



**UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA**  
UNAN-MANAGUA

**Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo**

**FAREM-Carazo**

**Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas**

**Proyecto de Innovación**

**Tema: Proyecto de emprendimiento de MAJO Drink & Smoothies ubicado en el municipio de Granada, departamento de Granada, durante el segundo semestre del 2021.**

**Integrantes:**

**Chamorro Lacayo Franco Marcelo      No de carnet: 17726220**

**Chávez Martínez María José      No de carnet: 17726231**

# CARTA AVAL



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"

03 de diciembre del año 2021

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

Estimado Doctor.

Por este medio entregamos formalmente informe de proyecto de graduación, bajo el Tema: Proyecto de emprendimiento en la IV región del país, presentado por los (as) bachilleres:

Nº	Apellidos y Nombres	Carné
1	Chávez Martínez María José	17726231
2	Chamorro Lacayo Franco Marcelo	17726220

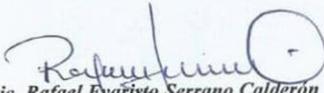
**Siendo el subtema:** Proyecto de emprendimiento, para la producción y comercialización de MAJO Drink & Smoothies, ubicado en el municipio de Granada, departamento de Granada, durante el año 2021

El cual ha cumplido con los requisitos científico-técnicos y metodológicos establecidos de acuerdo a la normativa de modalidad de graduación, proyecto de graduación (Arto. 86 Estructura del Proyecto de Emprendimiento). Este trabajo contribuye a desarrollar habilidades y obtener conocimientos relacionados al perfil de la carrera y sobre todo se ajusta a las exigencias del entorno socioeconómico y laboral actual.

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

Atentamente.

  
**Lic. Rafael Evaristo Serrano Calderón**  
Tutor de proyecto de Graduación

Cc/ Archivo

¡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

## **DEDICATORIA**

Dedicamos este proyecto a Dios por darnos la sabiduría, paciencia y por todas las bendiciones que nos brinda para seguir adelante.

A nuestros padres por todo su esfuerzo y apoyo, brindado a lo largo de nuestra carrera y siempre creer en nuestra capacidad.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecemos a todas las personas que nos brindaron su apoyo incondicional en el transcurso de nuestra carrera, padres, hermanos, amigos y conocidos que creyeron en nuestra capacidad para culminar la carrera. A nuestro tutor el Lic. Rafael Evaristo Serrano por ser nuestro guía y darnos sus mejores consejos para culminar y presentar en uestro proyecto.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El proyecto MAJO Drink & Smoothie nace ante la necesidad de ofrecer un producto saludable en la población de la ciudad de Granada, debido que hay poca disponibilidad o falta de tiempo de las personas para conseguir bebidas sanas que estén a disponibilidad de ellos; así como la creciente tendencia de apostar por una alimentación saludable.

La idea del negocio consiste en la elaboración y comercialización de smoothies o batidos saludables, los cuales aportan energía y nutrientes necesarios para regular una alimentación sana presente en los futuros consumidores de nuestro producto a ofertar. Los smoothie será elaborados con diversas frutas y hortalizas de la temporada cultivada por los agricultores nicaragüenses. Lo que conlleva a ofertar 5 tipos de presentaciones, donde cada uno aporta un gran cantidad de beneficios nutricionales, exóticos que brindan energía para el día a día de los consumidores.

Majo Drink & Smoothie se situará en unas de las calles principales de la ciudad de granada más concurridas. El servicio que ofrece es la venta directa con el cliente en nuestra local. Dicha atención al cliente será los días de la semana, ya que es un producto funcional para cubrir dichos alimentación como reemplazo de un desayuno, almuerzo y meriendas para los comensales de toda la zona regional de la ciudad de granada.

A diferencias de la competencia directa, los smoothie que comercializa MAJO Drink & Smothie son funcionales; es decir que existe uno para cada necesidad del cliente considerando el aporte saludable en una dieta alimenticia y teniendo en cuenta el gran aporte nutritivo que surge al combinar las futas y hortalizas.

## INDICE

1	GENERALIDADES DEL PROYECTO.....	13
1.1	Solución .....	14
1.2	Método de embudo .....	15
1.3	Método desing thinking .....	16
1.3.1	Empatizar.....	16
1.3.2	Definir.....	17
1.3.3	Idear .....	17
1.3.4	Prototipo .....	21
1.3.5	Ingredientes: .....	22
1.3.6	Obtención de materia prima: .....	22
1.3.7	TESTEAR: .....	23
1.4	Diseño o modelo 3D .....	25
1.5	Oportunidad en el mercado.....	26
1.5.1	Análisis externo del sector.....	26
1.5.2	Características de los MAJO Drink & Smoothie: .....	28
1.6	Propuesta de valor (modelo canvas) .....	29
1.7	Novedad de mi proyecto .....	29
1.7.1	Diseño conceptual del producto: .....	31
1.8	Ciclo del proyecto .....	34
1.9	Visibilidad del proyecto.....	35
1.10	Resultados esperados .....	36
2	INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	37
2.1	Análisis de demanda de nuestro producto .....	37
2.1.1	Cálculo de demanda potencial.....	37
2.1.2	Demanda potencial .....	39
2.2	Análisis de oferta .....	40
2.2.1	Cálculo de oferta.....	41
2.2.2	Cálculo de demanda insatisfecha.....	42
2.3	Análisis de precio.....	42

2.4	Estrategias competitivas del mercado (4P).....	44
2.4.1	Estrategia del Producto.....	45
2.4.2	Estrategia de precio. ....	48
2.4.3	Estrategia de distribución.....	49
2.4.4	Estrategia de Promoción y Publicidad.....	51
2.5	PROYECCIÓN DE VENTAS.....	55
3	Plan de producción.....	58
3.1	Proceso de producción.....	58
3.2	Proveedores y condiciones de compra de los equipos.....	60
3.3	Capital fijo y vida útil.....	65
3.4	Capacidad planificada.....	66
3.5	Ubicación y distribución física de la empresa.....	68
3.6	Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad.....	71
3.7	Mano de obra, su costo y disponibilidad.....	76
3.8	Gastos generales de producción.....	77
4	Plan de organización y gestión.....	78
4.1	Marco legal (forma jurídica).....	78
4.2	Estructura de la organización.....	81
4.2.1	<b>Organigrama</b> .....	81
4.2.2	<b>Distribución de Cargos</b> .....	82
4.3	Ficha de cargo.....	83
4.4	Actividades y gastos preliminares.....	83
4.5	Equipos de oficina.....	84
4.6	Gastos administrativos.....	86
5	Plan Financiero.....	86
5.1.	Inversión y fuente de financiamiento.....	86
5.1.1.	Inversión fija.....	87
5.1.2.	Inversión diferida.....	88
5.1.3.	Capital de trabajo.....	88
5.1.1.	Inversión total.....	90
5.1.4.	Estructura del Financiamiento.....	91
5.1.1.	Estado de Situación Financiera inicial.....	91

5.2.	Presupuestos de Ingresos, egresos y costos .....	92
5.2.1.	Punto de equilibrio .....	92
5.2.2.	Presupuesto de ingresos.....	94
5.2.3.	Presupuestos de egreso .....	95
5.2.4.	Estructura de Costos .....	99
5.3.	Presupuesto financiero .....	100
5.3.1.	Flujo de Caja.....	100
5.3.2.	Estado de Resultados Proyectado .....	102
5.3.1.	<i>Estado de Situación Financiera Proyectado</i> .....	103
5.4.	Evaluación financiera .....	104
5.4.1.	Flujo de fondos .....	104
5.4.2.	Valor Actual Neto (VAN) .....	105
5.4.3.	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	106
5.4.4.	Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) .....	106
5.4.5.	Relación Beneficio-Costo (B/C).....	106
6	Bibliografía.....	108

## Índice de figuras

figura No. 1.	Método de embudo.....	15
figura No. 2.	Método desing thinking .....	16
figura No. 3.	Aceptación de nuestro producto.....	17
figura No. 4.	Prototipo .....	21
figura No. 5.	Ingredientes .....	22
figura No. 6	aceptación de nuestra instalación .....	23
figura No. 7.	Preferencia de sabores de nuestro producto .....	24
figura No. 8.	Diseño 3d .....	25
figura No. 9.	Aceptación de nuestro envase .....	25
figura No. 10.	Análisis interno del producto .....	26
figura No. 11.	Imagen de beneficios del producto .....	28
figura No. 12.	Diseño conceptual .....	31
figura No. 13	diseño conceptual .....	31
figura No. 14.	Diseño conceptual .....	32
figura No. 15.	Diseño conceptual .....	33
figura No. 16.	Diseño conceptual .....	33
figura No. 17.	Ciclo del proyecto .....	34
figura No. 18.	Visibilidad del producto.....	35
figura No. 19.	Calculo demanda potencial. ....	38

figura No. 20. Población potencial de nuestro producto .....	40
figura No. 21. Competencia directa de nuestro producto .....	41
figura No. 22. Precio preferido por nuestro cliente .....	44
figura No. 23. Logotipo .....	46
figura No. 24. Envase .....	47
figura No. 25 envase elegido por nuestro cliente .....	48
figura No. 26. Lugar de preferencia .....	50
figura No. 27. Publicidad de redes .....	52
figura No. 28. Flyer de publicidad.....	53
figura No. 29. Publicidad de promoción .....	54
figura No. 30. Consumo estimado.....	55
figura No. 31. Flujograma de proceso .....	60
figura No. 32. Ubicación de la empresa .....	69
figura No. 33. Distribución física de la empresa .....	70
figura No. 34. Organigrama.....	81
figura No. 35. Grafica de punto de equilibrio.....	94

## Índice de tablas

Tabla 1. Lluvias de ideas .....	18
Tabla 2. Micro filtro .....	20
Tabla 3. Tarifas para inscribir una marca.....	30
Tabla 4. Tabla de la población de granada. ....	38
Tabla 5. Calculo de la oferta.....	42
Tabla 6. Competencia directa. ....	43
Tabla 7. Proyección de ventas .....	55
Tabla 8. Proyección de ventas en unidades físicas.....	57
Tabla 9. Proveedores. ....	61
Tabla 10. Maquinaria y herramientas de producción. ....	61
Tabla 11. Fichas técnicas de maquinaria.....	63
Tabla 12. Tabla de depreciación de la licuadora. ....	65
Tabla 13. Tabla de depreciación del congelador. ....	65
Tabla 14. Tabla de depreciación de mesa de cocina.....	66
Tabla 15. Maquinaria instalada. ....	66
Tabla 16. Detalle de días laborales en el año. ....	66
Tabla 17. Detalle de producción en base a la capacidad real. ....	68
Tabla 18. Materia prima necesaria .....	71
Tabla 19. Materia prima directa en unidades físicas y en unidades monetarias.....	73
Tabla 20. Materiales indirectos en unidades físicas y en unidades monetarias.....	75
Tabla 21. Detalle salarial para MOD.....	76
Tabla 22. Gastos generales de producción. ....	77
Tabla 23. Distribución de cargos.....	82
Tabla 24. Ficha de cargo y de responsabilidades .....	83

Tabla 25. Gastos de constitución.....	84
Tabla 26. Depreciación de sillas en método de línea recta.....	85
Tabla 27. Depreciación de mesas en método de línea recta.....	85
Tabla 28. Ficha técnicas de mobiliario.....	85
Tabla 29. Gastos de administración.....	86
Tabla 30. Detalle de inversión fija.....	87
Tabla 31. Detalle de inversión diferida.....	88
Tabla 32. Detalle de cálculo del capital de trabajo.....	89
Tabla 33. Inversión total.....	90
Tabla 34. Estructura de financiamiento.....	91
Tabla 35. Estado de situación financiera.....	92
Tabla 36. Costos fijos de administración y ventas.....	93
Tabla 37. Costo de venta unitario.....	93
Tabla 38. Costo de producción.....	93
Tabla 39. Presupuesto de ventas en unidades físicas.....	95
Tabla 40. Presupuesto de ventas en unidades monetarias.....	95
Tabla 41. Presupuesto de compra de materia prima directa und físicas.....	95
Tabla 42. Presupuesto de compra de materia prima directa en und monetarias.....	96
Tabla 43. Presupuesto de compra de materia prima indirecta en und físicas.....	96
Tabla 44. Presupuesto de compras de materia prima indirecta en und monetarias.....	97
Tabla 45. Presupuesto de MOD.....	97
Tabla 46. Presupuesto de CIF.....	97
Tabla 47. Resumen de costo de producción.....	98
Tabla 48. Presupuesto de gasto de venta.....	98
Tabla 49. Presupuesto de gastos de admón.....	99
Tabla 50. Estructura de costo.....	100
Tabla 51. Precio viable de venta.....	100
Tabla 52. Flujo de caja.....	101
Tabla 53. Estado de resultado proyectados.....	102
Tabla 54. Estado de situación financiera.....	103
Tabla 55. Flujo de fondos.....	104
Tabla 56. Valor actual VAN.....	105
Tabla 57. Tasa interna de retorno.....	106
Tabla 58. Periodo de recuperación de la inversión.....	106
Tabla 59. Beneficio/ costo.....	107

## **Introducción**

Los Smoothie's o batidos son bebidas nutritivas a base de frutas, hortalizas, zumo, leche y yogur. Con un sabor agradable al paladar del consumidor, de fácil servir en un envase de vidrio sin perder las propiedades originales de la bebida.

Tener una alimentación sana y equilibrada es el pilar fundamental sobre el que se debe sustentar el bien estar de las personas. Una correcta nutrición y la adquisición de hábitos saludables aumentan la calidad de vida.

Una de las consecuencias de la generación actual es la falta de tiempo que las personas jóvenes adultas dedican en su nutrición, ya que están preocupados en realizar sus labores cotidianas como cumplir sus horarios de trabajo, ir a la universidad, entre otras actividades que no le permiten llevar una alimentación balanceada y disminuyendo la calidad de vida.

De acuerdo al plan de estudio de la UNAN MANAGUA a través de AEP (Aprender, emprender y prosperar) tiene una estrategia como seminario de graduación en que los futuros egresados aplique todos los conocimientos adquiridos durante la carrera para crear una empresa y generar empleos, de ahí nace la Idea de MAJO Drink & Smoothie que ofrece un producto que ayuda a la sociedad en el cuidado de la salud y el medio ambiente

## **Justificación**

La importancia del estudio de mercado radica en formular un plan de negocio de innovación para el establecimiento de un local de batidos naturales en el municipio de Granada-Nicaragua, lo cual permitirá apuntar a las estrategias necesarias para tener éxito en el mercado y que la población cuente con la opción de cambiar sus hábitos alimenticios, consumiendo nuestros smoothies los cuales están hechos a base de frutas naturales, frescas y saludables. Los batidos de frutas pueden ser ingeridos a cualquier hora del día y son atractivos para el paladar del consumidor. En este caso se nos permitirá aplicar los conocimientos adquiridos en el desarrollo de nuestra carrera de Contaduría Pública y Finanzas para contribuir al desarrollo económico y empresarial de nuestro país.

Para cumplir con los objetivos de estudio del mercado, se requirió de instrumentos como la encuesta para así identificar, analizar, conocer las realidades y posibilidades en el mercado, con el fin de obtener información relevante que será utilizada en nuestro proyecto de innovación de producto. Cabe recalcar que el enfoque principal de cuidado estudio de mercado es darle valor en el mercado comercializando productos de calidad.

# **1 GENERALIDADES DEL PROYECTO**

Parte del programa de formación educativa para los alumnos que están en puertas de culminar su carrera, la UNAN Managua tiene como objetivo formar profesionales que sean líderes en el desarrollo económico de nuestro país, que sean capaces de crear y generar sus propias empresas y pasar de ser empleados a ser empleadores.

El siguiente proyecto a desarrollar se realiza aplicando todos los conocimientos adquiridos durante la carrera. Los niveles de emprendimiento que se presentan en el país vienen con las tendencias crecientes y basadas en su gran mayoría desde la percepción de ser una oportunidad para el mejoramiento de la calidad de vida de quienes inician una idea de negocio, que permitan innovar en sus productos y mejorar sustancialmente las condiciones empresariales del país.

En la actual sociedad podemos no perder de vista que la tendencia por los alimentos y bebidas saludables continúan en ascenso y cada día son más personas que se arriesgan por estas opciones.

Nuestro proyecto de innovación MAJO Drink & Smoothies está destinado a satisfacer la necesidad de esas personas, ofreciendo batidos naturales hechos a bases de frutas y verduras orgánicas libres de conservantes químicos, estas son administradas por personas de comunidades rurales.

Para la creación de MAJO Drink & Smoothies en la ciudad de Granada-Nicaragua se desarrolló un estudio para reconocer nuestro mercado objetivo y analizar la viabilidad de nuestro proyecto, para esto aplicamos una encuesta a una muestra de 66 personas entre los estratos medio y altos de las edades de 15 a 35 años los cuales demuestran que están de acuerdo que es factible y apto de instituir un negocio como el nuestro en el centro de la ciudad. También esta metodología nos permitió apreciar que existen potenciales usuarios de nuestro producto los cuales buscan esencialmente alimentarse y llevar hábitos saludables en la cotidianidad de sus vidas sobre todo en una ciudad demandante.

## **1.1 Solución**

Un aspecto importante a tomar en cuenta para un bienestar saludable es una buena nutrición ya que contribuye a mejorar la calidad de vida. Hoy en día existe una amplia variedad de alimentos que si los consumen en exceso pueden desencadenar múltiples enfermedades.

Es aquí en donde las bebidas nutricionales han tomado fuerza para convertirse en el complemento ideal para las dietas o entrenamientos enfocados en la pérdida de peso, los cuales “estas bebidas aportan una gran cantidad de nutrientes y se les atribuyen múltiples beneficios” (Kyslenko, 2020) para todas esas necesidades y gustos del consumidor.

De este modo nuestro proyecto está pensado en cubrir esas necesidades esenciales para la salud de las personas, sin olvidarnos de sus gustos.

Majo drink & smoothies se basa en esas ideas de fomentar un bienestar saludable en las personas y ser un producto amigable con el medio ambiente, brindándoles un producto rico en nutrientes y proteínas según destaca el Dr. Francisco artes Hernández, responsable del grupo postre colección y refrigeración de la universidad politécnica que colabora en la asociación. Además de sumarse a un mejor desarrollo económico del país por medio de nuevos emprendimientos de negocios y de este modo generar empleos.

## 1.2 Método de embudo

El método del embudo consiste en argumentar de lo general a lo específico. Es decir, simplifica la manera en la que se divide un proceso que puede ser muy largo y tedioso, este también facilita la toma de decisiones al tener como punto una base de datos. Este método parte de premisas generales a premisas específicas cada vez más delimitadas, que concluye en el problema central de investigación. Desde la idea hasta la sustentación.

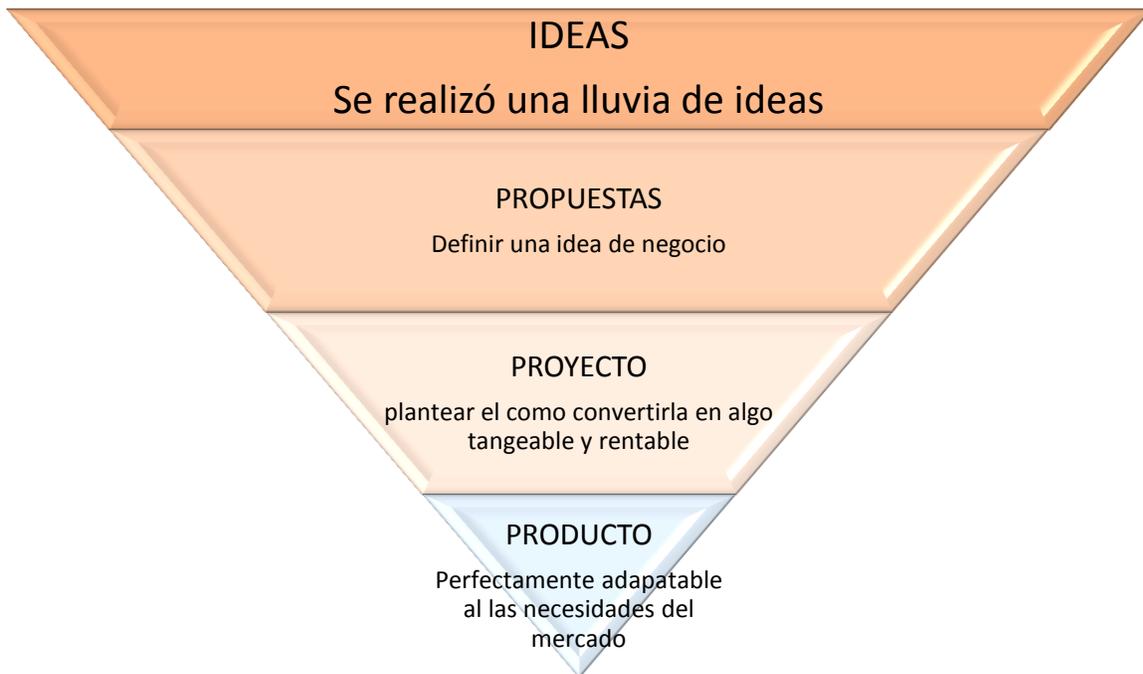
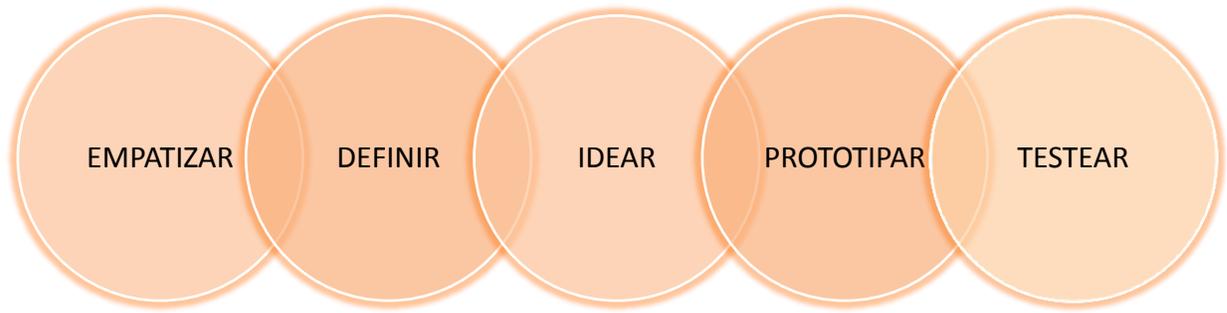


figura No. 1. Método de embudo

## 1.3 Método desing thinking



*figura No. 2. Método desing thinking*

### 1.3.1 Empatizar

Consumir Frutas y verduras es vital en nuestro día a día ya que contiene nutrientes esenciales para nuestro organismo, tiene un alto contenido en fibra, vitaminas, minerales, agua y sustancias antioxidantes.

En la ciudad de Granada es difícil encontrar un lugar que ofrezca un producto 100% natural que contenga grandes beneficios para nuestra salud. La OMS en el año 2018 a través de un estudio de alimentación saludable recomienda comer al menos 400g o cinco porciones de frutas y verduras al día reduciendo el riesgo de desarrollar enfermedades no transmisibles y ayuda a garantizar una ingesta diaria suficiente de fibra dietética.

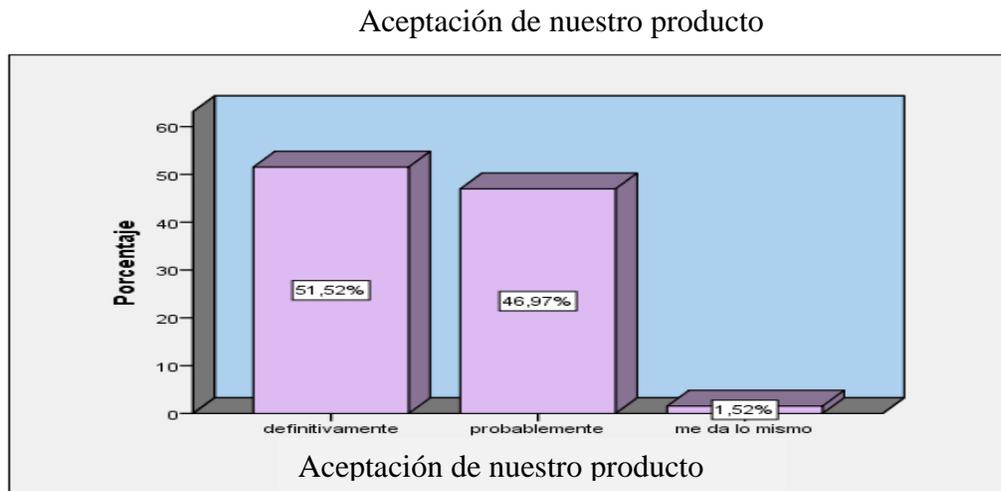


figura No. 3. Aceptación de nuestro producto

### **Análisis de respuesta**

Se percibe que el 51.52% de los encuestados les agrada la idea de involucrar este producto en sus dietas, el otro 46.97% probablemente lo involucraría, lo que confirma que sería un mercado potencial para los smoothies.

