:</b>	C\$7,500		
		<b>Vida útil</b>	5 años		

Fuente: Obtenida de cotización en redes sociales

Tabla 21 Ficha técnica N2 Licuadora

## FICHA TECNICA DE EQUIPOS Y UTENSILIOS



<b>Realizado por:</b>		<b>Fecha:</b>	
<b>Maquinaria:</b>	LICUADORA BLACK & DECKER	<b>Ubicación:</b>	MIX SABORES
<b>Modelo:</b>	BL1670S	<b>Código de inventario</b>	
<b>Fabricante:</b>			
<b>Marca:</b>	BLACK & DECKER	<b>Cantidad:</b>	2

## CARACTERISTICAS GENERALES

<b>Altura</b>	38.4 Cm	<b>Ancho</b>	25	<b>Peso</b>	5.05kg
---------------	---------	--------------	----	-------------	--------

## CARACTERISTICAS TECNICAS

- Potente licuadora para elaborar cualquier tipo de batido
- Acople de metal
- Fusible Intel fuse

## IMAGEN DEL EQUIPO



DESEMPEÑO	DATOS DEL PROVEEDOR	
1000 WATTS	<b>Nombre:</b>	Gallo más Gallo Nicaragua
	<b>Dirección:</b>	Sucursal, Jinotepe
	<b>Teléfono:</b>	1800 5252
	<b>Costo:</b>	C\$3,599
	<b>Vida útil</b>	3 años

*Fuente: Obtenida de cotización en redes sociales*

Tabla 22 Ficha técnica N3 Juego de mesa con 4 sillas

## FICHA TECNICA DE EQUIPOS Y UTENSILIOS



Realizado por:

Fecha:

Maquinaria: Juego de mesa con 4 sillas

Ubicación: MIX SABORES

Modelo:

Código de inventario

Fabricante:

Marca: Madera

## CARACTERISTICAS GENERALES

Altura

1 M

Ancho 40 CM

Profundidad

CARACTERISTICAS  
TECNICAS

Juego de mesa redonda con 4 sillas de madera y base acolchonadle

## IMAGEN DEL EQUIPO



## DESEMPEÑO

Confortable y adaptada para todo tipo de persona

## DATOS DEL PROVEEDOR

Nombre: Mueblería Conchita

Dirección: Masatepe

Teléfono: 2278-4805

Costo: C\$3,000

Vida útil: 5 años

Fuente: Obtenida de cotización en redes sociales

Tabla 23 Ficha técnica N4 Bandeja

## FICHA TECNICA DE EQUIPOS Y UTENSILIOS



Realizado por:

Fecha:

Maquinaria: Bandeja

Ubicación: MIX  
SABORES

Modelo:

Código de inventario

Fabricante:

Marca:

Cantidad: 1

## CARACTERISTICAS GENERALES

<b>Altura</b>	30 Cm	<b>Ancho</b>	20	<b>Profundidad</b>	5
---------------	-------	--------------	----	--------------------	---

CARACTERISTICAS  
TECNICAS

- Alto: 30 cm
- Ancho: 20 cm
- Profundidad: 5 cm

## IMAGEN DEL EQUIPO



## DESEMPEÑO

## DATOS DEL PROVEEDOR

Capacidad para 6 unidades de  
batidos**Nombre:**  
**Dirección:**Mercado Municipal  
Jinotepe**Costo:**  
**Vida útil**C\$350  
5 Años

Fuente: Obtenida de cotización en redes sociales

Tabla 24 Ficha técnica N5 Tasas de medida metálica

## FICHA TECNICA DE EQUIPOS Y UTENSILIOS

**Realizado por:****Fecha:****Maquinaria:** Tasas de medidas Metálicas**Ubicación:** MIX  
SABORES**Modelo:****Código de inventario****Fabricante:****Marca:****Cantidad: 1 set**

## CARACTERISTICAS GENERALES

**Altura****Ancho****Profundidad**CARACTERISTICAS  
TECNICASSet tasas de medidas de 5  
unidades

## IMAGEN DEL EQUIPO



## DESEMPEÑO

Para todo tipo de material

## DATOS DEL PROVEEDOR

**Nombre:**

Mercado Municipal

**Dirección:**

Jinotepe

**Teléfono:****Costo:**

C\$250

**Vida útil**

2 Años

*Fuente: Obtenida de cotización en redes sociales*

Tabla 25 Ficha técnica N6 Set de cuchillos

## FICHA TECNICA DE EQUIPOS Y UTENSILIOS



<b>Realizado por:</b>		<b>Fecha:</b>	
<b>Maquinaria:</b>	Cuchillos	<b>Ubicación:</b>	MIX SABORES
<b>Modelo:</b>		<b>Código de inventario</b>	
<b>Fabricante:</b>			
<b>Marca:</b>		<b>Cantidad:</b>	1 set

## CARACTERISTICAS GENERALES

Altura

Ancho

Profundidad

CARACTERISTICAS  
TECNICAS

Set de chillos cómodos para mayor facilidad de corte

## IMAGEN DEL EQUIPO



DESEMPEÑO	DATOS DEL PROVEEDOR	
Eficiencia de filo para corte rápido	<b>Nombre:</b>	Mercado Municipal
	<b>Dirección:</b>	Jinotepe
	<b>Costo:</b>	C\$300
	<b>Vida útil</b>	1 año

*Fuente: Obtenida de cotización en redes sociales*

#### 4.3.4.1. Costos totales de equipos y utensilios

**Tabla 26 Costos de equipos y utensilios**

<b>Activos Fijos</b>				
<b>Cant</b>	<b>Activo fijo</b>	<b>P / Unit</b>	<b>Costo total</b>	<b>Vida útil</b>
1	Refrigeradora Mabe	C\$7,500.00	7,500.00	5 Años
2	Licuada Black & Decker	3,599.00	7,198.00	3 año
2	Juego de mesas con 4 sillas	3,000.00	6,000.00	5 años
2	Bandejas	350.00	700.00	5 Años
1	Set de tasas de medidas	250.00	250.00	2 años
1	Set de cuchillos	300.00	300.00	1 Año
<b>TOTAL</b>		<b>C\$ 14,999.00</b>	<b>C\$ 21,948.00</b>	

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

Cada uno de estos equipos adquiridos es de segunda mano ya que se cotizo en lugares que se dedican exclusivamente a la comercialización de cada uno de ellos de los cuales pudimos obtener garantía.

Sabemos que para que un emprendimiento pueda ofrecer productos de calidad es necesario tener las herramientas en excelentes condiciones para su buen despeño por tal motivo se adquirieron en puestos confiables.

#### 4.3.4.2. Mantenimiento de equipos

El manteamiento es realizado para prever posibles daños colaterales no reversibles por tal motivo en MIX SABORES se estimó una cantidad necesaria anual para esto del cual se realizara cada 6 meses.

**Tabla 27 Costos de Mantenimiento**

<b>COSTO DE MANTENIMIENTO</b>		
<b>Equipo</b>	<b>Costo C\$</b>	<b>Cantidad</b>
Refrigeradora	800.00	1
Licadoras	350.00	2
<b>Total</b>	<b>C\$ 1,150.00</b>	

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

#### 4.3.5. Proceso de producción o ciclo del producto y servicio.

**Tabla 28 Proceso de producción o ciclo del producto y servicio**

<b>Proceso</b>	<b>Tiempo en Minutos (10 min)</b>							
	2	3	1	0.50	2	0.50	0.50	0.50
Limpieza								
Pelado								
Trozado y eliminación de defectos								
Verter en la licuadora las frutas								
Licuar correctamente								
Agregar liquido en envases								
Colocación de etiqueta								
Entrega al cliente								

*Fuente. Equipo investigativo 2020*

Los datos reflejados enmarcan el tiempo que incurrirá preparar un batido en cualquiera de las presentaciones ofertadas.

#### 4.3.6. Flujo grama de procesos.

**Ilustración 18** Flujo grama de procesos

Numero	Actividad	○	□	→	◇	▽	◻	□	Tiempo
1	Inicio								
2	Preparar lista de productos necesarios								10 min
3	Solicitar dinero para la compra								10 min
4	Realizar compras								1 hora
5	Proceder al pago								1 min
6	Embolsar los productos comprados								2 min
7	Transportar hacia el local de sabores								5 min
8	Desempacar								2 min
9	Almacenar el producto comprado								5 min
10	Limpieza de frutas								4 min
11	Pelado								6 min
12	Trozado								2 min
13	Licuada de frutas								5 min
14	Colocacion de liquido en embases								1 min
15	Etiquetado								1 min
16	Distribucion del producto final								1 min

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

#### 4.3.7. Distribución de planta.

El local tiene una medida de 7M por 5.5M de área total se distribuyó de la siguiente manera para su mayor funcionamiento.

##### **Cocina y ventanilla de retiro del producto.**

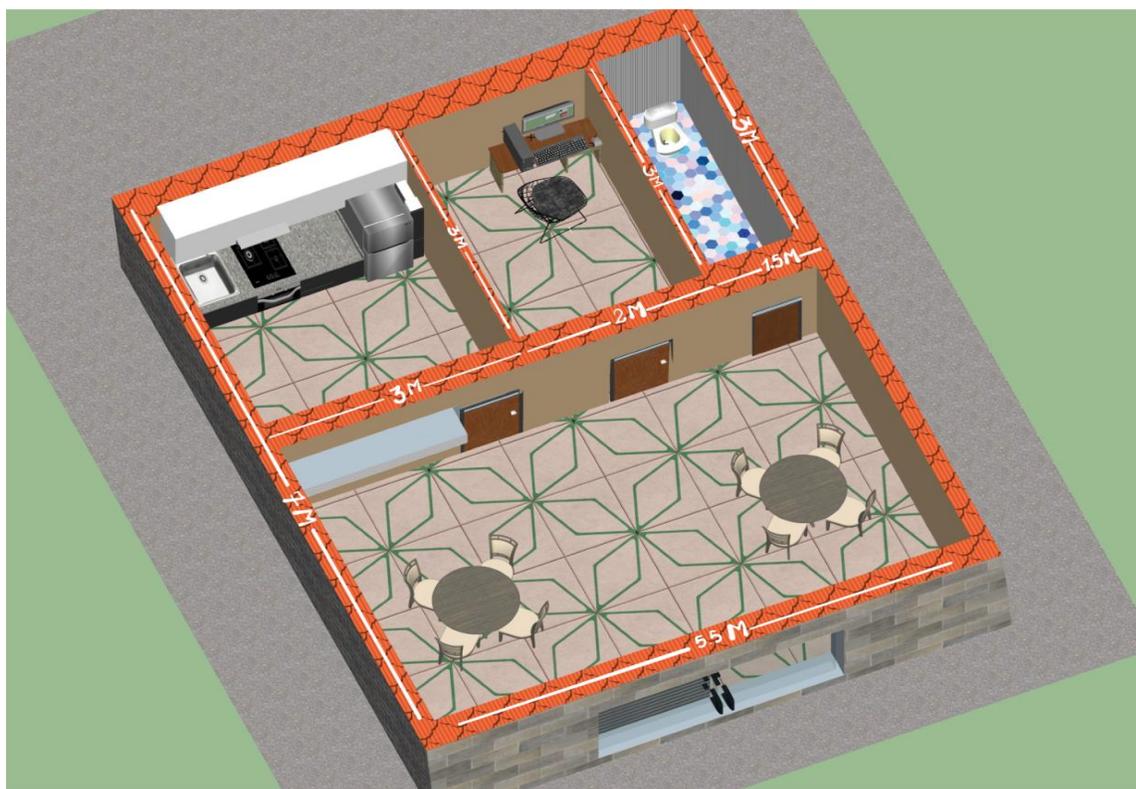
Tiene un area de 3x3 Metros, es importante señalar que esta area es una de las mas necesarias ya que aquí sera donde se elaboraran los batidos, y donde se mantendran las frutas en perfectas condiciones.

**Area de Oficina.** Es un espacio pequeño pero necesario para ue el negocio puedan estar en marcha esta comprende una area de 3 M de largo por 2 M de ancho.

**Baño.** Utilizado para el personal de las instalaciones su medida es de 3M de largo por 1.5M de ancho, es muy espacioso.

**Espacio de Degustacion:** En este espacio es donde estan ubicadas las mesas para los clientes de MIX SABORES tiene un area de 4 M de largo por 5.5M de ancho, este espacio es de gran importancia ya que le permite la comodidad a los clientes de manera que ellos se sientan agusto en las instalaciones.

### Ilustración 19 Distribución de planta



*Fuente: Equipo investigador 2020*

#### 4.3.8. Localización.

La ubicación de esta pequeña empresa “Mix Sabores” dedicada a la elaboración de batidos saludables a base de frutas y vegetales, estará ubicada en la ciudad de Jinotepe departamento de Carazo.

#### **4.3.8.1. Macro Localización.**

Determina el sitio donde se instalara la planta, o en este caso la pequeña empresa “MIX SABORES” estando en el casco urbano de la ciudad de Jinotepe departamento de Carazo, debido a la proximidad con los clientes, economía y cercanía con los proveedores de la materia prima necesarias para la elaboración del producto, disminuyendo los gastos de transporte.

La empresa “Mix Sabores” estará ubicada en el casco urbano debido a que es concurrido por personas que trabajaban, van al gimnasio y universidad.

#### **4.3.8.2. Micro localización**

De acuerdo a las necesidades de allegarnos más con nuestros clientes y ser reconocidos, se ha seleccionado módulo 2 ubicado en el antiguo cine González.

