

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua
Facultad Regional Multidisciplinaria, Carazo

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas



Proyecto de Graduación

Para optar para el título de Licenciatura en Economía

Tema: Creación de una empresa social para los asociados de Good Neighbors Nicaragua.

Subtema: Proyecto a nivel de factibilidad de: Creación de la empresa social, conversión industrial y distribución para la comercialización de carne de Pollo (*Gallus gallus domesticus*) en el Departamento Carazo II Semestre 2022.

Año y Carrera: V Economía

Autores:

- ✚ Br. Melki Joel Hernández García
- ✚ Br. Elí Fabricio Rivera López
- ✚ Br. Erick Alexander Ruiz Loaisiga

Tutor:

Luis Antonio Cerda Cerda

Jinotepe, Diciembre de 2022

CARTA AVAL



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

2022: "Año de la Educación con Calidad y Pertinencia"



01 de diciembre del año 2022

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: Creación de una empresa social para los asociados de Good Neighbors Nicaragua, presentado por los (as) bachilleres:

Apellidos y Nombre:	Carné
Br. Hernández García Melki Joel	18-90779-7
Br. Rivera López Elí Fabricio	18-90778-6
Br. Ruíz Loaisiga Erick Alexander	18-90895-2

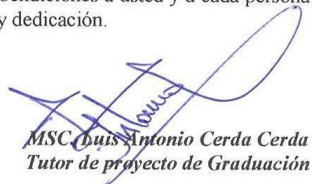
Siendo el subtema: Proyecto a nivel de factibilidad: Creación de la Empresa Social, Conversión Industrial y Distribución para la comercialización de carne de Pollo (Gallus domesticus) en el Departamento Carazo II Semestre 2022.

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 Economía.

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.


MSC Quis Antonio Cerda Cerda
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

A Dios por haberme regalado la vida, sabiduría y guiarme por el buen camino enfrentando las adversidades.

Este proyecto de graduación es dedicado a mi madre y a mi padre, que con mucho esfuerzo me brindaron la educación, los recursos, la formación social y me apoyo en cada momento para lograr todos mis objetivos, todo el mérito a ella que se esmeraron y lucharon para este pequeño logro, con mucho orgullo para mi madre y a mi padre.

Br. Melki Joel Hernández García

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico a Dios, por sobre todas las cosas porque me ha puesto en mi camino a personas buenas que me apoyaron en el feliz término de mi carrera, que significa un paso más en la vida, para ser mejores.

A mi madre por haberme apoyado en todo momento. Por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser mejor. Pero más que nada, por su amor; por los ejemplos de perseverancia y constancia que los caracterizan y que me ha infundado siempre; por el valor mostrado para salir adelante.

Br. Elí Fabricio Rivera López

DEDICATORIA

A Dios

Por darnos el don de la vida en todos estos años, por la salud, sabiduría, fuerzas para lograr este gran triunfo que es el inicio de nuestras vidas profesionales, teniendo presente que todo esto fue posible por su amor infinito hacia nosotros.

A nuestros padres

Quienes desde el momento de clasificación en la universidad nos brindaron su apoyo, agradecemos infinitamente ya que nunca dudaron de nosotros e hicieron sacrificios para poder culminar nuestra carrera.

A nuestros compañeros

Que durante el transcurso de estos años se convirtieron en amigos con los que pudimos contar en momentos difíciles en donde el apoyo mutuo fue de gran importancia para poder afrontar nuevos retos y crecer como profesionales.

Br. Erick Alexander Ruiz Loaisiga

AGRADECIMIENTO

A Dios

Por darnos el don de la vida en todos estos años, por la salud, sabiduría, fuerzas para lograr este gran triunfo que es el inicio de nuestras vidas profesionales, teniendo presente que todo esto fue posible por su amor infinito hacia nosotros.

A los docentes

En especial a nuestros tutores MSc. Luis Antonio Cerda Cerda y MSc. Ariel Arístides Sánchez González, a quienes les debemos gran parte de nuestros conocimientos ya que han estado desde el inicio de nuestra formación universitaria, gracia a su paciencia que mostraron en todo momento y su dedicación por tan importante labor que desempeñan y finalmente un eterno agradecimiento a la universidad por aernos abierto las puertas a jóvenes como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo.

A nuestros padres

Quienes desde el momento de clasificación en la universidad nos brindaron su apoyo, agradecemos infinitamente ya que nunca dudaron de nosotros e hicieron sacrificios para poder culminar nuestra carrera.

A nuestros compañeros

Que durante el transcurso de estos años se convirtieron en amigos con los que pudimos contar en momento difíciles en donde el apoyo mutuo fue de gran importancia para poder afrontar nuevos retos y crecer como profesionales.

RESUMEN EJECUTIVO.

La Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN – Managua, a través de la Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo, el Departamento de Ciencias Económicas, específicamente la Carrera de Economía; en su misión de extensión universitaria ha aunado esfuerzos con Good Neighbors Nicaragua, la cual es una institución sin fines de lucro que trabaja con personas de escasos recursos, en la zona rural del Departamento de Carazo, de esta sinergia nace el presente documento de proyecto, con el propósito de contribuir a la mejora de vida de las familias que participan como asociados a dicha ONG.

El presente proyecto consiste en la Conversión industrial y distribución para la comercialización de carne de Pollo (*Gallus gallus domesticus*), en 5 municipios de Carazo. Ubicado en el municipio de Santa Teresa con la implementación de este proyecto se pretende dar un servicio de buena calidad, así como la elaboración de productos procesados a partir de carne de pollo. La duración del proyecto es de cinco años del 2023 al 2027, teniendo un costo de C\$ 1,399,425.75.

El proyecto beneficiará a las familias de los productores asociados de Good Neighbors e indirectamente a otras familias. Este proyecto se llevará a cabo con recursos económicos financiados por parte de la ONG Good Neighbors. Además, con este proyecto se abastecerá el 47% demanda insatisfecha del mercado actual de Carazo que tiene al mes de carne de pollo, pues en los últimos años, ha crecido la demanda de este tipo de producto, debido a que es un bien básico que es fresco y sin congelar. Importante recalcar, que el proyecto tiene un bajo grado de contaminación, debido a que los materiales e insumos que se utilizarán, no son contaminantes, por ser de origen orgánicos y se crearán estrategias con el objetivo disminuir la contaminación del medio ambiente.

ÍNDICE

I. GENERALIDADES DEL PROYECTO	1
1.1. Nombre	1
1.2. Descripción del proyecto.....	1
1.3. Identificación, descripción y diagnóstico del problema.....	1
1.3.1. Árbol de Problema.....	2
1.3.2. Árbol de Objetivos	3
1.4. Objetivos Académicos.....	4
1.4.1. Objetivo General	4
1.4.2. Objetivos Específicos	4
1.5. Objetivos del Proyecto	5
1.5.1. Objetivo de Desarrollo	5
1.5.2. Objetivo de Ejecución	5
1.5.3. Objetivo de Operación.....	5
1.6. Justificación.....	6
1.7. Articulación entre planes, programas y proyectos	7
1.8. El proyecto en el marco de las políticas estratégicas de desarrollo humano del país	8
19. Grupo meta.....	9
1.10. Beneficiarios	9
1.11. Ciclo de vida del proyecto.....	10
1.12. Resultados esperados.....	11
1.13. Matriz del enfoque del marco lógico	11
1.14. Matriz para la etapa de diseño	14
II. ESTUDIO DE MERCADO O DIAGNÓSTICO	17
2.1. Definición del producto o servicio	18
2.1.1. Marca, Etiqueta y Logotipo Empresarial	19
2.2. Demanda real	20
2.2.1. Demanda potencial.....	21
2.2.2. Resultados de las encuestas aplicadas a canal de distribución	22
2.3. Oferta real	38
2.3.1. Oferta potencial	39
2.4. Análisis de costos y de precios	40
2.4.1. Costos.....	40

2.4.2. Precios.....	40
2.5. Proveedores de materias primas	45
2.6. Comercialización o servicios.....	46
III. ESTUDIO TÉCNICO	47
3.1. Tamaño del proyecto	47
3.2. Localización del proyecto.....	47
3.2.1. Macro localización	48
3.2.2. Micro localización.....	48
3.3. Procesos productivos.....	50
3.4. Procesos y usos de tecnologías.....	51
3.5. Capacidad de producción	52
3.6. Ingeniería de proyecto	53
3.7. Estructura física del proyecto	55
3.8. Maquinaria y equipos	57
3.9. Valoración de la inversión.....	61
3.10. Aspectos administrativos.....	63
3.10.1. Aspectos legales del proyecto.....	65
3.10.2. Marco institucional y legal del proyecto.....	67
3.10.3. Obligaciones fiscales y municipales	67
3.11. Aspectos sociales del proyecto	68
3.12. Aspectos económicos del proyecto.....	68
3.13. Aspectos ambientales del proyecto.....	69
IV. ESTUDIO FINANCIERO	72
4.1 Inversión del proyecto	72
4.2. Ingresos y egresos	73
4.2.1. Ingresos	73
4.2.2. Egresos.....	73
4.3. Montos de capital	75
4.4. Flujo de caja (fondo)	76
4.5. Precios nominales y constantes	80
4.6. Fuentes de financiamiento.....	81
4.8. Indicadores financieros.....	84
4.9. Punto de equilibrio	89

4.10. Rentabilidad del proyecto	96
4.11. Análisis de sensibilidad del proyecto.....	97
4.12. Razones financieras	100
4.13. Planes de financiamiento	101
4.14. Estados financieros del proyecto	102
4.15. Evaluación económica del proyecto	105
4.15.1. Matriz de etapa de evaluación del proyecto	105
4.16. Análisis y administración de los riesgos del proyecto.....	109
4.16.1 Plan de Mitigación.....	111
4.17. Plan de sostenimiento del proyecto	114
V. CONCLUSIONES	119
VI. RECOMENDACIONES	120
VII. MATERIAL COMPLEMENTARIO.....	121
7.1. Bibliografía	121
7.2. Anexos	123

ÍNDICE TABLAS

Tabla 1: Análisis de los Involucrados	11
Tabla 2: Matriz del enfoque del marco lógico	12
Tabla 3: Matriz para la etapa de diseño	14
Tabla 4: Población de Carazo	17
Tabla 5: Información nutricional del Pollo	20
Tabla 6: Demanda real	21
Tabla 7: Demanda insatisfecha.....	39
Tabla 8: Precio de Pollo Fresco Pechuga.....	41
Tabla 9: Precio de Pechuga Especial de 3 Lb	41
Tabla 10: Precio de Pechuga Especial de 1 Lb	41
Tabla 11: Precio de Pollo Fresco Alas.....	42
Tabla 12: Precio de Alas Condimentadas de 3 Lb	42
Tabla 13: Precio de Alas Condimentadas de 1 Lb	42
Tabla 14: Precio de Pollo Fresco Muslos.....	43
Tabla 15: Precio de Muslo Condimentadas 3 Lb	43
Tabla 16: Precio de Muslo Condimentadas de 1 Lb	43
Tabla 17: Precio de Pollo Fresco Cono	44
Tabla 18: Precio de Conos Condimentadas 3 Lb.....	44
Tabla 19: Precio de Conos Condimentadas 1 Lb	44
Tabla 20: Proveedores de materia prima.....	45
Tabla 21: Proveedor de bolsas al vacío	46
Tabla 22: Procesos productivos.....	50
Tabla 23: Capacidad de producción.....	52
Tabla 24: Maquinaria	57
Tabla 25: Equipos de Venta	59
Tabla 26: Equipo de Administración.....	59
Tabla 27: Herramientas	60
Tabla 28: Valoración de la inversión.....	61
Tabla 29: Distribución de cargos	64
Tabla 30: Estructura Administrativa.....	64
Tabla 31: Detalle de ventas en las diferentes presentaciones anual.....	73
Tabla 32: Presupuestos de costos directos e indirectos anual.....	73
Tabla 33: Presupuestos de costos directos e indirectos al mes	74

Tabla 34: Presupuestos de Mano de Obra Directa.....	74
Tabla 35: Presupuestos de Administración.....	74
Tabla 36: Amortización.....	75
Tabla 37: Flujo de caja con impuesto	76
Tabla 38: Flujo de caja sin impuesto	78
Tabla 39:Proyecciones de ventas en unidades monetaria por líneas de productos	80
Tabla 40: Gastos de organización.....	82
Tabla 41: Periodo de recuperación con Impuesto.....	84
Tabla 42: Cálculo del período de recuperación con impuesto	84
Tabla 43: Periodo de recuperación sin Impuesto	85
Tabla 44: Cálculo del período de recuperación sin impuesto	85
Tabla 45: Flujo Neto del proyecto Con Impuesto.....	86
Tabla 46: Cálculo de indicadores financieros.....	86
Tabla 47: Flujo Neto del proyecto Sin Impuesto	87
Tabla 48: Cálculo de Indicadores Financieros.....	87
Tabla 49: EVA	88
Tabla 50: Cálculo del EVA	88
Tabla 51: Rentabilidad del proyecto Con Impuesto.....	96
Tabla 52: Rentabilidad del proyecto Sin Impuesto	96
Tabla 53: Análisis de sensibilidad Con Impuesto.....	97
Tabla 54: Escenario Pesimista.....	97
Tabla 55: Escenario Optimista	97
Tabla 56: Escenario Esperado	98
Tabla 57: Análisis de sensibilidad Sin Impuesto	98
Tabla 58: Escenario Pesimista.....	98
Tabla 59: Escenario Optimista	99
Tabla 60: Escenario Esperado	99
Tabla 61. Balance General	100
Tabla 63: Matriz de etapa de evaluación del proyecto.....	105
Tabla 64: Matriz de evaluación de riesgos.....	109
Tabla 65: Plan de Mitigación de Riesgo.....	111
Tabla 66: Plan de sostenibilidad del proyecto	114