#### **1.3.2 Definir**

Majo Drink & Smoothie ofrece un producto innovador de bebidas líquidas, granizadas y cremosas a bases de frutas y hortalizas que contienen muchos beneficios nutricionales. Por supuesto un Smoothie o una bebida refrescante no van a arreglar una dieta pobre o un ritmo de vida sedentario, pero pueden ser un buen complemento a una dieta saludable, especialmente para las personas a las que se les hace difícil comer frutas y verduras.

#### **1.3.3 Idear**

La idea nace desde la necesidad de fomentar hábitos saludables para el aporte de una sociedad consciente en lo que consume, logrando dar una idea creativa y sostenible que pueda llegar a diferente público desde bajo y medio. Al igual que promueve nuestra cultura y nuestros recursos naturales a través de bebidas potencialmente nutritivas

En la selección de nuestro producto a desarrollar se ha hecho uso del Macro filtro y micro filtro en donde planteamos 4 ideas de diferentes productos, las cuales se clasificaron y evaluaron para elegir la más adecuada y la más rentable en nuestra zona regional, en este caso en el departamento de Granada- Nicaragua.

### **1.3.3.1 LLU VIA DE IDEAS**

#### **PRIORIZACIÓN DE PROBLEMAS/OPORTUNIDADES**

*Tabla 1. Lluvias de ideas*

Núm.	Inconveniente/oportunidades	Idea de Producto
1	<p>Inconvenientes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Producción masiva en ferias</li> <li>● No es producto de primera necesidad</li> </ul> <p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Materia prima disponible y accesible.</li> <li>● Fácil preparación.</li> <li>● No utiliza proceso tecnológico</li> </ul>	<b>Chileros</b>
2	<p>Inconveniente</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● No todas las imprentas trabajan con el tipo de tela con el cuál se elaboran.</li> <li>● Producción masiva.</li> </ul> <p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Disponibilidad de materia prima.</li> </ul>	<b>Bolsos de tela</b>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Diversidad de diseños.</li> <li>● Se usan infinidades de veces.</li> <li>● Reduce la contaminación ambiental.</li> </ul>	
3	<p>Inconveniente</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Competencia indirecta.</li> <li>● Maquinaria avanzada</li> </ul> <p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Accesorio pensado para dar comodidad.</li> <li>● Diversidad de diseños.</li> </ul>	<b>Cojines</b>
4	<p>Inconveniente</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● La materia prima tiene vida útil corta.</li> </ul> <p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Está dirigido a la mayor parte del mercado.</li> <li>● Ingredientes naturales y saludables.</li> <li>● Mejoran el nivel energético y actividad física.</li> <li>● Mejora el sistema inmunológico.</li> <li>● No hay un lugar que le dé prioridad a este producto.</li> </ul>	<b>Smoothies</b>

### 1.3.3.2 MICRO FILTRO

Tabla 2. Micro filtro

I DEA/ CRITERIOS	1	2	3	4	
Tecnología para su fabricación	5	3	2	5	
Demanda	3	4	3	4	
Competencia	4	5	5	4	
Precio accesible	3	3	1	2	
Clientes	4	4	2	5	
Satisface una necesidad	1	2	1	5	
Disponibilidad materias primas en el país	5	4	5	5	
Disponibilidad de mano de obra calificada	5	5	5	5	
Nivel de innovación	1	4	2	3	
TOTAL	26	34	26	38	

### 1.3.4 Prototipo

Al desarrollar la idea de nuestro producto, decidimos apostar por un producto de una demanda muy actual. Las generaciones más jóvenes son las más comprometidas con la ecología y el medio ambiente. Según el estudio de GlobalWebindex, 6 de cada 10 millennials entre las edades de 22 a 35 años están dispuestos a pagar por un producto que sea ecológico y sostenible, seguidos por el 58% de la generación Z entre las edades de 16 a 21 años y el 55% de la generación X entre las edades de 36 a 54 años, Casi la mitad el 46% de los bommers correspondiente entre las edades de 55 a 64 años, serian favorables de incrementar el gasto por productos más Ecofriendly y Zero Waste.

Planteado bien el tipo de producto que MAJO decide ofrecer al consumidor decidimos que nuestra temática será ir por lo orgánico, beneficioso para la salud y el medio ambiente



figura No. 4. Prototipo

Los Smoothie's se elaboraran de productos orgánicos cultivados y cosechados por el agricultor, ya que nuestro propósito como nuevos empresarios e innovadores es apoyar a nuestros agricultores que sean visto afectados por la crisis económica de nuestro país

debido a la pandemia del Covid-19, ofreciendo un producto 100% natural, orgánico, libre de preservantes y químicos que con el tiempo perjudican nuestro bien estar saludable.

### 1.3.5 Ingredientes:



*figura No. 5. Ingredientes*

### 1.3.6 Obtención de materia prima:

El suelo Nicaragüense es un verdadero paraíso en la siembra y cosecha de frutas y hortalizas realmente apetitosas, ofreciendo una alta gama de variedad en diferentes colores, tonalidades de numerosas formas y de muy variados gustos y usos. Los frutos que ofrece nuestra Nicaragua sean conocidos o exóticos son una fuente de inagotables experiencias de degustación (vianica, 2019).

Para la obtención de nuestra materia prima para elaborar nuestros smoothies será tratar mano a mano con el agricultor para obtener cosechas de temporadas, aprovechar las frutas y hortalizas en su mejor vía de desarrollo de sus nutrientes, vitaminas y minerales que poseen en su temporada. Nuestros proveedores serán de granada y sus municipios, primero teniendo un estudio de sus huertos que ellos cultivan y si son orgánicos.

### 1.3.7 TESTEAR:

Una vez que se presentó el prototipo de MAJO en la encuesta realizada sobre lo que es un smoothies y su contenido de nutrientes y vitaminas entre las edades de 15 a 35 y más, el siguiente grafico a presentar refleja según la encuesta aplicada a la población Granadina que les gustaría un local en este departamento que ofrezca este producto y los tipos de frutos que más consumirían.



*figura No. 6 aceptación de nuestra instalación*

### **Análisis de resultados**

Se percibe que el 92.42% de los encuestados les agrada la idea de encontrar un nuevo local en la ciudad de Granada para consumir sus batidos naturales, lo que nos confirma que sería un mercado potencial para los smoothies.

**PREFERENCIA DE SABORES EN NUESTROS**

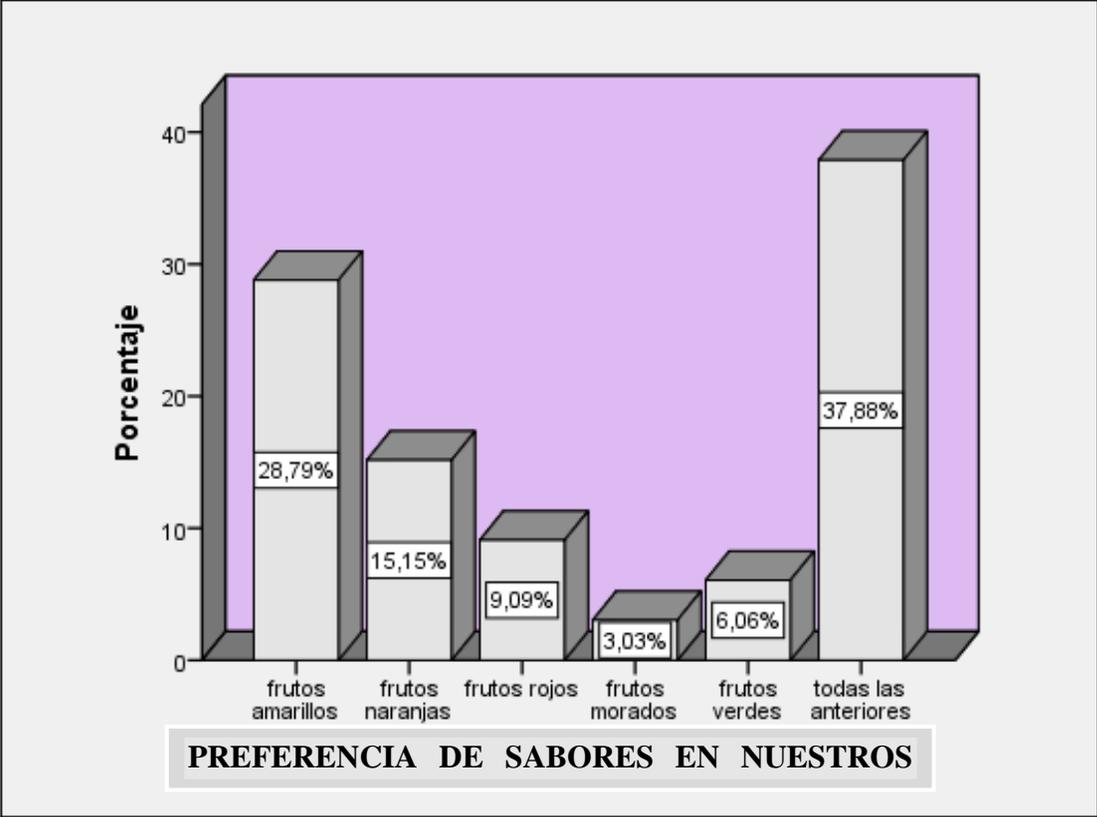


figura No. 7. Preferencia de sabores de nuestro producto

**Análisis de respuestas**

En esta pregunta expuesta a las personas encuestadas se quiso conocer la preferencia de las frutas y hortalizas que más prefieren para materia prima de nuestro proyecto. En el gráfico se identifica que las combinaciones de frutas de mayor preferencia son en un 37.88% todas las anteriores expuestas, sin dejar de preferir en un 28.79% los frutos amarillos (piña, mango, bananos, etc.)

## 1.4 Diseño o modelo 3D

El producto a ofrecer es smoothies preparados con frutas, verduras, leche, yogur, zumos garantizando de esta forma que cuenta con todas las vitaminas y minerales de las frutas y hortalizas



figura No. 8. Diseño 3d

El prototipo tiene un concepto minimalista, representativo con su envase de vidrio y plástico biodegradable y su respectivo logotipo del emprendimiento y con frutas de fondo a base esta hecho el producto a ofertar.

### Aceptación del tipo de envase

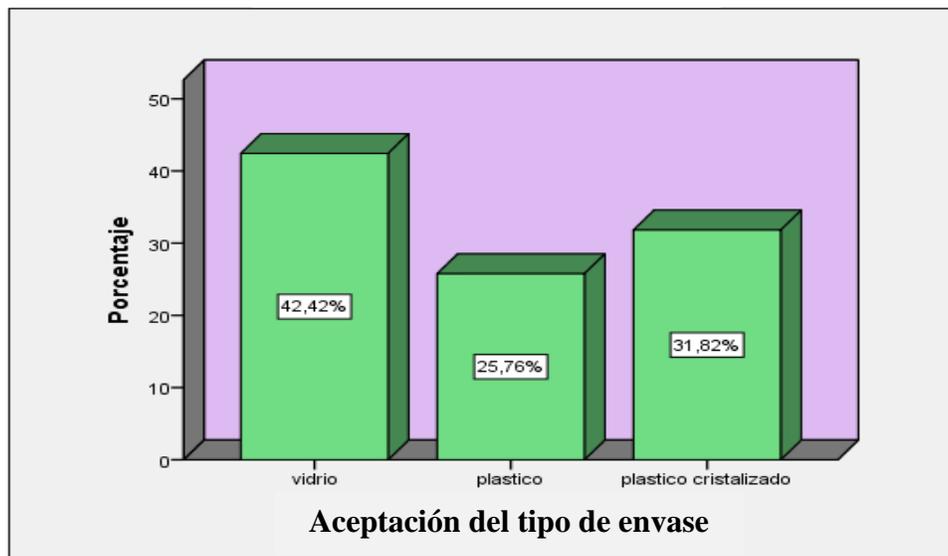


figura No. 9. Aceptación de nuestro envase

## 1.5 Oportunidad en el mercado

### 1.5.1 Análisis externo del sector

#### **Producto interno bruto:**

Según datos del BCN (Banco Central de Nicaragua), en el primer trimestre de 2021, la economía nicaragüense mostró recuperación respecto al desempeño observado en los trimestres anteriores, afectados por la pandemia del COVID-19. Así, en este primer trimestre, el PIB registró un crecimiento interanual de 3.4 por ciento. Con este resultado, la evolución promedio anual se ubicó en -1.4 por ciento, según la estimación preliminar en la serie de datos originales.

El comercio aumentó 6.7 por ciento (5.5% en promedio anual), mostrando crecimientos en las modalidades de comercio al por mayor y comercio al por menor.

La actividad de hoteles y restaurantes disminuyó 22.4 por ciento (-39.5% en promedio anual). En dicho comportamiento influyó la menor llegada de visitantes extranjeros al país.

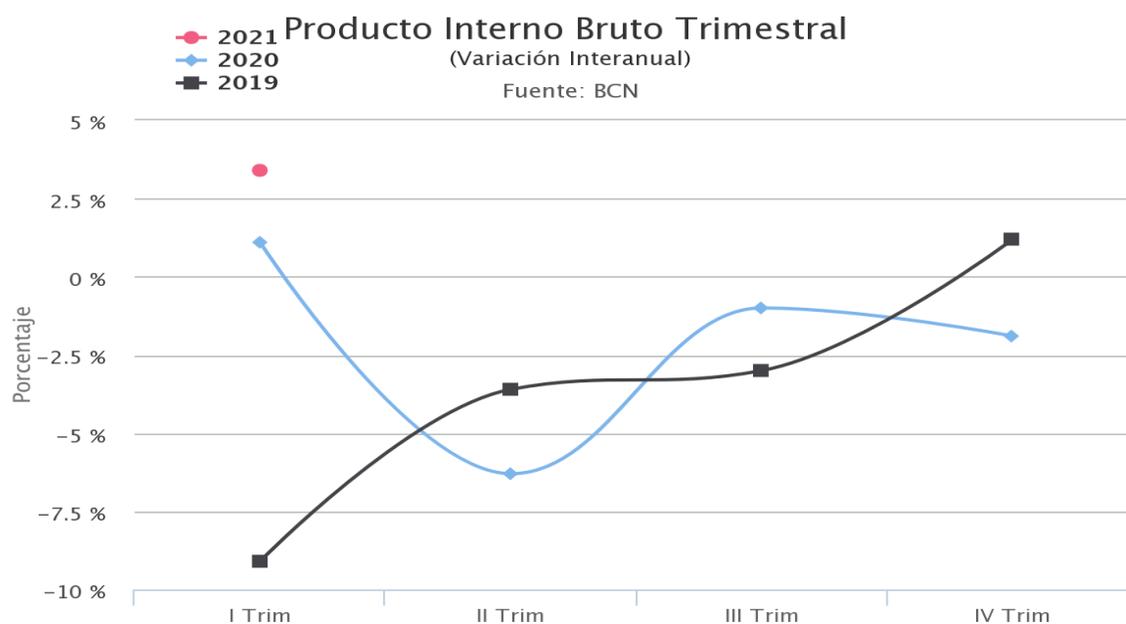


figura No. 10. Análisis interno del producto

Los Smoothie se están convirtiendo en la opción preferente para aquellos consumidores que apuestan por lo saludable, nutritivo y lo conveniente, pero que no les gusta comer frutas, verduras o ensaladas. Se consumen de forma fácil y rápida, convirtiéndose de este modo en la alternativa ideal a las comidas tradicionales.

Majo Drink & Smoothie es una idea de emprendimiento en vía de desarrollo que pretende ubicarse como una empresa que contribuya a cubrir las necesidades básicas de la población granadina y la de los visitantes a la ciudad la cual incluye niño, adolescentes, adultos, adultos mayores, ayudar así a la consecución de un estilo de vida saludable, refrescante, natural y nutritivo a través de la producción y comercialización de smoothies los cuales permiten aprovechar los beneficios nutricionales de las frutas y verduras con las que se preparan. También tomamos en cuenta el factor tiempo en el estilo de vida de las personas, el cual a veces se convierte en un limitante para la preparación de alimentos saludables en casa.

Actualmente en la ciudad de Granada hay un grupo minoritario de negocios que ofrezcan dentro de su menú jugos o smoothie, pero su especialidad no son los batidos saludables en donde el cliente tenga selección múltiple de ellos. Por eso Majo Drink & Smoothie plantea una propuesta de negocio donde la prioridad son las bebidas y licuados saludables con grandes beneficios nutricionales con frutas y verduras de la temporada donde el consumidor tenga una gran cantidad de beneficios para la salud en un solo licuado o smoothie cubriendo los gustos y necesidades básicas a cubrir de las personas que hoy en día requieren consumo obligatorio para el bienestar de su salud.

Estos son algunos beneficios que otorga el consumo de los smoothies:

- Mejora el metabolismo y ayuda a que la digestión no sea un proceso largo y pesado para nuestro organismo.
- Previene muchas enfermedades e infecciones
- Limpia el cuerpo de toxinas y otras sustancias no muy buenas
- Tomar smoothie hidrata y limpia nuestra piel
- Evita el picoteo de alimentos causantes de aumento de pesos, ya que los smoothie sacian el apetito por su gran contenido de nutrientes.
- Aumenta la capacidad de concentración

- Aumenta la cantidad de calcio o magnesio que poseen muchas frutas y verduras
- Ayuda a los deportistas aumentar energía y reducir molestias y dolores.



*figura No. 11. Imagen de beneficios del producto*

### 1.5.2 Características de los MAJO Drink & Smoothie:

1. Son elaborados a base zumos, leche, agua mineral, frutas y verduras.
2. El envase es de vidrios.
3. Son perfectos para consumir en cualquier hora del día
4. Un fácil consumo de frutas y verduras para los niños y adultos que no les gusta consumirlos de una forma solida
5. De elaboración rápida en 5 minutos.
6. Lleno de nutrientes y vitaminas que benefician al cuerpo
7. Producen residuos orgánicos para los huertos de nuestros productores
8. De textura cremosa y helada agradables para el paladar

## **1.6 Propuesta de valor (modelo canvas)**

La propuesta de valor es una herramienta para definir como nuestro producto o servicio creara valor para nuestros clientes. No se trata solo de este sino de todos los factores alrededor del mismo que aportan algún valor. (Pendino, 2019)

Bloques que conforman el modelo canvas:

- ✓ Segmentación de clientes: define el segmento y el tipo de clientes al cual va ir dirigido nuestro producto.
- ✓ Propuesta de valor: define el factor diferencial que va a tener nuestro producto.
- ✓ Canales: define los canales que vamos a utilizar para hacer llegar nuestra propuesta de valor a nuestros clientes.
- ✓ Relación con clientes: define el tipo de relación que crearemos con nuestros clientes.
- ✓ Fuente de ingresos: define como nuestra empresa va a obtener dinero, es decir como monetizara la relación creada con los clientes.
- ✓ Recursos claves: define los recursos esenciales que necesitara la empresa para llevar su propuesta de valor a los clientes.
- ✓ Actividades claves: define las acciones básicas que la empresa deberá llevar hacia adelante para que su propuesta de valor llegue al cliente.
- ✓ Asociaciones claves: las alianzas estratégicas que debe concretar la empresa para realizar las actividades y conseguir los recursos que necesita. (Odar, 2019)

Las nuevas propuestas cada vez son más variadas dado que las expectativas del consumidor y sus hábitos de consumo tienden hacia productos más naturales y saludables.

Atendiendo a la tendencia actual de consumo de lo saludable, los smoothies se han convertido en una forma de consumir frutas y verduras que cubre las necesidades nutricionales de los nuevos consumidores. Los smoothies son alimentos que encajan muy bien con las necesidades de quienes se decantan por lo saludable, lo natural, por alimentos que se adaptan a sus estilos de vida y les aportan los beneficios funcionales que buscan.

## **1.7 Novedad de mi proyecto**

Emprender es innovar y Majo Drink & Smoothie es un producto con un gran potencial de innovación en la mezcla de frutas y hortalizas. Además de ser un producto amigable con el

medio ambiente produciendo residuos orgánicos y sin ningún uso de químicos que podrían hacer daño a la salud.

Todo producto antes de su consumo tiene que ser visualmente agradable para el cliente y en este caso Majo varia su textura y color de acuerdo a los ingredientes que estén a base elaborado cada smoothie y donde cada smoothie tiene un nombre representativo a nuestra cultura nicaragüense.

Majo Drink & Smoothies está dirigido a todas aquellas personas del departamento de Granada- Nicaragua que trabajen, estudien o residan en este departamento pertenecientes a los eslabones sociales medio y medio alto que estén dispuestos a cuidar su salud, creando mejores hábitos saludables.

En Nicaragua recientemente se aprobó la ley número 1024 ley de reformas y adiciones a la ley no 380 leyes de marcas y otros signos distintivos la cual establece las disposiciones que regulan la protección de las marcas.

Para poder registrar nuestra marca se tendrá que cumplir los siguientes requisitos ante el registro:

1. Nombre y dirección del solicitante
2. Lugar de constitución y domicilio del solicitante
3. Nombre del representante legal
4. La marca cuyo registro se solicita
5. Una lista de los productos o servicios para los cuales se desea registrar marca.
6. Poder que acredite la representación
7. El comprobante de pago de la tasa establecida.

En la siguiente tabla se detallan las tarifas para inscribir una marca.

*Tabla 3. Tarifas para inscribir una marca.*

<b>Actividad</b>	<b>Monto</b>
Tarifa básica por solicitud de registro de una marca	\$135
Certificaciones	\$25
Inscripción de registro de poderes	\$20

### 1.7.1 Diseño conceptual del producto:



figura No. 12. Diseño conceptual

#### **Tonalá:**

- Sandia
- Fresas
- Frambuesa
- Almendras
- Leche
- Yogur griego

#### **La Sultana:**

- **Mango**
- **Banano**
- **Piña**
- **Zumo de Naranja**
- **Yogur**



figura No. 13 diseño conceptual



### **Guachipilín**

- **Zanahoria**
- **Mandarina**
- **Melocotón**
- **Jengibre**
- **Zumo de Naranja**
- **yogur**

*figura No. 14. Diseño conceptual*

### **Tisma**

- **Pitahaya**
- **Banano**
- **Mango**
- **Zumo de limón**
- **Leche de coco**
- **yogur**



*figura No. 15. Diseño conceptual*



*figura No. 16. Diseño conceptual*

### **Terrabona**

- **Manzana verde**
- **Espinaca babys**
- **Piña hawaiana**
- **Leche**
- **yogur**

Parte de la innovación del producto es que cada smoothie contenga un nombre étnico del país, en este caso lleva el nombre donde ciertos frutos que contienen cada smoothie son

producidos en estos municipios o parte del departamento que provienen, para darles un nombre atractivo y divertido a los smoothies.