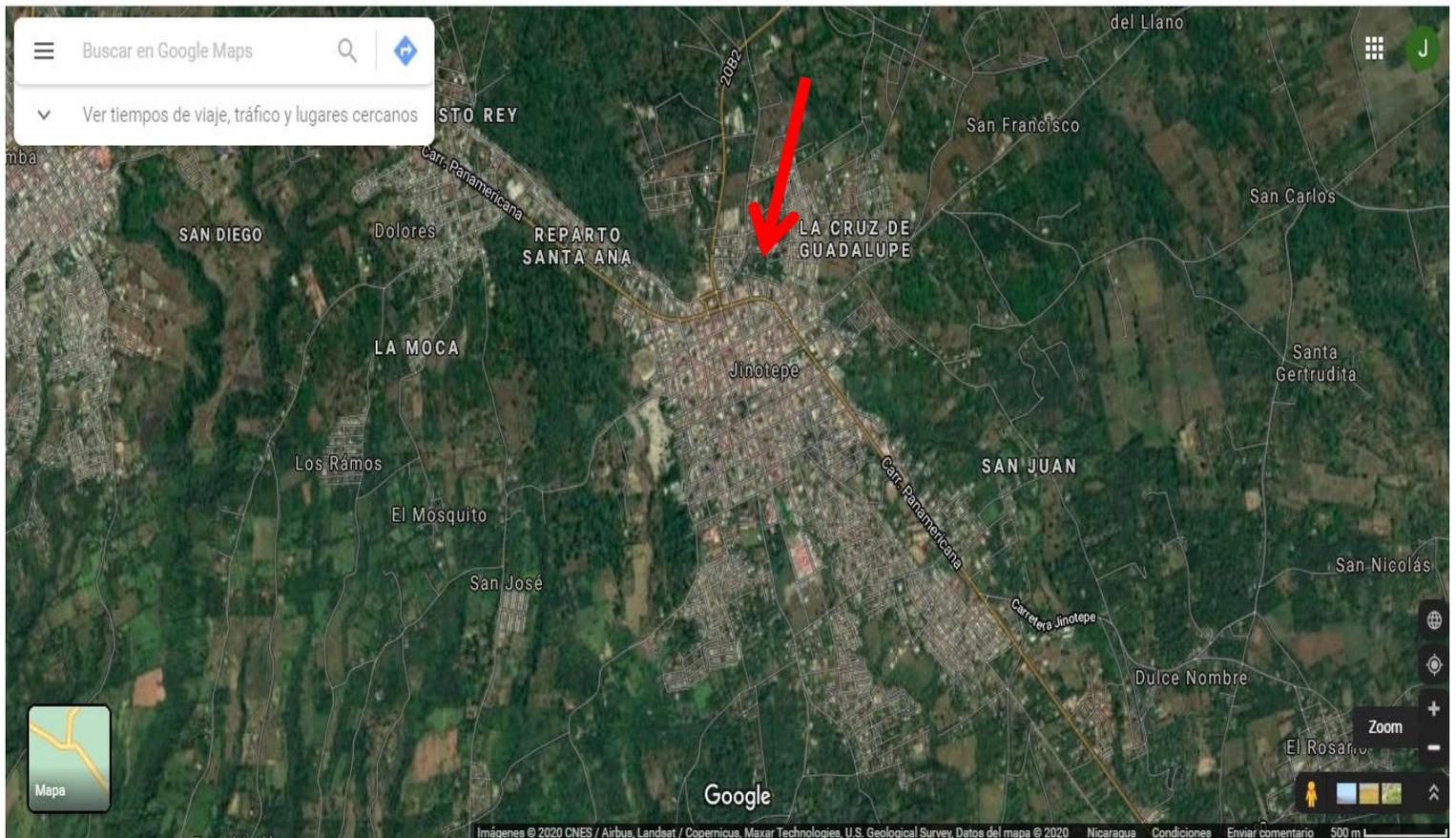
Ventajas de la ubicación de las instalaciones.

- Accesibilidad a la Materia Prima
- Servicios Básicos
- Comunicación con Proveedores
- Afluencia de personas.

Considerando los aspectos del establecimiento de “Mix Sabores” concluimos que será óptimo y oportuno por la accesibilidad en todo lo antes mencionado, ayudando al crecimiento económico y laboral del municipio.

### 4.3.8.3. *Mapa satelital del negocio*

**Ilustración 20** Mapa satelital Mix sabores



*Fuente: Equipo investigativo 2020*

### 4.3.9. Buenas prácticas laborales.

**Tabla 29 Buenas prácticas laborales**

N°	Buenas Practicas	Descripción
1	Normas de Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> <li>-La materia prima deben inspeccionarse y clasificarse.</li> <li>- La materia prima debe estar almacenada en un lugar acorde al producto.</li> <li>- Utilizar el equipo necesario para elaborar el producto.</li> <li>- Utilizar vestimenta y calzado cómodo.</li> <li>- Limpiar la superficie donde se elabora el producto.</li> </ul>
2	Normas de Higiene	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Limpieza de la materia prima.</li> <li>- Lavarse las manos y desinfectar el área de trabajo.</li> <li>-Utilizar cubre boca.</li> <li>-Mantener limpias y cortadas las uñas.</li> <li>-Se prohíbe fumar, mascar, comer o beber y escupir durante las labores diarias.</li> <li>-Evitar estornudar y toser sobre los productos.</li> <li>- Prohibido el uso de joyas en las manos al estar en contacto directo con el producto.</li> <li>-Rotulo de lavado de las manos al entrar al local.</li> </ul>
3	Normas Ambientales	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Evitar acumular basura, desperdicios entre otros.</li> <li>-Depositar la basura en su lugar.</li> <li>-Uso eficiente de energía eléctrica.</li> <li>-Evitar desperdicios de agua.</li> <li>-No generar ruido en exceso.</li> </ul>
4	Normas Sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Utilizar saludos de cortesía.</li> <li>-Evitar vocabulario obsceno.</li> <li>-No interrumpir cuando alguien esté hablando.</li> <li>- No mirar fijamente a otras personas.</li> <li>-No señalar de frente a las personas.</li> <li>- Ser respetuoso.</li> <li>- Mantener la distancia de 2M entre persona y persona.</li> <li>-Respetar el tiempo y el horario de los demás.</li> </ul>

Fuente: Equipo investigativo 2020

#### **4.4. Gestión organizativa**

##### ***4.4.1. Aspectos legales y tributarios.***

Las pequeñas y medianas empresas, mejor conocidas como PYME son empresas compuestas por un número reducido de trabajadores y un moderado volumen de facturación.

Según Colegio de contadores publicos Mexico, (2010) afirman: que las pequeñas y medianas empresas componen un importante papel en la economía de todos los países. Tienen particular importancia para la economía nacional, no sólo por sus circunstancias a la producción y distribución de bienes y servicios, sino también por su capacidad de cambiar rápidamente su estructura productiva.

En Nicaragua existe la ley de promoción, fomento y desarrollo económica de la pequeña, micro y mediana empresa (MIPYME) ley N°645 cuyas funciones según el Arto.8 de las COMIPYME son:

1. Evaluar y regular los programas, normas y políticas de promoción y fomento de las MIPYME, dentro del marco de su competencia, con énfasis en la aplicación de soluciones referidas a los obstáculos más relevantes en su desarrollo. Así mismo, dar seguimiento a dichos programas;
2. Establecer la coordinación con las instituciones del sector público y privado, para desarrollar la efectividad de los programas de fomento y desarrollo de las MIPYME
3. Organizar los sectores productivos en correspondencia con la estrategia institucional del MIFIC que incluya la conformación de las comisiones sectoriales como instancia de consulta y concertación;
4. Promover el desarrollo de las organizaciones empresariales, la asociatividad y las alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas de apoyo a este sector;

5. Establecer mecanismos de flexibilización, simplificación y descentralización operativa que faciliten la creación, gestión y operación de las MIPYME;
6. Desarrollar el Sistema Integrado de Información de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (SII-MIPYME), y sus estadísticas;
7. Proponer en coordinación con el Instituto Nicaragüense de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (INPYME), el Ministerio de Educación (MED), el Instituto Nacional Tecnológico (INATEC), las Universidades y otras Instituciones del Sector Educativo Público y Privado, la adecuación de los programas de educación de conformidad a las necesidades de desarrollo empresarial de las MIPYME;
8. Promover la creación de parques industriales, parques tecnológicos, centros de investigación, centros de desarrollo tecnológico, programas de creación de empresas y centros de desarrollo productivo, que conlleven la masificación y unificación de las MIPYME;
9. Promover el crecimiento, diversificación y consolidación, de las exportaciones, implementando estrategias de mercado y de oferta exportable;
10. Analizar el entorno económico, político y social, así como el impacto sobre las MIPYME y la capacidad de dinamizar la competitividad de éstas en los mercados de bienes y servicios y adecuarlos conforme al objetivo de esta Ley;
11. Promover la formulación, ejecución y evaluación de Programas y Políticas Públicas favorables para que las MIPYME consoliden, mejoren e incrementen su competitividad;
12. Apoyar a las MIPYME ubicadas en áreas de economía campesina, estimulando la creación y fortalecimiento de empresas y empresarios rurales, propiciando la agregación de valor a la actividad económica del agro;

13. El MIFIC, será el órgano encargado de fomentar la organización de los Consejos Regionales y Departamentales MIPYME, la integración y funcionalidad de éstos y todo aquello que conduzcan a fortalecer y desarrollar a las MIPYME de acuerdo a esta Ley, deberá ser establecido en el Reglamento de la presente Ley; y

14. Formular políticas para la creación de empresas con presencia de jóvenes, mujeres, personas de la tercera edad y personas con capacidades diferentes. Asamblea Nacional, (2008)

### Leyes que rigen el pequeño negocio “MIX SABORES”

**Tabla 30 Leyes que rigen mix sabores**

<b>Ley</b>	<b>Artículo</b>	<b>Impacto</b>
<b>Ley No. 185, código de trabajo.</b>	Arto. 1 Arto. 76, 86 y 93	Regula las relaciones de trabajo estableciendo los derechos y deberes mínimos de empleadores y trabajadores. Obliga a cumplir con las prestaciones de ley como derechos irrenunciables.
<b>Ley No. 1822, concertación tributaria.</b>	Arto. 4 Arto. 240	Erige el gravamen fiscal a personas naturales y jurídicas y para los pequeños contribuyente pago de cuota fija por ventas menores a C\$ 100,000.00 al mes
<b>Ley No. 645, promoción, fomento y desarrollo de la pequeña, micro y mediana empresa.</b>	Arto. 1 Arto. 8	Fomenta la creación, regulación y desarrollo de MIPYME de diversos sectores económicos.
<b>Ley No. 257, justicia tributaria y comercial.</b>	Ley No. 257	La presente ley tiene por objeto regular y establecer tributos, así como las exoneraciones.

<b>Ley No. 850, ley creadora de registro único del contribuyente.</b>	Arto. 2	Establece en su inciso a) que están obligadas a inscribirse en el registro único las personas naturales y jurídicas que estén sujetas a rendir declaración.
<b>Ley No. 618, higiene y seguridad ocupacional y de los riesgos profesionales.</b>	Arto.1	Regula la materia de higiene y seguridad del trabajo, mediante la promoción, desarrollo y vigilancia de acciones en el desempeño de las labores.

*Fuente: Obtenido de Asamblea Nacional , (2019)*

De acuerdo a la ley la Pequeña empresa “Mix Sabores” productora de batidos naturales, según el rango de la ley es una Microempresa al poseer menos de 5 trabajadores.

#### **Clasificación de las MIPYME**

Se clasifica como micro, pequeña y mediana empresa las personas naturales o jurídicas que cumplan con los siguientes requisitos. La clasificación de cada MIPYME, en la categoría que corresponda a micro, pequeña y mediana empresa se hará conforme a los parámetros indicados a continuación.

<b>Variable</b>	<b>Micro empresa</b>	<b>Pequeña Empresa</b>	<b>Mediana</b>
Número total de trabajadores	1-5	6-30	31-100
Activos Totales (Córdobas)	Hasta 200.0 miles	Hasta 1.5 millones	Hasta 6.0 Millones
Ventas Totales Anuales(Córdobas)	Hasta 1 Millón	Hasta 9 Millones	Hasta 40 Millones

Fuente: Obtenida de; Asamblea Nacional,(2008)

Según lo establecido en la ley No. 822 ley de Concertación Tributaria la empresa entrará bajo el régimen de cuota fija, debido a los pocos volúmenes de ventas son menores a C\$100,000.00. Por tanto siguiendo el proceso de inscripción del negocio como persona natural remitiéndonos a las siguientes instituciones.

- Dirección General de Ingreso (DGI)
- Alcaldía Municipal de Jinotepe
- Instituto de Seguridad Social (INSS)

#### 1. Registro Mercantil

- Solicitud de inscripción
- Libros contables (diario y mayor)
- Fotocopia de cédula de identidad

#### 2. Dirección general de ingreso, Registro Único de Contribuyente (RUC)

- Fotocopia de la solicitud de inscripción entregada en el registro mercantil
- Fotocopia de la minuta cancelada del pago en el registro mercantil
- Fotocopia de cédula de identidad
- Fotocopia de recibí de servicios públicos (agua, luz o contrato de arriendo)
- Fotocopia de poder especial para realizar trámite
- Libro diario y mayor inscrito en el registro.

#### 3. Alcaldía

- Fotocopia de cédula o número RUC
- Contrato de arriendo
- Compra de solicitud de matrícula
- Certificado sanitario de funcionamiento extendido por el INSS
- Carta de solicitud de negocio dirigida a la administración tributaria
- Solvencia municipal

4. Documento nacional inscrito en la DGI, persona natural (cuota Fija)

- Carta de solicitud de inscripción
- Copia de cédula de identidad o cédula de resistencia
- Copia de servicios públicos
- Llenado de formato de inscripción (administración de renta)
- Tener 18 años
- Correo electrónico

I. Alcaldía

- Copia de cédula RUC
- Copia de cédula de identidad
- Carta para trámite
- Permiso de la Policía
- Inspección del MINSA al negocio

5. Trámite para afiliarse como patronato al INSS

- Formulario de inscripción del empleador (original y copia)
- Formulario de inscripción del trabajador (original y copia)
- Formulario de acceso al SIE (original y copia)
- Constancia de matrícula municipal (original y copia)
- Certificado de inscripción en el RUC
- Certificado de inscripción en el RUC régimen cuota fija (original y copia)
- Cédula de registro único del contribuyente
- Documento de identidad (original y copia)
- Número de atención

6. Licencia de higiene y seguridad del trabajo

El empleador tiene la obligación de poseer su licencia HST vigente para iniciar operaciones.