ÍNDICE FIGURAS

Figura 1: Árbol de problema	2
Figura 2: Árbol de objetivo	3
Figura 3: Planes, programas y proyectos	7
Figura 4: Políticas estratégicas de desarrollo humano del país	8
Figura 5: Ciclo de vida de un proyecto	10
Figura 6: Logo.....	19
Figura 7: Cálculo de la demanda potencial	21
Figura 8: Presentaciones.....	22
Figura 9: Preferencia de pechuga especial.....	22
Figura 10: Preferencia de muslo condimentado.....	23
Figura 11: Preferencia de alistas picantes	23
Figura 12: Preferencia de conos condimentados.....	24
Figura 13: Preferencia de piezas condimentadas aromáticas	25
Figura 14: Preferencia de piezas condimentadas aromáticas	25
Figura 15: Preferencia de condimentado en salsa	26
Figura 16: Preferencia de piezas condimentadas adobadas.....	27
Figura 17: Tipo de corte pechuga	27
Figura 18: Venta de muslo	28
Figura 19: Venta de conos	28
Figura 20: Venta de alitas.....	29
Figura 21: Venta de pierna entera.....	30
Figura 22: Higiene del producto	30
Figura 23: Tipo de empaque.....	31
Figura 24: Tipo de pago en línea	31
Figura 25: Tipo de pago al contado	32
Figura 26: Frecuencia de facturación.....	32
Figura 27: Compra de embutido	33
Figura 28: Venta de Salchichón.....	33
Figura 29: Venta de Mortadela	34
Figura 30: Venta de Carne Molida	35
Figura 31: Compra de pescuezo	35
Figura 32: Compra de patas.....	36
Figura 33: Compra de titil	37
Figura 34: Compra revuelto.....	37
Figura 35: Frecuencia de nombre de la marca	38
Figura 36: Demanda insatisfecha.....	39
Figura 37: Costo de materia prima	40
Figura 38: Canales de distribución	46
Figura 39: Macro localización de la empresa	48
Figura 40: Micro localización de la empresa	48
Figura 41: “Flujo grama de la maquinaria”	53
Figura 42: Flujo grama del proceso	54

Figura 43: Área de producción	55
Figura 44: Área de maquinaria	56
Figura 45: Plano general	56
Figura 46: Organigrama del proyecto.....	63
Figura 47. Factores ambientales	70
Figura 48: Plan de Inversión	72
Figura 49: Venta de Punto de equilibrio por libra de Pechuga.....	89
Figura 50: Venta de Punto de equilibrio por libra de Ala	90
Figura 51: Venta de Punto de equilibrio por libra de Muslos	90
Figura 52: Venta de Punto de equilibrio por libra de Conos	91
Figura 53: Venta de Punto de equilibrio por libra de Pechuga especial	91
Figura 54: Venta de Punto de equilibrio por libra de Alas condimentadas	92
Figura 55: Venta de Punto de equilibrio por libra de Muslos condimentados.....	92
Figura 56: Venta de Punto de equilibrio por libra de Cono condimentadas	93
Figura 57: Venta de Punto de equilibrio por libra de Pechuga especial de tres LB condimentadas	93
Figura 58: Venta de Punto de equilibrio por libra de Alas condimentadas	94
Figura 59: Venta de Punto de equilibrio por libra de Muslos de tres LB	94
Figura 60: Venta de Punto de equilibrio por libra de Conos condimentados de tres LB.....	95
Figura 61: Etiqueta de Pechuga condimentada de pollo3L.....	124
Figura 62: Etiqueta de Pechuga condimentada de 1 LB	124
Figura 63: Etiqueta de Muslo de pollo condimentada 1 LB	124
Figura 64: Etiqueta de Muslo de pollo condimentada de 3 LB.....	124
Figura 65: Etiqueta de Alas de pollo condimentada 1 LB	125
Figura 66: Etiqueta de Alas de pollo condimentada de 3 LB.....	125

I. GENERALIDADES DEL PROYECTO

1.1. Nombre

Proyecto a nivel de factibilidad de: Creación de la empresa social, conversión industrial y distribución para la comercialización de carne de Pollo (Gallus gallus domesticus).

1.2. Descripción del proyecto

Consistirá desde la adquisición de la carne de pollo con un peso de 3.5 Lb a 4 Lb, dándole valor agregado, mediante la elaboración de alas picantes y condimentadas, pechuga fileteada, empacados al vacío. Permitiendo conservar por más tiempo el producto; comercializándolo luego por medio de pulperías y supermercados a un precio de intermediario.

Empacado con un peso de 1 Lb a 3 Lb, ya con su valor agregado y su registro sanitario y de calidad, tomando en cuenta las normas ISO 9000 que requieren para ser un producto competitivo. (NORMAS ISO 9000)

A largo plazo poder tener un área de procesamiento de nuggets y salchichón.

1.3. Identificación, descripción y diagnóstico del problema

El propósito de este proyecto es mejorar la calidad de vida en cuanto, alimentación de la población urbana, también que los consumidores de este producto puedan obtener una buena alimentación, consumiendo proteínas de calidad, energía, nutrientes, vitaminas y minerales apropiado para el crecimiento y desarrollo de la población.

1. 3.1. Árbol de Problema

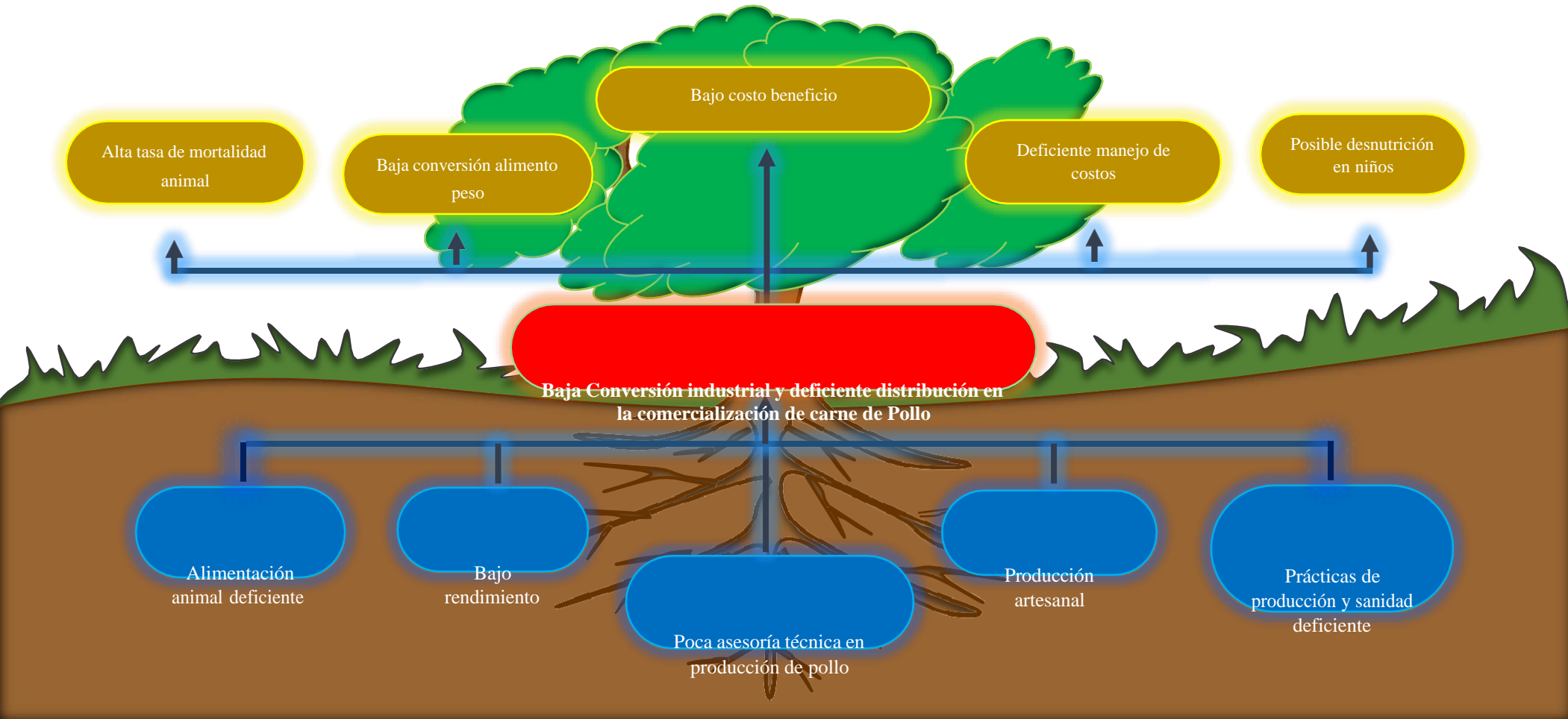


Figura 1: Árbol de problema
Fuente: Elaborado por autores

1.3.2. Árbol de Objetivos

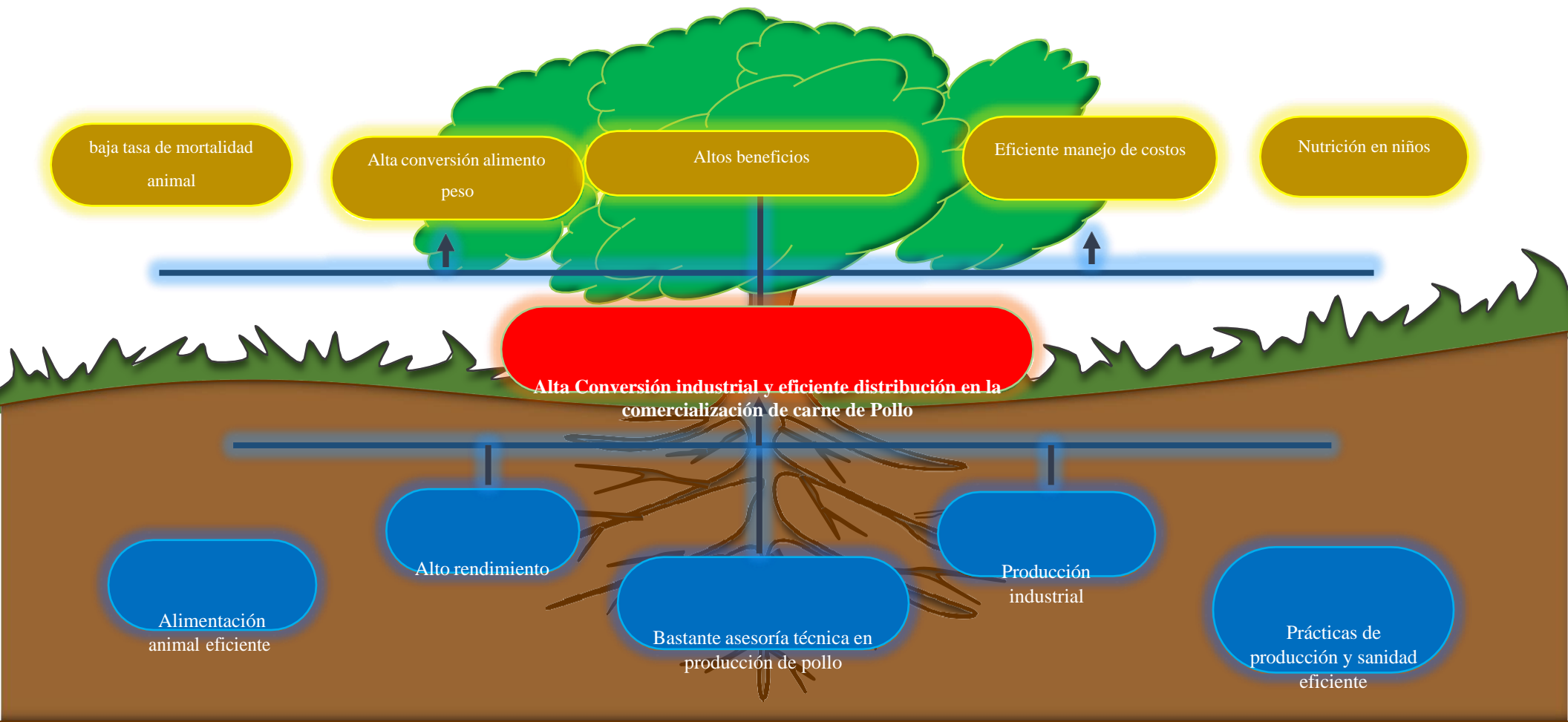


Figura 2: Árbol de objetivo
Fuente: Elaborado por autores

1.4. Objetivos Académicos

1.4.1. Objetivo General

Evaluar la factibilidad y viabilidad de la Creación de la Empresa Social, dedicada a la transformación, distribución y comercialización de la carne de Pollo.

1.4.2. Objetivos Específicos

- ✓ Determinar la demanda total insatisfecha, mediante un estudio de mercado que permita la identificación de los segmentos del mercado para la comercialización del producto.
- ✓ Determinar: localización, tamaño del proyecto, ingeniería del proyecto y los flujos de los procesos, a través del estudio técnico para proyecto.
- ✓ Estructurar los aspectos administrativos y legales concerniente a la creación de la empresa social para su correcto funcionamiento.
- ✓ Realizar estudio financiero que demuestre la factibilidad del proyecto a través de indicadores financieros.
- ✓ Demostrar la viabilidad del proyecto, a través de un estudio de impacto económico, social y ambiental que permita conocer los aportes del proyecto.