### 1.8 Ciclo del proyecto

Se considera que el ciclo de vida del proyecto es una serie de fases por las que atraviesa un proyecto desde su inicio hasta su cierre. Cada organización determina el ciclo de un proyecto sobre la base de sus propias necesidades. (ealde, 2020)

El objetivo de este ciclo de vida de MAJO Drink and Smoothie es plantear a través de un gráfico cuales fueron los pasos a seguir que se consideraron para llevar a cabo esta idea a desarrollar

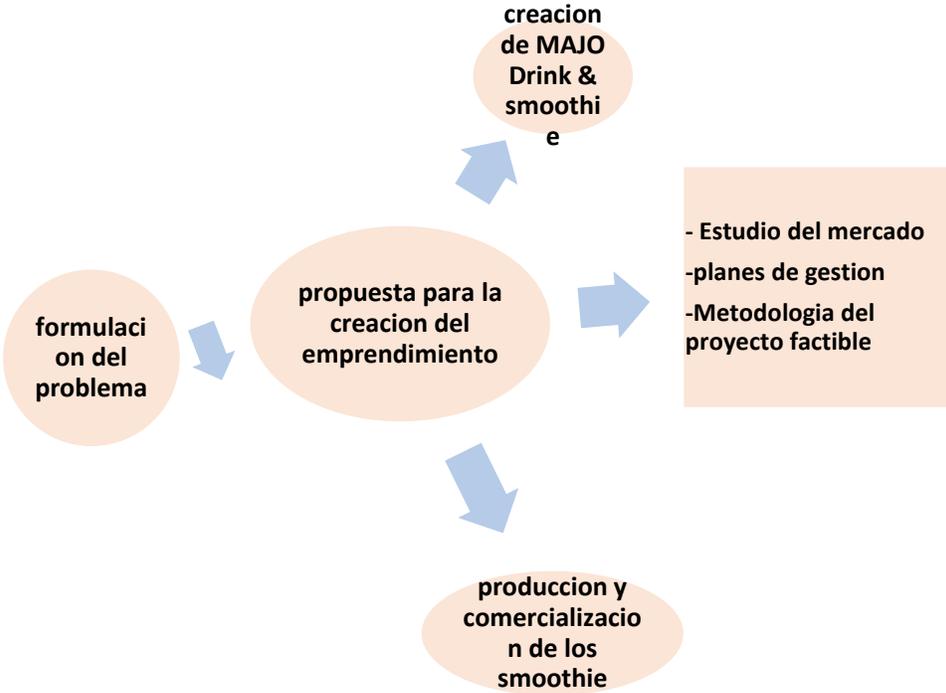


figura No. 17. Ciclo del proyecto

## 1.9 Visibilidad del proyecto

Hoy en día con una generación muy avanzada en la tecnología la mejor manera de dar visibilidad a un producto y tenga mayor impacto a llegar a las personas es utilizando las redes sociales, Majo trabajara en las redes sociales para dar visibilidad a nuestro producto a través de un plan semanal que será publicado en la red de instagram con publicidad sumamente llamativa que atraiga al cliente casi a obligar a consumir nuestro producto.

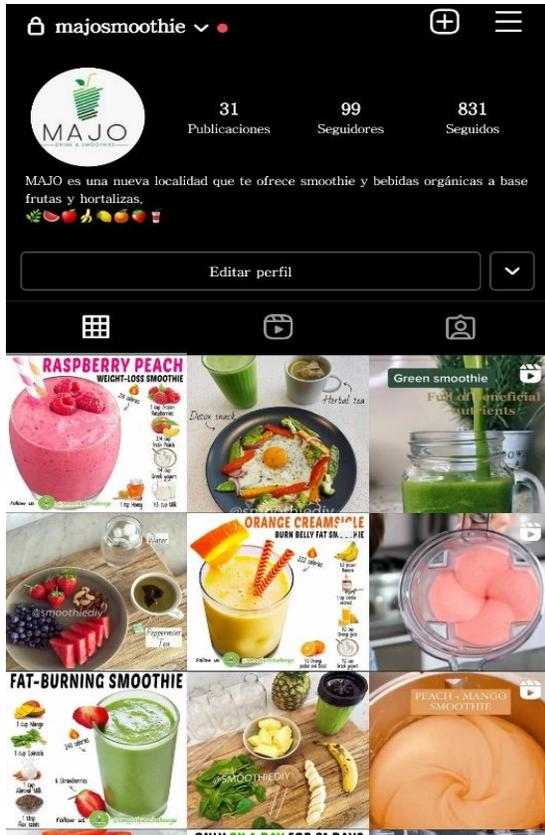


figura No. 18. Visibilidad del producto

## **1.10 Resultados esperados**

Nuestros resultados esperados es poder llegar a poner el negocio de forma física y que salga de ser un proyecto de papel, a uno real. Con nuestro proyecto de innovación y emprendimiento es identificar las diferentes áreas de oportunidad para MAJO Drink & Smoothie y sus colaboradores. Cumplir las expectativas en los clientes, lograr un producto innovador y funcional para la salud de los consumidores identificando todas las necesidades y oportunidades del mercado para adaptar las ofertas y capacidad de oferta de la empresa MAJO Drink & Smoothies es ganarse un espacio privilegiado de aceptación en el mercado, en la fabricación y comercialización de bebidas, donde los consumidores nos elijan como su principal aliado a la hora de formar parte de su alimentación saludable.

.

## 2 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Los consumidores han estado cambiando sus hábitos de consumo, la población granadina hace preferencia por consumir productos sanos, energéticos y con un gran aporte de nutrientes, vitaminas que beneficien la salud.

El proyecto de Smoothie en desarrollo tiene la intención de llegar a cada consumidor del departamento de Granada, así mismo a un nivel nacional que busca un equilibrio en sus dietas, utilizando estrategias de ventas específicas para lograr una marca de opción preferida y reconocida.

### 2.1 Análisis de demanda de nuestro producto

El análisis de la demanda es el proceso de entender la demanda de los consumidores hacia un producto o servicio en un mercado objetivo. Las técnicas de análisis se utilizan para abrir camino a un mercado exitosamente y generar los resultados esperados.

MAJO Drink & Smoothie para determinar la demanda del producto, realizamos una recopilación de datos a personas entre las edades de 15 a 35 y más, de sexo masculino y femenino, en una investigación bajo dos técnicas principales para tener respuesta y así conocer , detallar los gustos y preferencias para con nuestro producto a ofrecer, una de estas es la técnica cuantitativa que dentro de ella está la encuesta en la cual se utilizaron en su mayoría preguntas cerradas facilitando al encuestado las posibles alternativas de respuestas y la otra técnica es la cualitativa que se encuentra el método de observación, análisis de documentos y estudios de competencia directa.

#### 2.1.1 Cálculo de demanda potencial

Por medio de cálculos específicos es posible estimar hipotéticamente la capacidad de mercado de un determinado bien o servicio. Por medio del estudio de la demanda potencial es posible conocer la posible acogida de estos, se entiende por tanto como la estimación matemática que se realiza para conocer el número de compradores potenciales que existe para un producto en particular.

Para lograr determinar cuánto sería el aproximado en porcentaje de la población en llegar a consumir nuestro producto a través de las encuestas analizaremos sus respuestas para tener una investigación exacta sobre nuestros posibles consumidores dentro de la población, tal cual sería también la de nuestros consumidores turísticos nacionales y de otros departamentos.

Para nuestro cálculo de demanda potencial se definió la siguiente segmentación de la población lo cual ayudo a definir datos reales y precisos.



figura No. 19. Calculo demanda potencial.

- Población Global:** Según el Censo Nacional realizado por el Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE) en el año 2005, el municipio de Granada posee una población total de 105,171 habitantes, Con estos datos se proyectó la población para conocer el número de personas del año 2006 al 2021, con una tasa de crecimiento del 0.8% anual, tomando como base los datos del INIDE. En la siguiente tabla se presenta la proyección de la población de Granada del año 2015 al 2021.

Tabla 4. Tabla de la población de granada.

Año	Población de Granada
2015	114,805.28
2016	115,723.72
2017	116,649.51
2018	117,582.71
2019	118,523.37
2020	119,471.56
2021	120,427.33

- **Población potencial:** Nuestra demanda potencial está formada por todos los residentes del municipio de Granada que consumen batidos naturales que según nuestra encuesta aplicada nos mostró que de las 66 personas encuestadas el 80.3% de estas los han probado o hecho.
- **Población objetiva:** En este caso se determinó que el 51.52% porcentaje de la población encuestada la cual está entre las edades de 15 a 65 años, reflejaron que están dispuestos a involucrar nuestro producto en sus dietas lo que determina nuestra demanda potencial, por medio de la cual tenemos el siguiente cálculo:  
 **$120,427.33 * 51.52\% = \underline{62,044.16}$**

### 2.1.2 Demanda potencial

Al preguntar a los encuestados que, si consumen batidos naturales, nuestra encuesta aplicada nos mostró que de las 66 personas encuestada el 80.3% de estas los han probado o hecho, lo cual ayudará a calcular la demanda potencial y real que se refleja de la siguiente manera:

- ✓ *Proporción Afirmativa (P) = 1.00 = 66 personas*
- ✓ *Población objetivo (PO) = 62,044.16 personas*
- ✓ *Demanda Potencial mercado total = P \* PO*
- ✓ *Demanda Potencial mercado total = (1.00)\*(62,044.16)*
- ✓ *Demanda Potencial mercado total = 62,044.16*
- ✓ *Demanda Real = Demanda potencial del mercado total 80.3% de aceptación del producto*
- ✓ *Demanda Real = 62,044.16 personas \* 80.3% = 49,821.46 Personas*

**Gráfico: Los smoothies están llenos de beneficios nutricionales. ¿Los has probado o hecho?**

## Población potencial para con nuestro producto

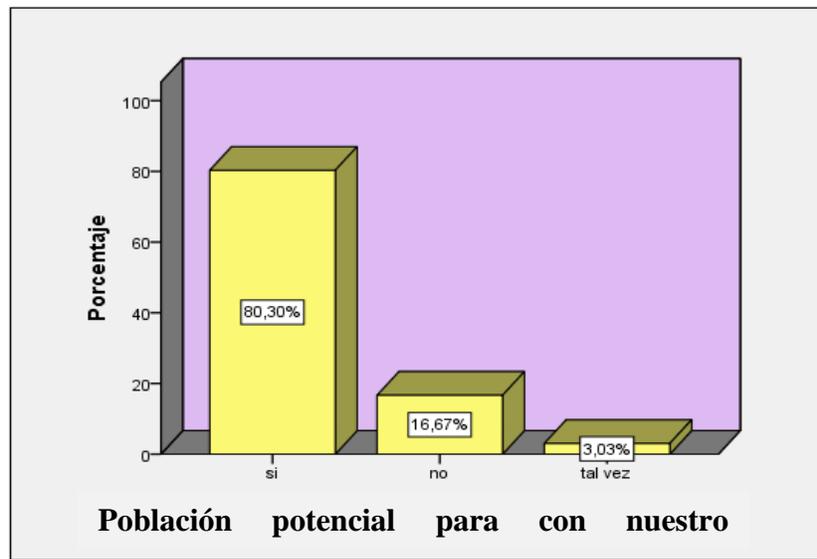


figura No. 20. Población potencial de nuestro producto

### Análisis de respuestas

Se comprobó que el 80.3% de la población encuestada han probado o hecho smoothies debido a sus beneficios nutricionales, un 16.67% no han consumido de este producto y el 3.03% se quedó con la opción de tal vez.

## 2.2 Análisis de oferta

El análisis de la oferta tiene como finalidad establecer las condiciones y cantidades de un bien o servicio que se pretende vender en el mercado. Es analizar la competencia que se debe enfrentar.

Para determinar nuestra competencia potencial tomamos en cuenta todos los locales que ofrecen productos similares a batidos de frutas naturales en el municipio de Granada.

En nuestra encuesta aplicada una de las preguntas hechas a las personas fue **¿Conoces algún negocio que ofrezca smoothies en la ciudad de Granada?** A lo que un 48.48% de nuestro universo de estudios respondieron con un **sí**, es por eso que para especificar más nuestros competidores realizamos un cuadro comparativo en donde describimos las actividades que realizan ya que por medio de la investigación de nuestra competencia se

debe realizar una diferenciación en nuestros productos y presentación para llegar a nuestro mercado meta.

### 2.2.1 Cálculo de oferta

En nuestra encuesta aplicada en el Municipio de Granada, les planteamos la siguiente pregunta: **¿Conoces algún negocio que ofrezca smoothies en la ciudad de Granada?**, lo cual nos arrojó que el 48.48% es decir que 32 personas si conoce algún establecimiento que ofrece este producto, lo cual hace referencia a la competencia directa de nuestros Smoothies.

**¿Conoces algún negocio que ofrezca smoothies en la ciudad de Granada?**

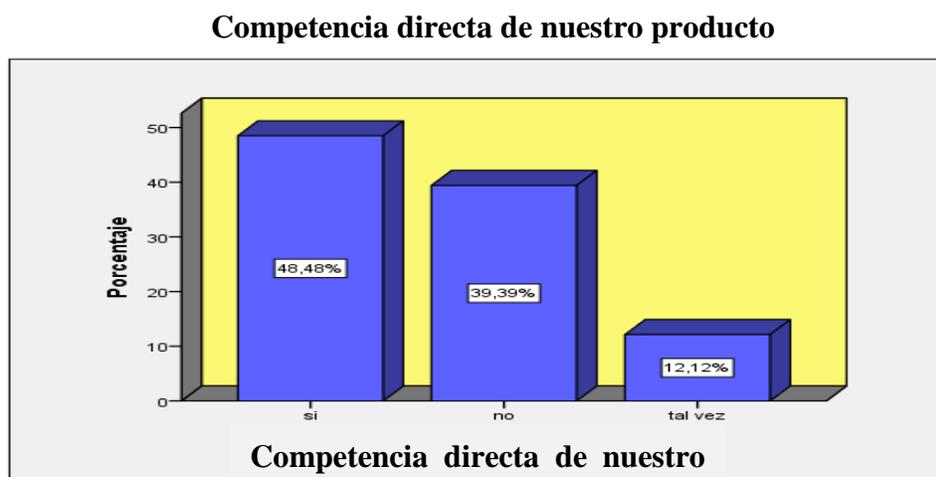


figura No. 21. Competencia directa de nuestro producto

### **Análisis de respuesta**

Se puede ver que el 48.48% de los encuestados si tienen conocimiento de otros locales que ofrecen smoothies en la ciudad de Granada, lo que nos confirma la existencia de competidores directos. El otro 39.39% no tiene conocimiento de estos locales y el 12.12% selecciono la opción de tal ves.

### 2.2.1.1 Cálculo de oferta

Tabla 5. Calculo de la oferta.

DEMANDA REAL	OFERTA DIRECTA	OFERTA INDIRECTA
<b>49,821.46Personas</b>	De estas el 48.48% es decir 24,153.44 personas son nuestra oferta directa según datos de la encuesta.	El 12.12% de personas que abarca el mercado dijeron que talves a nuestra pregunta, esta es nuestra oferta indirecta, estos datos también están reflejados en nuestra encuesta realizada.

### 2.2.2 Cálculo de demanda insatisfecha

esta es aquella en donde parte de la población por alguna razón no reciben un producto o servicio que les satisface sus necesidades, por lo tanto la demanda es mayor que la oferta.

#### 2.2.2.1 Cálculo de demanda insatisfecha

Según nuestros datos reflejados por la encuesta aplicada nos demuestra que el 51.52% de la población son nuestra oferta directa e indirecta, es decir **49,821.46 Personas\*51.52%** es igual a **25,668.02** lo que nos queda el **48.48%%** que sería nuestra demanda insatisfecha, esto es un punto a favor como ventaja para desarrollar nuestro proyecto. **Cálculo a continuación:**

$$49,821.46 * 48.48\% = \underline{23,051.13}$$

## 2.3 Análisis de precio

El análisis de precios es el estudio de la respuesta del consumidor referente a precios en investigaciones de encuestas. Básicamente se está evaluando de forma anticipada un precio, sin evaluar por separado sus componentes de costos y las ganancias propuestas.

Los locales que son nuestra competencia directa por nuestra localización en el Municipio de Granada son: The Garden Café y Verde.

Tabla 6. Competencia directa.

Nombre de la Competencia	Precio de Smoothies
The Garden Café	U\$ 5 Dólar
Verde	U\$ 3.5 Dólar

De acuerdo al cuadro anterior de los precios de nuestros competidores se aprecia una segmentación por ingreso económico, ya que ofrecen precios que no todo el público en general pudiese pagar por los smoothies.

Aunque estos locales poseen un rango de precios altos, se puede identificar que, entre los dos locales, el que tiene un menor precio de los smoothies es *Verde* con un precio de \$ 3.5 dólares. Los precios altos los tiene The Garden Café con un precio de \$ 5 dólares.

Es muy importante que nuestro local ofrezca un producto con un valor agregado percibido por el consumidor y que sienta que paga un precio en el que recibe más de lo esperado logrando así diferenciación y fidelización. En nuestra encuesta realizada se percibe que estas personas están dispuestas a pagar un precio razonable entre C\$ 60 y C\$ 80 córdobas.

### **2.3.1.1 Cálculo de precio unitario**

Nuestra pregunta realizada fue: **¿Qué precio estaría dispuesto usted a pagar por un smoothie, sabiendo que es una bebida altamente nutritiva?** A lo que nuestros encuestados respondieron que entre 60 y 80 córdobas, así se refleja en el gráfico de la figura No. 22

### Precio preferido por las personas

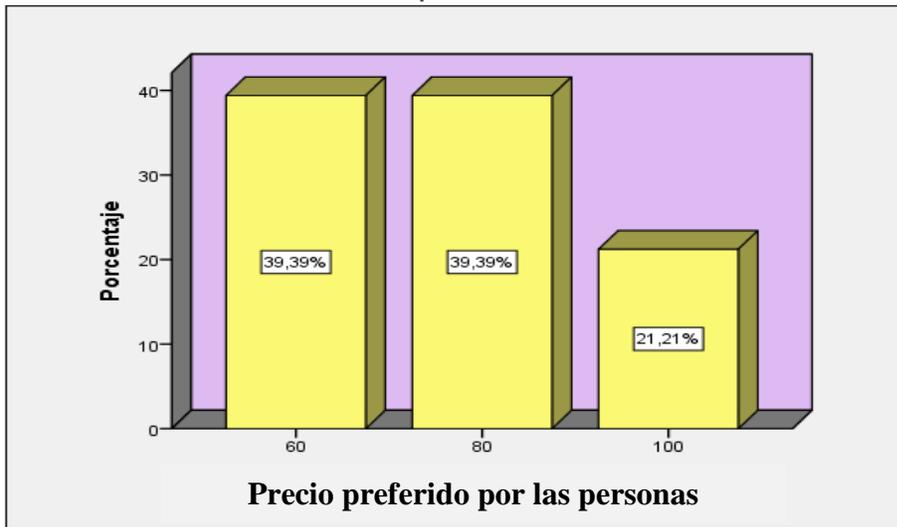


figura No. 22. Precio preferido por nuestro cliente

#### **Análisis de respuesta**

La encuesta nos arrojó que del total de las personas dispuestas a consumir nuestro producto se tiene que el 78.78% estaría dispuestos a pagar entre C\$60-C\$80 córdobas. El otro 21.21% estaría dispuesto a pagar C\$ 100 córdobas.

Estos precios que los encuestados prefieren no quiere decir que uno de esos sea nuestro precio fijo, ya que las decisiones de este precio influyen tanto factores internos como costos, objetivos de marketing, etc. Y como factores externos están la naturaleza de mercado y la demanda, nuestra competencia y otros factores del entorno (economía, distribuidores, etc.)

#### **2.4 Estrategias competitivas del mercado (4P)**

Según (Quero, 2008) la estrategia competitiva es el patrón de los principales objetivos, propósitos o metas, las políticas y planes esenciales para alcanzar los objetivos establecidos, en esta se definen la clase de negocio, o si la empresa esta o quiere estar y la clase de empresa que es y quiere ser.

*¿Qué es una Estrategia de producto?*

Estas estrategias de producto reúnen las diferentes acciones que se realizan a la hora de diseñar y producir un bien o servicio teniendo en cuenta principalmente las necesidades y preferencias del consumidor. El desarrollo de estas tiene una gran importancia, ya que en entornos altamente competitivos, este tipo de estrategias debe gozar de una constante actualización. (Galán J. S., 2015)

De acuerdo a nuestro estudio de mercado refleja en nuestra encuesta que el 51.52% de nuestros encuestados están dispuestas a involucrar este producto en sus dietas, lo que permite establecer estrategias concretas para la implementación de un plan de marketing.

#### 2.4.1 Estrategia del Producto.

Los smoothies son bebidas refrescantes ideal para las personas que optan por consumir un producto saludable que permite incluir frutas y hortalizas en su día a día. Para llegar a ofrecer un producto que llame la atención de los consumidores nos inclinamos por un estilo de vida que tiene la generación actual, la cual lleva un ritmo de vida acelerado con poco tiempo de preparar y consumir comida saludable, por ende, la creación de MAJO brinda smoothies funcionales a base de frutas y verduras con una simplicidad e innovación al mismo tiempo, cubriendo el gusto y necesidad de cada consumidor.

**Nombre del producto:** para llegar a un nombre que fácil de recordar y de pronunciar se hizo una elección de varios nombres hasta llegar al indicado, siendo la combinando de los nombres de ambos integrantes de la creación de este proyecto.

**MAJO:** *MA* (Marcelo) *JO* (José) = *MAJO*

#### **Características del producto:**

Todo producto tiene características competitivas y MAJO presenta las siguientes:

- Un producto a base de frutas y hortalizas de la temporada
- Libre de ingredientes artificiales
- Fácil y rápido de preparar
- Apoya al agricultor nacional
- Un envase eco amigable
- Con precio accesible al bolsillo del cliente

## Logotipo

El logotipo de MAJO Drink & Smoothie está dirigido para un público medio y medio alto, por la cual se considera el nombre algo fácil de memorizar y pronunciar.



*figura No. 23. Logotipo*

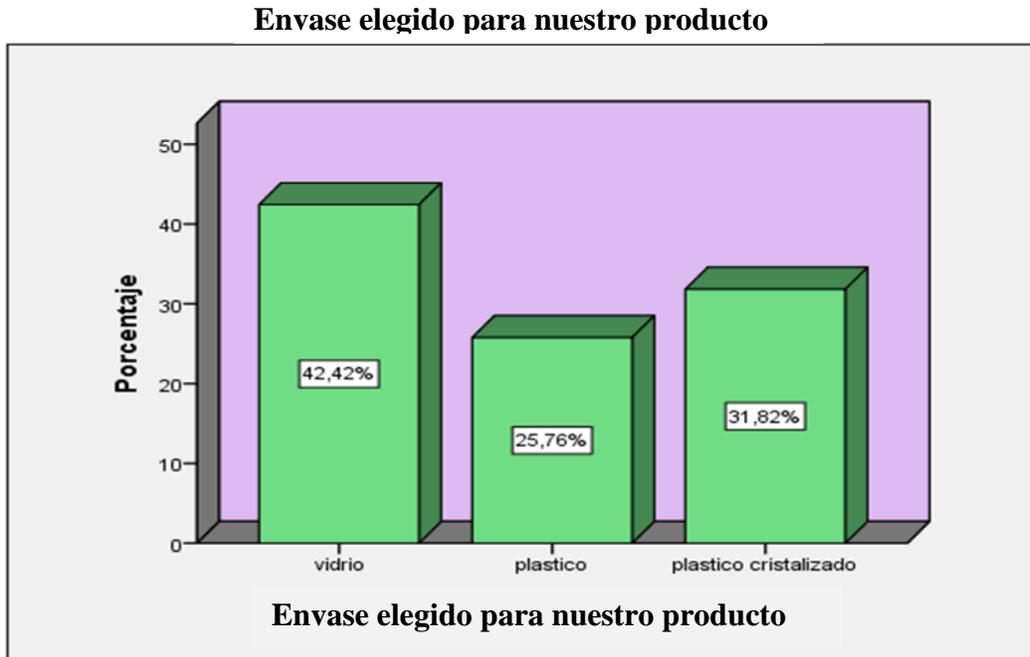
## Envase

La idea de tener un envase Zero waste que sea compatible con los principios del producto a desarrollar, optamos por uno que sea de vidrio, siendo amigable con el medio ambiente que no genere residuos que sean contaminantes a la madre tierra.



*figura No. 24. Envase*

De acuerdo con los datos obtenidos en la encuesta aplicada fue donde aprobamos la idea planteada sobre el envase a ofrecer. En la siguiente figura No. 25 del grafico del envase refleja la preferencia de los consumidores que les gustaría consumir, donde el envase de vidrio tuvo la mayor cantidad de votantes con un 42.42% aceptable, seguido del envase de plástico cristalizado con un 31.82% de votos y el ultimo de plástico con el menor puntaje de votos de 25.76%



*figura No. 25 envase elegido por nuestro cliente*

### **Análisis de respuesta**

Se evidencia que las personas prefieren en un 42.42% envase de vidrio para disfrutar de sus smoothies, mientras que el resto de las personas prefieren el plástico en un 25.76% y el cristalizado en un 31.82%, tomamos como referencia estos porcentajes a la hora de nuestro producto.