### 4.3.1. Actividades y gastos preliminares.

**Tabla 31 Actividades**

Actividad	Objetivo	Responsable
Tener conocimiento de los aspectos legales para la constitución de la mini empresa.	Identificar principales instituciones para legalizar mix sabores.	Administración
Solicitud de requisitos de inscripción del negocio	Recaudar la documentación necesaria para la legalización de sabores	Caja
Inscripción del negocio en DGI, Alcaldía de Jinotepe , seguro social y demás instituciones	Presentar la documentación pertinente para el debido proceso	Administración

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

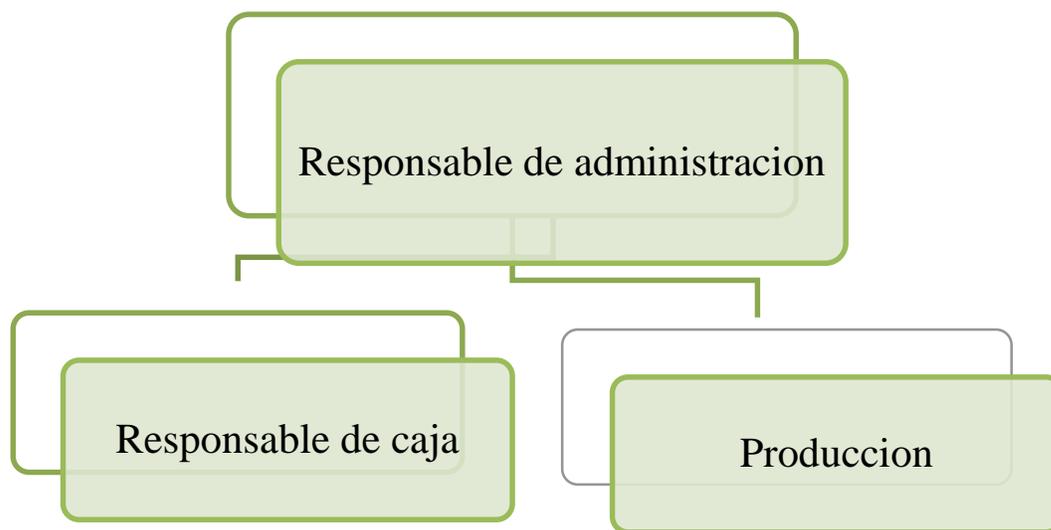
**Tabla 32 Gastos preliminares**

Gastos de Organización			
Detalle	Precio	Cant	Costo
Pago de matricula	C\$ 800.00	1	C\$ 800.00
Pago a la DGI	20.00	1	20.00
Inspección del centro de Salud	150.00	1	150.00
Pago al MINSA	120.00	1	120.00
Anticipo a renta	300.00	1	300.00
Gastos de transporte	350.00	1	350.00
<b>TOTAL</b>			<b>C\$ 1,740.00</b>

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

### 4.3.2. Estructura organizativa.

Ilustración 21 Organigrama Funcional Mix sabores



Fuente: Equipo investigativo 2020

**Tabla 33 Cargos de personal**

Nombre del Cargo	Nº de Personas en el cargo
Responsable de Administración	1
Responsable de Caja	1
Producción	1
Total	3

Fuente: Equipo investigativo 2020

#### ***4.3.3. Necesidad de personal.***

Según Steven Jobs: “el espíritu emprendedor tiene tanta fuerza que mueve a un ser humano ordinario a levantarse y alcanzar grandes metas”.

En MIX SABORES la necesidad del personal depende fundamentalmente del desempeño de los trabajadores y del giro de la empresa, por tanto el personal será mínimo debido a que un trabajador puede hacer diversas funciones (ver anexo ficha de funciones), donde se obtenga mayor productividad y eficiencia, sin sobre explotar o poner en riesgo al personal obtenido excelentes beneficios. Se limitó al personal debido a que existe poca inversión del capital del trabajo y los movimientos de la entidad son mínimos.

#### ***4.3.4. Principales funciones.***

**Administrador:** realiza las principales funciones para la toma de decisiones, operando de manera eficaz y eficiente los recursos de la empresa. Responsable y encargado de la evaluación y desempeño de la entidad.

**Cajero:** encargado de las entradas y salidas de dinero, de igual manera estará en contacto con el cliente respondiendo a los problemas cotidianos de forma afectiva.

**Ayudante:** estará en el proceso de la elaboración de las bebidas, por tanto estará en contacto con los clientes.

#### ***4.3.5. Reclutamiento y selección de personal***

##### ***4.3.5.1. Reclutamiento***

El organigrama está conformado por un grupo especializado capaz de cumplir con los objetivos y metas establecidas de forma eficiente, de manera que cumplan con los estándares y políticas, proporcionando ventaja en el sector local e insertarnos en el mercado departamental.

Los cargos deberán cumplir con requisitos establecidos y serán reclutados de la siguiente manera:

1. Se elaborara una página en redes sociales, donde se publicara el número de vacantes, requisitos y lugar de entrevista.
2. Se pedirá documentación personal, profesional y legal.
3. Elaboración del contrato temporal, para el personal técnico.
4. Seleccionado al candidato se realizara el proceso de inducción.

#### ***4.3.5.2. Selección del personal***

Es el proceso donde el encargado elige al candidato más idóneo al puesto de trabajo, cumpliendo con las expectativas esperadas.

##### *4.3.5.2.1. Contratación del personal*

La contratación es el paso siguiente después del proceso de selección y reclutamiento. Donde a través de un contrato acuerdan entre empleador y empleado las condiciones expuestas y los derechos que obtienen.

Según el Arto n°20 el contrato tendrá los siguientes aspectos:

- Lugar y fecha de celebración
- Identificación y domicilio de las partes
- Descripción del trabajo y lugar donde deba realizarse
- Jornada laboral
- Tipo de contrato
- Cuantía remunerable, su forma, periodo y lugar de pago
- Obligaciones del empleador y empleado
- Políticas de la entidad
- Firmas de ambas partes.

El contrato se redactara según el Arto N°23 del Código del Trabajo el cual se lee “El contrato de trabajo se redactara en dos ejemplares firmados por ambas partes entregándose uno de ellos al trabajador”.

Especificaciones de las prestaciones sociales

### **1. Vacaciones**

Según la ley No. 185 en su Arto. 76 establece: “todo trabajador tiene derecho de 15 días de descanso continuo y remunerado en concepto de vacaciones, por cada 6 meses de trabajo ininterrumpidos al servicio de un mismo empleador”.

### **2. Décimo tercer mes**

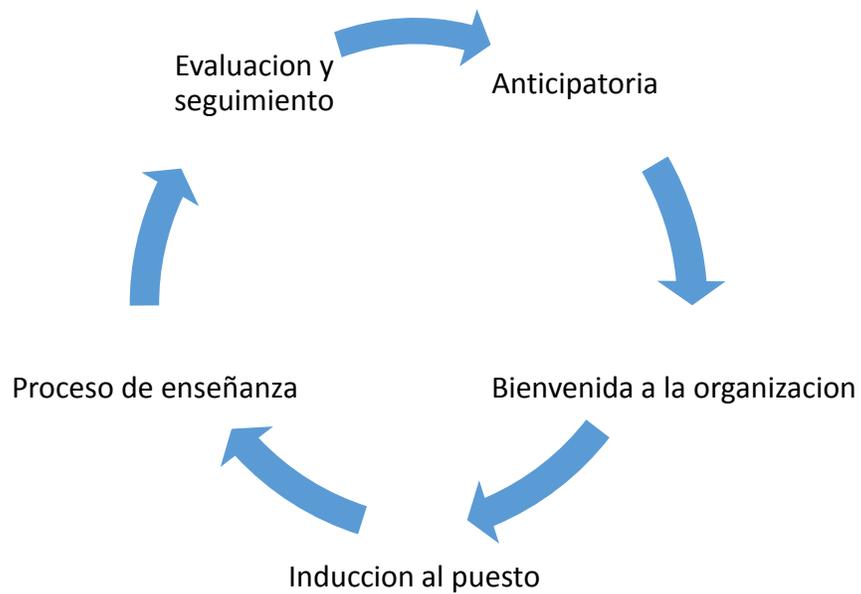
Arto 93. “Todo trabajador tienen derecho a que su empleador le pague un mes de salario adicional después de un año de trabajo continuo, o la parte proporcional que corresponda al periodo de un tiempo trabajado, mayor de un mes o menor de un año”.

### **Deducciones**

**INSS:** el instituto de seguridad social establece que todo empleador debe de retener el 7% de inss laboral y un patrono de 21.5%.

#### *4.4.6.2.2. Integración del personal*

El proceso de integración comprende la inducción u orientación y la socialización. Es el proceso mediante el cual el nuevo trabajador comprende el sistema de valores, normas y patrones de comportamiento requeridos por la organización.

**Ilustración 22 Etapas del proceso de inducción.**

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

## Artículos de limpieza

Tabla 34 Artículos de Limpieza

Descripción	Imagen de referencia	Cantidad	Costo unitario C\$	Total C\$
Alcohol en gel		1	115	115
Ambientador		1	60	60
Escoba		1	80	80
Lampazo		1	55	55
Pala		1	50	50

Papelera		1	180	180
Mecha		1	50	50

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

**Tabla 35 Materiales de aseo**

<b>Materiales de aseo</b>				
<b>Materiales</b>	<b>Unidad</b>	<b>precio</b>	<b>Total</b>	
Escoba	1	C\$ 80.00	C\$ 80.00	
Lampazo	1	55.00	55.00	
Pala	1	50.00	50.00	
papelera	1	180.00	180.00	
Mecha	1	50.00	50.00	
Asistin	1	60.00	60.00	
Alcohol gel	1	115.00	115.00	
<b>TOTAL</b>			<b>C\$ 475.00</b>	

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

#### 4.3.6. Equipos de oficina.

**Tabla 36 Equipo de oficina N1 Escritorio**

**#1**

**Equipo: Escritorio**



**Cantidad**  
**1**

**Descripción**  
Escritorio de  
madera con 3  
gavetas  
Ancho: 1.5 M  
Largo: 1 M

**Información del proveedor**  
**Proveedor:** María Elena Loasiga Ruiz  
Contacto:  
**Dirección de sitio:** Facebook.com

---

*Fuente: Obtenido de cotización de redes sociales*

**Tabla 37 Equipo de oficina N2 Silla de Espera**

**#2**

**Equipo: Silla de espera**



<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Información del proveedor</b>
<b>2</b>	Silla de espera cómoda	<b>Proveedor:</b> Rosy Gracia  <b>Contacto:</b> Facebook  <b>Dirección:</b> Managua

---

*Fuente: Obtenido de cotización de redes sociales*

**Tabla 38 Equipo de Oficina N3 Computo portátil**

**#3**

**Equipo: Computo portátil**



<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Información del proveedor</b>
<b>1</b>	Computo portátil Windows 10 Almacenamiento 256 GB RAM 8 GB	<b>Proveedor;</b> Marcos Roberth Aguilar  <b>Dirección:</b> Diriamba, del reloj 2 cuadras al sur

---

*Fuente: Obtenido de cotización de redes sociales*

**Cuadro de detalles de opciones más viables de compras**

**Tabla 39 Detalle de compras**

N°	Descripción	Estado	Precio unit.	Cantidad	Total
1	Escritorio	Usado	C\$1,600.00	1	C\$1,600.00
2	Silla de espera	Usado	400.00	2	800.00
3	computador portátil	Usado	6,500.00	1	6,500.00
<b><u>TOTAL</u></b>					<b>C\$8,900.00</b>

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

**Cuadro de depreciación de mobiliario y equipo de oficina**

**Tabla 40 Depreciación de Equipo de oficina**

Mobiliario y Equipo de Oficina								
Descripción	Cant.	Precio unitario C\$	Costo C\$	Vida útil Años	Depreciación		Valor salvamento	
					Anual C\$	Mensual C\$		
Escritorio de oficina	1	1,600	1,600	5	320.00	26.67		
Computador	1	6,500	6,500	2	3,250	270.83	6,500	
Silla de espera	2	400	800	5	160	13.33		
<b>Total</b>			<b>8,900</b>		<b>3,730</b>	<b>310.83</b>	<b>6,500</b>	

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

## Útiles de oficina

Tabla 41 Artículos de Oficina

<b>Proveedor</b>	 <b><u>LIBRERÍA SANTIAGO</u></b>		
<b>Dirección</b>	<b>Jinotepe, 1 y 2 BDF 25 vs. al Norte</b>		
<b>Teléfono</b>			
<b>N</b>	<b>Descripción</b>	<b>Imagen</b>	<b>Cantidad</b>
<b>1</b>	Engrapadora industrial de golpe.		1
<b>2</b>	Calculadora de impresión inteligente de recibos		1
<b>3</b>	Resma de papel bloc escribe 100 hojas		2
<b>4</b>	Caja de lapiceros variados marca paper mate (Azul, negro y rojo)		3

5	Caja de grapas		2
6	Tablero acrimet		2
7	Tijera de oficina		2
8	Corrector		2
9	Saca grapas		2
10	Caja chica		1

11	Libro Diario		1
12	Libro Mayor		1

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

**Tabla 42 Costo de Útiles de oficina**

Útiles de oficina opciones más viables de compras						
N°	Útiles	Costo Unitario C\$	Cantidad	Total	I.V.A 15%	Total + I.V.A
1	Engrapadora	682.00	1	C\$ 682	C\$ 102.3	C\$ 784.3
2	Calculadora	233.00	1	233	34.95	267.95
3	Resma de papel bloc	132.00	2	264	39.6	303.6
4	Caja de lapicero	39.00	3	117	17.55	134.55
5	Caja de grapas	28.00	2	56	8.4	64.4
6	Tablero acrimet	49.00	2	98	14.7	112.7
7	Tijera	32.00	2	64	9.6	73.6
8	Corrector	12.00	2	24	3.6	27.6
9	Saca grapas	24.00	2	48	7.2	55.2
10	Caja chica	596.00	1	596	89.4	685.4
11	Libro de Diario	100.00	1	100	15	115
12	Libro de Mayor	80.00	1	80	12	92
<b>TOTAL</b>		<b>C\$2,007.00</b>	<b>20</b>	<b>C\$2,362.00</b>	<b>C\$ 354.3</b>	<b>C\$ 2,716.3</b>

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

#### **4.3.7. Gastos Administrativos**

Los gastos administrativos que se incurrieron para mantener el funcionamiento en la administración y dirección del negocio son:

- Salario del personal Administrativo
- Prestaciones Sociales
- Vacaciones
- Aguinaldos
- Obligaciones patronales
- Seguro social de personal
- Otros Gastos
- Papelería y útiles de oficina
- Artículos de limpieza
- Mantenimiento
- Servicios básicos
- Agua
- Luz
- Internet
- Alquiler de local

Aunque no están relacionados directamente con las operaciones del producto son necesarios para proporcionar ingresos. (Ver Anexo 9)

## 4.5. Gestión financiera

### Objetivos

- Determinar los recursos financieros indispensables en la realización del negocio “Mix Sabores”.
- Cuantificar costos e ingresos de las operaciones de “Mix Sabores”.
- Realizar proyecciones para obtener la rentabilidad del proyecto.
- Evaluar los indicadores financieros como la VAN, TIR así como el flujo de caja del negocio.