1.5. Objetivos del Proyecto

1.5.1. Objetivo de Desarrollo

- ✓ Contribuir al mejoramiento del ingreso de los productores, *desarrollando la agroindustria y el consumo saludable* en el departamento de Carazo y contribuir al desarrollo social económico, de la comunidad rural, agremiados a Good Neighbors. De acuerdo al Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza y para el Desarrollo Humano 2022-2026 (PNCL-DH).

1.5.2. Objetivo de Ejecución

- ✓ Contar con las maquinarias suficientes y necesaria para una producción que cumpla con los estándares de seguridad y zoosanitarios.

1.5.3. Objetivo de Operación

- ✓ Elaborar productos diversos de la carne de Pollo con fin de comercialización y consumo.
- ✓ Ser una fuente de venta segura para los productores avícolas asociados a Good Neighbors.

1.6. Justificación

El contexto socioeconómico de las comunidades de Jinotepe y Santa Teresa, se caracteriza por tener pequeños productores avícolas que no tienen las condiciones necesarias y suficientes para competir en el mercado; por lo que Good Neighbors está haciendo un esfuerzo para agremiarlos y de esta manera darle competitividad.

Es de amplio conocimiento a nivel comercial que la cría y expendio de pollo tienen gran mercado a nivel de comunidad, como uno de los productos de alimentación más apetecidos por todos los estratos sociales, por ser nutritivo y de muy bajo costo y fácil adquisición; convirtiendo la carne de pollo en un producto con muy buena salida, lo que garantiza un trabajo de gran rentabilidad que con el tiempo y una buena administración puede ir incrementando.

Teniendo en cuenta estas características arriba mencionadas se presenta la propuesta de Conversión industrial y distribución para la comercialización de carne de Pollo, como alternativa de desarrollo de los comunitarios. Al tiempo que se garantiza a la población urbana consumidora, un producto de buena calidad, que sea competente frente a la carne importada en los mercados y que al mismo tiempo contribuya a la seguridad alimentaria.

Es por ello que se ve la necesidad de la conversión industrial y distribución para comercializar de este producto, dado su aporte en la generación de empleo, y proporcionar un alimento nutritivo al consumidor.

Igualmente, el presente proyecto productivo pretende solucionar los problemas de falta de organización de la oferta del producto en las comunidades rurales de Carazo asociadas a Good Neighbors contribuyendo así al desarrollo económico de las mismas.

El proyecto brinda información y las bases para la diversificación de las actividades conversión por lo que brinda al inversionista criterios para evaluar, mejorar así su toma de decisiones futuras.

1.7. Articulación entre planes, programas y proyectos

En el **Capítulo IV del Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza y para el Desarrollo Humano 2022-2026** se propone que, en este nuevo periodo, se potenciará el incremento del valor agregado de la producción agropecuaria, para diversificar la economía e incrementar la competitividad internacional, que genere mayores agroexportaciones.

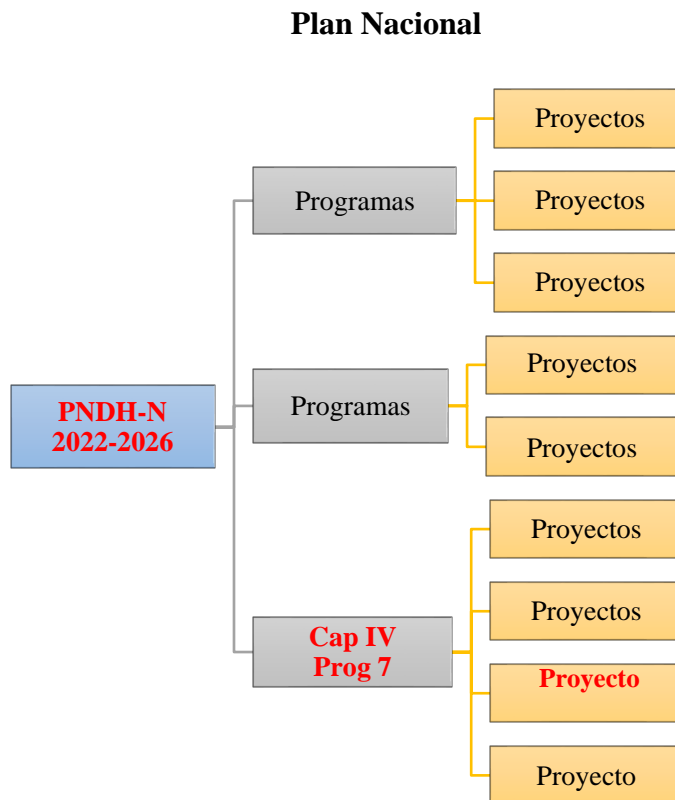


Figura 3: Planes, programas y proyectos

Fuente: Elaborado por autores

Un plan tiene diversos programas y los programas apilan varios proyectos. En Nicaragua se cuenta con un plan de desarrollo y se conoce con el nombre de **Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza y para el Desarrollo Humano 2022-2026 (PNCL-DH)**. En el **Capítulo IV** de este Plan se propone que, en este nuevo periodo, se potenciará el incremento del valor agregado de la producción agropecuaria, para diversificar la economía e incrementar la competitividad internacional, que genere mayores agro exportaciones.

1.8. El proyecto en el marco de las políticas estratégicas de desarrollo humano del país

Políticas estratégicas de desarrollo humano del país

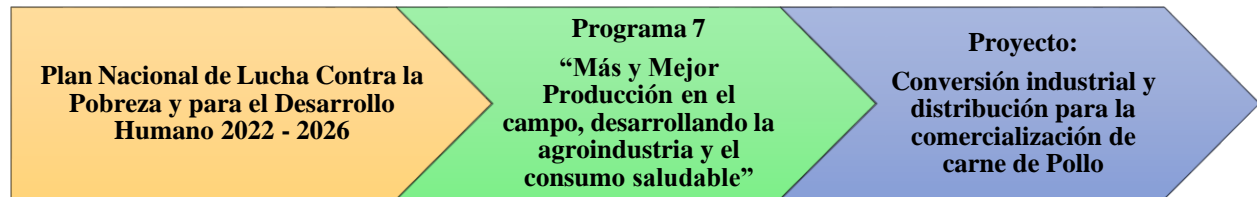


Figura 4: Políticas estratégicas de desarrollo humano del país

Fuente: Elaborado por autores

De conformidad al **Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza y para el Desarrollo Humano 2022-2026 (PNCL-DH)** de Nicaragua, dentro de sus 12 lineamientos estratégicos esenciales o programas, consideramos que nuestro proyecto pertenece dentro del séptimo lineamiento de “*Más y Mejor Producción en el campo, desarrollando la agroindustria y el consumo saludable*”, enfocado a través de una serie de políticas para impulsar la producción en el campo tiene como objetivo aumentar, mejorar el crecimiento económico y de la mano el sostenimiento de la seguridad alimentaria. (PLAN NACIONAL DE LUCHA CONTRA LA POBREZA 2022-2026, 2021)

Intensificar el comercio y mercados, en esta pauta se puede coincidir en la conservación de actuales comercios y nuevos (nuestro caso) del cual se puede ver una clara participación del Gobierno en convenios comerciales para expandir la producción agroindustria, significando, crecimiento y por lo tanto desarrollo económico.

19. Grupo meta

Como grupo meta tenemos a todos los pequeños y medianos distribuidores de cinco municipios (Jinotepe, Diriamba, Dolores, San Marcos y Santa Teresa) departamento de Carazo, además de todos los consumidores finales de nuestro producto de la zona urbana de este departamento.

1.10. Beneficiarios

Los beneficiarios del proyecto son *directos*: los productores pequeños y medianos asociados a Good Neighbors y los *indirectos* Las familias de los asociados, los negocios a establecer relación comercial es decir empresas que vendan suministros que se configuren como parte de los materiales utilizados por la empresa.

1.11. Ciclo de vida del proyecto

Un proyecto (emprendimiento, 2022) se desarrolla en diferentes etapas que tienen relación entre sí según el Project Management Institute (PMI), un proyecto es “un esfuerzo único, temporal, emprendido para crear un producto o servicio único. El resultado final buscado puede diferir con la misión de la empresa que la emprende”; una vez planteada la idea para el proyecto y aprobada que es la *Conversión industrial y distribución para la comercialización de carne de Pollo*.

A lo largo del ciclo de un proyecto se han de tomar grandes decisiones que resuelven determinados problemas, pero a la vez si no son bien formulados o ejecutados te llevan a otro problema teniendo que formular otra idea, conforme avanza el ciclo el número de decisiones aumentan hasta la fase de la ejecución.

Las fases o etapas de un proyecto se dividen en:



Figura 5: Ciclo de vida de un proyecto

Fuente: rescate-estudiantil.com

1.12. Resultados esperados

- 1) Se espera:
 - a) Que incremente el número de productores y la cantidad de productos procesados
 - b) Que los dividendos redunden en la mejora del nivel de vida de los productores.
 - c) Que haya un crecimiento de número de colaboradores.
- 2) La expectativa es que la utilidad neta para el primer año de operación sea del 30%.
- 3) Se pretende:
 - a) Contribuir a la seguridad alimentaria de los pobladores del departamento.
 - b) Incursionar en nuevos nichos de mercado (otros departamentos).
- 4) Capitalización para nuevas inversiones.

1.13. Matriz del enfoque del marco lógico

ANALISIS DE LOS INVOLUCRADOS: en base a la información disponible se pudieron identificar.

Tabla 1: Análisis de los Involucrados

Instituciones	Grupos de Interés	Otros
ALCALDIAS	Productores Agremiados	Productores particulares ya establecidos
MEFFCA	Good Neighbors Nicaragua	
MINSA		
MITRAB		

Fuente: Elaborado por autores

Estudiamos más de cerca los siguientes grupos:

Tabla 2: Matriz del enfoque del marco lógico

	Productores agremiados	MEFFCA	MINSA	Good Neighbors Nicaragua
Problema	Dificultad de comercialización de la producción	Poca posibilidad de contribuir a la conformación de clúster	Escasa capacidad de vigilancia de inocuidad de los productos disponibles para el mercado	Poco rendimiento de sus asociados, por tanto alto riesgo de no recuperar habilitaciones
	Poca utilidad en su actividad económica	-	-	-
	Mal manejo del producto	-	-	-
Interés	Hacer de que sus actividades productivas sean sostenibles	Apoyar a través de las políticas de Estado, el incentivos a las pymes	Garantizar la inocuidad y calidad de los productos ofertados al mercado	Lograr sus propósitos dedesarrollo comunitario
	Mejorar sus ingresos			Lograr la sostenibilidad de los emprendimientos financiados por ellos
	Ampliar sus negocios			
Potenciales	Tecnificación de su producción	Fortalecimiento del clúster	Productos inocuos y sanos en el mercado	Segmentos de mercados cautivos, con sus productos
	Mayor capacidad productiva			Reconocimiento de la marca en el mercado
	Mejora en las condiciones de vida de los socios y sus familias			Crecimiento empresarial
Interrelación	Proveer los productos frescos y con los estándares de calidad y	Coordinaciones pertinentes que permitan potencializar las políticas	Asesoría que permitan hacer uso de las mejores	Asesoría para la organización del clúster
				Asesoría para implantación de

	sanitarios requeridos	públicas de incentivos y fomentos a la pymes	prácticas sanitarias	las normas de calidad Asesoría para el manejo de negocio y nuevas inversiones
Oponentes	-	-	-	-
	-	-	-	-
	-	-	-	-

Fuente: Elaborado por autores

1.14. Matriz para la etapa de diseño

Tabla 3: Matriz para la etapa de diseño

Resumen narrativo		Indicadores objetivamente verificables	Medios de verificación	Supuestos
Objetivo General del Proyecto o meta	Contribuir a la seguridad alimentaria de población de Carazo y a la producción en el campo desarrollando la agroindustria y consumo saludable y el desarrollo social y económico de la comunidad rural agremiado a GNN, de acuerdo al PNDH	Presencia y aceptación de los diferentes productos y presentaciones ofertados en el mercado nacional	Cantidad de pedidos por parte de los clientes y/o canales de distribución	Producción y comercialización del frijol en las diferentes presentaciones, generando utilidades contribuyendo a la economía del país
Objetivo Académico del proyecto	Formular y evaluar un proyecto de desarrollo para la elaboración y comercialización de frijoles procesados	Documento de proyecto	Validación de los instrumentos y documentos final	Rentabilidad económica y financiera Aportar a la economía del Departamento, generando utilidades privadas dando valor agregado y satisfaciendo necesidades que tiene cultura de consumo
Resultados	La expectativa es que la utilidad neta para el horizonte de vida del proyecto (5 años) de operación sea del 20%	Flujo de Fondo proyectado	Memoria de cálculos de los estudios y de las evaluaciones económicas y financieras Informe final del proyecto	Precio, niveles de vida de costo se mantenga estable
	Se espera: Que los dividendos redunden en la mejora del nivel de vida de productores	Repartición de un porcentaje de dividendos	Estudio Financiero	El número de productores se va a mantener o va incrementar
	Incremento en la demanda como consecuencia de ampliación del mercado	Aumento en un 50% de las ventas y al menos un Departamento de la IV región mas	Incremento en el nivel de ventas, tanto numérica como geográficamente	La aceptación del producto permite búsqueda de nuevos nichos de mercado
	Que haya un crecimiento de numero de colaboradores	Producto del incremento de mercado se hace necesario diversificar y la producción y aumentar el número de colaboradores	Cantidad de colaboradores contratados	Incrementa la demanda entonces incrementa la capacidad productiva por tanto la MOD
	Que incremente el número de productores y la cantidad de productos procesados			Mas productores interesados en ser parte del clúster, con diferentes productos