#### 2.4.2 Estrategia de precio.

Según Lamb, Hair y McDonnell una estrategia de precios es un marco de fijación de precios básicos a largo plazo que establece el precio inicial para un producto y la dirección propuesta para los movimientos de precios a lo largo de ciclo de vida de producto. (Thompson, 2007)

Para tener un concepto más claro la estrategia de precios “es un conjunto de principios, rutas, directrices y límites fundamentales para la fijación de precios inicial y a lo largo de ciclo de vida del producto, con la cual, se pretende lograr los objetivos que se persiguen con el precio al mismo tiempo que se mantiene con parte de la Estrategia de posicionamiento general. (Claro, 2016)

La determinación del precio es de gran importancia debido a que hay varios factores que influyen. Para tener un equilibrio razonable del precio el cual el cliente está dispuesto a pagar por un Smoothie. Según la encuesta aplicada se determinó como precio de venta para la presentación de 16 onza, el valor de C\$60 y C\$80 el cual se determinará un valor estratégico entre el mínimo y máximo más votados de los precios que los consumidores estarían dispuestos a pagar por un Smoothie teniendo en cuenta la cantidad que se ofrece.

MAJO contará con una variedad de precios promocionales debido a las fechas celebres o tipos de ferias que hará presencian.

Los precios promociones se basan cuando el vendedor ofrece descuentos de los precios normales para incrementar sus ventas y reducir los inventarios y la seguridad por un medio especial en ciertas temporadas para atraer a más clientes.

Nuestros descuentos promocionales se basarán en fechas conmemorativas o días celebres internacionales y en ocasiones de participación en ferias o eventos de beneficencia.

### 2.4.3 Estrategia de distribución

A la hora de implementar una estrategia de distribución de un negocio, hay que tener en cuenta que siempre debe de estar basado en los tipos de canales que quiere utilizar y en la cobertura quiere lograr con dicho canal.

#### **Tipos de canales de distribución:**

Dentro de los canales de comercialización existen diferentes tipos que se han formado para poder minimizar los costes de logística y transporte o para aportar el proceso de distribución, los cuales son el canal directo e indirecto.

Canal directo: es un tipo de canal con un recorrido corto de comercialización, en cual el productor vende de manera inmediata el producto al consumidor final sin ningún tipo de intermediario. (FIGUEROA, 2017)

Canal indirecto: está compuesto por intermediarios, puede ser a través de un canal directo largo o corto. El canal de distribución corta está compuesto por el fabricante el detallista y el consumidor final, en este canal solo hay un intermediario que es el detallista.

MAJO Drink & Smoothie es un negocio de mercado especializado que ofrece un producto del cual encuentra variedad de smoothie a base de la misma materia prima, la cual están elaborados y por lo mismo tiene un canal de distribución directo con el cliente porque es un producto que se elabora en tiempo y forma para su máxima entrega y consumo.

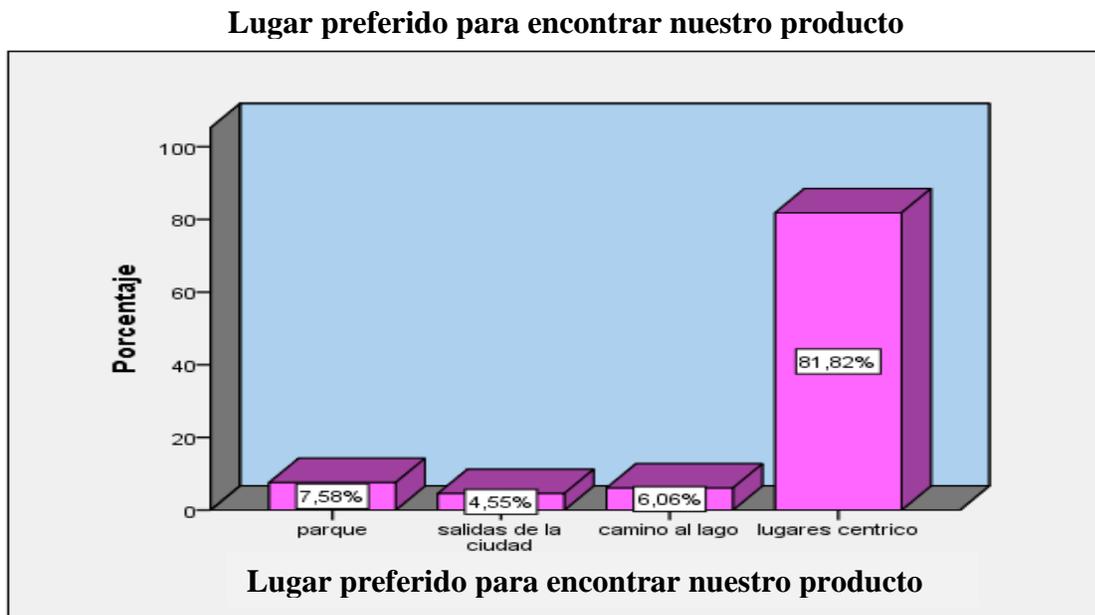


figura No. 26. Lugar de preferencia

### **Análisis de respuestas**

En cuanto al lugar preferido por la población encuestada se demuestra que el 81.82% de estos eligieron los lugares céntricos por lo que esto nos permite tenerlo en consideración para las instalaciones de MAJO Drink & Smoothies.

#### 2.4.4 Estrategia de Promoción y Publicidad.

La publicidad es la primera comunicación de marketing con los consumidores y para desarrollar una buena estrategia publicitaria hay que tener en cuenta su concepto.

Una estrategia de promoción es un plan factible en el que usa la publicidad para influenciar a la gente sobre tu negocio, a la vez que genera más compradores y aumenta fidelización de tus clientes. (Trillo, 2021)

La estrategia de promoción a desarrollar en MAJO Drink & Smoothie será a través del modelo de venta AIDA (Atención, Interés, Deseo, Acción) para aumentar la demanda de los smoothie y ser una opción nueva de preferencia en nuestro sector regional Granada. La publicidad será nuestra mayor herramienta para darnos a conocer y poder tener un mayor alcance a nuestros futuros clientes potenciales y promocionar de una manera rápida y eficaz nuestro producto.

Nuestra estrategia publicitaria a poner en marcha nuestro negocio es:

##### **Plan de redes sociales:**

Las redes sociales serán nuestro mayor campo publicitario mediante el cual nuestros clientes nos puedan encontrar e interactuar con nosotros y contactar de manera rápida, efectiva y sencilla. A través de estos medios sociales lograremos posicionar nuestra marca, ganar público y crear campaña de publicidad bastante efectiva Logrando reducir nuestro presupuesto publicitario.



*figura No. 27. Publicidad de redes*

**Flyer:**

Los flyer o volantes serán un recurso efectivo para llamar la atención de los consumidores que visitan la ciudad y promocionar de forma rápida y directa para informar acerca de nuestro producto de una manera sencilla, aumentando el interés que poseen los smoothie, además de ser un recurso de distribución directa publicitaria, también, sería un recurso económico y rentable porque es posible imprimir una gran cantidad de volantes por un precio muy accesible.



figura No. 28. Flyer de publicidad

**Promoción:**

Una de las estrategias mayormente empleadas a ofrecer smoothie a un precio ligeramente bajo durante un tiempo para atraer clientes nuevos.

MAJO Drink & smoothies contará con fechas, días festivos y ferias en donde podrán degustar de un Smoothie a un precio bajo de lo normal estipulado. Se crearán promociones especiales por temporadas que se darán a conocer a través de nuestras redes sociales.

FIESTA DEL ORGULLO LGBT

¡Únete a celebrar  
la diversidad!



**TODO EL MES DE JUNIO**

¡Disfruta de nuestra grandes promociones  
en la diversidad de smoothie para celebrar  
el orgullo!

figura No. 29. Publicidad de promoción

## 2.5 PROYECCIÓN DE VENTAS

Una proyección de ventas es un cálculo estimado, utilizando técnicas estadísticas, que permite conocer la previsión de ventas de una empresa en un periodo de tiempo futuro. Es uno de los análisis esenciales que debe llevar cualquier empresa. (Arias, Economipedia.com, 2020)

Para tener un aproximado realista sobre la aceptación y niveles de ventas que tendrán nuestros smoothies, se consideró el precio de pago de acuerdo a la presentación del smoothie que demuestre más aceptación. En nuestra encuesta se identificó que de las 66 personas encuestadas el 69.70% (46) están dispuestas a pagar por uno de 16 onzas un precio estimado de C\$70 córdobas. Y un 39.39% (26) estaría dispuesto a consumir nuestro producto. A partir de este precio se hace el estimativo de nuestras ventas.

También en este punto tomamos en cuenta la pregunta **¿Cuántas veces estaría dispuesto a consumir este producto?** A lo que un 50% (33) de nuestros encuestados respondieron que todos los días, un 46.88% (31) personas tiene preferencia por 3 veces a la semana y por ultimo un 3.13% (2) personas prefieren 2 veces a la semana, por lo que tomamos como punto de partida para nuestra estimación de ventas. Cálculo a continuación:

Tabla 7. Proyección de ventas

Cantidad de personas	Cantidad de días	Total unidades semana	Total en el mes
33	Todos los días(7)	231	924
31	3 veces a la semana	93	372
2	2 veces a la semana	4	16

### Consumo estimado para nuestro producto

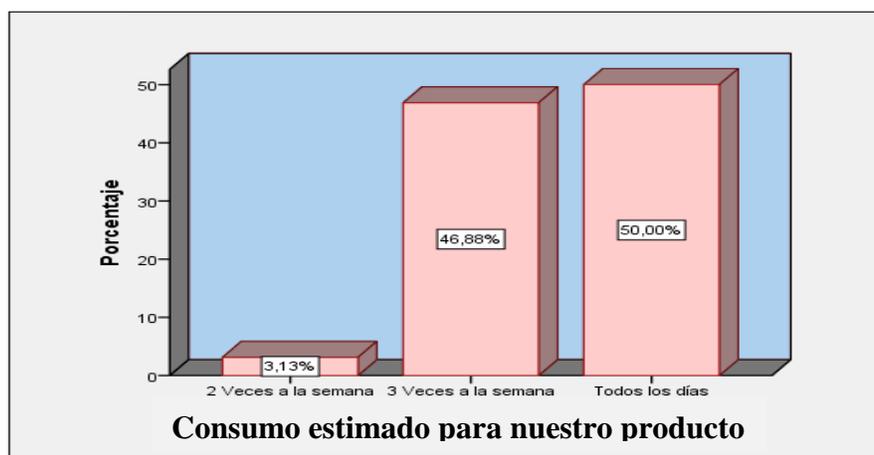


figura No. 30. Consumo estimado

### **Análisis de respuestas**

La presente grafica nos muestra que el 50% de la población encuestada tienen preferencia de consumir nuestro producto toda la semana, el 46.88% estarían dispuestos a consumirlo 3 veces a la semana y el 3,13% 2 veces a la semana.

Tabla 8. Proyección de ventas en unidades físicas.

MAJO DRINK & SMOOTHIES															
PROYECCIONES DE VENTAS EN UNIDADES FÍSICAS															
AÑO 2021															
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL ANUAL	Precio Estimado	Total Ventas
Smoothies de 16 onzas	1,312	1,312	1,312	1,312	1,312	1,312	1,312	1,312	1,312	1,312	1,312	1,312	15,744	C\$70	C\$1,102,080
Totales	1,312	1,312	1,312	1,312	1,312	1,312	1,312	1,312	1,312	1,312	1,312	1,312	15,744	C\$70	C\$1,102,080

Fuente: elaboración propia

A como se puede observar en la tabla anterior se estima que las ventas al año por nuestros smoothies de 16 onzas son de 15,744 unidades físicas y que en ese primer año se obtendrá por ventas en unidades monetarias la cantidad de **C\$1,102,080**.

### **3 Plan de producción**

El proceso de producción se refiere a la serie de pasos utilizados para llegar a crear un objeto o producto, que generalmente se repiten para así crear múltiples unidades del mismo elemento. Fabricar un producto implica el uso de materias primas, maquinarias y mano de obra. Todo proceso de producción implica una sucesión de eslabones en una cadena de producción. En cada fase se agrega valor en el recorrido de la producción. (Corvo, 2020)

#### **3.1 Proceso de producción**

1. Compra de materia prima: Las frutas, verduras y hortalizas serán nuestra materia prima directa necesaria para la elaboración de nuestros smoothies, estas se deben comprar o realizarse con un debido control adecuado.
2. Comprobar que la materia prima está en buen estado para ser almacenado el dado caso que no sea así se devolverá
3. El proceso de limpiar consiste en que toda la mercancía que vamos a utilizar estén limpias, libres de bacterias y elementos químicos que en ocasiones pueden contaminar las frutas y verduras.
4. El trozado de frutas y verduras ayuda a buscar la mayor cantidad posible de material aprovechable.
5. Al proporcionar cantidades se utiliza una pesa para tener la cantidad exacta a utilizar en la preparación de los smoothies.
6. Se almacenan en el congelador ya cortadas las frutas y separadas en sus respectivos envases con la cantidad para un batido. De esta forma bastara con sacar el recipiente del congelador y echar su contenido en el triturador junto con el líquido base.
7. En esta etapa se le ofrece al cliente la variedad de smoothies y lo que el pida se procederá a elaborarlo.
8. Al mezclar todos los ingredientes para elaborar el smoothie elegido por el cliente se procede a licuar el contenido, todo este proceso dura 1 minuto.
9. Al terminar de licuar se procede a envasar en el recipiente establecido.
10. Se entrega al cliente el smoothie elegido y preparado para tomar.

Ante la situación sobre la pandemia del covid-19 a nivel mundial MAJO Drink & Smoothies establecerá las siguientes medidas de protección para evitar más contagios.

### **Medidas de higiene y seguridad en la elaboración de smoothies**

- Para la preparación de los smoothies, el personal debe adoptar el hábito frecuente de lavado de manos con agua y jabón en el espacio destinado para tal fin.
- Se garantizará que las tablas de cortar se mantengan limpias y desinfectados antes de ser utilizadas.
- Todas las superficies de contacto se deben desinfectar previo al inicio de labores.
- Uso de mascarilla en todo momento.
- Uso de guantes para la manipulación de los productos.

### **Flujograma de proceso productivo:**

En la figura siguiente representa el flujograma donde se aprecia el proceso que hay detrás de la elaboración del smoothie a producir MAJO drink & smoothie con el tiempo estipulado para una unidad, excepto por las dos horas de congelado que ese cubre los 66 smoothie que tenemos proyectos a producir por día. El proceso de cortado y congelado se hará un día anterior al terminar la jornada del día trabajado.

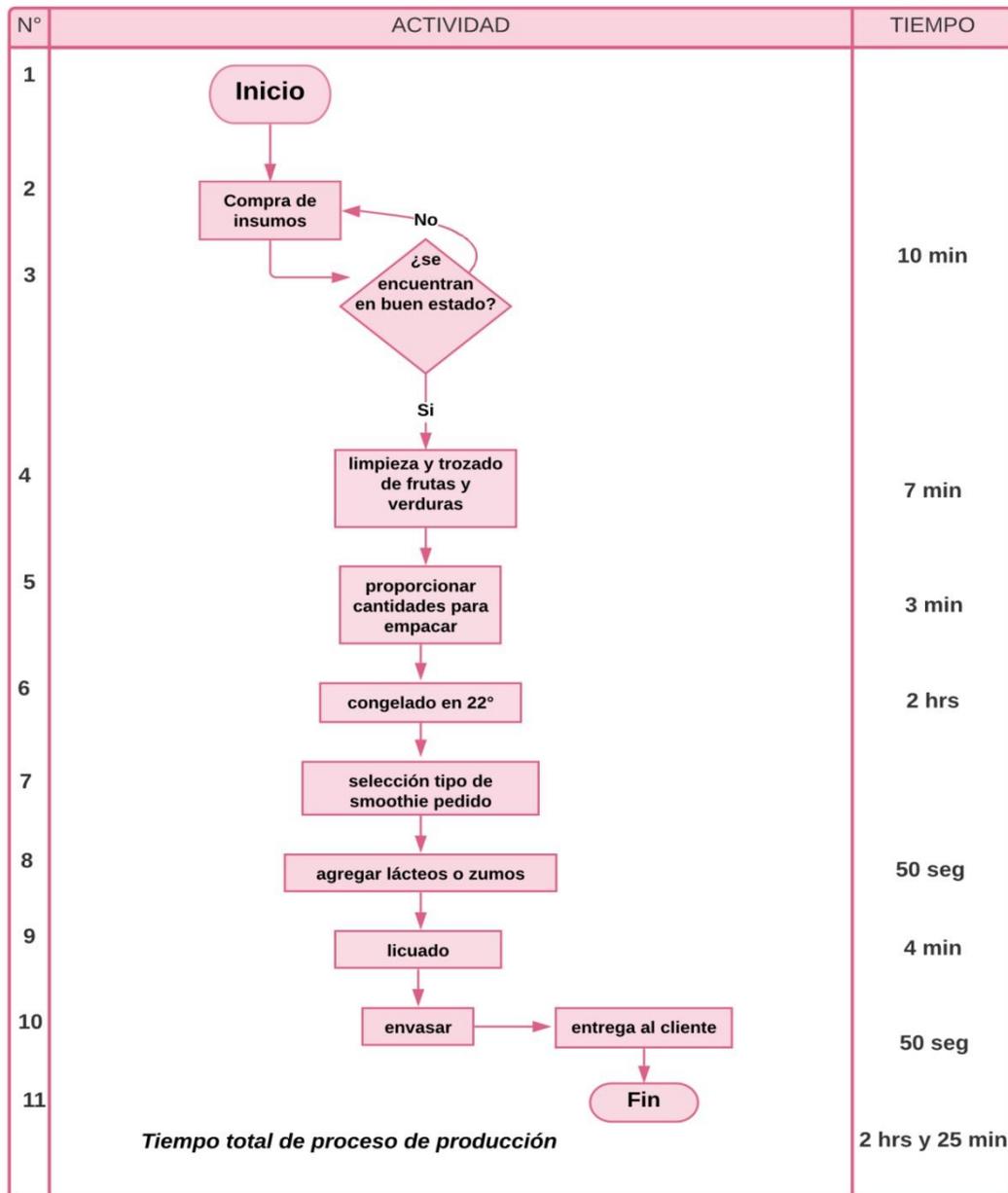


figura No. 31. Flujograma de proceso

### 3.2 Proveedores y condiciones de compra de los equipos

Por definición, el proveedor se encarga de abastecer a terceros de distintos recursos con los que él cuenta, es decir que suministra de manera profesional a terceros dichos recursos para el desarrollo de actividades comerciales o económicas de estos, a cambio de una contra prestación. (Galán J. S., 2018)

Los proveedores de nuestra materia prima para elaborar nuestros smoothies, serán proveedores independientes los cuales nos abastecerán de insumos necesarios que nos permitan entregar nuestro producto de acuerdo a nuestra propuesta de valor. Aquí también tomamos en cuenta los precios de venta de los productos y herramientas a utilizar para que nuestros costos de producción no sean tan elevados.

Tabla 9. Proveedores.

PROVEEDORES	EQUIPOS
Electro Delux	Congelador
Electro Delux	Licuadaora
Aceros inoxidables	Mesa para cocina

Tabla 10. Maquinaria y herramientas de producción.

## MAJO DRINK & SMOOTHIES

ÁREA DE PRODUCCIÓN								
MAQUINARIA	Costo	Unidades	Total	Vida útil	valor residual 20%	Depreciación Anual	Depreciación Mensual	
LICUADORAS	C\$ 2,400.00	1	C\$ 2,400.00	3	C\$ 480.00	C\$ 640.00	C\$ 53.33	
CONGELADOR	C\$ 8,800.00	1	C\$ 8,800.00	5	C\$ 1,760.00	C\$ 1,408.00	C\$ 117.33	
HERRAMIENTAS Y EQUIPOS ÁREA DE PRODUCCIÓN								
TABLA PARA CORTAR	C\$ 150.00	2	C\$ 300.00				C\$ -	
CUCHARAS	C\$ 57.00	6	C\$ 342.00				C\$ -	
CUCHARAS MEDIDORAS	C\$ 140.00	1	C\$ 140.00					
CUCHILLOS	C\$ 70.00	6	C\$ 420.00				C\$ -	
ENVASE DE VIDRIO	C\$ 10.00	40	C\$ 400.00				C\$ -	
MESA PARA COCINA	C\$ 5,500.00	1	C\$ 5,500.00	5	C\$ 1,100.00	C\$ 880.00	C\$ 73.33	
<b>TOTAL</b>	<b>5,927.00</b>		<b>C\$ 7,102.00</b>			<b>C\$ 880.00</b>	<b>C\$ 73.33</b>	
<b>TOTAL</b>	17,127.00		C\$ 18,302.00			1,520.00	C\$ 126.67	

La tabla anterior presenta la maquinaria y herramientas a utilizar en la preparación de los smoothies, también se detallan su costo y las unidades que se necesitaran

Tabla 11. Fichas técnicas de maquinaria.

IDENTIFICACIÓN Y ESPECIFICACIONES DE EQUIPO	
NOMBRE DEL EQUIPO:	Mesa de acero inoxidable
MARCA:	Sevilla
MODELO:	Mesa de trabajo en acero inoxidable
DATOS DE PROVEEDOR	
FABRICANTE Y LUGAR DE ORIGEN	Industrias López, Managua – Nicaragua
PRECIO	C\$ 5,500.00
DIRECCIÓN	Del hospital bautista 4c. al oeste (abajo) ½ c. al norte
PRODUCTO:	

IDENTIFICACIÓN Y ESPECIFICACIONES DE EQUIPO	
NOMBRE DEL EQUIPO	Freezer
MARCA	SANKEY
MODELO	Congelador Horizontal RFC 556
DATOS DE PROVEEDOR	
FABRICANTE Y LUGAR DE ORIGEN	Electrodeluxx, Managua – Nicaragua
PRECIO	C\$ 8,800.00
DIRECCION	Tienda en línea

<p><b>PRODUCTO</b></p>	
------------------------	------------------------------------------------------------------------------------

<p> </p>	
----------	--

**DENTIFICACIÓN Y ESPECIFICACIONES DE EQUIPO**

<p><b>NOMBRE DEL EQUIPO</b></p>	<p>Licuadaora</p>
<p><b>MARCA</b></p>	<p>Oster</p>
<p><b>MODELO</b></p>	<p>Licuadaora clásica oster negra con interruptor de palanca</p>

**DATOS DE PROVEEDOR**

<p><b>FABRICANTE Y LUGAR DE ORIGEN</b></p>	<p>Electrodeluxx, Managua – Nicaragua</p>
<p><b>PRECIO</b></p>	<p>C\$ 2,400.00</p>
<p><b>DIRECCION</b></p>	<p>Tienda en línea</p>

<p><b>PRODUCTO</b></p>	
------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------

### 3.3 Capital fijo y vida útil

Para llevar a cabo la preparación de los smoothies se realiza un procedimiento de licuar las frutas y verduras, es por eso que necesitamos contar con herramientas, equipos o maquinaria adecuada para brindar un excelente producto y servicio.

Los precios de nuestras maquinarias se obtuvieron mediante cotizaciones realizadas en tiendas electro delux y aceros inoxidable, las cuales se eligieron según las características requeridas para elaborar los smoothies.

La depreciación se calculó en base a los años de vida útil, con un porcentaje de depreciación del 20% por el método de línea recta ya que es uno de los métodos más utilizados por las empresas para calcular la depreciación de sus activos, a continuación, se presentan este cálculo para cada uno de nuestra maquinaria.

Tabla 12. Tabla de depreciación de la licuadora.

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>% DEPRECIACIÓN</b>	<b>DEPRE. ANUAL</b>	<b>DEPRE. ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
<b>0</b>			0	0	C\$ 2,400.00
<b>1</b>	480	20%	C\$ 640.00	C\$ 640.00	C\$ 1,760.00
<b>2</b>	480	20%	C\$ 640.00	C\$ 1,280.00	C\$ 1,120.00
<b>3</b>	480	20%	C\$ 640.00	C\$ 1,920.00	C\$ 480.00

Tabla 13. Tabla de depreciación del congelador.