#### 4.5.1. Inversión.

##### 4.5.1.1. Activos no corrientes.

Para la ejecución del proyecto se requiere de la estimación de la inversión inicial la cual se obtiene mediante la cotización de los distintos elementos que se utilizaran para poner en marcha este negocio. A continuación se presenta el listado de los equipos tangibles con los que contara “Mix Sabores”.

**Tabla 43 Activos fijos del pequeño negocio "MIX SABORES"**

Activo Fijo			
Descripción	Cant	Precio unitario	Costo
Escritorio de oficina	1	C\$ 1,600.00	C\$ 1,600.00
Computadora	1	6,500.00	6,500.00
Silla de espera	2	400.00	800.00
Refrigeradora	1	7,500.00	7,500.00
Comedor	2	3,000.00	6,000.00
Licuada	2	3,599.00	7,198.00
<b>Total</b>		<b>C\$ 22,599.00</b>	<b>C\$ 29,598.00</b>

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

#### 4.5.1.2. *Activos intangibles.*

Son aquellos activos que se conforman de manera organizativa para el funcionamiento del pequeño negocio a continuación se presenta la siguiente tabla:

**Tabla 44 Activos intangibles de "Mix Sabores"**

Detalle	Total
Pago de matricula	C\$ 800.00
Pago a la DGI	20.00
Inspección del centro de salud	150.00
Pago al MINSA	120.00
Anticipo a renta	300.00
Gastos de transporte	350.00
Gastos de organización	1,740.00
Publicidad al inicio de operaciones	1,800.00
Investigación y desarrollo	1,000.00
<b>Total</b>	<b>C\$6,280.00</b>

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

#### 4.5.1.3. *Capital de trabajo.*

El capital de trabajo son todos los recursos necesarios para que un negocio opere de manera efectiva y eficiente, necesitando cubrir sus necesidades al inicio de sus operaciones, para poner en marcha el negocio.

El capital de trabajo es la inversión adicional líquida que debe aportarse para que la empresa empiece a elaborar el producto. Contablemente se define como activo circulante menos pasivo circulante. A su vez, el activo circulante se conforma de los rubros valores e inversiones,

inventario y cuentas por cobrar. Por su lado, el pasivo circulante se conforma de los rubros sueldos y salarios, proveedores, impuestos e intereses.

**Tabla 45 Capital de trabajo para inicio de operaciones**

<b>Capital de Trabajo</b>	
Compra de materia prima	C\$ 24,867.60
Compra de materiales indirectos	6,264.00
Herramientas, utensilios y enseres	900.00
Sueldos y Salarios (3 meses)	36,632.52
Seguro Social (Aporte Patronal, 3 meses)	7,875.99
Gastos Administrativo	2,681.72
Gastos de Venta	893.91
Renta del local	4,000.00
<b>Total Capital de Trabajo</b>	<b>C\$84,115.74</b>

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

#### **4.5.1.4. Inversión total.**

Durante el desarrollo del plan de negocio se cuantificaron todos los recursos necesarios para poner el negocio en marcha determinando la inversión de la siguiente forma:

**Tabla 46 Inversión total para inicio de operaciones del pequeño negocio "Mix Sabores"**

<b>"MIX SABORES"</b>	
<b>Plan de Inversión</b>	
<b>Descripción</b>	
<b>Inversión Fija</b>	
Mobiliario y equipo de oficina	C\$ 8,900.00
Herramientas	20,698.00
Sub total Inversión Fija	<b>C\$ 29,598.00</b>
<b>Inversión Diferida</b>	
Gastos Organización	C\$ 1,740.00
Publicidad al inicio de las operaciones	1,800.00
Investigación y Desarrollo	1,000.00
Sub total Inversión Diferida	<b>C\$ 4,540.00</b>
<b>Capital de Trabajo</b>	
Compra de materia prima	C\$ 24,867.60
Compra de materiales indirectos	6,264.00

Herramientas, utensilios y enseres		900.00
Sueldos y Salarios (3 meses)		36,632.52
Seguro Social (Aporte Patronal, 3 meses)		7,875.99
Gastos Administrativo		2,681.72
Gastos de Venta		893.91
Renta del local		4,000.00
Sub total Capital de Trabajo	<b>C\$</b>	<b>84,115.74</b>
<b>Total Inversión</b>		<b>C\$ 118,253.74</b>

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

#### **4.5.1.5. Estructura y fuente de financiamiento.**

La estructura financiera se conforma por las inversiones y las fuentes de financiamiento que se utilizan. Se puede decir que la estructura financiera es la obtención de los recursos o medios de pago, que se destinan a la adquisición de los bienes de capital que la empresa necesita para el cumplimiento de sus fines.

(Marcoteórico)

En el desarrollo del estudio financiero se determinó que el financiamiento será interno es decir recurso propio aportando cada uno de los socios el 50%.

Descripción	Porcentaje	Monto C\$
Socio 1	50%	59,126.87
Socio 2	50%	59,126.87
<b>Total</b>		<b>C\$ 118,253.74</b>

*Fuente: Equipo investigativo 2020.*

#### 4.5.2. Presupuesto.

##### 4.5.2.1. Ingresos.

**Tabla 47 Ingresos por ventas Anuales**

Durante el desarrollo de la investigación se determinaron los ingresos por la venta del producto en cada uno de los años, multiplicando las ventas en unidades físicas por el precio de venta por tanto los ingresos anuales se muestran de la siguiente manera

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3
Banano con leche	C\$ 271,238.40	C\$ 289,293.73	C\$ 308,634.86
Melón, Naranja y Zanahoria	203,429.25	216,969.71	231,487.16
Manzana, Pera	108,827.40	192,397.44	205,175.44
Pera, Kiwi	90,412.90	96,152.78	102,619.28
<b>Total</b>	<b>C\$ 745,907.85</b>	<b>C\$ 794,723.66</b>	<b>C\$ 847,916.74</b>

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

#### 4.5.2.2. Egresos

**Tabla 48 Egresos Anuales.**

Los egresos son erogaciones que se generan en el transcurso de las operaciones con el fin de generar ingresos, entre los gastos más relevantes del negocio tenemos los siguientes:

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3
Compra de materia prima	C\$ 312,264.76	C\$ 330,287.42	C\$ 325,315.63
Compra de materia prima indirecta	78,659.34	83,894.99	89,424.27
Sueldos y salarios	146,530.08	150,383.82	154,338.92
Gastos de venta	37,483.45	38,159.31	42,743.08
Gastos de Administración	41,285.33	41,028.69	41,961.19
<b>Total</b>	<b>C\$ 537,563.62</b>	<b>C\$ 643,754.24</b>	<b>C\$ 653,783.07</b>

*Fuente: Equipo investigativo 2020.*

#### 4.5.2.3. Producción.

Durante la elaboración de la estructura de costos se agregaron los tres elementos principales, mano de obra directa, materia prima directa y los CIF cuyo principal objetivo es efectuar un análisis del coste del producto para evaluar el desempeño de la asociación de costos, gastos e ingresos mediante la evaluación arrojada por los estados financieros. Por tanto se elaboró la estructura de costos por cada uno de los productos mostrando así el siguiente reporte.

**Tabla 49 Estructura De Costos Banano con Leche**

MIX SABORES				
Estructura de Costos Anual				
Producto: Banano con Leche				
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Costo Total
Materia Prima Directa				
Banano	C\$ 24,110.00	C\$ 25,261.46	C\$36,366.69	C\$ 85,738.15
Leche	32,370.00	34,544.16	36,943.35	103,857.51
Miel	13,260.54	13,414.98	13,601.11	40,276.64
Sub total Materia Prima Directa	<b>C\$ 69,740.54</b>	<b>C\$ 73,220.60</b>	<b>C\$ 86,911.15</b>	<b>C\$ 229,872.29</b>
Mano de Obra Directa				
Operario 1	15,272.73	15,674.40	16,086.64	47,033.76
Sub total MOD Directa	<b>15,272.73</b>	<b>15,674.40</b>	<b>16,086.64</b>	<b>47,033.76</b>
Costos Indirectos de Fabricación				
Costos Fijos	27,451.94	26,005.85	26,397.53	79,855.32
Costos Variables	31,463.65	33,558.00	35,769.71	100,791.36
Sub total CIF	<b>58,915.59</b>	<b>59,563.85</b>	<b>62,167.24</b>	<b>180,646.68</b>
<b>Costo Total Anual</b>	<b>C\$143,928.86</b>	<b>C\$ 148,458.85</b>	<b>C\$165,165.03</b>	<b>C\$ 457,552.74</b>

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

Tabla 50 Estructura de costos de melón, naranja y zanahoria

<b>MIX SABORES</b>				
<b>Estructura de Costos Anual</b>				
<b>Producto: Melón. Naranja y Zanahoria</b>				
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Costo Total</b>
Melón	C\$28,275.00	C\$30,090.55	C\$ 32,260.65	C\$90,626.20
Naranja	13,563.00	14,468.50	15,418.46	43,449.95
Zanahoria	30,103.20	32,120.06	34,306.14	96,529.40
Miel	9,945.43	10,061.23	10,200.84	30,207.50
Sub total Materia Prima Directa	<b>C\$ 53,611.63</b>	<b>C\$ 56,649.79</b>	<b>C\$59,925.43</b>	<b>C\$ 170,186.85</b>
Mano de Obra Directa				
Operario 1	12,545.45	12,875.40	13,214.02	38,634.88
Sub total MOD Directa	<b>12,545.45</b>	<b>12,875.40</b>	<b>13,214.02</b>	<b>38,634.88</b>
Costos Indirectos de Fabricación				
Costos Fijos	22,549.80	19,504.39	19,798.15	61,852.34
Costos Variables	23,597.79	25,168.50	26,827.28	75,593.57
Sub total CIF	<b>46,147.60</b>	<b>44,672.89</b>	<b>46,625.43</b>	<b>137,445.92</b>
<b>Costo Total Anual</b>	<b>C\$ 112,304.68</b>	<b>C\$114,198.08</b>	<b>C\$119,764.8</b>	<b>C\$ 346,267.64</b>

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

Tabla 51 Estructura de Costos Pera y Manzana

<b>MIX SABORES</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Estructura de Costos Anual</b>			<b>Costo Total</b>
	<b>Producto: Manzana , Pera</b>			
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	
Materia Prima Directa				
Manzana	C\$ 48,224.00	C\$ 51,415.73	C\$ 54,938.34	C\$ 154,578.06
Pera	51,234.06	54,096.20	57,193.67	162,523.92
Miel	6,630.34	6,707.49	6,800.56	20,138.38
Sub total Materia Prima Directa	<b>C\$106,088.39</b>	<b>C\$112,219.41</b>	<b>C\$118,932.56</b>	<b>C\$ 337,240.37</b>
Mano de Obra Directa				
Ayudante 1	5,454.55	5,598.00	5,745.23	16,797.77
Sub total MOD Directa	<b>5,454.55</b>	<b>5,598.00</b>	<b>5,745.23</b>	<b>16,797.77</b>
Costos Indirectos de Fabricación				
Costos Fijos	9,804.26	13,002.93	13,198.77	36,005.96
Costos Variables	15,731.98	16,779.00	17,884.85	50,395.84
Sub total CIF	<b>25,536.25</b>	<b>29,781.92</b>	<b>31,083.62</b>	<b>86,401.79</b>
<b>Costo Total Anual</b>	<b>C\$137,079.19</b>	<b>C\$147,599.34</b>	<b>C\$155,761.41</b>	<b>C\$ 440,439.93</b>

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

Tabla 52 Estructura de Costos Pera, Kiwi

<b>MIX SABORES</b>				
<b>Estructura de Costos Anual</b>				
<b>Producto: Pera, Kiwi</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Costo Total</b>
Materia Prima Directa				
Pera	C\$ 25,617.03	C\$ 27,376.66	C\$ 28,944.17	C\$ 81,937.86
Kiwi	25,617.03	27,376.66	28,944.17	81,937.86
Miel	3,315.14	3,353.74	3,400.28	10,069.16
Sub total Materia Prima Directa	<b>C\$ 54,549.19</b>	<b>C\$ 58,107.07</b>	<b>C\$ 61,288.62</b>	<b>C\$ 173,944.89</b>
Mano de Obra Directa				
Ayudante 1	2,727.27	2,799.00	2,872.61	8,398.89
Sub total MOD Directa	<b>2,727.27</b>	<b>2,799.00</b>	<b>2,872.61</b>	<b>8,398.89</b>
Costos Indirectos de Fabricación				
Costos Fijos	4,902.13	6,501.46	6,599.38	18,002.98
Costos Variables	7,865.91	8,389.50	8,942.43	25,197.84
Sub total CIF	<b>12,768.04</b>	<b>14,890.96</b>	<b>15,541.81</b>	<b>43,200.82</b>
<b>Costo Total Anual</b>	<b>C\$ 70,044.51</b>	<b>C\$ 75,797.03</b>	<b>C\$ 79,703.05</b>	<b>C\$ 225,544.59</b>

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

#### 4.5.2.4. Punto de equilibrio.

Al calcular el punto de equilibrio, se da a conocer la cantidad de productos a producir, para cubrir así los costos y gastos, es decir, donde el negocio no gana ni pierde. MIX SABORES realizó el cálculo, utilizando el método del punto de equilibrio múltiple, demostrando los resultados siguientes.