	Se pretende contribuir a la seguridad alimentaria a los pobladores del departamento	Producto con estándares de calidad y sanidad requerido	Disponibilidad estable de alimentos	Garantizar productos en calidad y cantidad suficiente
	Capitalización para nuevas inversiones	Implementación de nuevos proyecto	Evaluaciones económicas y financieras	Repartición del porcentaje restante de las utilidades se invertirán en la mejora, ampliación y diversificación de la planta
Actividades	Realizar estudio de mercado: Identificar el segmento de mercado Aplicar encuestas Procesamiento de datos Análisis de la información	Resultados del estudio de mercado	Instrumentos	Accesibilidad de la población para proporcionar información verídica, Aceptación del producto, por la población, Ubicación adecuada de las instalaciones de la industria: permisos, accesibilidad para la mano de obra, Capacidad a instalar adecuada, Rentabilidad en base a los estudios económicos y financieros para recomendar el proyecto como una inversión viable que generara utilidades
	Realizar estudio técnico: Cotización de los equipos Instalación de los equipos Diseño del proceso productivo Diseño de los productos a ofertar	Resultado del estudio técnico	Informe final del proyecto	
	Realizar una evaluación económica del proyecto	Desarrollo de la comunidad, dinamización de La economía a nivel local Mejora de vida de los productores Creación de empleos directos e indirectos	Informe final del proyecto	
	Realizar una evaluación financiera Proyecciones de venta Proyecciones de los costos y de los gastos	Resultados de la evaluación financiera	Memoria de cálculos de los estudios y de las evaluaciones económicas y financieras	
	Realizar una evaluación social	La contribución de la mejora de vida de los niños de las familias asociadas a GNN Garantizar la seguridad alimentaria	Informe final del proyecto	
	Realizar una evaluación ambiental	Una producción verde (no contaminante) Reutilización Basado en la metodología de las 3 R	Informe final del proyecto	

		(reduce, reutiliza y recicla)		
--	--	-------------------------------	--	--

Fuente: Elaborado por autores

II. ESTUDIO DE MERCADO O DIAGNÓSTICO

Se determinó cual es la población del departamento de Carazo por municipio según INIDE. La herramienta de encuestas a un número determinado de personas dentro del espacio del departamento correspondiente tomando en cuenta del universo que es Carazo, tomando en cuenta según el perfil demográfico de Nicaragua 2020, haciendo la salvedad que dicha población de interés es de la perteneciente al ámbito rural.

La muestra se prorrateó en función de la representación poblacional de los municipios estudiados (Diriamba, Jinotepe, San Marcos, Santa Teresa y Dolores), una vez conocida la población de los mencionados municipios se procedió a estimar la muestra, utilizando la fórmula de población finitas para calcular el tamaño de la muestra obteniéndose un estimado de 382 encuestas. Divididas de la siguiente forma: 138-Diriamba, 123-Jinotepe, 74-San Marcos, 29-Dolores y 18-Santa Teresa.

Tabla 4: Población de Carazo

Municipios	Población Total 2020	Población de 15-64 años	Porcentaje de la Población Urbana %	Total Población Urbana	Proporción % en Encuestas	N° de Encuestas Asignadas
Jinotepe	48,366	32,405	74.2%	24,045	32%	123
Diriamba	65,609	43,958	61.2%	26,902	36%	138
San Marcos	33,158	22,216	65.0%	14,440	19%	74
Dolores	8,877	5,948	96.7%	5,751	8%	29
Santa Teresa	18,116	12,138	28.5%	3,459	5%	18
	174,126	116,664		74,598	100%	382

Fuente: INIDE 2020

Para estudiar los canales de distribución parte de los negocios se hizo solicitud mediante cartas de permiso a través del departamento de Administración y Ciencias Económicas de la UNAN FAREM-Carazo dirigidas a las alcaldías de dichos municipios antes mencionados, para conocer el aproximado de negocios registrado y precisamente del tipo de interés para el producto a ofrecer. Lo cual se concluyó una estratificación de 127 encuestas aplicadas a los municipios. **Verse en anexo 1.**

$$n = \frac{NZ^2p*q}{E^2(N-1) + Z^2p*q}$$

Donde:

N = tamaño de la Población total

Z = Proporción de aceptación deseada. Si $Z=1.96$ el porcentaje de confiabilidad es de 95%

p = Proporción de aceptación deseada para el producto

q = Proporción de rechazo

E = Porcentaje de error

Población

$$n = \frac{(74,598) (1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(74,598-1) + (1.96)^2(0.5) (0.5)}$$

$n = 382$ habitantes a encuestarse.

Negocios

$$n = \frac{(190) (1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(190-1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$n = 127$ negocios a encuestar.

Se utilizó el programa SPSS para crear la base de datos y analizar los resultados, incluyendo la tabulación de frecuencias y tablas cruzadas.

2.1. Definición del producto o servicio

La carne de pollo es un alimento valiosamente nutritivo, ya que aporta muchas proteínas de alta calidad, es de recurso natural, de mayor consumo, y la preferencia de los consumidores se debe a los valores nutricionales. Con la conversión y distribución de carne de pollo se estará cubriendo las necesidades que tienen los habitantes de obtener carne de pollo más fresco para el consumo y comercialización, se va a vender por piezas (pechuga, pechuga especial, mulos, conos y alitas).

El producto ya terminado es empacado y trasladado a bodegas especiales de frío, donde se almacenará hasta que se realice su distribución.

2.1.1. Marca, Etiqueta y Logotipo Empresarial

Marca

“Pollo Buen Productor”

Etiqueta

El producto será empacado en bolsas de plástico, transparente de polietileno, con un peso es de 1 y 3 libras para pechuga, muslo, cono, alitas condimentadas, cabe señalar que los productos anteriormente mencionados contarán con su respectiva etiqueta en donde se especificarán datos como los ingredientes, contenido neto, código de barra.

En la etiqueta de presentación de 1 y 3 libras encontramos el logo de la empresa, el nombre del producto, su peso, y sus especificaciones y su respectivo código de barra, para ver las muestras de presentación. **Verse anexo 2.**

Logo

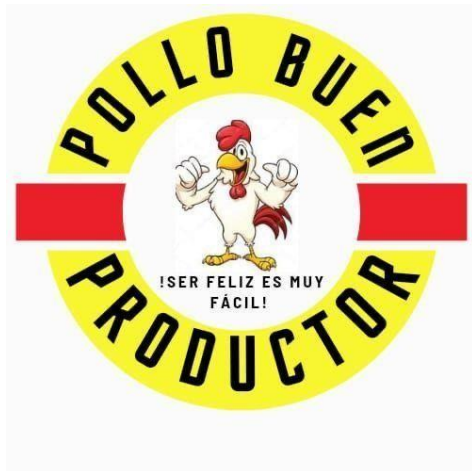


Figura 6: Logo

Fuente: Elaborado por autores

Tabla 5: Información nutricional del Pollo

Cantidad por	100 gramos	100 gramos	
Calorías	239		
Grasas totales	14 g		
	Ácidos grasos saturados 3.8 g		
Colesterol	88 mg		
Sodio	82 mg		
Potasio	223 mg		
Carbohidratos	0 g		
Proteínas	32.7 g		
Vitamina C	0 mg	Calcio	15 mg
Hierro	0.7 mg	Vitamina D	2 IU
Vitamina B6	0.4 mg	Vitamina B12	0.3 µg
Magnesio	23 mg		

Fuente: Cincap.com

2.2. Demanda real

"Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca" (Andrade Espinoza, 2015).

En el departamento de Carazo, en 5 municipios nuestra demanda real está basada en los datos extraído del consumo per cápita de la población urbana de Carazo la demanda real 74,598 personas en total.

Tabla 6: Demanda real

Consumo de pollo	Población de Nicaragua 2021	Consumo anual per cápita en Libra x Habitantes 2021	Total Población Urbana-Carazo	Consumo en Libras x Población Urbana de Carazo	Cantidad Libra mes	Cantidad Libra día
Libras (Millones/Anual)	Cantidad (Millones)/Habitantes					
342,200,000	6,702,000	51.06	74,598	3,808,928	317,410	10,580

Fuente: Elaborado por autores

El dato del consumo de pollo en Nicaragua es de 342,200,00 Libras.

El consumo anual en libras por habitantes es de 51.06 de los 5 municipios de la población urbana de Carazo. Lo que da como resultado que la demanda de consumo de pollo de esta población urbana es del 3,808,928 Libras.

2.2.1. Demanda potencial

La demanda potencial es de un total de 59,678.4 personas que demandan la carne de pollo en los cinco municipios de Carazo.

Figura 7: Cálculo de la demanda potencial

Población	74,598
Demanda Insatisfecha	92%
	59,678.4

Fuente: Elaborado por autores

2.2.2. Resultados de las encuestas aplicadas a canal de distribución

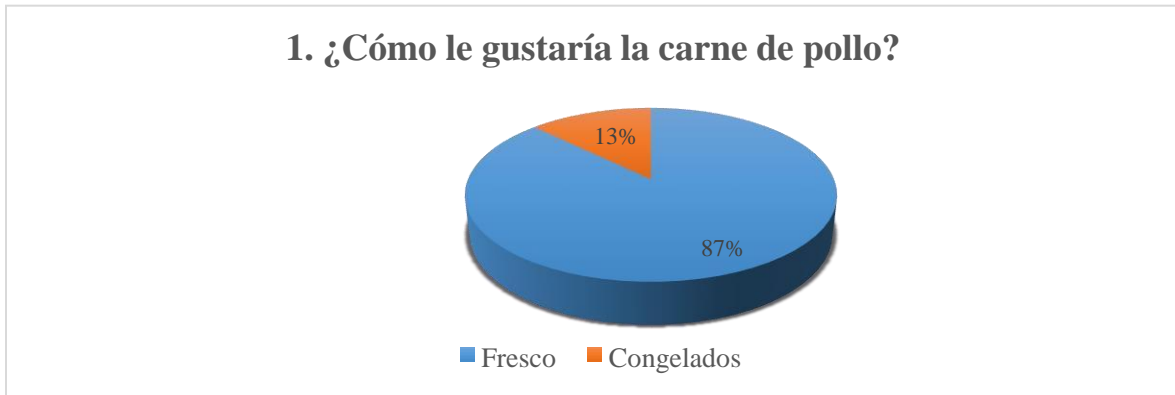


Figura 8: Presentaciones

Fuente: Elaborado por autores

Como se muestra en el gráfico al consultar gusto y preferencia de los negocios de vendedores de carne de pollo en los municipios de Carazo encontramos el 87% prefiere el pollo fresco y el 13% lo prefieren congelado.

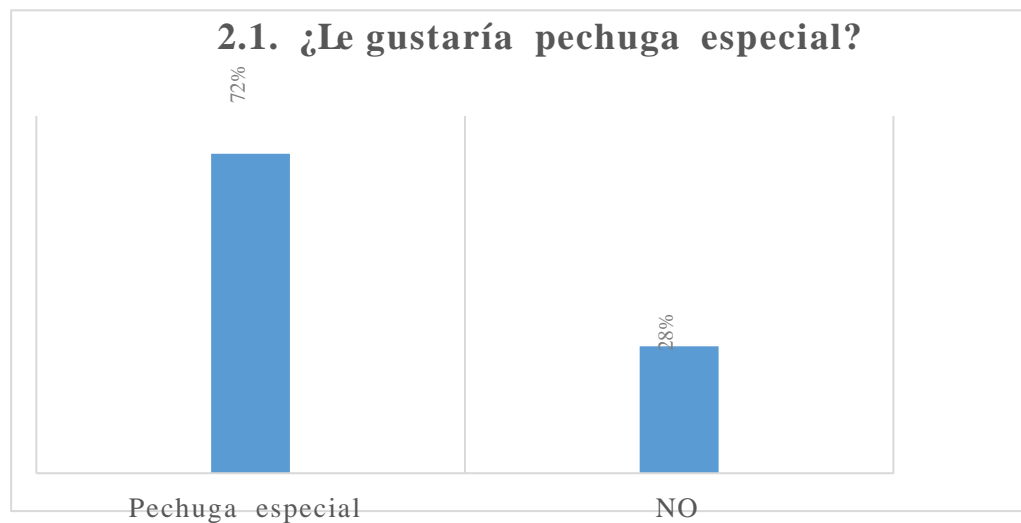


Figura 9: Preferencia de pechuga especial

Fuente: Elaborado por autores

En la tabla siguiente se prueba el resultado de la aceptación de productos condimentados, el 72% prefieren la pechuga especial, el 28% no demandar la pechuga especial.

2.2. ¿Le gustaría muslos condimentados?