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>% DEPRECIACIÓN</b>	<b>DEPRE. ANUAL</b>	<b>DEPRE. ACUMULADA.</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
<b>0</b>			0	0	C\$ 8,800.00
<b>1</b>	1,760	20%	C\$ 1,408.00	C\$ 1,408.00	C\$ 7,392.00
<b>2</b>	1,760	20%	C\$ 1,408.00	C\$ 2,816.00	C\$ 5,984.00
<b>3</b>	1,760	20%	C\$ 1,408.00	C\$ 4,224.00	C\$ 4,576.00
<b>4</b>	1,760	20%	C\$ 1,408.00	C\$ 5,632.00	C\$ 3,168.00
<b>5</b>	1,760	20%	C\$ 1,408.00	C\$ 7,040.00	C\$ 1,760.00

Tabla 14. Tabla de depreciación de mesa de cocina.

AÑOS	VALOR RESIDUAL	% DEPRECIACIÓN	DEPRE. ANUAL	DEPRE. ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			0	0	C\$ 5,500.00
1	1,100	20%	C\$ 880.00	C\$ 880.00	C\$ 4,620.00
2	1,100	20%	C\$ 880.00	C\$ 1,760.00	C\$ 3,740.00
3	1,100	20%	C\$ 880.00	C\$ 2,640.00	C\$ 2,860.00
4	1,100	20%	C\$ 880.00	C\$ 3,520.00	C\$ 1,980.00
5	1,100	20%	C\$ 880.00	C\$ 4,400.00	C\$ 1,100.00

### 3.4 Capacidad planificada

La importancia de la estimación de la capacidad instalada es valorar el posible rendimiento económico que una empresa obtendrá operando en un mercado en concreto, conociendo sus posibilidades de abastecimiento del mismo.

Majo drink & smoothie cuenta como maquinaria principal con 1 licuadora, la cual tiene capacidad de producir 12 Smoothies en una hora, todos estos cálculos se les describen a continuación:

#### Maquinaria Instalada

Tabla 15. Maquinaria instalada.

Maquinaria	cantidad	Tiempo de producción de 1 smoothies	Total Producción por hora	Total al día	Total del mes	Total del año
Licuadora	1	5 Minutos	12 smoothies	96 smoothies	2,688	32,256

Nuestra capacidad de producción instalada es de 32,256 al año, trabajando 8 horas al día y 7 días a la semana.

En Majo Drink & Smoothies tomamos en cuenta el aspecto de los días laborales en el departamento de granada para calcular nuestra capacidad teórica, efectiva y real.

Tabla 16. Detalle de días laborales en el año.

Días del año	365
Menos	
Días feriados	9

Asueto municipal	1
Otros días	
Día de las madres	0.5
Día de los muertos	0.5
Total días descontados	11
Días disponibles de trabajo	354
Horas por días	24
Horas anuales	8,496
Horas promedio mensual	708

Toda nuestra capacidad instalada está calculada en base a la licuadora la cual tiene capacidad de producir 96 smoothies en las 8 horas al día, Majo Drink & Smoothies contara con 1 Licuadora para poder cubrir sus proyecciones de ventas.

Capacidad teórica:

Fórmula para cálculo: **horas disponibles de producción/Promedio de horas para producir una unidad.**

En nuestro caso Majo Drink hizo este cálculo con las cantidades que se harán en las 8 horas laborables.

Capacidad Teórica anual	8,496	=	1062	*	96 smoothies diarios	=	101,952
	8 horas diarias						

Capacidad efectiva anual: **Horas disponibles de producción-horas inactivas/promedio de horas para producir.**

Capacidad Efectiva Anual	8496-531	=	995.63	*	96	=	95,580
	8 horas diarias						

Capacidad Real: **Horas disponibles-Horas no productivas-horas inactivas/Promedio de horas de producción.**

<b>Capacidad Real</b>	8496-531-5,248	=	339.63	*	96	=	<b>32,604</b>
	8 horas diarias						

Majo Drink & Smoothies toma la decisión de producir para su primer año el 80% de su capacidad instalada, y cubrir los años siguiente el 20% restante.

### **Detalle de Producción en base a la capacidad Real**

*Tabla 17. Detalle de producción en base a la capacidad real.*

Producción Anual (80%)	Producción Mensual	Producción por día	Producción por hora
<b>26,083</b>	<b>2,174</b>	<b>72</b>	<b>9</b>

### **3.5 Ubicación y distribución física de la empresa**

Parte fundamental de la creación de una empresa en desarrollo es tener en cuenta la ubicación, en donde se procesa la creación y distribución de nuestro producto a ofertar a la población.

Parte de nuestro estudio de mercado es tener en cuenta en donde se encuentra un movimiento rentable en la ciudad de Granada, nuestra zona regional, y para la toma de decisión como compañeros emprendedores para innovar nuestro producto, en la encuesta aplicada a la población granadina les planteamos una pregunta la cual hace referencia en donde les gustaría localizar nuestra instalación en donde el 81.82% de la población voto por lugares céntricos de la ciudad siendo la ubicación con mayor porcentaje (ver gráfico de la figura No.26. )

Parte de estudio y decisión tomamos en cuenta el siguiente aspecto de localización:

Macro localización: este punto se basa en tener en cuenta nuestro punto geográfico en donde se encontrara nuestra empresa, al igual tener fácil acceso a nuestra materia prima a necesitar y nuestra mano de obra en la ciudad de Granada.

Micro localización: una vez elegido la macro localización seguimos con la micro, la cual se refiere al establecimiento en donde se ubicara en la ciudad de Granada con un dirección exacta, calle atravesada donde fue el cine karawala; lugar céntrico para que nuestros futuros

clientes tengan acceso fácil de adquirir un smoothie, una decisión de su ubicación muy inteligente ya que es una calle muy transitada por la población, y da caminos a universidades y terminales de buses, comercio, entre otras localidades transcurridas al día a día.

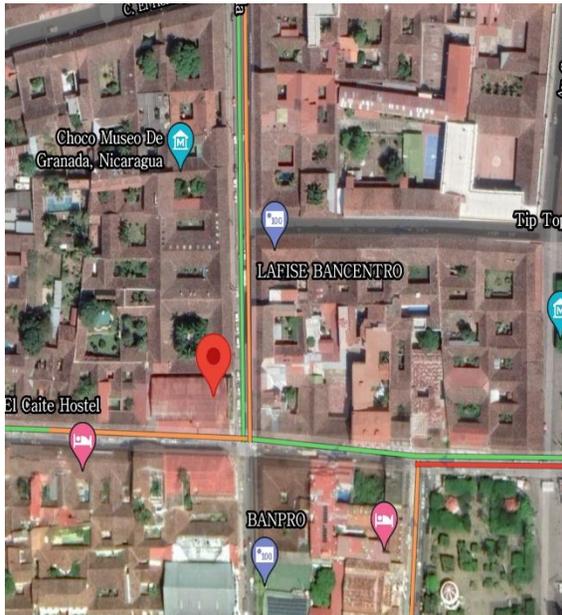
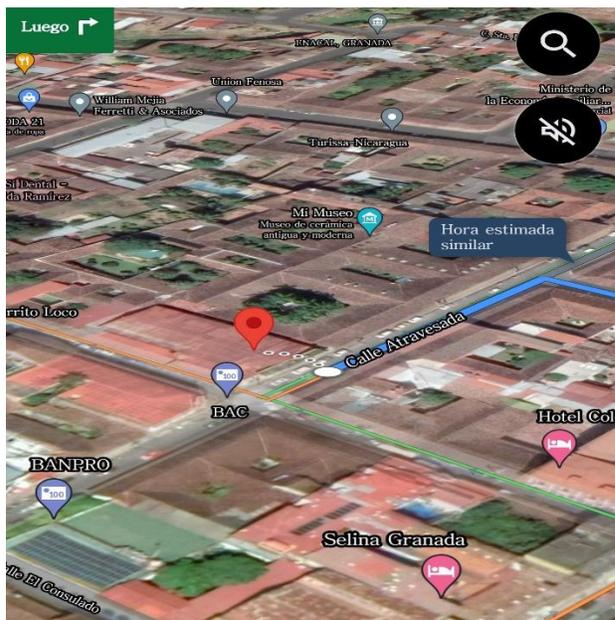


figura No. 32. Ubicación de la empresa



## DISTRIBUCION FISICA DE LA EMPRESA

Para la distribución física de la empresa se creó un diseño en 3D, donde se aprecia detalladamente el área de atención al cliente, barra y área de cocina de MAJO Drink & Smoothie. Un lugar con una temática minimalista, inspirada en lo Ecofriendly y Zero Waste siendo un lugar acogedor y llamativo para las redes sociales y reflejando al mismo tiempo la calidad de empresa que queremos llegar a ser de aporte para esta sociedad nicaragüense.

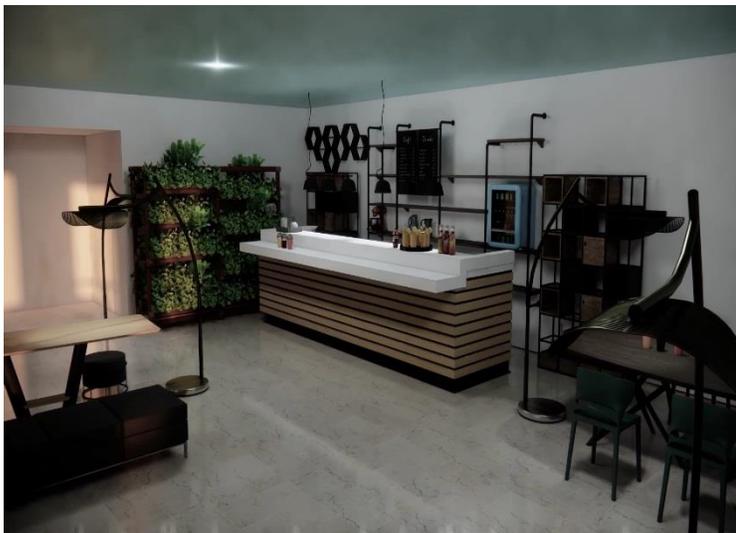
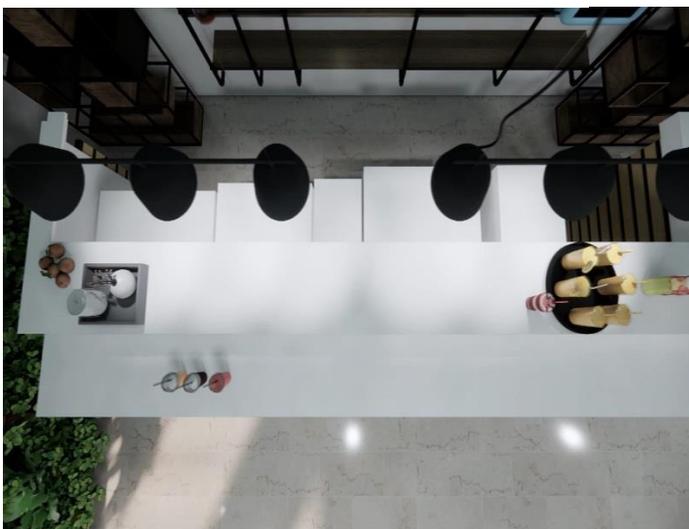


figura No. 33. Distribución física de la empresa



### 3.6 Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad

Las materias primas son el primer eslabón de una cadena de fabricación, y en las distintas fases del proceso se irán transformando hasta convertirse en un producto apto para el consumo. Una materia prima es todo bien que es transformado durante un proceso de producción hasta convertirse en un bien de consumo. (Ferrari, 2015)

Estos materiales a utilizar se pueden dividir en dos tipos:

**Materia prima directa:** son todos los materiales o productos que es fácilmente identificable en el producto final, en nuestro caso nuestra materia prima son las frutas y verduras ya que son el producto imprescindible para elaborar nuestros smoothies.

**Materia prima indirecta:** estos materiales son utilizados en el proceso de producción, pero no se integran en cantidades sustanciales en un producto, tampoco le agregan mucho valor general al producto que se está elaborando. En nuestros smoothies consideramos como materiales indirectos las semillas, bases líquidas como el yogurt y la leche.

En un inicio nuestros principales proveedores de materia prima serán proveedores independientes siendo su principal fortaleza la variedad de producto y frescura de los mismos. La calidad y la aceptabilidad de las frutas y verduras deberán tener en conjunto atributos que parten desde la presentación, limpieza, conservación, etc. Que hagan un producto idóneo para ser procesado y entregado al consumidor.

Tabla 18. Materia prima necesaria

Proveedores	Materia prima
Proveedores independientes	Frutas, verduras y la leche
Supermercados	Semillas y otros insumos.

En la siguiente tabla se podrán observar cuales son nuestras materias primas necesarias en la elaboración de nuestros smoothies, aquí se detallan la cantidad a utilizar mensualmente y su costo.



Tabla 19. Materia prima directa en unidades físicas y en unidades monetarias.

<b>MAJO Drink &amp; Smoothies</b>																
<b>Cedula de Materia Prima</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 2022</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total anual 2022</b>
<b>Frutas y Verduras</b>																
Banano	Docenas	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	564	C\$ 10.00	C\$ 5,640.00
Sandia	Unidades	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	482	C\$ 45.00	C\$ 21,708.00
Manzanas	Unidades	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	900	C\$ 23.00	C\$ 20,711.04
Piña	Unidades	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	1447	C\$ 10.00	C\$ 14,472.00
Fresas	docenas	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	322	C\$ 120.00	C\$ 38,592.00
Mango	Unidades	482	482	482	482	482	482	482	482	482	482	482	482	5789	C\$ 2.00	C\$ 11,577.60
Mandarinas	Unidades	201	201	201	201	201	201	201	201	201	201	201	201	2412	C\$ 12.00	C\$ 28,944.00
Zanahorias	Unidades	402	402	402	402	402	402	402	402	402	402	402	402	4824	C\$ 15.00	C\$ 72,360.00
Melocoton	Unidades	201	201	201	201	201	201	201	201	201	201	201	201	2412	C\$ 4.00	C\$ 9,648.00
Naranja	Docenas	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	643	C\$ 12.00	C\$ 7,718.40
Espinacas	libras	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	80	C\$ 50.00	C\$ 4,020.00
Pitahaya	Unidades	201	201	201	201	201	201	201	201	201	201	201	201	2412	C\$ 5.00	C\$ 12,060.00
<b>Total</b>		<b>1857</b>	<b>22288</b>	<b>C\$ 308.00</b>	<b>C\$ 247,451.04</b>											

En esta tabla se detalla todas las cantidades en unidades físicas y monetarias de materia prima directa a necesitar en la elaboración de nuestros smoothies

Tabla 20. Materiales indirectos en unidades físicas y en unidades monetarias.

<b>MAJO Drink &amp; Smoothies</b>																
<b>Cédula Proyecciones de Compra de Materia Prima Indirectos (Unidades Físicas y monetarias)</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>precio unitario</b>	<b>total anual</b>
														-		
Leche	Litro	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	1,286	17	<b>C\$ 21,868.80</b>
Yogurt	Litro	161	161	161	161	161	161	161	161	161	161	161	161	1,930	60	<b>C\$ 115,776.00</b>
coco	unidad	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	1,447	10	<b>C\$ 14,472.00</b>
Frambuesa	Litro	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	10	<b>C\$ 120.00</b>
limón	Docenas	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	108	10.00	<b>C\$ 1,080.00</b>
<b>Total</b>		<b>399</b>	<b>4,783</b>	<b>C\$ 107.00</b>	<b>C\$ 153,316.80</b>											

La tabla anterior presenta la cantidad en unidades físicas y monetarias de la materia prima indirecta a necesitar en la elaboración de nuestros smoothies.

### 3.7 Mano de obra, su costo y disponibilidad

La mano de obra es un componente importante del mercado laboral, representa un costo en el proceso de producción, porque si queremos incorporar trabajadores al proceso de producción se le debe pagar.

**Mano de obra directa:** Son todos los trabajadores que directamente realizan la transformación de insumos y materias primas, para convertirlas en bienes y servicios. Debemos considerar que, aunque fuera una empresa mecanizada, sin la mano de obra directa, no se podría realizar el proceso transformativo de la producción. En nuestro caso nuestro operario de producción el cual se encarga de elaborar nuestros smoothies pasa a ser nuestra mano de obra directa.

**Mano de obra indirecta:** Son todos los trabajadores que dan apoyo o realizan tareas de dirección en la actividad productiva, pero no participan directamente en el proceso de producción de bienes y servicios. Sus tareas pueden ser administrativa, directivas y de gestión comercial. (Quiroa, 2019) En Majo Drink & Smoothies el personal de caja y atención al cliente es nuestra mano de obra indirecta.

A continuación, se presenta detalle salarial para nuestra mano de obra.

Los salarios aquí estipulados están tomados en base al acuerdo ministerial número ALTB-01-02-2020 emitido por el ministerio del trabajo de Nicaragua, en el cual establece un nuevo ajuste del 2.63% al salario mínimo de los nicaragüenses. El sector de micro y pequeña industria artesanal y turística nacional tiene un salario mínimo de C\$ 4,605.42.

Tabla 21. Detalle salarial para MOD

<b>Cargo</b>		<b>Horas trabajadas</b>	<b>Salario por hora</b>	<b>Salario Por día</b>	<b>Salario mensual</b>
<i>Operario de producción</i>		8 Horas diarias	C\$ 19.19	C\$ 153.51	C\$ 4,605.42
<i>Salario Producción</i>	<i>por</i>	8 Horas diarias	Salario por smoothies C\$ <b>2.13</b> <b>19.26 POR HORA</b>	<b>154.35</b>	<b>4,630.62</b>

---

--	--	--	--	--

### 3.8 Gastos generales de producción

<b>Descripción</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Materia Prima Directa	C\$ 20,620.92	C\$ 247,451.04
Mano de Obra Directa	C\$ 4,630	C\$ 55,557.22
CIF	C\$ 16,183.16	C\$ 194,197.86
<b>Total</b>	<b>C\$ 41,433.84</b>	<b>C\$ 497,206.12</b>

*Tabla 22. Gastos generales de producción.*

En esta tabla describimos los gastos incurridos en el área de producción, en ellos se incluyen la materia prima, la mano de obra directa y los costos CIF.

## **4 Plan de organización y gestión**

Para poder dirigir un proyecto de forma eficiente, este debe organizarse de manera adecuada, porque si no sabemos exactamente qué es lo que queremos y como utilizaremos nuestros recursos, la organización será un fracaso. De ahí la importancia de una buena organización.

La organización de un proyecto es aquella actividad que permite llevar a cabo una agrupación de los recursos humanos de la empresa en las tareas más adecuadas, todo ello en la consecución de un objetivo común. (Arias, 2021)

La organización en nuestro proyecto es sin duda un aspecto muy importante ya que aquí se abordará temas como en la constitución legal de la empresa, su tamaño, personal de trabajo, equipo de oficina.

### **4.1 Marco legal (forma jurídica)**

MAJO Drink & Smoothies se constituirá como una microempresa que produce y comercializa batidos hechos a base de frutas y verduras naturales orgánicas, nos clasificamos como microempresa ya que según la ley 645 de promoción y fomento del micro, pequeña y mediana empresa en su arto 3, entramos en esta categoría debido a que contamos con 3 colaboradores, los cuales se dividen en 3 áreas funcionales.

En esta etapa se toman en cuenta todos los pasos y trámites necesarios para su constitución como empresa.

A continuación, se presentan las empresas estatales encargadas de inscribir los negocios y los requisitos para inscribir una empresa con personería natural que en este caso sería nuestro proyecto Majo Drink & Smoothies.

- **En la DGI**
- **En la Alcaldía**
- **Registro en el INSS**
- **Registro mercantil**

*Requisitos de inscripción de negocios en la Dirección General de Ingresos como Persona Natural.*

La persona natural debe acudir a la administración de rentas mas cercana al domicilio donde realizara su actividad económica presentando los siguientes requisitos:

- Rellenar el formulario de inscripción que la renta proporciona gratis.
- Tener la edad de 18 años cumplidos.
- Documento de identificación ciudadana.
- Documentos para hacer constar el domicilio fiscal, al menos presentar factura de servicios básicos. Si la factura no está a su nombre debe agregar fotocopia de cedula de identidad y constancia de la persona que aparece reflejada en la factura.
- En caso de ser una tercera persona quien realiza el trámite, la representación deberá ser mediante un escrito simple.

***Requisitos para la apertura de negocios como persona natural en la Alcaldía Municipal:***

- Solicitud de matrícula
- Copia y original del número RUC y constancia de inscripción emitida por la DGI.
- Constancia de uso de suelo. (Más adelante detallados sus requisitos )
- Aval ambiental .(Mas adelante detallados sus requisitos )
- Fotocopia de cédula de identidad del contribuyente.
- Resolución de la Policía.
- Especificar ubicación del negocio y datos generales del dueño.

**Requisitos para constancia de uso de suelo:**

- Fotocopia de la escritura o contrato de arriendo.
- Solvencia municipal de la propiedad.

- Fotocopia de la cédula de la persona que solicita el permiso o representante legal.
- Carta de solicitud (Añadir dirección del sitio, petición para la apertura del negocio, funcionalidad que tendrá el nuevo negocio. )
- Inversión Inicial.
- Resolución policial (si es licorería, bar o restaurante )

**Requisitos para obtener el Aval Ambiental para negocios nuevos: (Todo en Fotocopia)**

- Fotocopia de cédula del propietario o representante.
- Copia de constancia de uso de suelo.
- Solvencia municipal de la propiedad.
- Solvencia del contribuyente.
- Copia de la escritura de la propiedad o contrato de arriendo.
- Permiso de la policía.
- Recibo pagado de la inspección técnica.

**Requisitos para inscribirse en el registro mercantil**

El registro mercantil tiene por objeto la inscripción de los comerciantes o empresarios, de los actos y contratos de comercio; la inscripción y legalización de los libros de diario, mayor, actas, acciones y cualquier otra información que determine la ley 698, ley general de registros públicos.

Los tiempos de inscripción de los diferentes documentos públicos mercantiles son actualmente de 1 a 5 días hábiles.

El arancel a pagar de acuerdo al decreto No.14-2009 para las sociedades mercantiles va en dependencia del capital social siendo su tasación del 1% sobre el capital social, con un arancel mínimo de C\$ 1,000.00 (Mil córdobas).

## 4.2 Estructura de la organización

La estructura organizacional es la forma como se asignan las funciones y responsabilidades que tiene que cumplir cada miembro dentro de una empresa para alcanzar los objetivos propuestos. (Quiroa, 2020)

- Esta estructura es importante porque permite un mejor desempeño y eficiencia.
- por qué brinda un mejor orden a la empresa y permite seguir una determina dirección.
- Permite diferenciar tareas por áreas o departamentos.

En la siguiente estructura organizacional se presentan los cargos que van a componer el equipo de trabajo para el desarrollo de nuestro proyecto. Al ser un negocio nuevo se inicia con la responsabilidad activa por parte de los propietarios siendo los mismos encargados de algunas áreas por conocimiento adquiridos en nuestra carrera y por ahorro en costo al inicio del proyecto.