Nombre	Cantidad	Precio de venta Unitario	Costo de Venta Unitario
Banano con leche	6028	C\$45.00	C\$23.9
Melón, naranja y zanahoria	4521	45.00	31.1
Manzana.	3014	60.00	45.5
Pera			
Pera, kiwi	1507	60.00	46.5

Producto	Banano con leche	Melón, naranja y zanahoria	Manzana. Pera	Pera, kiwi	Total
Cantidad	6028	4521	3014	1507	15069
Producto					
P.V.U.	C\$ 45.00	C\$ 45.00	C\$60.00	C\$60.00	
C.V.U	23.9	31.1	45.5	46.5	
Margen Unitario	21.12	13.91	14.52	13.52	15.77
<b>Contribución total</b>	C\$127,321.00	C\$62,860.45	C\$43,757.77	C\$20,373.87	C\$254,313.08

$$\frac{\text{Sumatoria de contribucion total}}{\text{Sumatoria de cantidad de producto}}$$

$$= \frac{\text{C\$ 254,313.08}}{15069}$$

$$=16.99$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Margen de contribucion unitario}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{191,698.86}{16.88}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 11,358.75$$

Producto	Promedio Unidades	Margen Contribución Total	TOTAL
Banano con leche	4,544	C\$21.12	95,973.65
Melon, naranja y zanahoria	3,408	C\$13.91	47,383.65
Manzana, Pera	2,272	C\$14.52	32,983.96
Pera, kiwi	1,136	C\$13.52	15,357.67
<b>TOTAL</b>			<b>191,698.93</b>

Descripción	Porcentaje de producción
Banano con leche	40%
Melon, Naranja y Zanahoria	30%
Manzana, Pera	20%
Pera, Kiwi	10%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Fuente: Equipo investigativo 2020.

Este punto de equilibrio físico, se pondero en la proporción de la participación de las ventas proyectadas para cada producto.

#### 4.5.2.5. *Presupuesto de efectivo.*

Mix sabores presenta de forma condensada y comprensible información sobre el manejo del efectivo de los ingresos y desembolsos en determinado periodo, cuyo objetivo es mostrar una síntesis para que los usuarios evalúen la liquidez del negocio.

**Tabla 53 Flujo de caja de "Mix Sabores"**

MIX SABORES				
Concepto	Flujo de Caja Proyectado			Total
	Año 2021	Año 2022	Año 2023	
Saldo Inicial	C\$ 84,115.74	C\$ 153,775.43	C\$ 243,522.95	C\$ 481,414.13
Ingresos	745,907.85	794,723.66	847,688.66	2,388,320.17
Disponibilidad	830,023.59	948,499.09	1,091,211.61	2,869,734.30
Egresos				
Compra de materia prima	312,264.76	330,287.42	325,315.63	967,867.81
Compra de materiales indirectos	78,659.34	83,894.99	89,424.27	251,978.61
Mano de obra directa	36,000.00	36,946.80	37,918.50	110,865.30
Costos indirectos de fabricación	62,490.20	63,686.90	70,438.31	196,615.41
Gastos de venta	92,637.66	94,766.99	97,071.48	284,476.12
Gastos de administración	C\$ 94,196.20	C\$ 95,393.04	C\$ 96,325.54	C\$ 285,914.77
Total Egresos	676,248.16	704,976.14	C\$ 716,493.72	C\$ 2,097,718.02
Disponibilidad Efectiva	153,775.43	243,522.95	C\$ 374,717.89	C\$ 772,016.28
Caja Mínima Requerida				
Excedente o Déficit sobre la caja mínima				
<b>Disponibilidad Neta Final</b>	<b>C\$ 153,775.43</b>	<b>C\$243,522.95</b>	<b>C\$ 374,717.89</b>	<b>C\$ 772,016.28</b>

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

#### **4.5.2.6. *Estados financieros proyectados.***

La información financiera es un elemento imprescindible para que los diversos usuarios puedan tomar decisiones; se presenta en los estados financieros básicos que son la culminación del proceso contable y, por tanto, la parte más importante para la toma de decisiones. La información que dichos usuarios requieren se centra primordialmente en la evaluación de la situación financiera, de la rentabilidad y de la liquidez.

De manera global se presentan los estados financieros básicos de “Mix sabores” mostrando los montos del activo, pasivo, capital, ingresos y egresos de las operaciones del negocio en determinados periodos.

Tabla 54 Balance General inicial de "Mix Sabores"

<b>MIX SABORES</b>		
<b>Balance de Apertura</b>		
<b>Al de 01 De Enero del 2020</b>		
<b>Expresado en Córdoba</b>		
<b><i>Activos</i></b>		
<b>Corriente</b>		
Efectivo en Caja y Banco	C\$ 84,115.74	
Cuentas por Cobrar		
Inventarios		
<b>Sub total Activo Corriente</b>		<b>C\$ 84,115.74</b>
<b>No Corriente</b>		
Terrenos y Edificios		
Mobiliario y Equipo de Oficina	20,698.00	
Herramientas	8,900.00	
Equipo de transporte		
<b>Sub total No Corriente</b>		<b>C\$ 29,598.00</b>
<b>Otros Activos</b>		
Gastos Organización	C\$ 1,740.00	
Publicidad al inicio de las operaciones	1,800.00	
Investigación y Desarrollo	1,000.00	
<b>Total Activos</b>		<b>C\$ 4,540.00</b>
<b><i>Pasivo</i></b>		
<b>Corriente</b>		
Proveedores		
<b>Total Pasivos</b>		
<b><i>Patrimonio</i></b>		
Capital Contable	C\$ 118,253.74	<b>C\$ 118,253.74</b>
Total Patrimonio		
<b>Total Pasivo más capital</b>		<b>C\$ 118,253.74</b>

Fuente: Equipo investigativo 2020

## 4.5.2.6.1. Estado de Resultado proyectado.

Tabla 55 Estado de Resultado de "Mix Sabores"

<b>MIX SABORES</b>			
<b>Estado de Resultado Proyectado</b>			
<b>Del 01 de Enero al 31 de Diciembre</b>			
<b>Expresado en Córdoba</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Año 2020</b>	<b>Año 2021</b>	<b>Año 2022</b>
Ventas Totales	C\$ 745,907.85	C\$ 794,723.66	C\$ 847,688.66
Descuento sobre venta			
Rebajas sobre venta			
Venta Netas	745,907.85	794,723.66	847,688.66
Costos de Producción	493,932.24	519,334.05	522,085.36
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>251,975.61</b>	<b>275,389.62</b>	<b>325,603.30</b>
<i>Gastos de Operación</i>			
Gastos de Venta	93,948.49	96,077.82	100,661.59
Gastos de Administración	97,750.37	98,947.20	99,879.70
Total gastos operativos	191,698.86	195,025.03	200,541.29
<b>Utilidad de Operación</b>	<b>60,276.76</b>	<b>80,364.59</b>	<b>125,062.00</b>
Otros Ingresos	-		
Otros Gastos	-		
<b>Utilidad neta</b>	<b>C\$ 60,276.76</b>	<b>C\$ 80,364.59</b>	<b>C\$ 125,062.00</b>

Fuente: Equipo investigativo 2020

Tabla 56 Balance General proyectado de "Mix Sabores"

<b>Balance General Proyectado MIX SABORES</b>		
<b>Al 31 de Diciembre del 2021</b>		
<b>Expresado en Córdoba</b>		
<b><u>Activos</u></b>		
<b>Corriente</b>		
Efectivo en Caja y Banco	<b>C\$ 153,775.43</b>	
Cuentas por Cobrar		
Inventarios		
<b>Sub total Activo Corriente</b>		
<b>No Corriente</b>	<b>C\$ 153,775.43</b>	
Mobiliario y Equipo de Oficina	8,900.00	
Depreciación acumulada eq. Oficina	(3,730.00)	
Maquinaria	20,698.00	
Depreciación acumulada de maquinaria	(4,139.60)	
Depreciación de activo no corriente		
<b>Sub total No Corriente</b>		<b>C\$ 21,728.40</b>
<b>Otros Activos</b>		
Activos diferidos	<b>C\$ 4,540.00</b>	
Amortización de otros activos	(1,513.33)	
<b>Sub total Otros Activos</b>		<b>C\$ 3,026.67</b>
<b>Total Activos</b>		<b><u>C\$ 178,530.50</u></b>
<b><u>Pasivo</u></b>		
<b>Corriente</b>		
Proveedores		
<b>Total Pasivos</b>		<b>C\$ -</b>
<b><u>Patrimonio</u></b>		
Capital Contable	C\$ 118,253.74	
Utilidad o Perdida del Ejercicio	C\$ 60,276.76	
<b>Total Patrimonio</b>		<b>C\$ 178,530.50</b>
<b>Total Pasivo más capital</b>		<b><u>C\$ 178,530.50</u></b>

Fuente: Equipo investigativo 2020.

Tabla 57 Balance General Proyectado año 2022

<b>MIX SABORES</b>		
<b>Balance General Proyectado</b>		
<b>Al 31 de Diciembre del 2022</b>		
<b>Expresado en Córdoba</b>		
<b><u>Activos</u></b>		
<b>Corriente</b>		
	C\$ 243,522.95	
Efectivo en Caja y Banco		
Cuentas por Cobrar		
Inventarios		
		<b>C\$ 243,522.95</b>
<b>Sub total Activo Corriente</b>		
<b>No Corriente</b>		
Mobiliario y Equipo de Oficina	8,900.00	
Depreciación acumulada eq. Oficina	(7,460.00)	
Maquinaria	20,698.00	
Depreciación acumulada de Maquinaria	(8,279.20)	
Depreciación de activo no corriente		
		<b>C\$ 13,858.80</b>
<b>Sub total No Corriente</b>		
<b>Otros Activos</b>		
Activos diferidos	<b>C\$ 4,540.00</b>	
Amortización de otros activos	(3,026.67)	
		<b>C\$ 1,513.33</b>
<b>Sub total Otros Activos</b>		
<b>Total Activos</b>		<b>C\$ 258,895.09</b>
<b><u>Pasivo</u></b>		
<b>Corriente</b>		
Proveedores		
<b>Total Pasivos</b>		<b>C\$ -</b>
<b><u>Patrimonio</u></b>		
<b>Capital Contable</b>	C\$ 118,253.74	
<b>Utilidad Acumulada</b>	C\$ 60,276.76	
<b>Utilidad o Pérdida del Ejercicio</b>	C\$ 80,364.59	
		<b>C\$ 258,895.09</b>
<b>Total Patrimonio</b>		<b>C\$ 258,895.09</b>
<b>Total Pasivo más capital</b>		<b>C\$258,895.09</b>

Fuente: Equipo investigativo 2020.

Tabla 58 Balance General Proyectado año 2023

<b>MIX SABORES</b>		
<b>Balance General Proyectado</b>		
<b>Al 31 de Diciembre del 2023</b>		
<b>Expresado en Córdoba</b>		
<b><u>Activos</u></b>		
<b>Corriente</b>		
Efectivo en Caja y Banco	C\$ 374,717.89	
Cuentas por Cobrar		
Inventarios		
<b>Sub total Activo Corriente</b>		<b>C\$ 374,717.89</b>
<b>No Corriente</b>		
Mobiliario y Equipo de Oficina	8,900.00	
Depreciación acumulada eq. Oficina	(7,940.00)	
Maquinaria	20,698.00	
Depreciación acumulada de Maquinaria	(12,418.80)	
Depreciación de activo no corriente		
<b>Sub total No Corriente</b>		<b>C\$ 9,239.20</b>
<b>Otros Activos</b>		
Activos diferidos	<b>C\$ 4,540.00</b>	
Amortización de otros activos	(4,540.00)	
<b>Sub total Otros Activos</b>		<b>C\$ 0.00</b>
<b>Total Activos</b>		<b><u>C\$ 383,957.09</u></b>
<b><u>Pasivo</u></b>		
<b>Corriente</b>		
Proveedores		
<b>Total Pasivos</b>		<b>C\$ -</b>
<b><u>Patrimonio</u></b>		
<b>Capital Contable</b>	C\$ 118,253.74	
<b>Utilidad Acumulada</b>	C\$ 140,641.35	
<b>Utilidad o Perdida del Ejercicio</b>	C\$ 125,062.00	
<b>Total Patrimonio</b>		<b>C\$ 391,157.09</b>
<b>Total Pasivo más capital</b>		<b><u>C\$ 383,957.09</u></b>

Fuente: Equipo investigativo 2020.

### 4.5.3. Evaluación financiera.

#### 4.5.3.1. Indicadores de viabilidad.

##### 4.5.3.1.1. Utilidad líquida.

$$\text{Utilidad Líquida} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} * 100$$

$$\text{Utilidad Líquida} = \frac{60,277}{740,908} * 100$$

$$\text{Utilidad Líquida} = 8.08 * 100$$

$$\text{Utilidad Líquida} = \mathbf{C\$ 8.00}$$

Mix Sabores por cada unidad monetaria que entra a caja producto de las ventas sobran 8 córdobas, después de hacerle frente a las diferentes obligaciones contractuales.

##### 4.5.3.1.2. Rentabilidad.

$$ROE = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio Neto}} * 100$$

$$ROE = \frac{60,277}{178,530} * 100$$

$$ROE = 33.76 * 100$$

$$ROE = \mathbf{33.76\%}$$

Al aplicar este indicador el negocio por cada unidad monetaria obtiene un rendimiento del 33.76%, Beneficios que son importantes en el rendimiento del capital.

##### 4.5.3.1.3. Tiempo de retorno de la inversión.

$$PRI = \frac{\text{Inversion}}{\text{Utilidad Acumulada}}$$

$$PRI = \frac{265,707}{118,254}$$

$$PRI = \mathbf{1.25}$$

En la utilización de este indicador, se obtuvo que el tiempo establecido para recuperar la inversión total es de un año y tres meses, mostrando resultados positivos para el negocio.