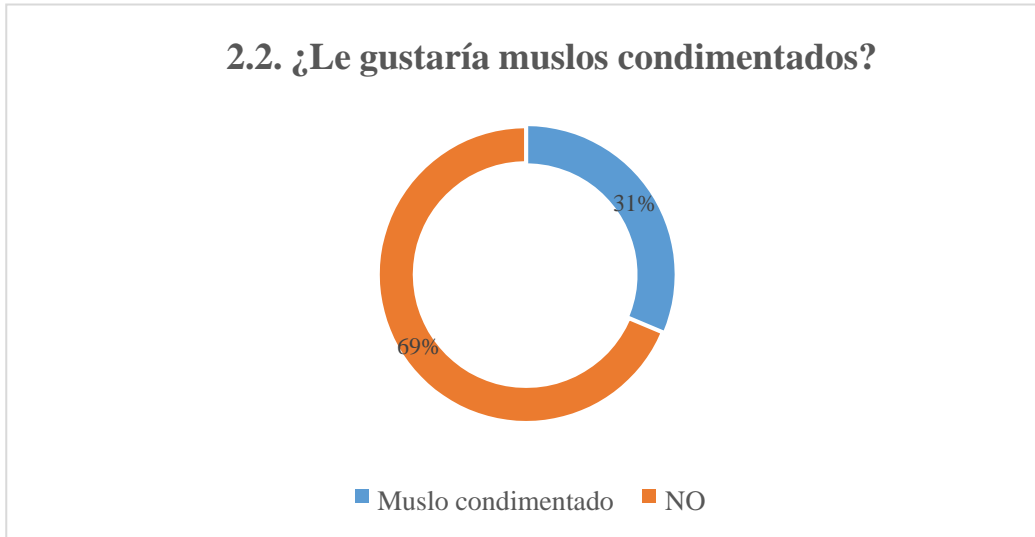


Figura 10: Preferencia de muslo condimentado

Fuente: Elaborado por autores

Dentro de los productos condimentado el muslo tubo una aceptación para su comercialización de un porcentaje de 31% que están dispuesto a demandarlo y el 69% dijo que no está dispuesto para venta de ese producto. muslos condimentados los negocios que están dispuesto a demandar un producto nuevo de muslo condimentado son, de total de 20 restaurantes 4, de 21 fritangas 9, de 26 pulpería 8, de 5 supermercado 2, distribuidoras ningunas, de 3 bares, de 11 comedores 5, de 5 carnicerías 3.

2.3. ¿Le gustaría alitas picantes?



Figura 11: Preferencia de alistas picantes

Fuente: Elaborado por autores

Según como se muestra en la gráfica las alitas picantes tubo una demanda 48% de los negocios. El segmento de negocios estaría distribuido de la siguiente manera de total de 20 restaurantes 10, de 21 fritangas 10, de 26 pulpería 11, de 5 supermercado 2, distribuidora 1, de 4 bares 4, de 16 comedor 6, de 8 carnicerías 4 la pizza 1 dijeron que están dispuesta a demandar.

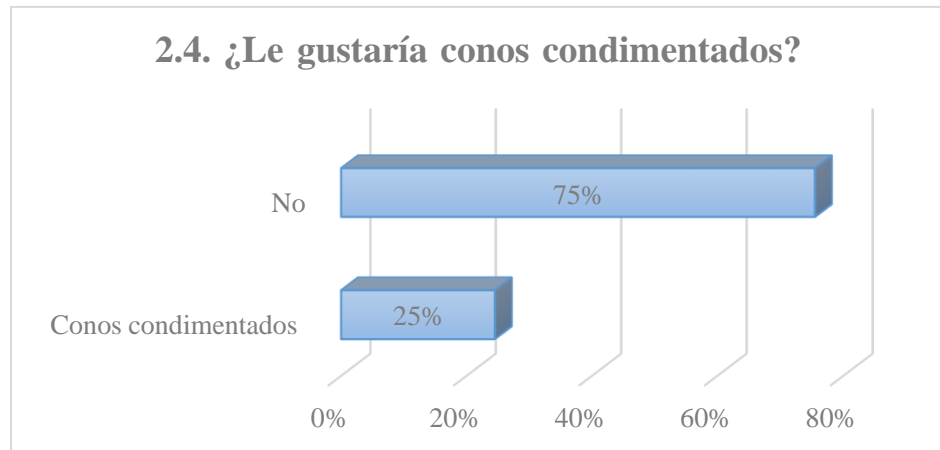


Figura 12: Preferencia de conos condimentados

Fuente: Elaborado por autores

El cono condimentado tuvo una aceptación de 25% de estos posibles compradores, 75% no trabajan con este producto por que realizan su propia condimentación del total de negocios encuestados en Carazo el segmento demandante está distribuido de la siguiente manera, de 20 restaurantes 2, de 21 fritangas 8, de 26 pulperías 5, de 5 supermercados 2, distribuidoras ningunas, de 4 bares 1, de 16 comedores 4, de 8 carnicerías 3.

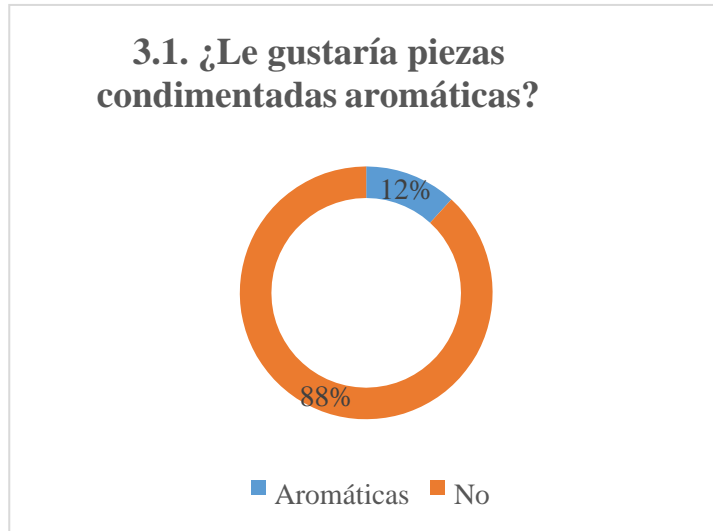


Figura 13: Preferencia de piezas condimentadas aromáticas

Fuente: Elaborado por autores

En los siguientes grafico se reflejará las condimentaciones de la carne de pollo que prefieren los propietarios de los negocios, 12% está dispuesto adquirir pollo aromático, este nuevo producto en el mercado. 88% no están dispuesto a demandar nuevo producto de carne aromática de pollo, nuestro segmento demándate del total de 20 restaurantes 3, de 21 fritangas 2, de 26 pulpería 2, de 5 supermercado 1, distribuidora ninguna, de bares ninguno, de 16 comedor 3, de 8 carnicería 1.

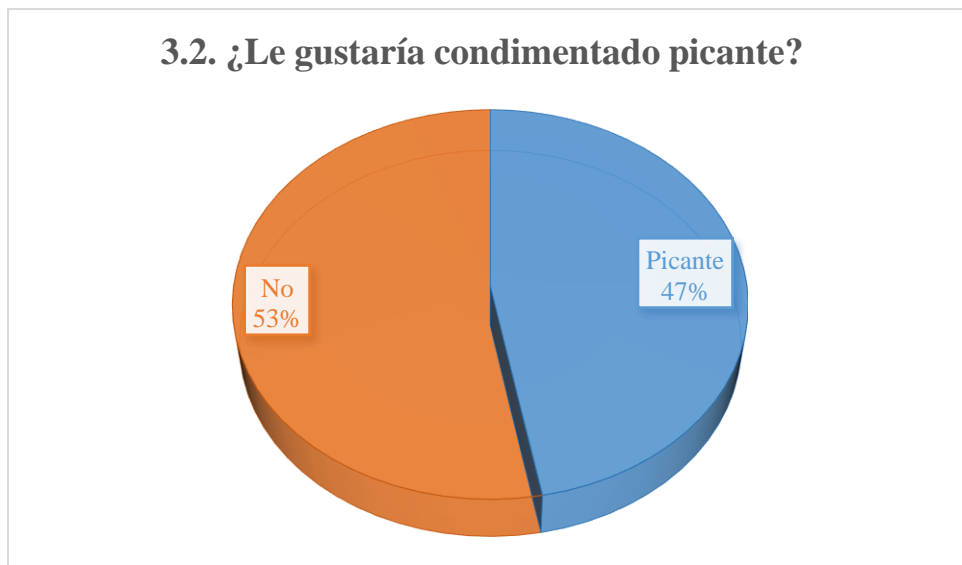


Figura 14: Preferencia de piezas condimentadas aromáticas

Fuente: Elaborado por autores

La condimentación picante fue una de la presentada para obtener datos que nos ayuden con la decisión en lo cual 47% de los negocios dieron su visto bueno y el 53% no le gusta esta condimentación, de total de 20 restaurantes 9, de 21 fritangas 10, de 26 pulperías 9, de 5 supermercados 2, distribuidoras 1, de 3 bares, de 16 comedores 8, de 8 carnicerías, pizzerías 1.

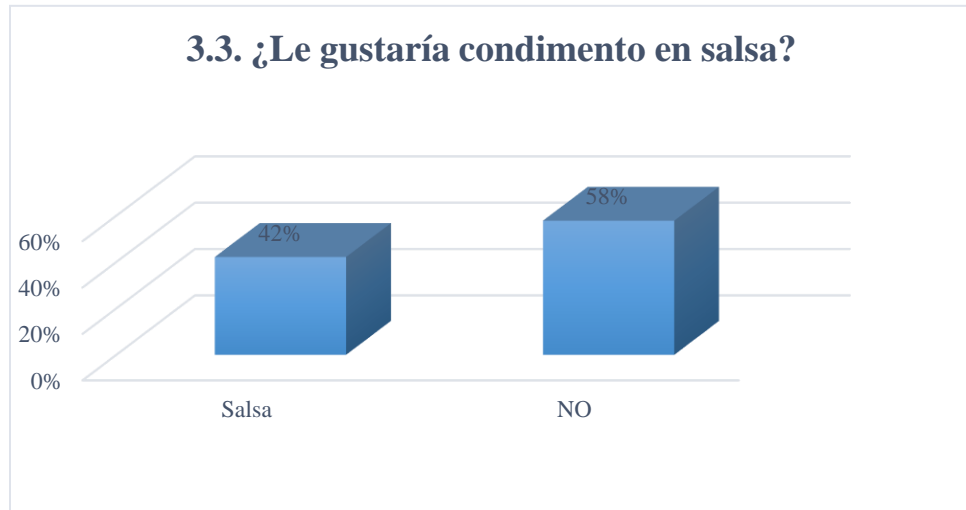


Figura 15: Preferencia de condimentado en salsa

Fuente: Elaborado por autores

El 42% acepto la propuesta de un pollo en salsa el segmento de demanda, del total de 20 restaurantes 7, de 21 fritangas 9, de 26 pulperías 10, de 5 supermercados 3, distribuidoras ningunas, de 16 comedores 10, de 8 carnicerías 4. 46.0 7% de estos no demandarían.



Figura 16: Preferencia de piezas condimentadas adobadas

Fuente: Elaborado por autores

El 48% demandarían un pollo adobado con una segmentación de los negocios de la siguiente manera del total de 20 restaurantes 6, de 21 fritangas 9, de 26 pulpería 14, de 5 supermercado 4, distribuidora ninguna, de 4 bares 3, de 16 comedor 13. 52% no demandarían un pollo adobado.

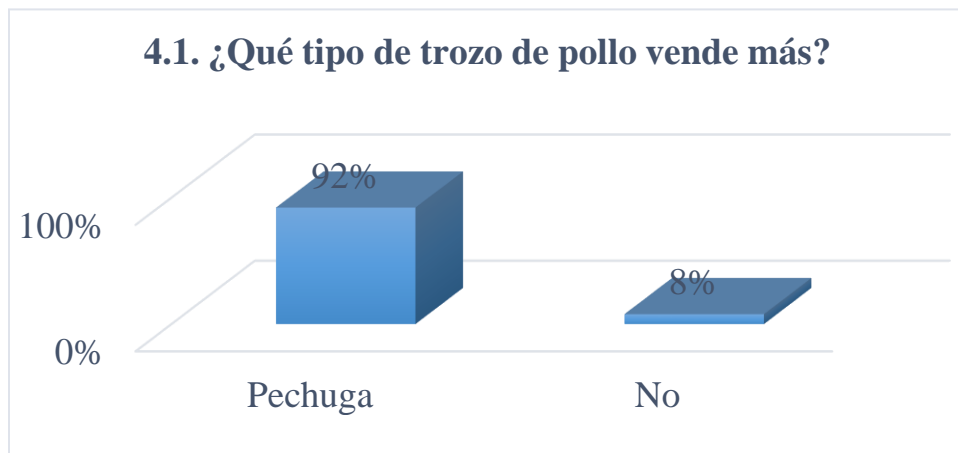


Figura 17: Tipo de corte pechuga

Fuente: Elaborado por autores

En la gráfica se muestra los trozos que más vende de pollo 92% vende de pechuga con una segmentación de negocios del total de 20 restaurantes 19, de 21 fritangas 18, de 26 pulpería 25, de 5 supermercado 4, distribuidora 1, de 4 bares, de 16 comedor 15, de 8 carnicería 7, pizzería 1.