### 4.2.1 Organigrama

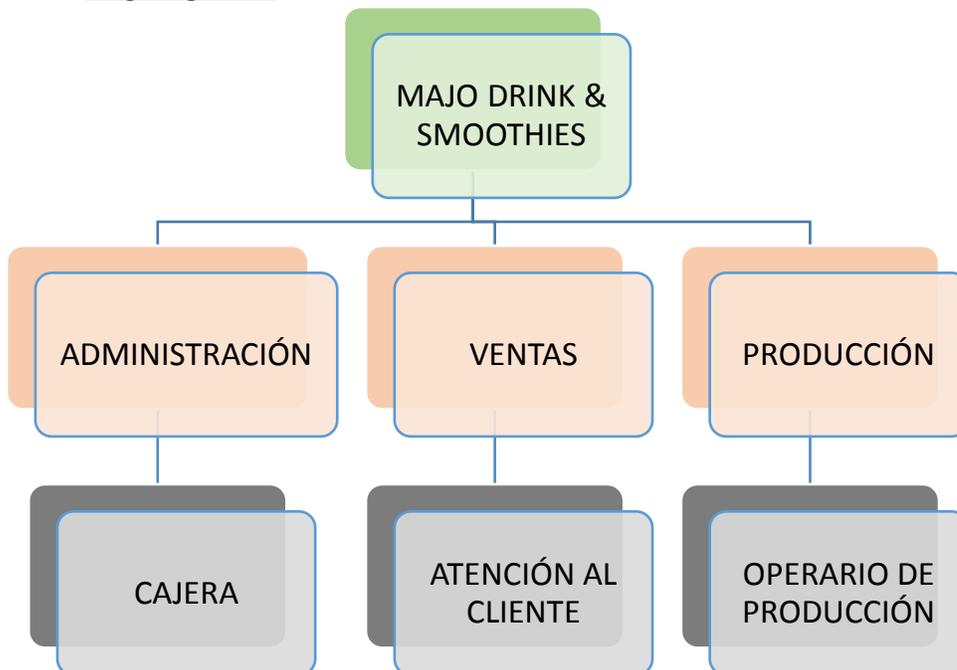


figura No. 34. Organigrama

## 4.2.2 Distribución de Cargos

*Tabla 23. Distribución de cargos*

<b>Cargo</b>	<b>No. de personas</b>
Cajera	1
Atención al cliente	1
Operario de Producción	1
<b>Total personal</b>	<b>3</b>

### 4.3 Ficha de cargo

Tabla 24. Ficha de cargo y de responsabilidades

<i>Cargo a ocupar</i>	<i>Descripción del Cargo</i>	<i>Responsabilidades</i>	<i>Perfil Profesional</i>
CAJERA	Persona encargada de manejar dinero que se reciba por ventas en caja. Deberá pasar reportes de venta diariamente y entregar dinero correspondiente a ello.	Manejar la caja del local, supervisar y coordinar al personal, reclutamiento de nuevo personal, supervisar el buen funcionamiento de las áreas que componen a la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persona con experiencia previa.</li> <li>• Capaz de prestar un excelente servicio al cliente.</li> <li>• Buenas relaciones interpersonales.</li> </ul>
OPERARIO DE PRODUCCIÓN	Persona con conocimiento en la preparación de bebidas, manejo de la materia prima y las medidas exactas para la combinación de las frutas, orden en su área de trabajo y limpieza.	Manejar la materia prima, verificar inventarios y reportar casos antes de que se presenten agotados, preparación de batidos, compromiso en cumplir con la calidad del servicio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento básico en manipulación de frutas y verduras, Técnico o un curso en preparación de bebidas o relacionado al campo de bebidas saludables.</li> </ul>
ATENCIÓN AL CLIENTE	Atención al cliente y recepción de sugerencias y reclamos, crear un ambiente laboral motivado, creativo y diferente en la empresa.	Atender a los clientes, Recibir las órdenes de pedidos de los clientes, asegurar la realización del producto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento previo.</li> <li>• Manejo de conflictos.</li> <li>• Presentación personal.</li> <li>• Relación con el cliente.</li> </ul>

### 4.4 Actividades y gastos preliminares

Cualquier persona natural o jurídica que se dedique a una actividad económica está en la obligación de cumplir con todos los requisitos para registrar su negocio. A continuación se presentan todos los aranceles para inscripción.

Tabla 25. Gastos de constitución

**GASTOS DE CONSTITUCIÓN**

<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>	<b>Mensual</b>	<b>Ventas 50 %</b>	<b>Admón. 50 %</b>
<i>Registro Mercantil</i>	C\$ 1,000.00	C\$ 83.33	C\$ 500.00	C\$ 500.00
<i>DGI</i>	C\$ 30.00	C\$ 2.50	C\$ 15.00	C\$ 15.00
<i>Matricula Alcaldía persona natural</i>	C\$ 500.00	C\$ 41.67	C\$ 250.00	C\$ 250.00
<i>Licencia Sanitaria (MINSA)</i>	C\$ 500.00	C\$ 41.67	C\$ 250.00	C\$ 250.00
<i>Marca y patente</i>	C\$ 200.00	C\$ 16.67	C\$ 100.00	C\$ 100.00
<i>Pago alcaldía</i>	C\$ 75.00	C\$ 6.25	C\$ 37.50	C\$ 37.50
<b>TOTAL</b>	<b>C\$ 2,305.00</b>	<b>C\$ 192.08</b>	<b>C\$ 96.04</b>	<b>C\$ 96.04</b>

FUENTE: Elaboración propia

#### 4.5 Equipos de oficina

El equipo de oficina juega un papel importante en el entorno empresarial ya que estos elementos se encuentran presentes en cualquier actividad el día a día, tanto internamente como en la relación con los clientes.

El objetivo de estos equipos es adaptar cada espacio a nuestro trabajo, por eso es importante prestar atención a cada funcionalidad que ofrecen estos equipos y evaluar variables como la calidad y precio.

En Mayo tomamos en cuenta las variables antes descritas para saber elegir nuestro mobiliario a ocupar, a continuación se describen:

Tabla 26. Depreciación de sillas en método de línea recta.

AÑOS	VALOR RESIDUAL	% DEPRECIACIÓN	DEPRE. ANUAL	DEPRE. ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			0	0	C\$ 8,400.00
1	1,680	20%	C\$ 1,344.00	C\$ 1,344.00	C\$ 7,056.00
2	1,680	20%	C\$ 1,344.00	C\$ 2,688.00	C\$ 5,712.00
3	1,680	20%	C\$ 1,344.00	C\$ 4,032.00	C\$ 4,368.00
4	1,680	20%	C\$ 1,344.00	C\$ 5,376.00	C\$ 3,024.00
5	1,680	20%	C\$ 1,344.00	C\$ 6,720.00	C\$ 1,680.00

Tabla 27. Depreciación de mesas en método de línea recta.

AÑOS	VALOR RESIDUAL	% DEPRECIACIÓN	DEPRE. ANUAL	DEPRE. ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			0	0	C\$ 3,400.00
1	680	20%	C\$ 544.00	C\$ 544.00	C\$ 2,856.00
2	680	20%	C\$ 544.00	C\$ 1,088.00	C\$ 2,312.00
3	680	20%	C\$ 544.00	C\$ 1,632.00	C\$ 1,768.00
4	680	20%	C\$ 544.00	C\$ 2,176.00	C\$ 1,224.00
5	680	20%	C\$ 544.00	C\$ 2,720.00	C\$ 680.00

Tabla 28. Ficha técnicas de mobiliario.

Mobiliario	Descripción	Costo unitario
	<p>Mesa alta de cafetería de acero pie doble modelo 3 en color negro, es el tipo de mesa que le da al ambiente minimalista con sus colores neutros y van bien con el concepto de la empresa</p>	C\$ 850.00

	<p>Las sillas son el conjunto perfecto en la combinación con las mesas teniendo el tamaño adecuado para hacer fuego con la mesa, son unas sillas de modelo taburete retro y vintage elaborado de madera y hierro.</p>	<p>C\$ 700.00</p>
<p><b>TOTALES</b></p>		<p>C\$ 1,550.00</p>

#### 4.6 Gastos administrativos

Tabla 29. Gastos de administración.

Descripción	Ene
Gastos de constitución (50%)	C\$ 32.01
Gastos de instalación (30%)	C\$ 20.00
Salarios de personal admón.	C\$ 4,317.58
Mobiliario de oficina (50%)	C\$ 98.33
Aguinaldo	C\$ 383.79
Vacaciones	C\$ 383.79
Indemnización	C\$ 383.79
Inss Patronal	C\$ 828.98
Alquiler(25%)	962.50
<b>Total</b>	<b>C\$ 7,410.77</b>

## 5 Plan Financiero

El plan financiero describe y analiza todas las variantes que conforman el proyecto a desarrollar en este caso Majo drink & Smoothie, básicamente este plan define los objetivos financieros y explora la forma como se puede alcanzar

### 5.1. Inversión y fuente de financiamiento

Como empresa nueva en el mercado, debemos incurrir en costos y gastos para iniciar operaciones, en este punto detallaremos cuales son los necesarios para que Majo funcione

correctamente, también tomamos en cuenta aspectos económicos-financieros para evaluar la rentabilidad de nuestro proyecto como la VAN Y la TIR.

Para la estimación de nuestra inversión inicial se tomaron en cuenta todos los activos fijos e intangibles, el capital de trabajo, la inversión total y la estructura del financiamiento, los cuales se detallarán a continuación.

Una inversión es una actividad que consiste en dedicar recursos con el objetivo de obtener un beneficio de cualquier tipo (López, 2018) Majo Drink & Smoothies contara con una fuente de financiación propia porque son recursos de los socios de la empresa los cuales aportaran en partes iguales.

### 5.1.1. Inversión fija

Los activos fijos de una empresa son los bienes que no pueden convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa.

Nuestros activos fijos se componen de toda la maquinaria y equipos de producción que se requieren para elaborar nuestro producto, también lo requerido en el local. Todo nuestro activo fijo se detalla a continuación.

Tabla 30. Detalle de inversión fija.

No	Descripción del activo	Cantidad	Costo de adquisición	Total	Valor residual 20%	Valor depreciable	Años de vida útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
<b>Maquinaria de producción</b>									
1	Licuadoras	1	2,400	2,400	480	1,920	3	640	53.33
2	Congelador	1	8,800	8,800	1,760	7,040	5	1,408	117.33
3	Mesa de Cocina	1	5,500	5,500	1,100	4,400	5	880	73.33
4	Herramientas de Producción		927	1,602					
<b>Mobiliario y Equipo de Oficina</b>									
5	Sillas	12	700	8,400	1,680	6,720	5	1,344	112
6	Mesas	4	850	3,400	680	2,720	5	544	45.33
7									
<b>Total de inversión fija</b>				<b>C\$ 30,102</b>					

**Fuente:** Equipo de trabajo, los años de vida útil fijados están en correspondencia de lo indicado en el artículo 34 del Reglamento de la Ley No. 822. Ley de Concertación Tributaria

Nuestra inversión fija se totaliza en C\$ 30,102 para iniciar nuestro negocio.

### 5.1.2. Inversión diferida

Los activos intangibles a pesar de no tener naturaleza física son recursos importantes para la empresa, estos pueden generar una gran ventaja competitiva si son correctamente gestionados, nuestros activos intangibles están compuestos por nuestros gastos legales de constitución del negocio como la inscripción en la DGI, registro mercantil, etc. Los cuales son muy importantes para la puesta en marcha de nuestro proyecto.

Tabla 31. Detalle de inversión diferida.

No.	Descripción del gasto	Importe	Años de amortización	Amort anual	Amort mensual
<b>Gastos de Instalación</b>					
1	Pintura	C\$ 2,200.00	3.00	733.33	61.11
2	Brocha	C\$ 20.00	3.00	6.66	0.55
3	Rodos	C\$ 180.00	3.00	60.00	5.00
4			3.00	-	-
<b>Gastos de organización</b>					
5	Registro Mercantil	C\$ 1,000.00	3.00	333.33	27.78
6	DGI	C\$ 30.00	3.00	10.00	0.83
7	Pago de alcaldía	C\$ 75.00	3.00	25.00	2.08
8	Matricula Alcaldía persona natural	C\$ 500.00	3.00	167.00	13.91
<b>Licencias y patentes</b>					
9	Licencia Sanitaria (MINSA)	C\$ 500.00	3.00	167.00	13.91
10	Marca y patente	C\$ 200.00	3.00	66.66	5.56
<b>Publicidad inicial</b>					
11	Flyer	C\$ 1,000.00			
<b>Total inversión diferida</b>		<b>C\$ 5,705.00</b>		<b>1,568.34</b>	<b>116.82</b>

**Fuente:** Equipo de trabajo, los años de amortización se fijaron según lo estipulado en el artículo 45, numeral 6, de la Ley de Concertación Tributaria Ley No. 822.

### 5.1.3. Capital de trabajo

La inversión de capital de trabajo se estimó las inversiones en capital de trabajo necesario para que funcione el producto, tanto los de proyecto como los de la primera producción mientras se

percibe ingresos y que se estiman a los primeros 3 meses del año, como la materia prima, mano de obra, arrendamiento, publicidad, entre otros.

Nuestro capital de trabajo consta de todos los recursos disponibles para empezar a operar como empresa, estos son la materia prima necesaria, la mano de obra, nuestros activos fijos etc. Todo esto es nuestro capital necesario para hacer funcionar el negocio. A continuación, su detalle.

Tabla 32. Detalle de cálculo del capital de trabajo.

### Materia prima

No.	Descripción del activo	Cant	Costo unitario	Costo Total	Proyección a 3 meses
1	Materiales directos	1857	C\$ 20,620.92		61,862.76
2	Materiales indirectos	399	C\$12,776.40		38,329.20
<b>Total Materiales necesarios para la producción</b>				<b>33,397</b>	<b>100,191.96</b>

### Salarios y Seguro Social

No.	Puesto	Salario mensual	Aporte patronal	Total	Proyección a 3 meses
<b>Administración</b>					
	Cajera	C\$4,605.42	828.98	5,434.40	C\$16,303.19
<b>Ventas</b>					
	Atención al cliente	C\$4,605.42	828.98	5,434.40	C\$16,303.19
<b>Producción</b>					
	Operario	C\$4,630.62	833.51	5,464.13	C\$ 16,392.39
<b>Total</b>		<b>13,841.46</b>	<b>2,491.46</b>	<b>16,332.92</b>	<b>C\$48,998.77</b>

### Gastos operativos y Costos indirectos

No.	Concepto	Importe	Total	Proyección a 3 meses
<b>Administración</b>				
	Gastos de admón.	7,410.77	7,410.77	C\$22,232.32

**Ventas**

<b>Gastos de venta</b>	8,391.09	8,391.09	25,173.28
<b>Costos Indirectos</b>			
<b>CIF</b>	16,129.82	16,129.82	C\$48,389.47
<b>Total</b>	<b>31,931.69</b>		<b>95,795.06</b>
<b>Total Capital de Trabajo</b>			<b>244,985.79</b>

5.1.1. Inversión total**MAJO Drink & Smoothies****Plan de Inversión**

Tabla 33. Inversión total.

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
<b>Inversión Fija</b>	
Maquinaria	C\$ 18,302.00
Mobiliarios	C\$ 11,800.00
<b>Sub total Inversión Fija</b>	<b>C\$30,102.00</b>
<b>Inversión Diferida</b>	
Gastos Organización	C\$ 2,305.00
Gastos de instalación	C\$ 2,400.00
Publicidad al inicio de las operaciones	C\$ 1,000.00
<b>Sub total Inversión Diferida</b>	<b>C\$ 5,705.00</b>
<b>Capital de Trabajo</b>	
Compra de materia prima directa	61,862.76
Compra de materia prima indirecta	38,329.20
Sueldos y Salarios	41,524.38

Seguro Social	7,474.39
Gastos Administrativo	22,232.32
Gastos de Venta	25,173.28
CIF	48,389.47
<b>Sub total Capital de Trabajo</b>	<b>C\$244,985.79</b>
<b>Inversión Total</b>	<b>C\$280,792.79</b>

#### 5.1.4. Estructura del Financiamiento

En MAJO Drink & Smoothies forman parte como socios dos personas los cuales aportaran el 50% cada uno para el financiamiento del negocio, cada socio aportara económicamente la cantidad de C\$ 140,396.39

#### **MAJO Drink & Smoothies**

#### **Estructura de Financiamiento**

*Tabla 34. Estructura de financiamiento.*

<b>Fuente de Financiamiento</b>	<b>Importe</b>	<b>%</b>
<b>Fuentes Externas</b>		
Financiamientos externo		
<b>Total, de financiamiento externo</b>		
<b>Fuentes Internas</b>		
Capital	<b>C\$280,792.79</b>	<b>100%</b>
<b>Total de financiamiento interno</b>		
<b>Inversión Total</b>	<b>C\$280,792.79</b>	<b>100%</b>

#### 5.1.1. Estado de Situación Financiera inicial

Aquí se presenta el estado de situación financiera, antes del inicio de las operaciones del proyecto, en el cual están contenidos los elementos que conforman el plan de inversión.

**MAJO Drink & Smoothies**  
Estado de Situación Financiera  
Periodo del año 2021  
Expresado en Córdoba

*Tabla 35. Estado de situación financiera.*

**Activos**

**Corriente**

Efectivo en Caja y Banco	C\$244,985.79
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>C\$244,985.79</b>

**No Corriente**

Propiedad, Planta y Equipo	C\$ 30,102.00
Otros activos	5,705.00
<b>Total No Corriente</b>	<b>C\$ 35,807.00</b>

**Total de Activos**

**C\$280,792.79**

**Patrimonio**

Capital Contable	C\$280,792.79
<b>Total Patrimonio</b>	<b>C\$280,792.79</b>
<b>Total Pasivo más capital</b>	<b>C\$280,792.79</b>

## 5.2. Presupuestos de Ingresos, egresos y costos

El presupuesto operativo consiste en aquel documento que recoge los ingresos y gastos de carácter ordinario de una empresa. En otras palabras es un presupuesto que nos ayuda a proyectar la actividad general de la empresa vía ingresos sobre ventas y gastos sobre costos de producción en su mayoría. (Llamas, 2020)

### 5.2.1. Punto de equilibrio

Elementos del punto de equilibrio: Costos fijos, Precio de venta unitario y costo de venta unitario.

Costos fijos: Estos son los costos que no cambian mes a mes, es decir tienen el mismo valor todos los meses. Gastos de administración y ventas.

Tabla 36. Costos fijos de administración y ventas.

Gastos de venta	C\$8,391.09
Gastos de administración	<b>C\$ 7,410.77</b>
<b>Total</b>	<b>C\$ 15,801.87</b>

Costo de venta unitario

Tabla 37. Costo de venta unitario.

<b>Costo Total Anual</b>	<b>C\$ 496,566.12</b>
<b>N° de unidades</b>	<b>26,083.20</b>
<b>Costo Total Unitario</b>	<b>19.04</b>

Costos de producción:

Tabla 38. Costo de producción.

<b>Descripción</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Materia Prima Directa	C\$ 20,620.92	C\$247,451.04
Mano de Obra Directa	C\$ 4,630	C\$55,557.22
CIF	C\$ 16,129.82	C\$193,557.86
<b>Total</b>	<b>C\$ 41,380.51</b>	<b>C\$496,566.12</b>

Cantidad de producción mensual: 2,174

Costo de venta: C\$41,380.21 /2,174= 19.03

Precio de venta: 30 córdobas

$$\text{Punto de equilibrio: } \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio de venta unitario}-\text{Costo de venta unitario}} = \frac{\text{C\$ 15,801.87}}{30 -19.04}$$

**Punto de equilibrio= C\$ 15,801.87 / 10.96 = C\$1,441.48**

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

**GRAFICA DEL PUNTO DE EQUILIBRIO  
AÑO 1**

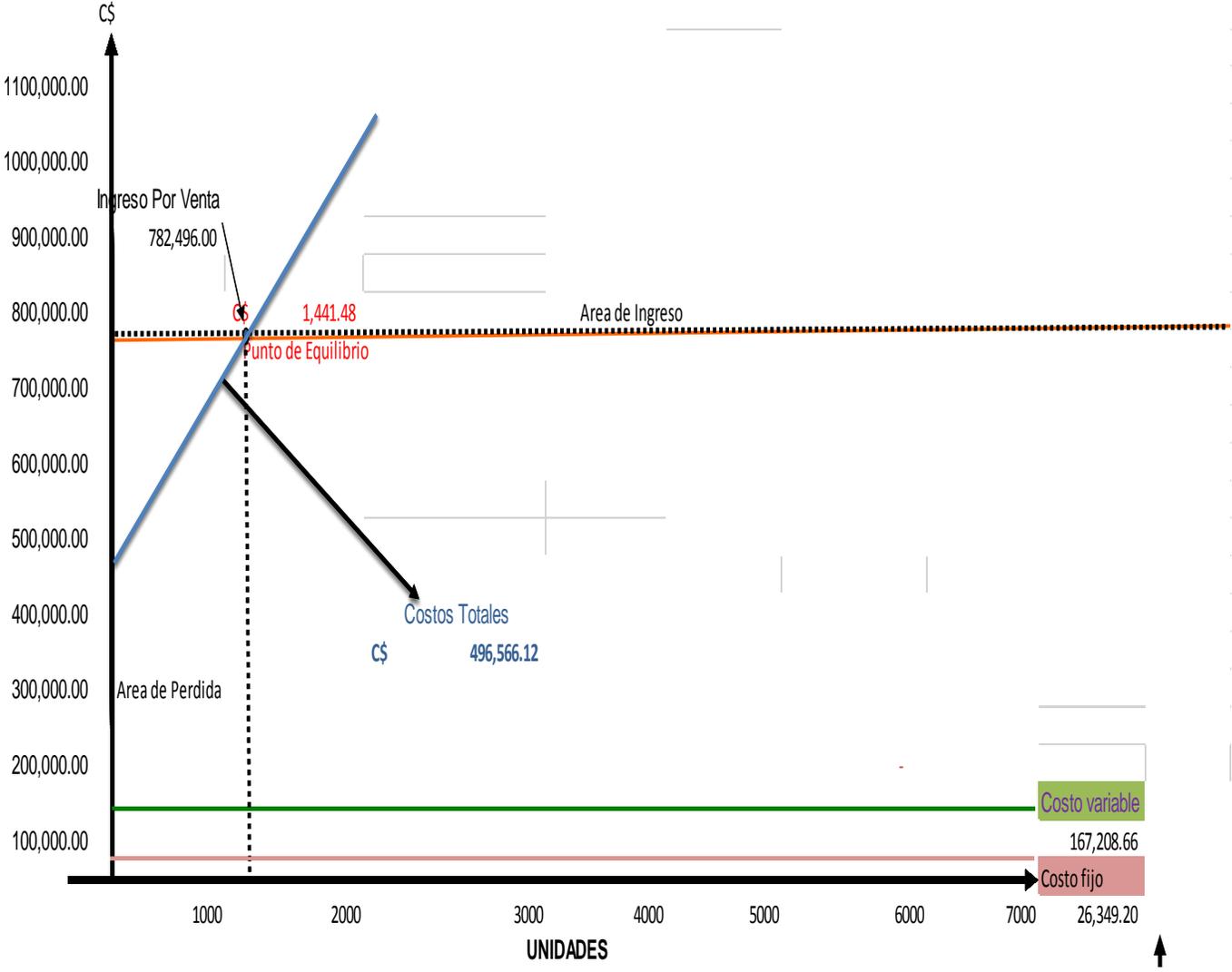


figura No. 35. Grafica de punto de equilibrio

**5.2.2. Presupuesto de ingresos**

Los ingresos se originan principalmente de la interacción entre la cantidad de venta de bienes o servicios por el precio de venta de cada unidad a producir durante el periodo de tiempo determinado.

### Presupuesto de ventas en unidades físicas

Tabla 39. Presupuesto de ventas en unidades físicas.

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Total
SMOOTHIES	26,083	29,343	32,604	88,030
<b>Totales</b>	<b>26,083</b>	<b>29,343</b>	<b>32,604</b>	<b>88,030</b>

### Presupuesto de ventas en unidades monetarias

Tabla 40. Presupuesto de ventas en unidades monetarias.

Descripción	Precio de venta	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Total
SMOOTHIES	C\$ 30.00	C\$782,496.00	C\$ 968,332.20	1173,736.80	<b>C\$2924,565.00</b>
<b>Totales</b>	<b>C\$30.00</b>	<b>C\$782,496.00</b>	<b>C\$ 968,332.20</b>	<b>1173,736.80</b>	<b>C\$2924,565.00</b>

#### 5.2.3. Presupuestos de egreso

Este presupuesto contiene las estimaciones de salida de los recursos monetarios para un determinado periodo recibe el nombre de presupuesto debido a esto es posible calcular y reflejar en un registro cuanto dinero o liquidez se requiere para desarrollar una acción o materializar el proyecto en desarrollo

### Presupuesto de compras de materia prima directa en unidades físicas

Tabla 41. Presupuesto de compra de materia prima directa und físicas.

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Total
Frutas Y Verduras	22,288	24,517	26,969	<b>73,774</b>
<b>Totales</b>	<b>22,288</b>	<b>24,517</b>	<b>26,969</b>	<b>73,774</b>

### Presupuesto de compras de materia prima directa en unidades monetarias

Tabla 42. Presupuesto de compra de materia prima directa en und monetarias.