#### 4.5.3.2. Evaluación de la inversión.

##### 4.5.3.2.1. Flujo de fondos.

**Tabla 59 Flujos de fondos de "Mix Sabores"**

<b>MIX SABORES</b>				
<b>Flujo de Fondos</b>				
Descripción	0	Años		
		Año 2020	Año 2021	Año 2022
Ingresos por Ventas		C\$ 745,907.85	C\$ 794,723.66	C\$ 847,688.66
Costos de Producción		493,932.24	519,334.05	522,085.36
Utilidad bruta		251,975.61	275,389.62	325,603.30
Gastos Administrativos		97,750.37	98,947.20	99,879.70
Gastos de Venta		93,948.49	96,077.82	100,661.59
Utilidad antes de Impuesto		60,276.76	80,364.59	125,062.00
Depreciación		7,869.60	7,869.60	7,869.60
Amortización		1,513.33	1,513.33	1,513.33
Inversión Fija	( 29,598.00)			
Inversión Diferida	(4,540.00)			
Capital de Trabajo	(84,115.74)			
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>-C\$ 118,253.74</b>	<b>C\$ 69,659.69</b>	<b>C\$ 89,747.52</b>	<b>C\$ 134,444.94</b>

*Fuente: Equipo Investigativo 2020*

##### 4.5.3.2.2. Valor actual neto (VAN).

Al utilizar este indicador financiero se utilizó una tasa del 25% retomada según la bolsa de valores en Nicaragua lo que corresponde a la tasa de interna requerida, debido a que descuentan el valor del dinero en el futuro a su equivalente en el presente y al flujo traído al tiempo cero. Para determinar el valor presente neto se sumaron los flujos descontados en el presente restando su inversión inicial obteniendo así las ganancias contraídas esperadas contra todos los

desembolsos necesarios para producir esas ganancias obteniendo el rendimiento esperado sobre la inversión.

**Tabla 60 Cálculo del Valor Actual Neto (VAN) para "Mix Sabores"**

Descripción	Años			
	0	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Inversión Inicial	-C\$ 118,253.74	C\$ 69,659.69	C\$ 89,747.52	C\$ 134,444.94
Flujo Neto de Efectivo				
Tasa de descuento al 25%				
<b>VAN</b>	<b>C\$ 63,748.23</b>			

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

#### 4.5.3.2.3. Tasa interna de retorno (TIR).

Al determinar La Tasa Interna De Retorno (TIR) demostró que el rendimiento de la empresa es mayor que el mínimo fijado como aceptado, la inversión en “Mix sabores” es económicamente rentable.

**Tabla 61 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR) para "Mix Sabores"**

<b>TIR</b>	<b>55.10%</b>
------------	---------------

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

#### **4.5.3.3. Evaluación del plan de negocios (Valoración financiera cualitativa).**

Las finanzas se pueden definir de forma práctica y funcional, ya que se ocupa de manera directa mediante la cual se consiguen, asignan y administran los recursos económicos de un negocio obteniendo el alcance de los objetivos empresariales sobre la óptima generación de los recursos.

En el plan de negocios MIX SABORES mediante estructuras financieras y evaluaciones en indicadores financieros, se determinó de forma satisfactoria la situación del negocio obteniendo:

- El flujo de efectivo, durante los tres años se mostró de manera positiva en disposición de liquidez inmediata.
- En las proyecciones de los Estados Financieros Básicos, se mostró la rentabilidad, efectividad, liquidez y rendimiento que se generó en los distintos periodos.
- En la determinación del flujo de fondo se describen los cambios netos que obtuvo la entidad respecto otros periodos, mostrando un aumento en los efectivos producto del incremento de las ventas, aumentando la rentabilidad de la entidad.
- A través de la VAN con una aplicación de la Tasa Interna Requerida del 25%, se obtuvo un rendimiento mayor a cero, demostrando la rentabilidad del negocio mediante flujos descontados.
- La Tasa Interna de Retorno fue del 55.10%, superior a la requerida determinando la factibilidad del negocio.
- Los indicadores de viabilidad reflejan el rendimiento satisfactorio de la inversión en la recuperación del dinero en el tiempo, generando una estabilidad de ganancias de 33.76 % durante los periodos.

## 5. Conclusión

Al iniciar con el desarrollo del plan de negocios para el pequeño emprendimiento MIX SABORES se identificó una gran oportunidad creciente en la población de la ciudad de Jinotepe, Carazo en cuanto al consumo de productos libres de aditivos artificiales de manera que esto representa una oportunidad para el cumplimiento de los objetivos propuestos, en la aplicación del instrumento (Encuesta) como parte del plan de mercado, este validó elementos importantes como la demanda que cubrirá el pequeño negocio. Mediante el plan de operación se identificó la capacidad de producción y cada uno de los materiales y quipo que se utilizaran en la elaboración del producto así como sus costos y gastos.

En el plan organizativo se identificaron y reunieron cada uno de los documentos para su constitución, permitiendo su operación legal de manera eficiente y eficaz, en el departamento de Carazo, en cuanto a su estructura como empresa se establecen los cargos a requerir y función de manera jerárquica.

En la parte financiera se determinó detalladamente los costos en los cuales incurrirá la ejecución del pequeño negocio permitiendo conocer el grado de rentabilidad y factibilidad representándola mediante el flujo de caja, punto de equilibrio, con una VAN de C\$ 63,748.23 y una TIR de 55.10% de acuerdo a los resultados obtenidos el negocio es viable, generando así las proyecciones de los Estados Financieros.

La ejecución del estudio de mercado permitió información clave para efectuar las estrategias de manera eficaz y así poder identificar las ventajas y desventajas que tenemos frente a los competidores de batidos “naturales”. Así mismo este nos orientó hacia la visualización de nuestros posibles clientes mediante la determinación de la demanda insatisfecha, impulsándonos a la creación de estrategias mercadológicas convincentes, también se estimaron las ventas mensuales y anuales según el tipo de batido que se ofertara en el negocio, siguiendo siempre la línea de producto 100% natural donde siempre este satisfecho el consumidor final.

## 6. Bibliografía

- aeal, e. (11 de 2011). *Recomendaciones en nutrición y nutrición*.
- Arollo Uriarte Paola, L. M. (2008). *Frutas y hortalizas, Nutrición y salud en la España del S.XXI*.  
Obtenido de Fundación española de la nutrición.
- Asamblea Nacional . (2019). *Ley No. 822. Ley de Concertación tributaria*. Managua: La Gaceta.
- Asamblea Nacional. (2008). *Ley No. 645: Ley de Promoción, Fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana empresa*. Managua: La Gaceta.
- Beneficios de la Manzana* . (11 de 11 de 2020). Obtenido de <http://fen.org.es/MercadoAlimentosFEN/pdfs/Manzana.pdf>
- Beneficios de la pera* . (11 de 11 de 2020). Obtenido de <http://www.fen.org.es/MercadoAlimnetosFEN/PDFS/PERA.PDF>
- Beneficios de la zanahoria*. (11 de 11 de 2020). Obtenido de <http://www.fen.org.es/MercadoAlimentosFEN/PDFS/zanahoria.pdf>
- Beneficios del melon*. (11 de 11 de 2020). Obtenido de <http://www.fen.es/MercadoAlimentosFEN/PDFS/MELON.PDF>
- Beneficios del platano*. (11 de 11 de 2020). Obtenido de <http://fen.org.es/MercadoAlimentosFEN/pdfs/platano.pdf>
- Carlos, G. R. (s.f.). *Marketing que inspira*. Obtenido de Estrategias de precio: <https://www.marketinginteli.com/documentos-marketing/fundamentos-de-marketing/estrategias-de-precio/>
- Colegio de contadores públicos México. (22 de 11 de 2010). *La importancia de las pymes*.
- Figuera, M. (2011 ). *Definición, tipos y estrategias con canales de distribución*. Recuperado el 01 de Diciembre de 2020, de <http://iniciamarketing.com/definicion-tipos-estrategias-canales-distribucion/>
- Galan, J. S. (2019). *Desarrollo de un nuevo producto*. Recuperado el 01 de Diciembre de 2020
- Gerencie. (02 de 10 de 2020). *Capital de trabajo*. Obtenido de <https://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html#:~:text=En%20este%20sentido%20el%20capital,reposici%C3%B3n%20de%20activos%20fijos%2C%20etc.>
- Gomez Rodriguez, J. C. (s.f.). *Marketing que inspira*. Recuperado el 01 de Diciembre de 2020, de Estrategias de precios.

- Guerrero, A. (2018). *Conceptos basicos de nutricion*. Obtenido de [https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.uv.mx/personal/lbotello/files/2017/02/conceptos\\_basicos\\_de\\_nutricion-1.pdf&ved=2ahUKEwiirvHX5qbtAhVVSzABHfrxAzIQFjANegQIBhAB&usg=AOvVaw2CUeID92TwiD107qbgvOxe&cshid=1606620252615](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.uv.mx/personal/lbotello/files/2017/02/conceptos_basicos_de_nutricion-1.pdf&ved=2ahUKEwiirvHX5qbtAhVVSzABHfrxAzIQFjANegQIBhAB&usg=AOvVaw2CUeID92TwiD107qbgvOxe&cshid=1606620252615)
- headways. (2016). *comptencia* . Obtenido de <https://headways.com.mx/glosario-mercadotecnia/palabra/competencia/>
- Jara, L. (03 de 11 de 2015). *Utilización de la Capacidad Instalada en la Industria*. Recuperado el 26 de 11 de 2020, de <https://observatorio.unr.edu.ar/utilizacion-de-la-capacidad-instalada-en-la-industria-2/>
- Javier, G. S. (s.f.). *Medios de producción según Marx*. Recuperado el 21 de Octubre de 2020, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/medios-de-produccion-segun-marx.html>
- Lopez Sobaler Ana M, A. A. (2016). *Beneficos nutricionales y sanitarios asociados al consumo de kiwi*. Obtenido de Nutricion Hospitalaria.
- Marcoteorico. (s.f.). *Fuentes y estructura de financiamiento*. Obtenido de <https://www.marcoteorico.com/curso/115/desarrollo-de-emprendedores/940/fuentes-y-estructura-de-financiamiento>
- Morales, F. C. (2020). *Economipedia* . Recuperado el 17 de Noviembre de 2020, de <https://economipedia.com/definiciones/capacidad-de-produccion.html>
- Núñez, M. E. (s.f.). *Funda mipyme*. Obtenido de <https://www.fundapymes.com/steve-jobs-fue-un-emprendedor-visionario/>
- Ridner, E. (2006). *SOJA propiedades nutricionales y su impacto en la salud*. Obtenido de <file:///C:/Users/admin/Downloads/Documents/soja.pdf>
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodologia de la investigacion*. Mexico: Mc. Graw Hill, Education.
- Serra Majem, L. A. (2006). *Nutricion y Salud Pública*.
- Susana del pozo de la calle, I. A. (11 de 11 de 2020). *Fundacion española de la nutricion*. Obtenido de Valor nutricional de la naranja: <http://www.fen.org.es/storage/app/media/imgPublicaciones/432011819.pdf>

## 7. Anexos

El objetivo de la investigación, es conocer las preferencias de los habitantes del municipio de Jinotepe, sobre el consumo y la aceptación de bebidas naturales a base de frutas, verduras y leche (soja).

### 1. Determinación del universo

El universo a estudiar es el departamento de Jinotepe, donde se determinara la demanda que tendrá nuestro negocio cuya misión es Ofrecer alimentos saludables, frescos y de calidad que satisfagan las necesidades de los consumidores e incentivar el hábito de los alimentos balanceados. Manteniendo un clima de trabajo que estimule el desarrollo del personal de trabajo y de nuestra clientela.

#### 1.1. Universo cualitativo

Utiliza una recolección y análisis de datos para afirmar las preguntas de investigación y revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación. Este tipo de enfoque es imprescindible a este estudio ya que se interesa por los consumidores mediante una serie de preguntas que se tendrán que analizar e interpretar para dar nuevos resultados. Sampieri, (2014)

Los clientes potenciales de Mix sabores de la ciudad de Jinotepe, departamento de Carazo según la presente investigación son:

Nivel de ingreso	C\$ 4,000 a más.
Rango de edad	De 16 años – 46 años
Nivel socio- económico	Clase media y media alta
Sexo	Masculino y femenino

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

#### 1.2. Universo cuantitativo

Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la mediación numérica y el análisis estadístico con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teoría. Es fundamental aplicar este tipo de investigación en situaciones de datos reales y cuantificables que corroboran la recolección de la información en el desarrollo metodológico de la investigación. Sampieri, (2014)

### 1.2.1. Proyección demográfica

El universo a estudiar es el municipio de Jinotepe que mediante una fórmula estadística, se pudo proyectar la población a satisfacer, quedando de la siguiente manera.

<b>Po</b>	<b>1</b>	<b>TAC</b>	<b>1+TAC</b>	<b>n</b>	<b>(1+ TAC)<sup>n</sup></b>	<b>Pp</b>
11,451	1	0.07	1.07	3	1.23	14,028
		No aceptación				
DR	14,028.00	2%				
DR	14,028.00	280.56				
DR	13,747.44					
		Mercado a abarcar				
DI	6,873.72	50%				
DI	- 6,873.72					

### 1.3. Determinación del marco muestral

#### 1.3.1. Unidad

La unidad de muestreo es el tipo de caso que se desea estudiar. Durante el estudio se determinó que la unidad de la muestra son hombres y mujeres que consumen batidos saludables en el municipio de Jinotepe.

#### 1.3.2. Elementos

Elaboración de batidos a base de frutas, leche y vegetales.

#### 1.3.3. Alcance

La investigación tuvo como lugar el casco urbano de la ciudad de Jinotepe, Carazo.

#### 1.3.4. Tiempo

El presente estudio se desarrollará del mes de septiembre hasta diciembre del año 2020.

#### 1.3.5. Cálculo muestral

La muestra es un subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de ésta. Sampieri, (2014)

**Simbología:**

n: tamaño de la muestra

Z: margen de confiabilidad

P: probabilidad de éxito (1- p= probabilidad de fracaso)

E: error de estimación de la media de la muestra respecto a la población

N: tamaño de la población

n=?