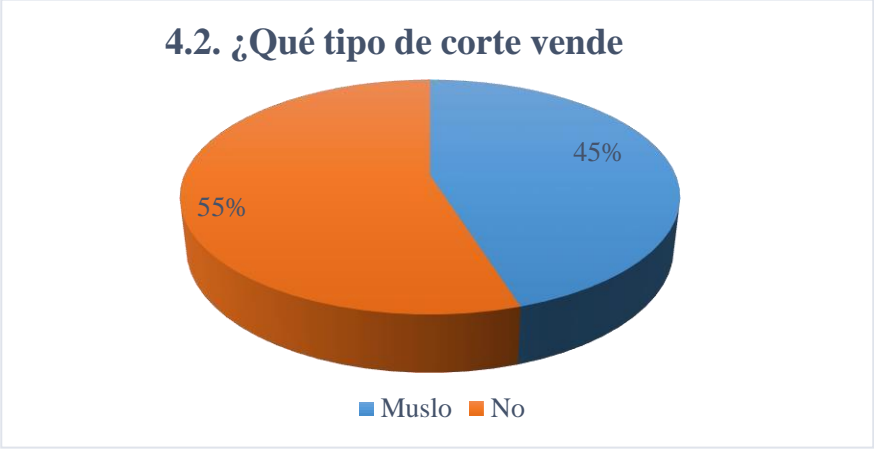


Figura 18: Venta de muslo

Fuente: Elaborado por autores

La venta de muslo se estima con un porcentaje del 45% el segmento de venta del total de 20 restaurantes 7, de 21 fritangas 6, de 26 pulpería 11, de 5 supermercado 1, distribuidora 1, de 16 comedor 13, de 8 carnicería 7.

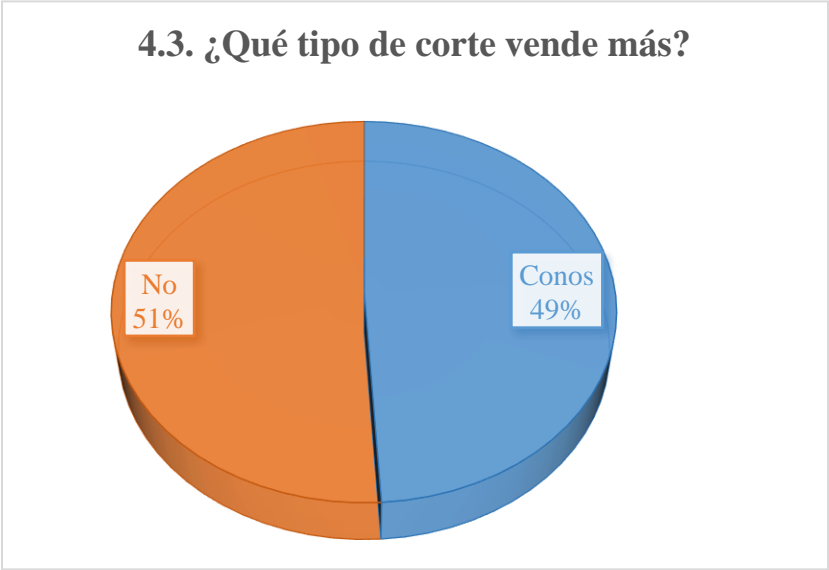


Figura 19: Venta de conos

Fuente: Elaborado por autores

En la siguiente grafica se muestra la venta de los conos 49% de los negocios vende conos, los cuatros bares y una pizzería que se le aplico el instrumento de recopilación de datos dijeron que no vende conos.

Como muestra en la tabla el 44% de los negocios venden piernas siendo las pulperías, fritangas y comedores los que más venden pierna entera.

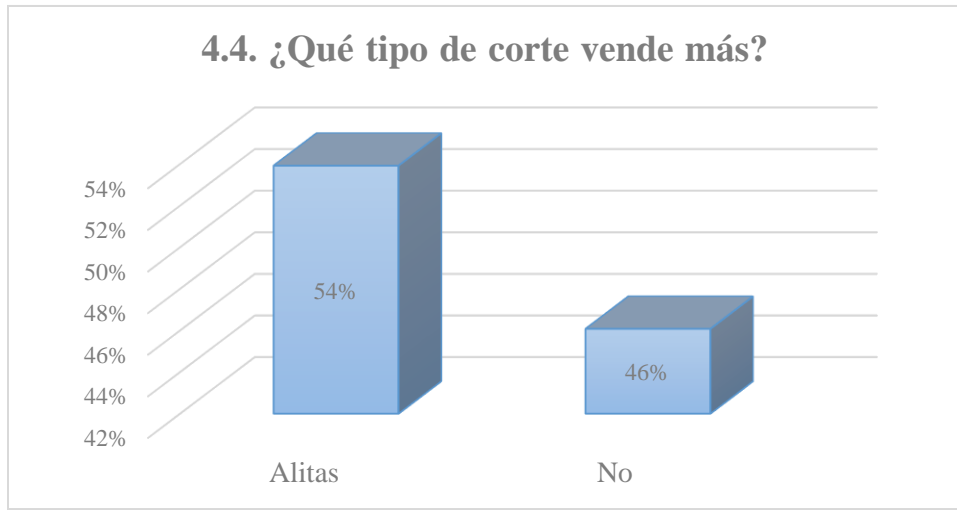


Figura 20: Venta de alitas

Fuente: Elaborado por autores

Como se señala en la gráfica 54% más de alitas de un total de 102 negocios 55 negocios conforman el 46% que venden alitas siendo las fritangas, restaurantes, pulperías y comedores los que más venden.

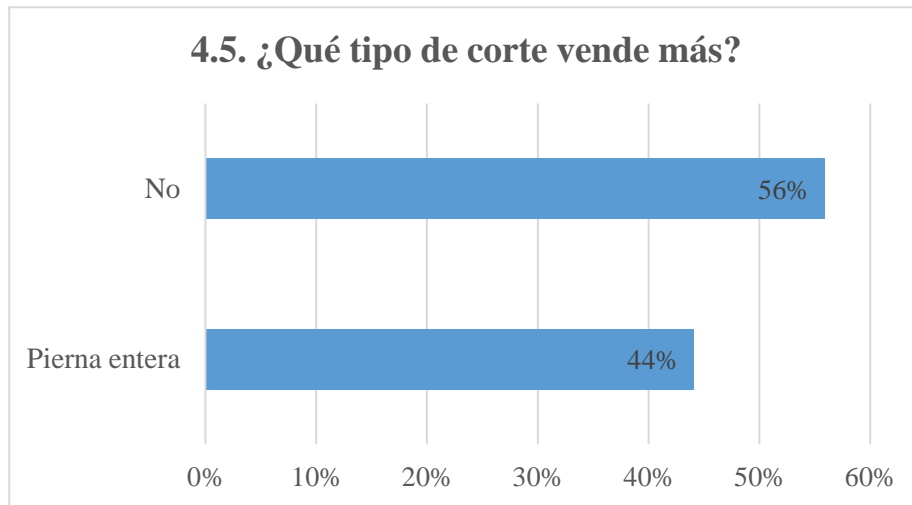


Figura 21: Venta de pierna entera

Fuente: Elaborado por autores



Figura 22: Higiene del producto

Fuente: Elaborado por autores

Como se muestra en la siguiente grafica los demandantes consideran la higiene en el manejo del producto el total de los negocios encuetados el 100% toma en consideración la higiene.

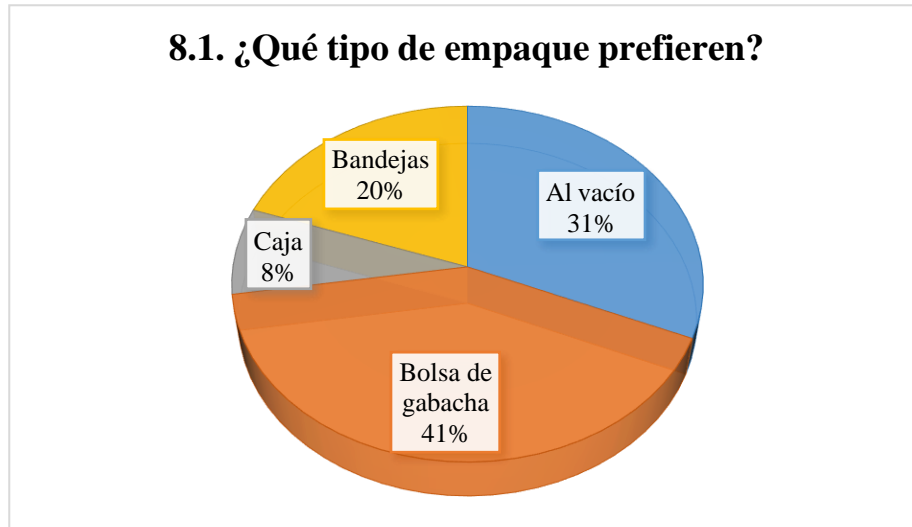


Figura 23: Tipo de empaque

Fuente: Elaborado por autores

Como se muestra en el gráfico de los cuatro empaques los negocios prefieren por costo y presentación el empaque al vacío y bolsa gabacha, empaque al vacío 31% bolsa gabacha 41% siendo esto las presentaciones que prefieren los negocios.

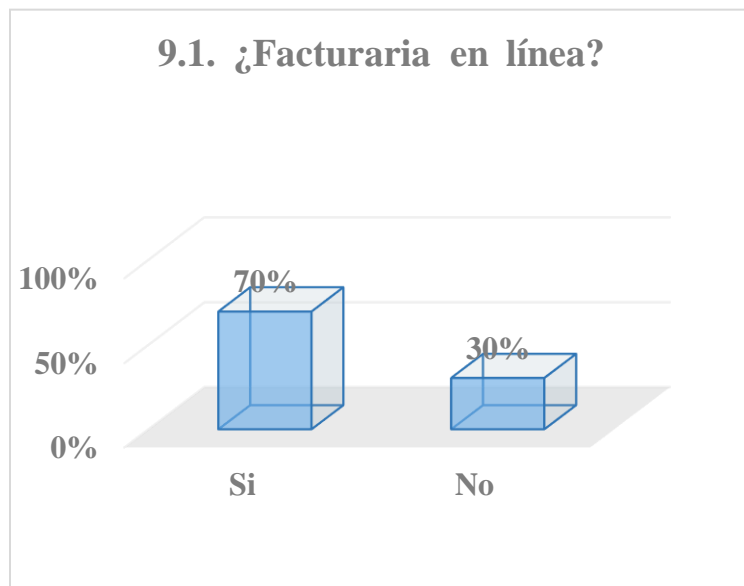


Figura 24: Tipo de pago en línea

Fuente: Elaborado por autores

Como se muestra en la gráfica los dueños de negocios el 70% les gustaría poder tener una facturación en línea les demandante potencial de facturación en línea son de 20 restaurantes 13, de 21 fritangas 16, de 26 pulperías 19, de 16 comedores 10.

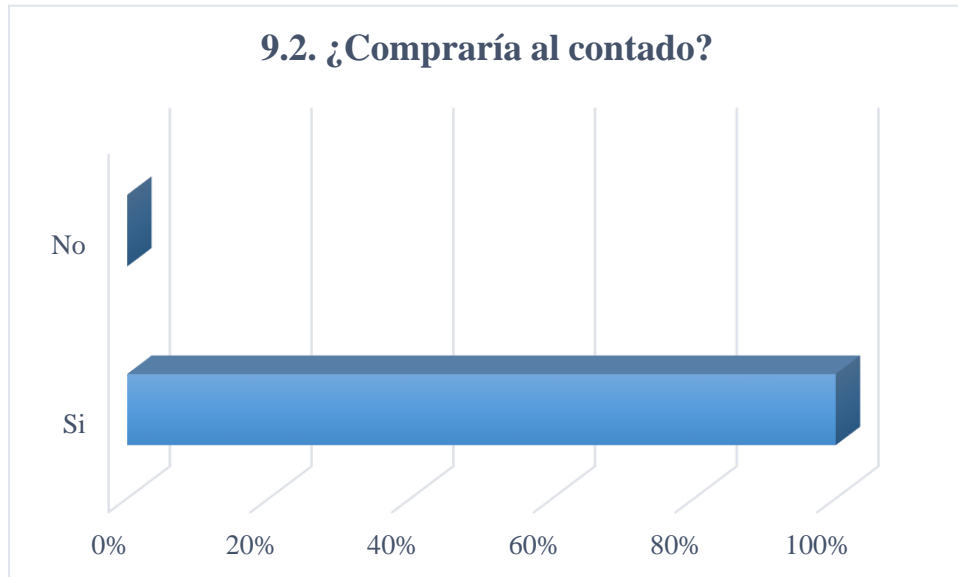


Figura 25: Tipo de pago al contado

Fuente: Elaborado por autores

Como se muestra en la gráfica el 100% pagaría al contado.

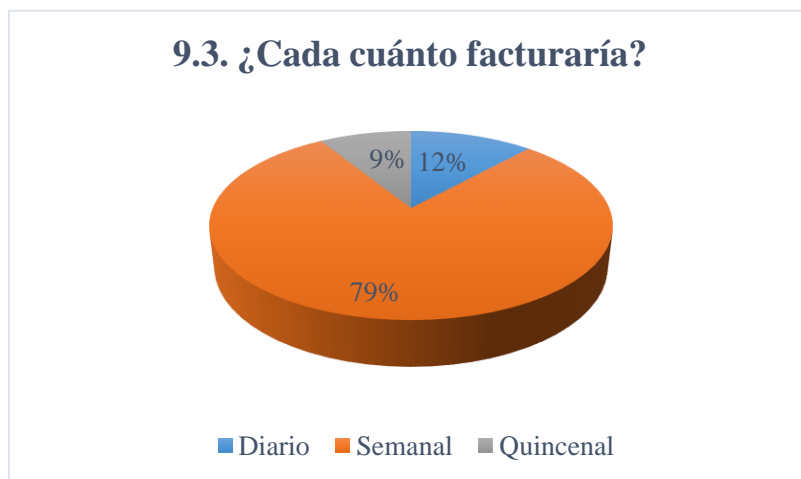


Figura 26: Frecuencia de facturación

Fuente: Elaborado por autores

Como se muestra en grafico la demanda fuerte de los negocios seria semanal 79% seguido por diarios el 12%.