Descripción	Precio de venta	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Total
Banano	C\$ 10.00	5,640.00	C\$ 6,204.00	C\$ 6,824.40	C\$ 18,668.40
		21,708.00	C\$ 23,878.80	C\$ 26,266.68	C\$ 71,853.48
Sandia	C\$ 45.00				
Manzanas	C\$ 23.00	C\$ 20,711.04	C\$ 22,782.14	C\$ 25,060.36	C\$ 68,553.54
Piña	C\$ 10.00	C\$ 14,472.00	C\$ 15,919.20	C\$ 17,511.12	C\$ 47,902.32
Fresas	C\$ 120.00	C\$ 38,592.00	C\$ 42,451.20	C\$ 46,696.32	C\$ 127,739.52
Mango	C\$ 2.00	C\$ 11,577.60	C\$ 12,735.36	C\$ 14,008.90	C\$ 38,321.86
Mandarinas	C\$ 12.00	C\$ 28,944.00	C\$ 31,838.40	C\$ 35,022.24	C\$ 95,804.64
Zanahorias	C\$ 15.00	C\$ 72,360.00	C\$ 79,596.00	C\$ 87,555.60	C\$ 239,511.60
Melocotón	C\$ 4.00	C\$ 9,648.00	C\$ 10,612.80	C\$ 11,674.08	C\$ 31,934.88
Espinacas	C\$ 50.00	C\$ 4,020.00	C\$ 8,490.24	C\$ 9,339.26	C\$ 21,849.50
Naranja	C\$ 12.00	C\$ 7,718.40	C\$ 4,422.00	C\$ 4,864.20	C\$ 17,004.60
Pitahaya	C\$ 5.00	C\$ 12,060.00	C\$ 13,266.00	C\$ 14,592.60	C\$ 39,918.60
<b>Totales</b>		<b>247,451.04</b>	<b>272,196.14</b>	<b>299,415.76</b>	<b>819,062.94</b>

### Presupuesto de compras de materia prima indirecta en unidades físicas

Tabla 43. Presupuesto de compra de materia prima indirecta en und físicas.

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Total
Leche	1,286	1,415	1,557	4,258
Yogurt	1,930	2,123	2,335	6,387
coco	1,447	1,592	1,751	4,790
Frambuesa	12	13	15	40
limón	108	119	131	357
<b>Totales</b>	<b>4,783</b>	<b>5,262</b>	<b>5,788</b>	<b>15,832</b>

### Presupuesto de compras de materia prima indirecta en unidades monetarias

Tabla 44. Presupuesto de compras de materia prima indirecta en und monetarias.

Descripción	Precio de venta	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Total
Leche	17	C\$ 21,869	24,056	26,461	C\$ 72,385.73
Yogurt	60	C\$ 115,776	127,354	140,089	C\$ 383,218.56
coco	10	C\$ 14,472	15,919	17,511	C\$ 47,902.32
Frambuesa	10	C\$ 120	132	145	C\$ 397.20
limón	10	C\$ 1,080	1,188	1,307	C\$ 3,574.80
<b>Totales</b>		<b>C\$ 153,317</b>	<b>168,648</b>	<b>185,513</b>	<b>C\$ 507,478.61</b>

### Presupuesto de Mano de Obra Directa

Tabla 45. Presupuesto de MOD

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Total
Operario de producción	C\$ 55,557	C\$ 62,501	C\$ 69,446	C\$ 187,505
<b>Totales</b>	<b>C\$ 55,557</b>	<b>C\$ 62,501</b>	<b>C\$ 69,446</b>	<b>C\$ 187,505</b>

### Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación

Tabla 46. Presupuesto de CIF.

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Total
<b>CIF fijos</b>				
depreciación de maquinarias	C\$ 2,049.24	C\$ 2,049.24	C\$ 2,049.24	<b>C\$6,147.72</b>
depreciación equipos y herramientas	C\$ 879.96	C\$ 879.96	C\$ 879.96	<b>C\$2,639.88</b>

Alquiler (50%)	23,100.00	C\$ 25,410.00	C\$ 27,951.00	<b>C\$76,461.00</b>
Amortización gastos de instalación (40% producción)	C\$ 320.00	C\$ 320.00	C\$ 320.00	<b>C\$960.00</b>
<b>CIF Variables</b>				
Materiales indirectos	153,316.80	C\$ 168,648.48	C\$ 185,513.33	<b>C\$507,478.61</b>
Mano de obra indirecta	13,891.86	C\$ 15,281.05	C\$ 16,809.15	<b>C\$ 45,982.06</b>
<b>Totales</b>	<b>193,557.86</b>	<b>212,588.73</b>	<b>C\$ 233,522.68</b>	<b>C\$ 639,669.26</b>

### Resumen del Costo de Producción

Tabla 47. Resumen de costo de producción.

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Total
Materia Prima	C\$247,451.04	C\$272,196.14	C\$ 299,415.76	<b>C\$ 819,062.94</b>
Mano de Obra Directa	C\$55,557.22	C\$62,501.44	C\$ 69,446.09	<b>C\$ 187,504.75</b>
Costos Indirectos de Fabricación	C\$193,557.86	C\$212,588.73	C\$ 233,522.68	<b>C\$ 639,669.26</b>
<b>Totales</b>	<b>C\$496,566.12</b>	<b>C\$ 547,286.31</b>	<b>C\$ 602,384.53</b>	<b>1,646,236.96</b>

### Presupuesto de Gastos de Venta

Tabla 48. Presupuesto de gasto de venta.

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Publicidad	4,000.00	C\$ 4,400	C\$ 4,840.00
Depreciaciones de mobiliario (50%)	944.00	C\$ 944	C\$ 944.00
Amortización Gastos de Instalación (30%)	240.00	C\$ 240	C\$ 240.00
Amortización Gastos de Constitución (50%)	384.17	C\$ 384.17	C\$ 384.17
Salario	51,810.98	C\$ 56,992	C\$ 62,691.28
Vacaciones	4,605.42	C\$ 5,066	C\$ 5,572.56
Aguinaldo	4,605.42	C\$ 5,066	C\$ 5,572.56

Indemnización	4,605.42	C\$ 5,066	C\$ 5,572.56
Inss Patronal	9,947.71	C\$ 10,942	C\$ 12,036.73
Alquiler (25%)	11,550.00	C\$ 12,705	C\$ 13,975.50
<b>Totales</b>	<b>C\$92,693.11</b>	<b>C\$ 101,806</b>	<b>C\$ 111,829.35</b>

### Presupuesto de Gastos de Administración

Tabla 49. Presupuesto de gastos de admón.

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Gastos de constitución (50%)	1,088.45	1,088.45	1,088.45
Gastos de instalación (30%)	680.00	680.00	680.00
Salarios de personal admón.	51,810.96	56,992.06	62,691.26
Mobiliario de oficina (50%)	1,179.96	1,297.96	1,427.75
Aguinaldo	4,605.48	5,066.03	5,572.63
Vacaciones	4,605.48	5,066.03	5,572.63
Indemnización	4,605.48	5,066.03	5,572.63
Inss Patronal	9,947.76	10,942.54	12,036.79
Alquiler (25%)	11,550.00	12,705.00	13,975.50
<b>Totales</b>	<b>C\$90,073.57</b>	<b>C\$ 98,904</b>	<b>C\$ 108,617.65</b>

#### 5.2.4. Estructura de Costos

Es un proceso que tiene por objetivo organizar de forma efectiva los costos dentro de una empresa y así mejorar la toma de decisiones. Toma en cuenta diferentes aspectos como tipos de costos, porcentajes, producto, cliente, entre otros.

## Estructura de Costos

Tabla 50. Estructura de costo.

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Total
Materia Prima	C\$247,451.04	C\$272,196.14	C\$ 299,415.76	<b>C\$ 819,062.94</b>
Mano de Obra Directa	C\$55,557.22	C\$62,501.44	C\$ 69,446.09	<b>C\$ 187,504.75</b>
Costos Indirectos de Fabricación	C\$193,557.86	C\$212,588.73	C\$ 233,522.68	<b>C\$ 639,669.26</b>
<b>Totales</b>	<b>C\$496,566.12</b>	<b>C\$ 547,286.31</b>	<b>C\$ 602,384.53</b>	<b>1,646,236.96</b>

Tabla 51. Precio viable de venta.

<b>Costo Total Anual</b>	C\$496,566.12
<b>N° de unidades</b>	26,083.20
<b>Costo Total Unitario</b>	19.04
<b>Margen de Utilidad</b>	50%
<b>Precio de Venta</b>	<b>C\$ 28.56</b>
<b>Precio Viable de venta</b>	<b>30.00</b>

### 5.3. Presupuesto financiero

El presupuesto financiero se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos y/o para obtener los medios esenciales que deben calcularse, como el costo de la realización, el costo del tiempo y el costo de adquirir nuevos recursos.

#### 5.3.1. Flujo de Caja

## MAJO Drink & Smoothies

### Flujo de Caja

Tabla 52. Flujo de caja.

Descripción	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Saldo inicial	C\$ 244,985.79	C\$ 353,125.33	C\$ 578,437.86
<b>Ingresos</b>			
Ventas	C\$ 782,496.00	C\$ 968,332.20	C\$ 1173,736.80
Costo de Producción	496,566.12	C\$ 547,286.31	C\$ 602,384.53
Total efectivo	<b>C\$ 530,999.01</b>	<b>C\$ 774,254.55</b>	<b>C\$ 1149,873.46</b>
<b>Egresos</b>			
Gastos de venta	C\$ 92,693.11	C\$ 101,805.60	C\$ 111,829.35
Gastos de administración	C\$ 90,073.57	C\$ 98,904.09	C\$ 108,617.65
<b>Total Egresos</b>	C\$ 182,766.68	C\$ 200,709.69	C\$ 220,447.00
<b>Disponibilidad efectiva</b>	<b>C\$ 348,148.99</b>	<b>C\$ 573,461.53</b>	<b>C\$ 929,343.13</b>
<b>Depreciaciones</b>	C\$ 3,408.00	C\$ 3,408.00	C\$ 3,408.00
<b>Amortizaciones</b>	C\$ 1,568.33	C\$ 1,568.33	C\$ 1,568.33
<b>Disponibilidad Neta</b>	<b>C\$ 353,125.33</b>	<b>C\$ 578,437.86</b>	<b>C\$ 934,319.47</b>

### 5.3.2. Estado de Resultados Proyectado

#### **MAJO Drink & Smoothies**

#### Estado de Resultados Proyectados

Tabla 53. Estado de resultado proyectados.

<b>Descripción</b>	<b>Año 2021</b>	<b>Año 2022</b>	<b>Año 2023</b>
Ventas	782,496.00	968,332.20	1173,736.80
Costos de Venta	496,566.12	547,286.31	602,384.53
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>285,929.88</b>	<b>421,045.89</b>	<b>571,352.27</b>
<b><u>Gastos de Operación</u></b>			
Gastos de Venta	92,693.11	101,805.60	111,829.35
Gastos de Administración	90,073.57	98,904.09	108,617.65
<b>Total gastos operativos</b>	<b>182,766.68</b>	<b>200,709.69</b>	<b>220,447.00</b>
<b>Utilidad del ejercicio</b>	<b>103,163.20</b>	<b>220,336.20</b>	<b>350,905.27</b>

### 5.3.1. Estado de Situación Financiera Proyectado

**MAJO Drink &Smoothies**  
Estado de Situación Financiera Proyectado  
Expresado en Córdoba

Tabla 54. Estado de situación financiera.

	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b><u>Activos</u></b>			
<b><u>Corriente</u></b>			
Efectivo en Caja y Banco	C\$ 353,125.33	C\$ 578,437.86	C\$ 934,319.47
Inventarios			
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>C\$ 353,125.33</b>	<b>C\$ 578,437.86</b>	<b>C\$ 934,319.47</b>
<b><u>No Corriente</u></b>			
Propiedad, Planta y Equipo	30,102.00	30,102.00	30,102.00
Depreciación acumulada PPE	3,408.00	6,816.00	10,224.00
Otros activos	5,705.00	5,705.00	5,705.00
Amortización de otros activos	1,568.33	3,136.66	4,704..99
<b>Total Activos no Corrientes</b>	<b>30,830.67</b>	<b>25,854.34</b>	<b>20,878.01</b>
<b>Total Activos</b>	<b>C\$383,955.99</b>	<b>604,292.20</b>	<b>955,197.48</b>
<b><u>Pasivo</u></b>			
<b><u>Corriente</u></b>			
Gastos acumulados por pagar			
Retenciones por pagar			
<b>Total Pasivos</b>			
<b><u>Patrimonio</u></b>			
Capital Contable	C\$280,792.79	C\$280,792.79	C\$280,792.79
Resultados acumulados		C\$103,163.20	323,499.40
Resultado del Ejercicio	C\$103,163.20	220,336.20	350,905.27
<b>Total Patrimonio</b>	<b>C\$383,955.99</b>	<b>604,292.20</b>	<b>954,280.80</b>
<b>Total Pasivo más capital</b>	<b>C\$383,955.99</b>	<b>604,292.20</b>	<b>955,197.48</b>

## 5.4. Evaluación financiera

La evaluación financiera es el ejercicio teórico-práctico mediante el cual se intentan identificar, valorar y comparar entre sí los costos y beneficios asociados a determinadas alternativas de proyectos de inversión con la finalidad de apoyar la toma de decisiones de inversión que permitan crear valor.

### 5.4.1. Flujo de fondos

El flujo de fondo presenta las entradas y salidas de dinero de Majo drink & smoothie que tuvo durante el tiempo determinado en vía de desarrollo con el objetivo de reflejar lo rentable que es la empresa, reflejando así mismo que recuperaría lo invertido en el segundo año proyectado.

Tabla 55. Flujo de fondos.

Descripción	Años			
	0	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Ingresos por Ventas		C\$ 782,496.00	C\$ 968,332.20	C\$ 1173,736.80
Costos de Producción		C\$ 496,566.12	C\$ 547,286.31	C\$ 602,384.53
Utilidad bruta		C\$ 285,929.88	C\$ 421,045.89	C\$ 571,352.27
Gastos Administrativos		C\$ 90,073.57	C\$ 98,904.09	C\$ 108,617.65
Gastos de Venta		C\$ 92,693.11	C\$ 101,805.60	C\$ 111,829.35
<b>Utilidad</b>		<b>C\$ 103,163.20</b>	<b>C\$ 220,336.20</b>	<b>C\$ 350,905.27</b>
Depreciación		C\$ 3,408.00	C\$ 3,408.00	C\$ 3,408.00
Amortización		C\$ 1,568.33	C\$ 1,568.33	C\$ 1,568.33
Inversión Fija	-C\$ 30,102.00			
Inversión Diferida	-C\$ 5,705.00			
Capital de Trabajo	-C\$ 244,985.79			
<b>Flujos Netos</b>	<b>-C\$ 280,792.79</b>	<b>C\$ 108,139.53</b>	<b>C\$ 225,312.53</b>	<b>C\$ 355,881.61</b>

#### 5.4.2. Valor Actual Neto (VAN)

Se trata de la diferencia entre el valor de mercado de una inversión y su costo. Este indicador de rentabilidad mide cuánto valor es creado por realizar cierta inversión. Para evaluar un proyecto de inversión con base en el Valor Presente Neto se tienen que considerar aspectos como inversión inicial previa, tasa de descuento, número de períodos y flujos netos de efectivo.

En este indicador lo importante es explicar cómo se determina la tasa de descuento, para proyectos financiados con fondos propios.

##### **Tasa de descuento al 20%**

Esta tasa es la tasa de rentabilidad esperada por el inversionista

Donde:

$K_c = 0.0$ , Tasa del costo de financiamiento, MAJO no hará préstamo por eso es 0

$T = 0.30$ , Tasa impositiva (Renta)

$D = 0.0$ , Porcentaje de la inversión financiada por deuda

$K_e = 0.20$ , Tasa de rentabilidad esperada por el inversionista

$CP = 1.00$ , Porcentaje de la inversión financiada por capital propio, MAJO solo contará con financiamiento propio

Reemplazando los valores tenemos:

$$K_d = (0.0) * (1 - 0.30) + (0.20) * (1.00)$$

$$K_d = 0.20 = 20\%$$

*Tabla 56. Valor actual VAN.*

<b>VAN</b>	<b>C\$ 171,740.53</b>
------------	-----------------------

### 5.4.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es uno de los indicadores de rentabilidad más utilizados. Se trata de encontrar una sola tasa o rendimiento del proyecto. Una inversión tiene que ser tomada en cuenta si la TIR excede el rendimiento requerido. En caso contrario, tiene que ser rechazada. La TIR es el rendimiento requerido para que el cálculo del Valor Presente Neto con esa tasa sea igual a cero.

*Tabla 57. Tasa interna de retorno.*

Tasa de descuento al 20%	
<b>VAN</b>	<b>C\$ 171,740.53</b>
<b>TIR</b>	<b>49.21%</b>

### 5.4.4. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Establece el tiempo que toma que la inversión retorne. Es importante destacar que un proyecto de inversión es aceptado si el tiempo para recuperar la inversión es menor al periodo determinado.

*Tabla 58. Periodo de recuperación de la inversión.*

Tasa de descuento al 20%	
<b>VAN</b>	<b>C\$ 171,740.53</b>
<b>TIR</b>	<b>49.21%</b>
<b>PRI</b>	<b>Al 2 año</b>

Lectura del indicador

El o los inversionistas deben esperar al 2 para la recuperación de la inversión.

### 5.4.5. Relación Beneficio-Costo (B/C)

Genera un comparativo de los ingresos y costos a valor actualizado, con la finalidad de obtener un resultado que determine cuánto cuesta la inversión y así tener mejores resultados durante esta. Cabe destacar que se actualizan los ingresos y costos, y después de hacer el cálculo, se espera un rendimiento mayor.

Estos son algunos de los indicadores de rentabilidad más utilizados en proyectos de inversión. Algunos expertos, como el economista Paúl Lira Briceño, aseguran que el VPN es la medida más confiable para decidir si un proyecto es una buena inversión o no. Sin embargo, es recomendable hacer un análisis y ver cuál indicador de rentabilidad es el mejor para un proyecto determinado.

Tabla 59. Beneficio/ costo.

<b>B/C</b>						
Para el calculo del B/C, se necesito retomar las cifras del flujo de fondos y actualizar cada uno de estos elementos a la misma tasa de descuento						
Tasa de descuento	20%				<b>VPN</b>	
Beneficios		782,496.00	968,332.20	1173,736.80	2003,778.75	
costos	- 280,792.79	674,356.47	743,019.67	817,855.19	1270,452.64	
				<b>Relación B/C</b>	<b>1.58</b>	
<b>Criterios para la lectura del B/C</b>						
B/C Mayor que 1: El proyecto debe considerarse porque los beneficios superar a los costos.						
B/C igual a 1: El proyecto no tiene ganancias						
B/C menor que 1: El proyecto no debe considerarse, porque los costos son mayores a los beneficios.						

## 6 Bibliografía

- Arias, E. R. (05 de Junio de 2020). *Economipedia.com*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/proyeccion-de-ventas.html>
- Arias, E. R. (09 de enero de 2021). *Organizacion de un proyecto.Economipedia.com*. Obtenido de Organizacion de un proyecto.Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/organizacion-de-un-proyecto.html>
- Claro, c. B. (14 de 12 de 2016). *Marketeroslatam*. Obtenido de <https://www.marketeroslatam.com/fijacion-precios-promocionales/>
- Corvo, H. S. (03 de febrero de 2020). *Proceso de Produccion:etapas,tipos y ejemplos*. Obtenido de Proceso de Produccion:etapas,tipos y ejemplos.: <https://www.lifeder.com/proceso-de-produccion/>.
- ealde. (19 de 10 de 2020). *direccion de proyectos* . Obtenido de <https://www.ealde.es/definicion-ciclo-vida-proyecto/>
- Ferrari, F. J. (16 de Noviembre de 2015). *Materia prima. Economipedia.com*. Obtenido de Materia prima. Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/materia-prima.html>.
- FIGueroa, M. (23 de 04 de 2017). *iMarketing*. Obtenido de iMarketing: <http://iniciamarketing.com/definicion-tipos-estrategias-canales-distribucion/>
- Galán, J. S. (30 de septiembre de 2015). *Estrategias de producto.Economipedia.com*. Obtenido de Estrategias de producto.Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/estrategias-de-producto.html>
- Galán, J. S. (05 de Noviembre de 2018). *Proveedor. Economipedia.co*. Obtenido de Proveedor. Economipedia.co: <https://economipedia.com/definiciones/proveedor.html>
- Kyslenko, L. (08 de agosto de 2020). *El independiente*. Obtenido de el independiente: <https://www.elindependiente.com/vida-sana/2020/08/08/la-moda-de-los-smoothies-los-batidos-milagrosos-para-la-salud/>
- Llamas, J. (09 de Diciembre de 2020). *Economipedia.com*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/presupuesto-operativo.html>
- López, J. F. (13 de Julio de 2018). *Inversión.Economipedia.com*. Obtenido de Inversión.Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/inversión.html>
- Odar, N. D. (02 de Agosto de 2019). *certus.edu.pe*. Obtenido de certus.edu.pe: <https://www.certus.edu.pe/blog/la-importancia-de-pensar-en-los-modelos-de-negocio/amp/>
- Pendino, S. (13 de junio de 2019). *Sebastianpendino.com*. Obtenido de Sebastianpendino.com: <https://sebastianpendino.com/canvas-lienzo-propuesta-de-valor/>
- Quero, L. (10 de Abril de 2008). *Estrategias Competitivas:Factor clave de desarrollo*. Obtenido de Estrategias Competitivas:Factor clave de desarrollo: <http://www.redalyc.org/articulo.oa>

- Quiroa, M. (06 de Noviembre de 2019). *Mano de obra*. *Economipedia.com*. Obtenido de Mano de obra. *Economipedia.com*: <https://economipedia.com/definiciones/mano-de-obra.html>.
- Quiroa, M. (28 de Mayo de 2020). *Estructura organizacional*. *Economipedia.com*. Obtenido de Estructura organizacional. *Economipedia.com*: <https://economipedia.com/definiciones/estructura-organizacional.html>
- romero, f. g. (s.f.). *scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/278139258/Smoothies-Vitaminas-y-Minerales>
- Thompson, I. (08 de 2007). *promonegocios.net*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/precio/estrategias-precios.html>
- Torres, D. (2 de marzo de 2021).  *analisis de informes de ventas*. Obtenido de analisis de informes de ventas: <https://blog.hubspot.es/sales/analisis-informes-ventas>
- Trillo, C. (21 de 07 de 2021). *EVINEX*. Recuperado el 21 de 07 de 2021, de <https://www.evinex.com/es/estrategias-de-promocion/>
- vianica. (18 de 04 de 2019). *explore Nicaragua*. Obtenido de explore Nicaragua: <https://www.vianica.com/sp/go/specials/14-frutas-de-nicaragua.html>

# **ANEXOS**

# **ENCUESTA**

## **MAJO Drink & Smoothie**

*Un smoothie, es un batido elaborado a base de zumo y trozos de fruta natural y hortaliza o congelada que puedes tomar a cualquier hora del día. Se trata de una bebida cremosa a la que, además de la fruta, se le suele añadir algún componente lácteo como yogur, leche y también hielo.*

### **Sexo**

Femenino

Masculino

### **Edad**

5 - 15

15 - 25

25 - 35

35 o más

### **Lugar de Procedencia**

Granada, Granada

Municipios de Granada

Otros departamentos

### **Ocupación**

Estudiante

Oficinista

Obrero

Autónomo/Autónoma

Ama/amo del Hogar

### **¿Cuál es su primera reacción al producto?**

Positiva

Neutral

Negativa

**Los Smoothie's están llenos de beneficios nutricionales. ¿Los has probado o hecho?**

Sí

No

Tal vez

**¿De qué tipo de fruta y verduras te gustaría probar tus bebidas y Smoothie's?**

Frutos amarillos (Piña, mango, banano, limón)

Frutos/hortalizas Naranjas (zanahoria, mandarina, naranja, melón)

Frutos/hortalizas rojas (tómata, manzana, sandía, fresas)

Frutos/hortalizas moradas (remolacha, pitaya)

Frutos/hortalizas verdes (pepino, espinaca, apio, pera, manzana, kiwi, brocoli)