Z= 1.96 (98%)

E= 0.05 (98%)

P= 1.5

N= 14,028

Fórmula: 
$$\frac{n: Nz^2p(1-p)}{(N-1) e^2 + Z^2 p(1-p)}$$

$$n = \frac{14,028 * [0.05]^2 * 1 - 0.5}{(14,028 - 1) * [0.05]^2 * 0.5}$$

$$n = \frac{14,028 * 0.25}{14,027 * 0.001 * 0.25}$$

$$1.96$$

$$n = \frac{14,028 * 0.25}{14,027 * 0.001 * 0.25}$$

$$14,027 * 0.001 * 0.25$$

$$n = \frac{13,472.4912}{37.9484}$$

$$37.9484$$

$$n = 355$$

**1.3.6. Pilotaje**

De la muestra se realizó un pilotaje del 10% de que se aplicó en el casco urbano de la ciudad de Jinotepe, correspondiente a encuestas.

#### **1.4. Tipo de estudio**

El tipo de investigación es descriptiva y exploratoria, debido a que se analizará la demanda de un nuevo negocio y los gustos de los consumidores de batidos.

Un estudio es exploratorio cuando consiste en examinar un tema poco estudiado o nuevo. Y es descriptivo debido a que busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Sampieri, (2014)

#### **1.5. Métodos y técnicas**

Las técnicas utilizadas para el desarrollo del plan de negocio son las siguientes:

- Cuestionarios: Conjunto de preguntas respecto de más de una variable (encuestas).
- Datos secundarios: revisión de documentos, registros y archivos.

Métodos:

- ❖ Método inductivo: El método inductivo se aplica en los principios descubiertos a casos particulares a partir de un enlace de juicios. En el desarrollo del plan se utilizó este método para el procesamiento y análisis de datos obtenidos en el cuestionario e interpretación de resultados partiendo de la observación de hechos hasta su contrastación
- ❖ Método de observación: Es un proceso para observar y recopilar datos del objetivo. Es parte de la investigación etnografía que también se utiliza para reunir evidencia empírica.

Este método fue de gran ayuda en la realización del estudio aportando una contribución a la investigación descriptiva debido a que se necesitó conocer y determinar nuestro segmento de mercado y gustos de los consumidores, haciendo una comparación de la competencia con nuestro negocio. Sampieri, (2014)

## **1.6. Fuentes de información**

Implica detectar, consultar y obtener bibliografía (referencias ) y otros materiales que sean útiles para los propósitos de estudio de donde se tiene que extraer y recopilar la información relevante y necesaria para enmarcar nuestro estudio de investigación dentro de las fuentes tenemos: Libros, artículos, documentales, páginas de internet y tesis.

Sampieri, (2014)











<b>a) Redes Sociales</b>																			
<b>b) Periódicos</b>																			
<b>c) Medios televisivos</b>																			
<b>d) Volantes</b>																			
<b>10. ¿Qué tipo de promoción le gustaría?</b>																			
<b>a) Segundo a mitad de precio</b>																			
<b>b) Descuentos</b>																			
<b>c) Otros</b>																			
<b>V- Aspectos del precio.</b>																			
<b>1. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por nuestro Producto?</b>																			
<b>a) C\$45 – 55</b>																			
<b>b) C\$56 – 65</b>																			
<b>c) C\$66 – más</b>																			

*Fuente: Equipo investigativo 2020.*

1.8. Operacionalización de variables

Variable	Dimensiones	Indicadores
Producto	1. Frecuencia de compra.	Diarios, Semanal, Mensual y Quincenal
	2. atributos del producto.	Sabor, precio, nutrientes y vitaminas
	3. Mayor demanda	Fruta
Precio	Precio por pagar al consumir batidos	1. C\$45- C\$55 2. C\$56 – C\$65 3. C\$66 – mas
Promoción	Publicidad del producto	Redes sociales y Banner
	Promoción de venta	Descuentos, 2x1 y segundo a mitad de precio
Plaza	Localización del producto	Distribución directa, ubicado en el antiguo cine González.

## Anexo 1. Instrumento para el estudio de mercado.



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

### Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

#### Farem – Carazo

#### Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

#### Seminario de Graduación

Encuesta a la Población urbana del Municipio de Jinotepe – Carazo

### ENCUESTA

El objetivo de la presente encuesta es obtener información sobre gustos y preferencias de los habitantes del municipio de Jinotepe, para determinar la aceptación y demanda que tendría en el mercado nuestro micro empresa dedicada a la elaboración de batidos.

De antemano agradecemos por su tiempo al rellenar el instrumento, le pedimos veracidad en las respuestas a cada pregunta, pues serán de gran importancia.

#### I- Aspectos Generales.

##### 1. Genero.

a) Femenino.

b) Masculino.

##### 2. Edad

a) 15-25  b) 26- 35  c) 36-45  d) 46-a mas

##### 3. Ocupación

a) Trabajador de cuenta propia  b) Asalariado  c) Estudiantes

d) Otros

**4. ¿Cuántos miembros integran su familia?**

a) De 2 a 5  b) 6 – 10  c) 11 a más

**5. Su ingreso mensual (Córdoba) varía entre:**

a) Menos de C\$4,000  b) C\$ 4,000 – C\$5,000  c) C\$5,001 – C\$7,000   
d) C\$7,001 – A más.

**II- Aspectos Oferta – Demanda**

**1. ¿Consumes usted Batidos?**

a) SI  b) NO

**Si su respuesta es negativa, Continúe. Si es positiva diríjase a la pregunta 4**

**2. ¿Por qué razón no consume Batidos?**

a) No me gusta  b) Precios elevados  c) Otros

**3. ¿Estaría dispuesto (a) a probar otros tipos de batidos a los que ya conoce?**

a) SI  b) NO

**(Si su respuesta es "no" dar por concluida la encuesta, gracias)**

**4. Si su respuesta es positiva, ¿Cada cuánto consume Batidos?**

a) Diario  b) De 2 – 4 veces a la semana  c) Quincenal   
d) Mensual

**5. ¿Qué tipo de Batidos consume?**

- a) Fruta     b) Vegetales     c) Mixto   
d) Otros

**6. De las siguientes opciones, ¿Cuáles son las frutas y Vegetales de su preferencia al consumir batido?**

- a) Fresa    b) Manzana    c) Apio    d) Piña    e) Uva  
f) Pepino    g) Naranja    h) Zanahoria    i) Remolacha    j) Pera    k) limón    l) kiwi  
m) Banano    n) Melón

**7. ¿En qué tipo de presentación compra su Batido?**

- a) Vidrio     b) Plástico     c) Otros

**8. ¿En donde Adquiere los Batidos qué consume?**

- a) Hecho en Casa     b) Mini market     c) Restaurante   
d) Otros locales

**9. ¿Al momento de comprar el Batido qué es lo primero que toma en cuenta?**

- a) Sabor     b) Color     c) Precio     d) Presentación   
e) Nutrientes

### III. Aspecto de Precio

**10. ¿Qué precio tienen los Batidos que usted consume?**

- a) C\$20 - C\$30     b) C\$31 - 45     c) C\$46 - 55   
d) C\$56 - más

### III- Aspectos del producto

**11. ¿Consumiría Batidos de Frutas y Vegetales?**

- a) SI     b) NO

**12. Si su es negativa, ¿Por qué no le gustaría probar Batidos de Frutas y Vegetales?**

a) Sabor  b) Color  c) Textura

**13. ¿Con que frecuencia compraría usted Batidos?**

a) Diario  b) Semanal  c) Quincenal  d) Mensual

**14. Sugiera, entre las opciones siguientes, 1 recomendaciones de las Frutas y Vegetales con las que gustaría el batido.**

- a) Fresa- pera – manzana
- b) Manzana -apio
- c) Piña-limón
- d) Uva -pepino
- e) Naranja- remolacha
- f) Pera- kiwi
- g) Banano- Leche
- h) Melón- Naranja- Zanahoria

**15. ¿Qué nombre le parecería adecuado para el nuevo negocio?**

a) Sabores  b) Batidos de mi Pueblo  C) Smoothe

**16. ¿Qué características de las siguientes le gustaría que este en el producto?**

i) Bajo en azúcar  b)Bajo en Calorías  c) alto en vitamina

**17. ¿En qué tipo de presentación le gustaría que se ofrezca el producto?**

a) Vidrio  b) Plástico  c) Envase Tetra Pack

**18. ¿Estaría dispuesto a comprar o recomendar una bebida natural a base de leche semi descremada, pulpa de fruta, sin insultante artificial, con propiedades vitamínicas y proteicas?**

No

**19. ¿Cómo se le facilita más informarse de nuestro producto?**

- a) Redes Sociales     b) Periódicos     c) Medios televisivos   
d) Volantes

**20. ¿Qué tipo de promoción le gustaría?**

- a) Segundo a mitad de precio     b) Descuentos   
b) Otros

**IV- Aspectos del precio.**

**21. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por nuestro Producto?**

- a) C\$45 – 55     b) C\$56 – 65     c) C\$66 – m

**Anexo 2. Ficha de trabajo Administración.**

		<b>Ficha de Puesto de Trabajo de la Pequeña Empresa “MIX SABORES”</b>	
<b>Cargo</b>	<b>Responsable de Administración</b>		
<b>Cargo Inmediato Superior</b>	Ninguno		
<b>Otros Cargos a quien responde</b>	Ninguno		
<b>Cargo Inferior Dependiente</b>	Responsable de Caja Ayudante de Cocina		
<b>Cargo Inferior que Reportan</b>	Responsable de Caja Responsable de Cocina		
<b>Misión del Cargo: Administrar eficientemente los recursos de la entidad para lograr los objetivos propuestos que sirvan eficientemente en la toma de decisiones.</b>			
<b>N°</b>	<b>Funciones</b>	<b>Frecuencia</b>	
01	Diseñar planes estratégicos y operativos		
02	Coordinar los recursos humanos, materiales y financieros		
03	Reclutar, seleccionar y controlar el personal cuando se requiera		
04	Evaluar el desempeño de Recursos Humanos		
05	Salvaguardar la seguridad laboral		
06	Encargarse de las compras de bodega		
07	Elaborar Informes económicos		
08	Corregir errores y desviaciones para evitar riesgos económicos.		
09	Mantener el liderazgo, responsabilidad y buen ejemplo		
10	Comunicación constante con el personal		
<b>Horario: 8:00 a.m a 5:00 p.m</b>			
<b>Días: Lunes – Sábado</b>			
<b>Requisitos Básicos</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Licenciado en Administración o carreras afines</li> <li>2. Mayor de 22 años</li> </ol>			

3. Uso de programas Windows y Office
4. Curso en ventas
5. Excelente relaciones humanas

**Habilidades: conocimientos teóricos y prácticos, disponibilidad de trabajo, buenas relaciones personales.**

**Experiencias: 1 año de experiencia en cargo similares**

**Relaciones externas del cargo: DGI (Dirección General de Ingresos), Alcaldía de Jinotepe, INSS (Instituto Nicaragüense de Seguridad Social), MITRAB (Ministerio de Trabajo).**

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

### Anexo 3. Ficha de trabajo Administración responsable de caja

		<b>Ficha de Puesto de Trabajo de la Pequeña Empresa “MIX SABORES”</b>	
<b>Cargo</b>	<b>Responsable de Caja</b>		
<b>Cargo Inmediato Superior</b>	Responsable de Administración		
<b>Otros Cargos a quien responde</b>	Responsable de Administración		
<b>Cargo Inferior Dependiente</b>	-		
<b>Cargo Inferior que Reportan</b>	-		
<b>Misión del Cargo: Garantizar el buen manejo de las operaciones diarias de la entidad, de forma honesta, responsable y eficiente.</b>			
<b>N°</b>	<b>Funciones</b>	<b>Frecuencia</b>	
01	Control de las entradas y salidas diarias		
02	Registro de documentos soportes de las operaciones		
03	Reporte de fondos		
04	Calculo de Nóminas		
05	Ayuda en las relaciones humanas con el cliente		
06	Limpieza del área de trabajo		
07	Pago de las obligaciones contraídas por la empresa		
<b>Horario: 8:00 a.m a 5:00 p.m</b>			
<b>Días: Lunes – Sábado</b>			
<b>Requisitos Básicos</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Curso Técnico en Caja</li> <li>2. Mayor de 22 años</li> <li>3. Uso de programas Windows y Office</li> <li>4. Excelente relaciones humanas</li> </ol>			
<b>Habilidades: conocimientos teóricos y prácticos, disponibilidad de trabajo, buenas relaciones personales.</b>			
<b>Experiencias: 1 año de experiencia en cargo similares</b>			
<b>Relaciones externas del cargo: DGI (Dirección General de Ingresos), Alcaldía de Jinotepe, INSS (Instituto Nicaragüense de Seguridad Social), MITRAB (Ministerio de Trabajo).</b>			

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

## Anexo 4. Ficha de trabajo ayudante de producción

	<b>Ficha de Puesto de Trabajo de la Pequeña Empresa “MIX SABORES”</b>	
<b>Cargo</b>	<b>Ayudante de Batidos</b>	
<b>Cargo Inmediato Superior</b>	Responsable de Administración	
<b>Otros Cargos a quien responde</b>	Ninguno	
<b>Cargo Inferior Dependiente</b>	-	
<b>Cargo Inferior que Reportan</b>	-	
<b>Misión del Cargo: Realizar la elaboración de batidos, con los ingredientes necesarios y establecidos que cumplan las medidas de calidad e higiene.</b>		
<b>N°</b>	<b>Funciones</b>	<b>Frecuencia</b>
<b>01</b>	Realizar la elaboración de batidos	
<b>02</b>	Utilizar la materia prima establecida	
<b>03</b>	Cumplir con las normas de higiene y seguridad	
<b>04</b>	Limpieza de los equipos utilizados y del establecimiento	
<b>05</b>	Reporte de la escasez de materia prima	
<b>06</b>	Responsabilidad de trabajo	
<b>07</b>	Interactuar con el cliente	
<b>Horario: 8:00 a.m a 5:00 p.m</b>		
<b>Días: Lunes – Sábado</b>		
<b>Requisitos Básicos</b>		
<b>1. Tener conocimientos en la elaboración de batidos</b>		
<b>2. Mayor de 20 años</b>		
<b>3. Disponibilidad</b>		
<b>4. Excelente relaciones humanas</b>		
<b>Habilidades: comunicación, compañerismo, y creatividad.</b>		
<b>Experiencias: 1 año de experiencia en cargo similares</b>		