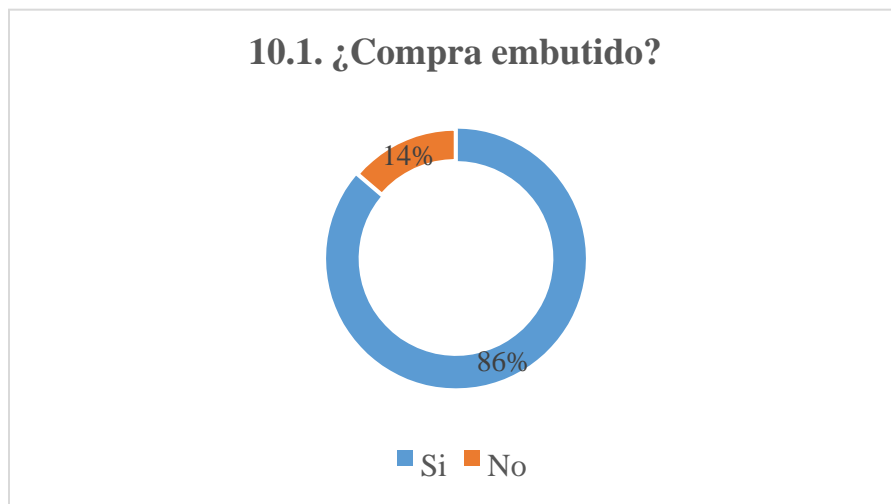


Figura 27: Compra de embutido

Fuente: Elaborado por autores

Como se muestra en la gráfica el 86% demandaría embutidos el segmento demandante del total de 20 restaurantes 18, de 21 fritangas 14, de 26 pulperías 25, de 5 supermercados 5, de 1 distribuidoras 1, de 4 bares 4, de 16 comedores 13, de 8 carnicerías 7, de 1 pizzerías 1 para un total de 88 negocios.

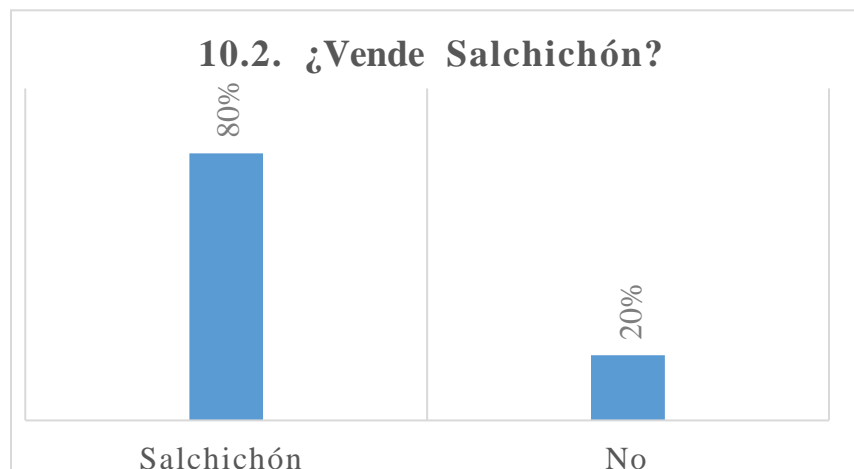


Figura 28: Venta de Salchichón

Fuente: Elaborado por autores

Como se muestra en el gráfico siguiente al consultar que tipo de embutido derivado de carne de pollo demanda más, encontramos el 80% de los negocios en cuenta do prefiere el salchichón y el 20% no hacen demanda de este por el momento de los negocios del total de 20 restaurantes 16, de 21 fritangas 12, de 26 pulperías 24, de 5 supermercados 5, distribuidoras 1, de 4 bares 3, de 16 comedores 16, de 8 carnicerías 7, pizzería 1.

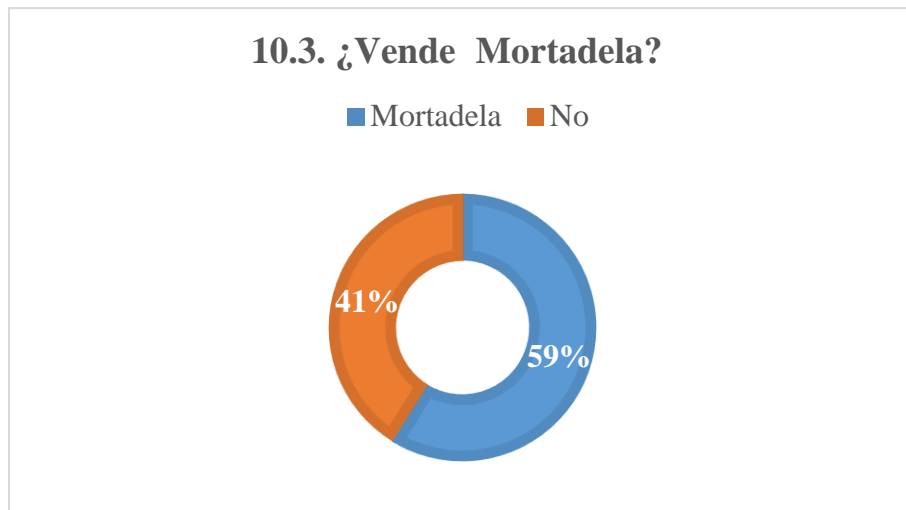


Figura 29: Venta de Mortadela

Fuente: Elaborado por autores

Como se muestra en el gráfico siguiente al consultar que tipo de embutido derivado de carne de pollo demanda más, encontramos el 59% de los negocios en cuenta do prefiere la mortadela y el 41% no hacen demanda de este por el momento de los negocios del total de 20 restaurantes 10, de 21 fritangas 9, de 26 pulperías 18, de 5 supermercados 3, distribuidoras 1, de 4 bares 3, de 16 comedores 19, de 8 carnicerías 6, pizzería 1.

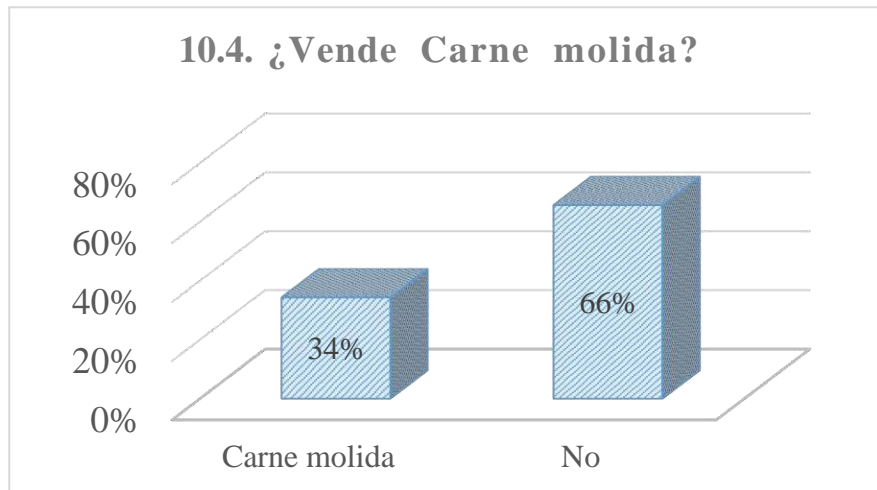


Figura 30: Venta de Carne Molida

Fuente: Elaborado por autores

Como se muestra en el grafico siguiente al consultar que tipo de embutido derivado de carne de pollo demanda más, encontramos el 34% de los negocios encuestados prefieren carne molida y el 65.68% no hacen demanda de este por el momento de los negocios del total de 20 restaurantes 8, de 21 fritangas 8, de 26 pulpería 9, de 5 supermercado 1, de 4 bares 3, de 16 comedor 3, de 8 carnicería 4.



Figura 31: Compra de pescuezo

Fuente: Elaborado por autores

Como se muestra en el grafico siguiente al consultar que tipo de menudo demanda de pollo encontramos que el pescuezo 12% de los negocios en cuenta es baja la preferencia pescuezo y el 88% no hacen demanda de este por el momento de los negocios del total de 20 restaurantes 1, de 21 fritangas 2, de 26 pulperías 4, de 5 supermercados 1, de 16 comedores 1, de 8 carnicerías 3.

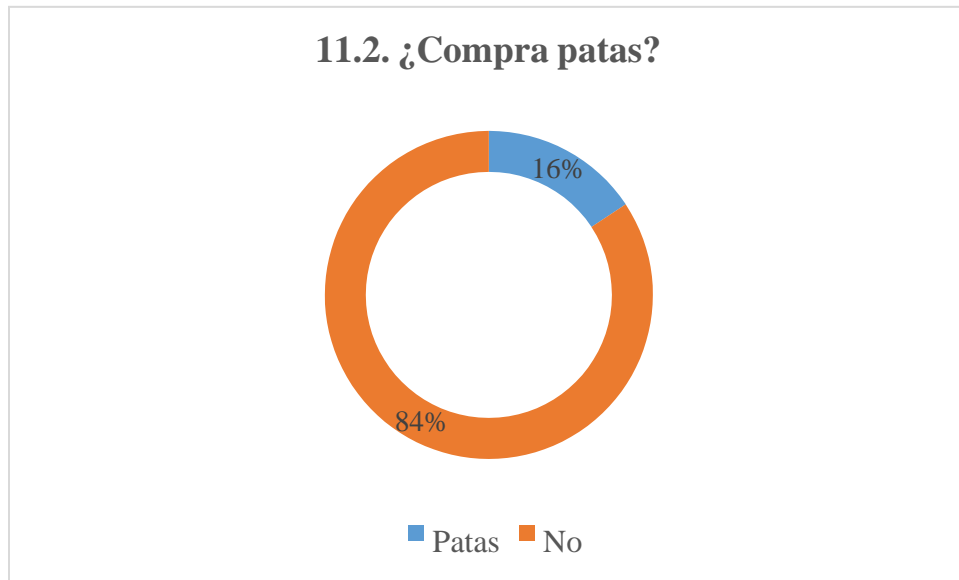


Figura 32: Compra de patas

Fuente: Elaborado por autores

Como se muestra en el grafico siguiente al consultar que tipo de menudo demanda de pollo, encontramos que la patas 16% de los negocios en cuenta es baja la preferencia y el 84% no hacen demanda de este por el momento de los negocios del total de 20 restaurantes 1, de 21 fritangas 2, de 26 pulperías 4, de 5 supermercados 1, de 16 comedores 1, de 8 carnicerías 3.

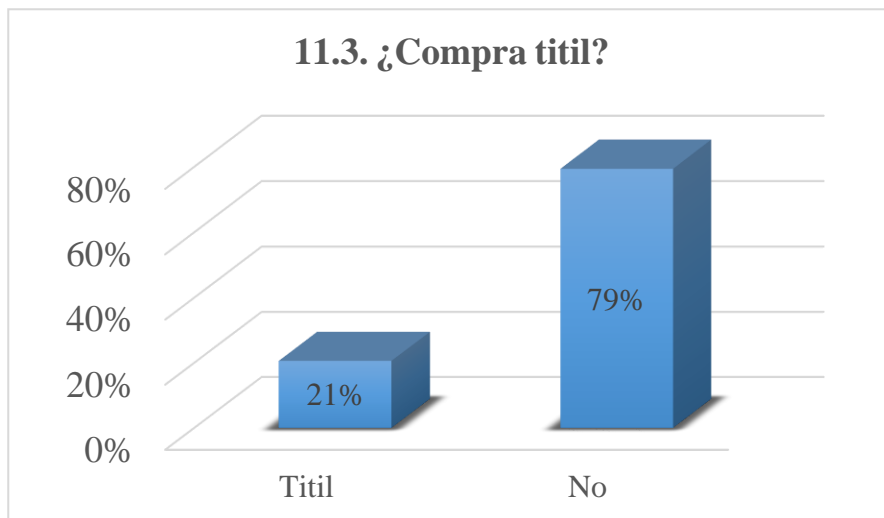


Figura 33: Compra de titil

Fuente: Elaborado por autores

Como se muestra en el gráfico siguiente al consultar que tipo de menudo demanda de pollo demanda más, encontramos que el titil 21% de los negocios en cuenta es baja la preferencia y el 79% no hacen demanda de este por el momento de los negocios del total de 20 restaurantes 1, de 21 fritangas 7, de 26 pulperías 6, de 5 supermercados 1, distribuidoras 1, de 16 comedores 2, de 8 carnicería 3.



Figura 34: Compra revuelto

Fuente: Elaborado por autores

Como se muestra en el gráfico siguiente al consultar que tipo de menudo demanda de pollo, encontramos que menudo revuelto 35.29% de los negocios en cuenta es baja la preferencia y el 64.70% no hacen demanda de este por el momento de los negocios del total de 20 restaurantes 1, de 21 fritangas 6, de 26 pulpería 15, de 5 supermercado 3, distribuidoras 1, de 16 comedor 3, de 8 carnicería 7.