Toda las anteriores

**¿Involucraría este producto a tu dieta teniendo en cuenta todos sus beneficios para la salud?**

Definitivamente

Probablemente

**¿En qué momento del día te gustaría disgustar de un Smoothie?**

Mañana

Medio día

Tarde

Noche

**¿En qué tamaño te gustaría que fuera la presentación de este producto?**

12 onz

16 onz

**¿En qué tipo de recipiente te gustaría consumir nuestro producto?**

Vidrio

Plástico

Plástico cristalizado

**¿Qué precio estaría dispuesto usted a pagar por un Smoothie, sabiendo que es una bebida altamente nutritiva?**

C\$ 60

C\$ 80

C\$ 100

**¿Qué tan probable es que reemplace su desayuno, merienda o postre con nuestros Smoothie's?**

Extremadamente probable

Muy probable

Algo probable

Nada probable

**¿Qué beneficio funcional haría que consumieras un Smoothie?**

Bajo costo

Es bueno para la salud

100% natural

Cantidad de vitaminas y nutrientes

**¿Conoces algún negocio que ofrezca smoothie en la ciudad de Granada?**

Sí

No

Tal vez

**¿Estos negocios han logrado satisfacer tu paladar con la calidad smoothie que te ofrecen?**

Sí

No

Ninguna de las anteriores

**¿Te gustaría que Majo cuente con una instalación en la ciudad de Granada?**

Sí

No

**¿En dónde te gustaría localizar las instalaciones de Majo?**

Parques

Salidas de la ciudad

Camino al lago

Lugares céntricos

**¿Recomendarías este producto con tus amigos, colega y familiares?**

Si

No

**MAJO Drink & Smoothies**

**ÁREA DE PRODUCCIÓN**

<b>Maquinaria</b>	<b>Costo</b>	<b>Unidades</b>	<b>Total</b>	<b>Vida útil</b>	<b>valor residual 20%</b>	<b>Depreciación Anual</b>	<b>Depreciación Mensual</b>
Licadoras	C\$ 2,400.00	1	C\$ 2,400.00	3	C\$ 480.00	C\$ 640.00	C\$ 53.33
congelador	C\$ 8,800.00	1	C\$ 8,800.00	5	C\$ 1,760.00	C\$ 1,408.00	C\$ 117.33
<b>HERRAMIENTAS Y EQUIPOS ÁREA DE PRODUCCIÓN</b>							
Tabla para cortar	C\$ 150.00	2	C\$ 300.00				C\$ -
Cucharas	C\$ 57.00	6	C\$ 342.00				C\$ -
cucharas medidoras	C\$ 140.00	1	C\$ 140.00				
Cuchillos	C\$ 70.00	6	C\$ 420.00				C\$ -
Envase de vidrio	C\$ 10.00	40	C\$ 400.00				C\$ -
Mesa para cocina	C\$ 5,500.00	1	C\$ 5,500.00	5	C\$ 1,100.00	C\$ 880.00	C\$ 73.33
<b>Total</b>	<b>5,927.00</b>		<b>C\$ 7,102.00</b>			<b>C\$ 880.00</b>	<b>C\$ 73.33</b>
Total	17,127.00		C\$ 18,302.00		C\$ 3,340.00	C\$ 1,520.00	C\$ 126.67

**ADMINISTRACION Y VENTAS**

**MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA**

<b>Mobiliario y Equipo</b>	<b>Costo</b>	<b>Unidades</b>	<b>Total precio</b>	<b>Vida útil</b>	<b>valor residual 20%</b>	<b>Depreciación</b>	<b>Depreciación Mensual</b>	<b>Ventas 50%</b>	<b>Admón. 50%</b>
Sillas	C\$ 700.00	12	<b>C\$ 8,400.00</b>	5	1,680	C\$ 1,344.00	C\$ 112.00	C\$ 56.00	C\$ 56.00
Mesas	C\$ 850.00	4	<b>C\$ 3,400.00</b>	5	680	C\$ 544.00	C\$ 45.33	C\$ 22.67	C\$ 22.67
<b>Total</b>			<b>C\$ 11,800.00</b>			<b>C\$ 1,888.00</b>	<b>C\$ 157.33</b>	C\$ 78.67	C\$ 78.67

**GASTOS DE INSTALACIÓN**

<b>Gastos de Instalación</b>	<b>C/ Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>TOTAL</b>	<b>Amortización Anual</b>	<b>Amortización Mensual</b>	<b>40 % Producción</b>	<b>30 % Admón.</b>	<b>30 % Ventas</b>
Pintura	C\$ 2,200.00	1	<b>C\$ 2,200.00</b>	C\$ 733.33	C\$ 61.11	C\$ 24.44	C\$ 18.33	C\$ 18.33
Brocha	C\$ 20.00	1	<b>C\$ 20.00</b>	C\$ 6.67	C\$ 0.56	C\$ 0.22	C\$ 0.17	C\$ 0.17
Rodos	C\$ 90.00	2	<b>C\$ 180.00</b>	C\$ 60.00	C\$ 5.00	C\$ 2.00	C\$ 1.50	C\$ 1.50
<b>Total</b>			<b>C\$ 2,400.00</b>	<b>C\$ 800.00</b>	<b>C\$ 66.67</b>	<b>C\$ 26.67</b>	<b>C\$ 20.00</b>	<b>C\$ 20.00</b>

**GASTOS DE CONSTITUCION**

<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>	<b>Amortización</b>	<b>Mensual</b>	<b>Ventas 50 %</b>	<b>Admón. 50 %</b>
Registro Mercantil	C\$ 1,000.00	C\$ 333.33	C\$ 27.78	C\$ 500.00	C\$ 500.00
DGI	C\$ 30.00	C\$ 10.00	C\$ 0.83	C\$ 15.00	C\$ 15.00
Matricula Alcaldía persona natural	C\$ 500.00	C\$ 166.67	C\$ 13.89	C\$ 250.00	C\$ 250.00
		C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ -
Licencia Sanitaria (MINSA)	C\$ 500.00	C\$ 166.67	C\$ 13.89	C\$ 250.00	C\$ 250.00
Marca y patente	C\$ 200.00	C\$ 66.67	C\$ 5.56	C\$ 100.00	C\$ 100.00
Pago alcaldía	C\$ 75.00	C\$ 25.00	C\$ 2.08	C\$ 37.50	C\$ 37.50
<b>TOTAL</b>	<b>C\$ 2,305.00</b>	<b>C\$ 768.33</b>	<b>C\$ 64.03</b>	<b>C\$ 32.01</b>	<b>C\$ 32.01</b>



Smoothies	C\$ 30.00	C\$ 65,208.00	C\$ 782,496.00	C\$ 968,332.20	C\$ 1173,736.80											
<b>Total</b>		<b>C\$ 65,208.00</b>	<b>C\$ 782,496.00</b>	<b>C\$ 968,332.20</b>	<b>C\$ 1173,736.80</b>											

**MAJO Drink & Smoothies**

**Cédula N° 3 Proyecciones de Ventas**

<b>Descripción</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>
Ventas al Contador	C\$ 65,208.00	C\$ <b>782,496.00</b>											

**MAJO Drink & Smoothies**

**Cédula Proyecciones de Compra de Materia Prima Directa (Unidades Físicas Y Monetarias)**

<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 2022</b>
--------------------	----------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	-------------------

<b>Frutas y Verduras</b>														
Banano	Docenas	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	564
Sandía	Unidades	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	482
Manzanas	Unidades	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	900
Piña	Unidades	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	1447
Fresas	docenas	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	322
Mango	Unidades	482	482	482	482	482	482	482	482	482	482	482	482	5789
Mandarinas	Unidades	201	201	201	201	201	201	201	201	201	201	201	201	2412
Zanahorias	Unidades	402	402	402	402	402	402	402	402	402	402	402	402	4824
Melocoton	Unidades	201	201	201	201	201	201	201	201	201	201	201	201	2412
Naranja	Docenas	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	643
Espinacas	libras	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	80
Pitahaya	Unidades	201	201	201	201	201	201	201	201	201	201	201	201	2412
<b>Total</b>		<b>1857</b>	<b>22288</b>											

**MAJO Drink & Smoothies**

**Cédula N° 5 Proyecciones de Compra de Materia Prima Directa (Unidades Monetarias)**

<b>Descripción</b>	<b>Costo Unita</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>Descripción</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>
Publicidad	1,000.00		-	1,000.00		-	1,000.00		-	1,000.00		-	4,000.00
Depreciaciones de mobiliario (50%)	78.67	78.67	78.67	78.67	78.67	78.67	78.67	78.67	78.67	78.67	78.67	78.67	944.00
Amortización Gastos de Instalación (30%)	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	240.00
Amortización Gastos de Constitución (50%)	32.01	32.01	32.01	32.01	32.01	32.01	32.01	32.01	32.01	32.01	32.01	32.01	384.17
Salario	4,317.58	4,317.58	4,317.58	4,317.58	4,317.58	4,317.58	4,317.58	4,317.58	4,317.58	4,317.58	4,317.58	4,317.58	51,810.98
Vacaciones	383.79	383.79	383.79	383.79	383.79	383.79	383.79	383.79	383.79	383.79	383.79	383.79	4,605.42
Aguinaldo	383.79	383.79	383.79	383.79	383.79	383.79	383.79	383.79	383.79	383.79	383.79	383.79	4,605.42
Indemnización	383.79	383.79	383.79	383.79	383.79	383.79	383.79	383.79	383.79	383.79	383.79	383.79	4,605.42
Inss Patronal	828.98	828.98	828.98	828.98	828.98	828.98	828.98	828.98	828.98	828.98	828.98	828.98	9,947.71
Alquiler (25%)	962.50	962.50	962.50	962.50	962.50	962.50	962.50	962.50	962.50	962.50	962.50	962.50	11,550.00
<b>Total</b>	<b>C\$ 8,391.09</b>	<b>C\$ 7,391.09</b>	<b>C\$ 7,391.09</b>	<b>C\$ 8,391.09</b>	<b>C\$ 7,391.09</b>	<b>C\$ 7,391.09</b>	<b>C\$ 8,391.09</b>	<b>C\$ 7,391.09</b>	<b>C\$ 7,391.09</b>	<b>C\$ 8,391.09</b>	<b>C\$ 7,391.09</b>	<b>C\$ 7,391.09</b>	<b>C\$ 92,693.11</b>



<b>MAJO Drink &amp; Smoothies</b>	
<b>Plan de Inversión</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
<b>Inversión Fija</b>	
Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$ 11,800.00
Maquinaria	C\$ 18,302.00
<b>Sub total Inversión Fija</b>	<b>C\$ 30,102.00</b>
<b>Inversión Diferida</b>	
Gastos de instalacion	C\$ 2,400.00
Gastos Organización	C\$ 2,305.00
Publicidad al inicio de las operaciones	C\$ 1,000.00
<b>Sub total Inversión Diferida</b>	<b>C\$ 5,705.00</b>
<b>Capital de Trabajo</b>	
Compra de materia prima directa	61,862.76
Compra de materia prima indirecta	38,329.20
Sueldos y Salarios (3 meses)	41,524.38
Seguro Social (Aporte Patronal, 3 meses)	7,474.39
Gastos Administrativo	22,232.32
Gastos de Venta	25,173.28
CIF	48,389.47
<b>Sub total Capital de Trabajo</b>	<b>C\$ 244,985.79</b>
<b>Inversión Total</b>	<b>C\$ 280,792.79</b>
<b>Fondo Propio</b>	<b>C\$ 280,792.79</b>

<b>MAJO Drink &amp; Smoothies</b>			
<b>Balance de Apertura</b>			
<b>Al 01 de enero del 2022</b>			
<b>Expresado en Córdobas</b>			
<b><u>Activos</u></b>			
<b>Corriente</b>			
Efectivo en Caja y Banco	C\$ 244,985.79		
Inventarios			
<b>Sub total Activo Corriente</b>		<b>C\$ 244,985.79</b>	
<b>No Corriente</b>			
Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$ 11,800.00		
Maquinaria	18,302.00		
Vehículo			
<b>Sub total No Corriente</b>		<b>C\$ 30,102.00</b>	
<b>Otros Activos</b>			
Gastos Organización	C\$ 2,305.00		
Gastos de Instalación	C\$ 2,400.00		
Publicidad al inicio de las operaciones	C\$ 1,000.00		
<b>Sub total Otros Activos</b>		<b>C\$ 5,705.00</b>	
<b>Total Activos</b>			<b>C\$ 280,792.79</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\$ 280,792.79		
<b>Total Patrimonio</b>		<b>C\$ 280,792.79</b>	
<b>Total Pasivo más capital</b>			<b>C\$ 280,792.79</b>
			.
Elaborado	Revisado		Autorizado



<b>Costo Total de Producción</b>	C\$ 41,380.51	C\$ 496,566.12												
<b>Gastos operativos</b>														
Gastos de Ventas	C\$ 8,391.09	C\$ 7,391.09	C\$ 7,391.09	C\$ 8,391.09	C\$ 7,391.09	C\$ 7,391.09	C\$ 8,391.09	C\$ 7,391.09	C\$ 7,391.09	C\$ 7,391.09	C\$ 8,391.09	C\$ 7,391.09	C\$ 7,391.09	C\$ 92,693.11
Gastos de Administración	C\$ 7,410.77	C\$ 7,514.80	C\$ 90,073.57											
Total Gastos Operativos	C\$ 15,801.87	C\$ 14,905.89	C\$ 14,905.89	C\$ 15,905.89	C\$ 14,905.89	C\$ 14,905.89	C\$ 15,905.89	C\$ 14,905.89	C\$ 14,905.89	C\$ 14,905.89	C\$ 15,905.89	C\$ 14,905.89	C\$ 14,905.89	C\$ 182,766.68
<b>Total Costo</b>	C\$ 57,182.38	C\$ 56,286.40	C\$ 56,286.40	C\$ 57,286.40	C\$ 56,286.40	C\$ 56,286.40	C\$ 57,286.40	C\$ 56,286.40	C\$ 56,286.40	C\$ 56,286.40	C\$ 57,286.40	C\$ 56,286.40	C\$ 56,286.40	C\$ 679,332.80

<b>MAJO Drink &amp; Smoothies</b>				
<b>Estructura de Costos Anual</b>				
<b>Producto: Batidos Naturales</b>				
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Materia Prima Directa</b>				
Frutas y verduras	C\$ 247,451.04	C\$ 272,196.14	C\$ 299,415.76	C\$ 819,062.94
<b>Sub total Materia Prima Directa</b>	<b>C\$ 247,451.04</b>	<b>C\$ 272,196.14</b>	<b>C\$ 299,415.76</b>	<b>C\$ 819,062.94</b>
<b>Mano de Obra Directa</b>				
Operario 1	C\$ 55,557.22	C\$ 62,501.44	C\$ 69,446.09	C\$ 187,504.75
<b>Sub total MOD Directa</b>	<b>C\$ 55,557.22</b>	<b>C\$ 62,501.44</b>	<b>C\$ 69,446.09</b>	<b>C\$ 187,504.75</b>
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>				
Costos Fijos	C\$ 26,349.20	C\$ 28,659.20	C\$ 31,200.20	C\$ 86,208.60
Costos Variables	167,208.66	183,929.53	202,322.48	553,460.66

<b>Sub total CIF</b>	<b>C\$ 193,557.86</b>	<b>C\$ 212,588.73</b>	<b>C\$ 233,522.68</b>	<b>C\$ 639,669.26</b>
<b>Costo Total Anual</b>	<b>C\$ 496,566.12</b>	<b>C\$ 547,286.31</b>	<b>C\$ 602,384.53</b>	<b>C\$ 1646,236.96</b>
<b>Unidades a Producir</b>	<b>26083</b>	<b>29343</b>	<b>32604</b>	
Costo Unitario	C\$ 19.04	C\$ 18.65	C\$ 18.48	
Margen de Utilidad	60%	79%	95%	
Precio de Venta	C\$ 30.46	C\$ 33.39	C\$ 36.03	

<b>MAJO Drink &amp; Smoothies</b>										
<b>Nómina Mensual</b>										
<b>del 01 al 31 de Agosto 2021</b>										
<b>N°</b>	<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Cargo</b>	<b>Salario Base</b>	<b>Deducciones</b>	<b>Salario Neto</b>	<b>INSS Patronal</b>	<b>Prestaciones Sociales</b>			
				<b>INSS Laboral</b>			<b>Vacaciones</b>	<b>Treceavo Mes</b>	<b>Indemnización</b>	<b>INATEC</b>
<b>Administración</b>										
<b>1</b>	Maria Chávez	Cajera	C\$ 4,605.42	C\$ 287.84	C\$ 4,317.58	C\$ 828.98	C\$ 383.79	C\$ 383.79	C\$ 383.79	C\$ 92.11
<b>Sub Total Administración</b>			<b>C\$ 4,605.42</b>	<b>C\$ 287.84</b>	<b>C\$ 4,317.58</b>	<b>C\$ 828.98</b>	<b>C\$ 383.79</b>	<b>C\$ 383.79</b>	<b>C\$ 383.79</b>	<b>C\$ 92.11</b>
<b>ventas</b>										
<b>1</b>	Fernanda Romero	Atención al cliente	C\$ 4,605.42	287.84	4,317.58	828.98	383.79	383.79	383.79	92.11
<b>Sub Total Ventas</b>			<b>C\$ 4,605.42</b>	<b>C\$ 287.84</b>	<b>C\$ 4,317.58</b>	<b>C\$ 828.98</b>	<b>C\$ 383.79</b>	<b>C\$ 383.79</b>	<b>C\$ 383.79</b>	<b>C\$ 92.11</b>

<b>Producción</b>										
<b>7</b>	Franco Chamorro	operario	C\$ 4,630.62	289.41	4,341.21	833.51	385.89	385.89	385.89	92.61
<b>Sub Total Gastos de Venta</b>			C\$ 4,630.62	C\$ 289.41	C\$ 4,341.21	C\$ 833.51	C\$ 385.89	C\$ 385.89	C\$ 385.89	92.61
<b>Total</b>			C\$ 13,841.46	C\$ 865.09	C\$ 12,976.37	C\$ 2,491.46	C\$ 1,153.46	C\$ 1,153.46	C\$ 1,153.46	276.83

<b>MAJO Drink &amp; Smoothies</b>			
<b>Estado de Resultado Proyectado</b>			
<b>Expresado en Córdoba</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Año 2022</b>	<b>Año 2023</b>	<b>Año 2024</b>
Ventas Totales	782,496.00	968,332.20	1173,736.80
Descuento sobre venta			
Rebajas sobre venta			
Venta Netas	782,496.00	968,332.20	1173,736.80
Costos de Producción	496,566.12	547,286.31	602,384.53
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>285,929.88</b>	<b>421,045.89</b>	<b>571,352.27</b>
<b><u>Gastos de Operación</u></b>			
Gastos de Venta	92,693.11	101,805.60	111,829.35
Gastos de Administración	90,073.57	98,904.09	108,617.65
Total gastos operativos	182,766.68	200,709.69	220,447.00
<b>Utilidad de Operación</b>	<b>103,163.20</b>	<b>220,336.20</b>	<b>350,905.27</b>
<b>Otros Ingresos</b>			
<b>Otros Gastos</b>			
<b>Utilidad antes de impuesto</b>	<b>103,163.20</b>	<b>220,336.20</b>	<b>350,905.27</b>
Elaborado	Revisado		Autorizado

<b>MAJO Drink &amp; Smoothies</b>			
<b>Balance General Proyectado</b>			
<b>Al 31 de diciembre del 2021</b>			
<b>Expresado en Córdobas</b>			
<b><u>Activos</u></b>			
<b>Corriente</b>			
Efectivo en Caja y Banco	C\$ 353,125.33		
Inventarios			
<b>Sub total Activo Corriente</b>		<b>C\$ 353,125.33</b>	
<b>No Corriente</b>			
Mobiliario y Equipo de Oficina	11,800.00		
Maquinaria	18,302.00		
Depreciación de activo no corriente	3,408.00		
<b>Sub total No Corriente</b>		<b>26,694.00</b>	
<b>Otros Activos</b>			
Gastos Organización	2,305.00		
Gastos de Instalación	2,400.00		
Publicidad al inicio de las operaciones	1,000.00		
Amortización de otros activos	1,568.33		
<b>Sub total Otros Activos</b>		<b>C\$ 4,136.67</b>	
<b>Total Activos</b>			<b>C\$ 383,955.99</b>
<b><u>Pasivo</u></b>			
<b>Corriente</b>			
Gastos acumulados por pagar			
Retenciones por pagar			
<b>Total Pasivos</b>		<b>C\$ -</b>	
<b><u>Patrimonio</u></b>			
<b>Capital Contable</b>	C\$ 280,792.79		
<b>Utilidad o Perdida del Ejercicio</b>	C\$ 103,163.20		
<b>Total Patrimonio</b>		<b>C\$ 383,955.99</b>	
<b>Total Pasivo más capital</b>			<b>C\$ 383,955.99</b>
			.
Elaborado	Revisado		Autorizado

<b>Majo Drink &amp; Smoothies</b>			
<b>Flujo de Caja Proyectado</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Año 2022</b>	<b>Año 2023</b>	<b>Año 2024</b>
<b>Saldo Inicial</b>	C\$ 244,985.79	C\$ 353,125.33	C\$ 578,437.86
<b>Ingresos</b>	<b>C\$ 782,496.00</b>	<b>C\$ 968,332.20</b>	<b>C\$ 1173,736.80</b>
Costo de Producción	C\$ 496,566.12	C\$ 547,286.31	C\$ 602,384.53
<b>Disponibilidad</b>	<b>C\$ 530,915.68</b>	<b>C\$ 774,171.21</b>	<b>C\$ 1149,790.13</b>
<b>Egresos</b>			
Gastos de Ventas	C\$ 92,693.11	C\$ 101,805.60	C\$ 111,829.35
Gastos de administración	C\$ 90,073.57	C\$ 98,904.09	C\$ 108,617.65
<b>Total Egresos</b>	<b>C\$ 182,766.68</b>	<b>C\$ 200,709.69</b>	<b>C\$ 220,447.00</b>
<b>Disponibilidad Efectiva</b>	<b>C\$ 348,148.99</b>	<b>C\$ 573,461.53</b>	<b>C\$ 929,343.13</b>
<b>Disponibilidad Neta Final</b>			
<b>Depreciaciones</b>	C\$ 3,408.00	C\$ 3,408.00	C\$ 3,408.00
<b>Amortizaciones</b>	C\$ 1,568.33	C\$ 1,568.33	C\$ 1,568.33
<b>Flujo Neto</b>	<b>C\$ 353,125.33</b>	<b>C\$ 578,437.86</b>	<b>C\$ 934,319.47</b>

<b>MAJO Drink &amp; Smoothies</b>				
<b>Flujo de Fondos</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Años</b>			
	<b>0</b>	<b>Año 2022</b>	<b>Año 2023</b>	<b>Año 2024</b>
Ingresos por Ventas		C\$ 782,496.00	C\$ 968,332.20	C\$ 1173,736.80
Costos de Producción		C\$ 496,566.12	C\$ 547,286.31	C\$ 602,384.53
Utilidad bruta		C\$ 285,929.88	C\$ 421,045.89	C\$ 571,352.27
Gastos Administrativos		C\$ 90,073.57	C\$ 98,904.09	C\$ 108,617.65
Gastos de Venta		C\$ 92,693.11	C\$ 101,805.60	C\$ 111,829.35
<b>Utilidad antes de Impuesto</b>		<b>C\$ 103,163.20</b>	<b>C\$ 220,336.20</b>	<b>C\$ 350,905.27</b>
Depreciación		C\$ 3,408.00	C\$ 3,408.00	C\$ 3,408.00
Amortización		C\$ 1,568.33	C\$ 1,568.33	C\$ 1,568.33
Inversión Fija	-C\$ 30,102.00			
Inversión Diferida	-C\$ 5,705.00			
Capital de Trabajo	-C\$ 244,985.79			
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>-C\$ 280,792.79</b>	<b>C\$ 108,139.53</b>	<b>C\$ 225,312.53</b>	<b>C\$ 355,881.61</b>

<b>Descripción</b>	<b>Años</b>			
	<b>0</b>	<b>Año 2022</b>	<b>Año 2023</b>	<b>Año 2024</b>
Inversión Inicial	-C\$ 280,792.79	C\$ 108,139.53	C\$ 225,312.53	C\$ 355,881.61
Flujo Neto de Efectivo				
Tasa de descuento al 20%				
<b>VAN</b>	<b>C\$ 171,740.53</b>			
<b>TIR</b>	<b>49.21%</b>			
<b>ROI</b>		<b>-C\$ 172,653.26</b>	<b>C\$ 52,659.27</b>	<b>C\$ 408,540.88</b>