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

**Anexo 5. Flujo grama de selección de personal.**

**Flujo grama de proceso de selección de personal**

Actividad	Simbología				Responsa ble
					
1. Inicio	●				
2. Necesidad de personal.			●		
3. Realizar Anuncio.				●	
4. Recepción de documento.				●	
5. Análisis de personal.			●		
6. Entrevista.			●		
7. Archivo de documentos que no cumplen los requisitos.				●	
8. Selección de personal.			●		
9. Contratación.			●		
10. Fin de proceso.		●			

**Simbología**



*Fuente: Equipo investigativo 2020*

## Anexo 6. Formato de reclutamiento de personal

Formato de reclutamiento de personal

	<b>El color lo eliges tu</b>
	<b>MIX SABORES</b>
	Buscamos Personal para puesto de Elaboración de batidos Objetivo: Elaborar de manera eficiente y de acuerdo a las políticas del negocio.
<b>Responsabilidades:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Mantener limpio el local.</b></li><li>• <b>Responsable.</b></li><li>• <b>Buenas relaciones personales.</b></li></ul>	<b>Requisitos indispensables:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Disponibilidad inmediata.</li><li>• Experiencia en la elaboración de batidos.</li></ul> Enviar cv: <a href="mailto:Minisaboresysalud@gmail.com">Minisaboresysalud@gmail.com</a>

*Fuente: Equipo investigativo 2020*

## Anexo 7. Formato de contratación de personal

### Formato de Contratación de Personal para la pequeña empresa

#### “MIX SABORES”

#### Contrato Individual De Trabajo

YO \_\_\_\_\_, Lic. en Contaduría Pública y Fianzas, mayor de edad, soltera y del domicilio de Jinotepe, domicilio ubicado en la siguiente dirección, de la gasolinera UNO 4c ½ al norte, identificado con cédula de identidad ciudadana: \_\_\_\_\_, actuando en calidad de administrador de la pequeña empresa dedicada a la elaboración de bebidas naturales “ MIX SABORES”, la que tiene su domicilio en la ciudad de Jinotepe, se designará LA EMPRESA, \_\_\_\_\_, quien es mayor de edad, con estado civil \_\_\_\_\_ Y con domicilio \_\_\_\_\_. Quien actúa en su propio nombre y representación y quien en adelante se denomina EMPLEADO, convenimos en celebrar el siguiente contrato individual de trabajo, el cual se regirá por las siguientes cláusulas:

#### **CLAUSULA PRIMERA: OBJETO Y DESCRIPCIÓN DE LA CONTRATACIÓN**

El objeto del presente contrato es que EL EMPLEADO, brinde su servicio al empleador desempeñando el cargo de; obligándose a realizar las funciones que le sean asignados de acuerdo a lo establecido en la ficha de cargo. Lo cual se hará de forma eficiente y eficaz en el modo y tiempo convenido en el presente contrato, obligándose al colaborador a asentar, cumplir y respetar las órdenes e instrucciones que oriente el empleador en relación al cargo desempeñado.

#### **CLAUSULA SEGUNDA: LUGAR DE TRABAJO.**

EL EMPLEADO desempeñará sus funciones en las instalaciones de la pequeña empresa, dedicada a la elaboración de batidos naturales a base de semilla de ojoche “SABORES”, la que tiene su domicilio en:

#### **CLAUSULA TERCERA: JORNADA Y HORARIOS DE TRABAJO.**

La jornada de trabajo será de ocho de la mañana (8:00 AM) a cinco de la tarde (5:00 PM) de lunes a viernes Y sábados de 8 a 12 del medio día laborando un total de cuarenta y ocho horas (48) semanales .

#### **CLAUSULA CUARTA: SALARIO, FORMA, LUGARES DE PAGO Y DEDUCCIONES.**

EL EMPLEADO, devengará un salario mensual de (C\$.\_\_\_\_\_), que se pagará en cuotas quincenales la que se harán efectivas los días 15 de cada mes en las instalaciones de la empresa “MIX SABORES”, EL EMPLEADOR deducirá del salario los cálculos de conformidad con la ley.

#### **Las deducciones son las siguientes:**

INSS LABORAL \_\_\_\_\_

Pagos por indemnización \_\_\_\_\_

#### **CLAUSULA QUINTA: VIGENCIA DEL CONTRATO DE TRABAJO.**

El presente trabajo es de tiempo: determinado de: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ a \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_. Indeterminado de: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_, a \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ con un periodo de prueba de treinta días.

## **CLAUSULA SEXTA: RELACIONES HUMANAS Y DE SERVICIOS.**

EL EMPLEADO, debe en todo momento, crear un ambiente de armonía, tranquilidad y respeto en la empresa, tanto con sus subalternos como con sus superiores. CLAUSULA SÉPTIMA: Capacitación. EL EMPLEADO, está obligado a participar en todas las actividades de capacitación a las que EL EMPLEADOR le envíe, estando claros que al negarse a asistir a las mismas constituye causa justa de despido, así mismo se obliga a transmitir, de forma gratuita a otros compañeros de labor, los conocimientos adquiridos cuando EL EMPLEADOR lo requiera.

## **CLÁUSULA OCTAVA: Responsabilidades por daños y pérdidas.**

EL EMPLEADO se obliga a cuidar como propio los instrumentos, útiles, materiales, piezas y Equipos, que le suministre EL EMPLEADOR para el desempeño de sus actividades y será responsable por las pérdidas que ocasione en los mismos, tanto en el proceso de elaboración como terminadas, como consecuencia de sus errores, abuso, negligencia o imprudencia. EL EMPLEADOR se obligará a reponer sin costo alguno AL TRABAJADOR los instrumentos, útiles, materiales, piezas y Equipos que sufran deterioro por su uso en la labor asignada.

## **CLÁUSULA NOVENA: EXPEDIENTE O REGISTRO DEL PERSONAL.**

EL COLABORADOR, se obliga a proveer AL EMPLEADOR, los documentos que este le solicite para la conformación de su expediente personal.

## **CLÁUSULA DÉCIMA: TERMINACIÓN DEL CONTRATO O RELACIÓN DE TRABAJO.**

El presente contrato podrá terminarse:

- 1) Por mutuo acuerdo.
- 2) Por renuncia de EL EMPLEADO, la cual deberá ser comunicada quince días antes de que deba finalizar la relación laboral o de forma inmediata.
- 4) La justa causa de conformidad al procedimiento establecido en el artículo 48 del código del trabajo, cuando EL EMPLEADO, incurre en cualquiera de las siguientes causales:
  - a. Incumplimiento de cláusulas del presente contrato.
  - b. Por falsedad en la información o en las credenciales presentadas por EL EMPLEADO con el objeto de lograr la suscripción del presente contrato.
  - c. Por incompetencia, negligencia o indisciplina.
  - d. Mal trato o mala atención a los compañeros de labores, superiores o a las personas con las cuales se relacionen en la prestación del servicio.
  - e. Por violación a la ética, la moral y a las buenas costumbres.
  - f. No asistir a las capacitaciones orientadas por el empleador. O por no someterse a las pruebas pertinentes cuando se le envíe a los programas de capacitación o entrenamientos por infidencias, intrigas, revelación de las estrategias publicitarias o financieras de la empresa, o por cualquier acto desleal que EL EMPLEADO realice en contra del EMPLEADOR o su negocio, por violación al reglamento interno del trabajo, por desobedecer las órdenes o instrucciones de sus superiores.

g. Por las causales establecidas en el arto.17 del código del trabajo, políticas internas de la empresa, manuales de funciones, y procedimientos de la empresa.

Leído que fue este contrato lo encontramos conforme y firmamos en dos tantos de un mismo ejemplar en la ciudad de Jinotepe, del día \_\_\_\_\_ del mes \_\_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_.

**EMPLEADOR** \_\_\_\_\_ **COLABORADOR** \_\_\_\_\_

## Anexo 8. Nómina Mensual de “MIX SABORES”

### Nómina mensual

MIX SABORES											
Nómina Mensual											
N°	Numero de INSS	Nombres y Apellidos	Cargo	Salario Base	Deducciones	Salario Neto	INSS Patronal	Prestaciones Sociales			Firma
					INSS Laboral			Vacaciones	Treceavo Mes	Indemnización	
		<b>Administración</b>									
1	26-142863-1	Jennifer Lourdes González Gómez	Administrador	C\$4,605.42	C\$ 322.38	C\$4,283.04	C\$ 990.17	C\$ 383.79	C\$ 383.79	C\$ 383.79	
<b>Sub Total Administración</b>				<b>C\$4,605.42</b>	<b>C\$ 322.38</b>	<b>C\$4,283.04</b>	<b>C\$ 990.17</b>	<b>C\$ 383.79</b>	<b>C\$ 383.79</b>	<b>C\$ 383.79</b>	
		<b>Ventas</b>									
2	26-142864-1	Jairo Antonio Bermúdez Mojica	Caja	C\$4,605.42	C\$ 322.38	C\$4,283.04	C\$ 990.17	C\$ 383.79	C\$ 383.79	C\$ 383.79	
<b>Sub Total Ventas</b>				<b>C\$4,605.42</b>	<b>C\$ 322.38</b>	<b>C\$4,283.04</b>	<b>C\$ 990.17</b>	<b>C\$ 383.79</b>	<b>C\$ 383.79</b>	<b>C\$ 383.79</b>	
		<b>Producción</b>									
3	26-142865-1	María Carlota Gómez Aguirre	Operario 1	C\$3,000.00	C\$ 210.00	C\$2,790.00	C\$ 645.00	C\$ 250.00	C\$ 250.00	C\$ 250.00	
<b>Sub Total Gastos de Venta</b>				<b>C\$3,000.00</b>	<b>C\$ 210.00</b>	<b>C\$2,790.00</b>	<b>C\$ 645.00</b>	<b>C\$ 250.00</b>	<b>C\$ 250.00</b>	<b>C\$ 250.00</b>	
<b>Total</b>				<b>C\$12,210.84</b>	<b>C\$ 854.76</b>	<b>C\$11,356.08</b>	<b>C\$ 2,625.33</b>	<b>C\$1,017.57</b>	<b>C\$ 1,017.57</b>	<b>C\$ 1,017.57</b>	

## Anexo 9. Gastos administrativos.

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<b>Salario del personal Administrativo</b>												
Sub total Salarios	C\$12,210.84											
<b>Prestaciones Sociales</b>												
Vacaciones	C\$1,017.57											
Aguinaldos	C\$1,017.57											
Sub total prestaciones sociales	<b>C\$14,245.98</b>											
<b>Obligaciones patronales</b>												
Seguro social de personal	C\$854.76											
Sub total obligaciones patronales	<b>C\$854.76</b>											
<b>Otros Gastos</b>												
Papelería y útiles de oficina	C\$1,527.92					C\$1,527.92						C\$1,527.92
Artículos de limpieza	C\$356.25					C\$356.25						C\$356.25
Mantenimiento						C\$1,150.00						C\$1,150.00
Sub total otros gastos	<b>C\$1,884.17</b>					<b>C\$3,034.17</b>						<b>C\$3,034.17</b>
<b>Servicios básicos</b>												
Agua	C\$120.00											
Luz	C\$179.40											
Internet	C\$764.00											
Alquiler de local	C\$4,000.00											
Sub total servicios básicos	<b>C\$5,063.40</b>											
<b>Total</b>	<b>C\$22,048.31</b>	<b>C\$20,164.14</b>	<b>C\$20,164.14</b>	<b>C\$20,164.14</b>	<b>C\$20,164.14</b>	<b>C\$23,198.31</b>	<b>C\$20,164.14</b>	<b>C\$20,164.14</b>	<b>C\$20,164.14</b>	<b>C\$20,164.14</b>	<b>C\$20,164.14</b>	<b>C\$23,198.31</b>

Fuente: Equipo investigativo 2020.

**Anexo 10. Compra de materia prima.**

<b>Cédula N° 4 Proyecciones de Compra de Materia Prima Directa (Unidades Físicas)</b>														
<b>Descripción</b>	<b>UND/MED</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
<b>Banano</b>		960	979	999	1019	998	1013	1029	998	978	997	1027	1058	12055
<b>Leche</b>		86	88	89	91	89	91	92	89	88	89	92	95	1079
<b>Melón</b>		90	92	94	96	94	95	96	94	92	93	96	99	1131
<b>Naranja</b>		360	367	375	382	374	380	386	374	367	374	385	397	4521
<b>Zanahoria</b>		180	184	187	191	187	190	193	187	183	187	193	198	2260
<b>Manzana</b>		240	245	250	255	250	253	257	249	244	249	257	265	3014
<b>Pera</b>		120	122	125	127	125	127	129	125	122	125	128	132	1507
<b>Pera</b>		60	61	62	64	62	63	64	62	61	62	64	66	753
<b>Kiwi</b>		60	61	62	64	62	63	64	62	61	62	64	66	753
<b>Miel</b>		12	12	12	13	12	13	13	12	12	12	13	13	151
<b>Total</b>		<b>2168</b>	<b>2212</b>	<b>2256</b>	<b>2301</b>	<b>2254</b>	<b>2288</b>	<b>2323</b>	<b>2253</b>	<b>2209</b>	<b>2251</b>	<b>2320</b>	<b>2390</b>	<b>27224</b>

*Fuente: Equipo investigativo 2020.*

**Anexo 11. Compra de Materia prima indirecta primer año**

<b>Cédula N° 6 Proyecciones de Compra de Materiales Indirectos (Unidades Físicas)</b>														
<b>Descripción</b>	<b>UND/MED</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
<b>Envase</b>	<b>unid</b>	1,200	1,224	1,248	1,273	1,248	1,267	1,286	1,247	1,222	1,247	1,284	1,323	15,069
<b>Pajilla</b>	<b>unid</b>	1,200	1,224	1,248	1,273	1,248	1,267	1,286	1,247	1,222	1,247	1,284	1,323	15,069
<b>Etiqueta</b>	<b>Unid</b>	1,200	1,224	1,248	1,273	1,248	1,267	1,286	1,247	1,222	1,247	1,284	1,323	15,069
<b>Total</b>		3,600	3,672	3,745	3,820	3,744	3,800	3,857	3,741	3,667	3,740	3,852	3,968	45,207

*Fuente: Equipo investigativo 2020.*