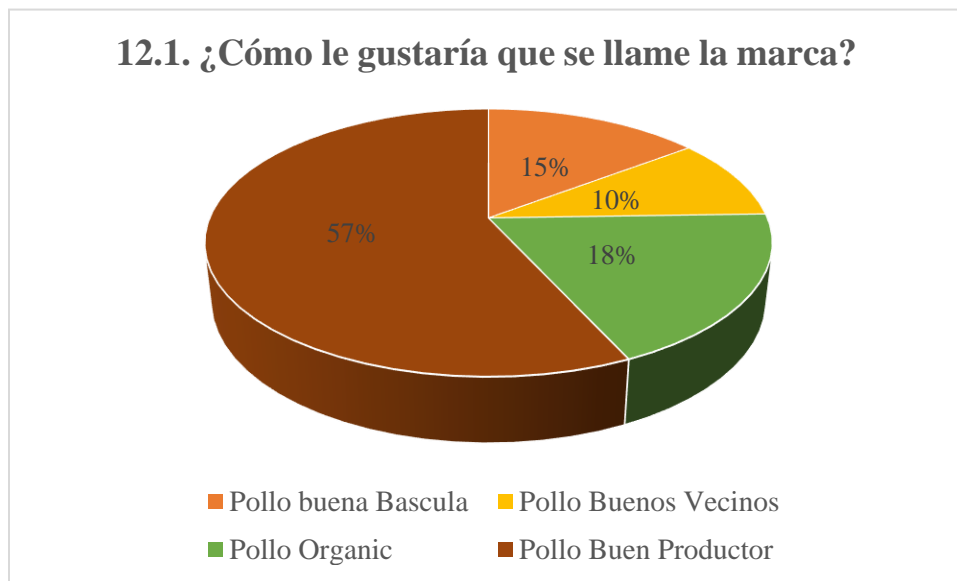


Figura 35: Frecuencia de nombre de la marca

Fuente: Elaborado por autores

Como se muestra en el gráfico siguiente al consultar que tipo de nombre considera atractivo para la marca de la empresa, encontramos que pollo buen productor 57% y en segundo fue pollo Orgánico 18% fueron los nombres más atractivos.

2.3. Oferta real

Nuestra planta instalada estaría produciendo 11,859 Libras siendo esta nuestra oferta real que estaremos ubicando en el mercado actual ya con su respectivo valor agregado.

2.3.1. Oferta potencial

Tabla 7: Demanda insatisfecha

No abastecida 8%	Libras mes	Libras día
304,714	25,393	846
Abastecido producto nac.92%	Libras mes	Libras día
3,504,214	292,018	9,734

Fuente: Elaborado por autores



Figura 36: Demanda insatisfecha

Fuente: Elaborado por autores

La demanda total de carne de pollo es de 846 libras que se consumen a diario en Carazo, tenemos una demanda insatisfecha total del país de 9,734 de libras al día y 292,018 de libras al mes.

La oferta potencial **25,393** que es el mercado insatisfecho que tiene el departamento de Carazo.

La demanda anual en libras por habitantes es de 51.06 de los 5 municipios de la población urbana de Carazo. Lo que da como resultado que el consumo de esta población urbana insatisfecha es de

2.4. Análisis de costos y de precios

2.4.1. Costos

Los costos de producción son muy importantes y en estos se toman en cuenta dos características.

- ✓ Una de ellas es originar bienes, describir lo que se va a gastar, esto se debe a que por lo general se debe de generar un costo.
- ✓ Otra característica principal es que los costos se deben de mantener en menor cantidad cuanto más se pueda. El objetivo realizar los costos de producción es evitar la pérdida de dinero durante el proceso de las ventas.

Figura 37: Costo de materia prima

Descripción		Cantidad	U medida	Costo Unit	Total	Absorción	Costo absor
Pollo en canal caliente		12,000.00	Libras	46.00	552,000.00		
Pechuga	40.30%	4,836.00	Libras	46.00	222,456.00	2,624.98	225,080.98
Alas	10.16%	1,219.20	Libras	46.00	56,083.20	661.78	56,744.98
Muslo	17.72%	2,126.40	Libras	46.00	97,814.40	1,154.21	98,968.61
Cono	12.68%	1,521.60	Libras	46.00	69,993.60	825.92	70,819.52
Hueso	17.96%	2,155.20	Libras	46.00	99,139.20	1,246.70	100,385.90
Merma	1.18%	141.60	Libras	46.00	6,513.60		
TOTAL		11,858.40		46.55			552,000.00

Fuente: Elaboración propia

2.4.2. Precios

El precio del producto se establecerá mediante una margen de ganancia después de sumar todos los costos de producción, el precio será de intermediarios Para definir el precio de venta, se tiene en cuenta diferentes factores: Para lograr definir el costo del producto, se debe de tomar en consideración los costos de producción y calcular el margen de ganancia que se puede tener del producto.

Tabla 8: Precio de Pollo Fresco Pechuga

Pollo Fresco Pechuga		
Costo Total Anual	C\$ 1,716,779.36	C\$ 49.31
Gastos de Venta	C\$ 72,262.16	
Gastos de Administración	C\$ 101,676.11	C\$ 10.86
Egreso Total	C\$ 1,890,717.63	
N° de unidades	C\$ 34,819.20	
Costo Total Unitario	C\$ 54.30	
Margen de Utilidad		20%
Precio de Venta	C\$ 65.16	

Fuente: Elaborado por autores**Tabla 9: Precio de Pechuga Especial de 3 Lb**

Pechuga Especial 3 Lb		
Costo Total Anual	C\$ 597,513.10	C\$ 160.23
Gastos de Venta	C\$ 54,196.62	
Gastos de Administración	C\$ 76,257.08	C\$ 15.62
Egreso Total	C\$ 727,966.80	
N° de unidades	C\$ 3,729.00	
Costo Total Unitario	C\$ 195.22	
Margen de Utilidad		8%
Precio de Venta	C\$ 210.84	

Fuente: Elaborado por autores**Tabla 10: Precio de Pechuga Especial de 1 Lb**

Pechuga Especial 1 Lb		
Costo Total Anual	C\$ 608,289.91	C\$ 54.37
Gastos de Venta	C\$ 54,196.62	
Gastos de Administración	C\$ 76,257.08	C\$ 11.89
Egreso Total	C\$ 738,743.61	
N° de unidades	C\$ 11,187.00	
Costo Total Unitario	C\$ 66.04	
Margen de Utilidad		18%
Precio de Venta	C\$ 77.92	

Fuente: Elaborado por autores

Tabla 11: Precio de Pollo Fresco Alas

Pollo Fresco Alas		
Costo Total Anual	C\$ 437,751.92	C\$ 49.87
Gastos de Venta	C\$ 18,217.95	C\$ 5.49
Gastos de Administración	C\$ 25,633.48	
Egreso Total	C\$ 481,603.35	
N° de unidades	C\$ 8,778.24	
Costo Total Unitario	C\$ 54.86	
Margen de Utilidad		10%
Precio de Venta	C\$ 60.35	

Fuente: Elaborado por autores**Tabla 12: Precio de Alas Condimentadas de 3 Lb**

Alas Condimentadas 3 Lb		
Costo Total Anual	C\$ 150,702.91	C\$ 153.88
Gastos de Venta	C\$ 13,663.46	C\$ 9.37
Gastos de Administración	C\$ 19,225.11	
Egreso Total	C\$ 183,591.48	
N° de unidades	C\$ 979.36	
Costo Total Unitario	C\$ 187.46	
Margen de Utilidad		5%
Precio de Venta	C\$ 196.83	

Fuente: Elaborado por autores**Tabla 13: Precio de Alas Condimentadas de 1 Lb**

Alas Condimentadas 1 Lb		
Costo Total Anual	C\$ 153,533.26	C\$ 52.22
Gastos de Venta	C\$ 13,663.46	C\$ 7.61
Gastos de Administración	C\$ 19,225.11	
Egreso Total	C\$ 186,421.83	
N° de unidades	C\$ 2,940.00	
Costo Total Unitario	C\$ 63.41	
Margen de Utilidad		12%
Precio de Venta	C\$ 71.02	

Fuente: Elaborado por autores

Tabla 14: Precio de Pollo Fresco Muslos

Pollo Fresco Muslos		
Costo Total Anual	C\$ 758,569.69	C\$ 49.55
Gastos de Venta	C\$ 31,773.83	C\$ 8.18
Gastos de Administración	C\$ 44,707.21	
Egreso Total	C\$ 835,050.73	
N° de unidades	C\$ 15,310.08	
Costo Total Unitario	C\$ 54.54	
Margen de Utilidad	15%	
Precio de Venta	C\$ 62.72	

Fuente: Elaborado por autores**Tabla 15: Precio de Muslo Condimentadas 3 Lb**

Muslo Condimentadas 3 Lb		
Costo Total Anual	C\$ 262,838.52	C\$ 153.97
Gastos de Venta	C\$ 23,830.37	C\$ 11.25
Gastos de Administración	C\$ 33,530.41	
Egreso Total	C\$ 320,199.31	
N° de unidades	C\$ 1,707.12	
Costo Total Unitario	C\$ 187.57	
Margen de Utilidad	6%	
Precio de Venta	C\$ 198.82	

Fuente: Elaborado por autores**Tabla 16: Precio de Muslo Condimentadas de 1 Lb**

Muslo Condimentadas de 1 Lb		
Costo Total Anual	C\$ 267,772.10	C\$ 52.26
Gastos de Venta	C\$ 23,830.37	C\$ 7.61
Gastos de Administración	C\$ 33,530.41	
Egreso Total	C\$ 325,132.88	
N° de unidades	C\$ 5,124.00	
Costo Total Unitario	C\$ 63.45	
Margen de Utilidad	12%	
Precio de Venta	C\$ 71.07	

Fuente: Elaborado por autores

Tabla 17: Precio de Pollo Fresco Cono

Pollo Fresco Cono		
Costo Total Anual	C\$ 544,691.17	C\$ 49.72
Gastos de Venta	C\$ 22,736.58	
Gastos de Administración	C\$ 31,991.39	C\$ 4.38
Egreso Total	C\$ 599,419.15	
N° de unidades	C\$ 10,955.52	
Costo Total Unitario	C\$ 54.71	
Margen de Utilidad	8%	
Precio de Venta	C\$ 59.09	

Fuente: Elaborado por autores**Tabla 18: Precio de Conos Condimentadas 3 Lb**

Cono Condimentadas 3 Lb		
Costo Total Anual	C\$ 188,076.47	C\$ 154.00
Gastos de Venta	C\$ 17,052.43	
Gastos de Administración	C\$ 23,993.54	C\$ 11.26
Egreso Total	C\$ 229,122.45	
N° de unidades	C\$ 1,221.28	
Costo Total Unitario	C\$ 187.61	
Margen de Utilidad	6%	
Precio de Venta	C\$ 198.86	

Fuente: Elaborado por autores**Tabla 19: Precio de Conos Condimentadas 1 Lb**

Cono Condimentadas 1 Lb		
Costo Total Anual	C\$ 191,605.97	C\$ 52.35
Gastos de Venta	C\$ 17,052.43	
Gastos de Administración	C\$ 23,993.54	C\$ 7.63
Egreso Total	C\$ 232,651.95	
N° de unidades	C\$ 3,660.00	
Costo Total Unitario	C\$ 63.57	
Margen de Utilidad	12%	
Precio de Venta	C\$ 71.19	

Fuente: Elaborado por autores

2.5. Proveedores de materias primas

Good Neighbors tiene identificados a 16 productores de pollo en las comunidades de Jinotepe y Santa Teresa.

A continuación, se presentan los proveedores de materia prima.

Tabla 20: Proveedores de materia prima

#	Municipio	Comunidad	Nombres y Apellidos	# de Cédula	Pollos por Ciclo
1	Santa Teresa	San Antonio	Heyling Eliet Guido López	044-190285-0000H	100
2	Santa Teresa	San Antonio	Isidora del Carmen Aragón Cortez	044-030667-0000W	100
3	Santa Teresa	San Antonio	Carla Vanessa Reyes Alemán	565-100294-0000A	100
4	Santa Teresa	La Unión	Deira María Vargas Morales	041-141083-0001J	200
5	Santa Teresa	La Ceiba	Josseling Hernández	044-270194-0000U	200
6	Santa Teresa	San Juan	Hitza Valeska Carmona Guadamuz	048-180290-0000X	200
7	Santa Teresa	San Juan	Heydi Lisseth Barnuty Dávila	001-230394-0035P	200
8	Santa Teresa	Santa Cruz	Lillian del Socorro Estrada Lara	041-090387-0005K	100
9	Santa Teresa	La Unión	Lucely Anielka Cortez Cerda	041-030395-0002 ^a	100
10	Santa Teresa	Cruz Verde	Hollman Danilo Palacios Ney	041-260685-0001X	100
11	Santa Teresa	Calishuate	Máximo Ricardo Barnuty Castillo	046-171174-0002J	100
12	Jinotepe	Roman Esteban	Martha Junieth Vado González	041-230992-0000W	100
13	Jinotepe	Roman Esteban	Celia de los Santos González Gago	041-200872-0001T	100
14	Jinotepe	Roman Esteban	A		100
15	Jinotepe	Roman Esteban	B		100
16	Jinotepe	El Zapotal	C		100

Fuente: Good Neighbors Nicaragua

Tabla 21: Proveedor de bolsas al vacío

Proveedor	Información del proveedor	Costo del empaque unitario C\$	Costo unitario en \$
PLASTICOS MODERNOS, S.A.	Semáforos La Robelo 1 ½ C Norte M/I, Managua, Nicaragua PBX: 22483505		

Fuente: Elaborado por autores

2.6. Comercialización o servicios

Se hará publicidad permanente en las distintas redes sociales, con el propósito de llegar no solo al mercado de Carazo, sino a otras regiones del país; considerando que son los medios más efectivos y baratos.

Para la distribución del producto se ha decidido solo contar con una ruta la cual facilitara que el producto llegue al consumidor en perfectas condiciones, lo cual beneficiara para llevar mejores controles sobre el producto, el canal de distribución se establece de la siguiente manera:

Canales de Distribución

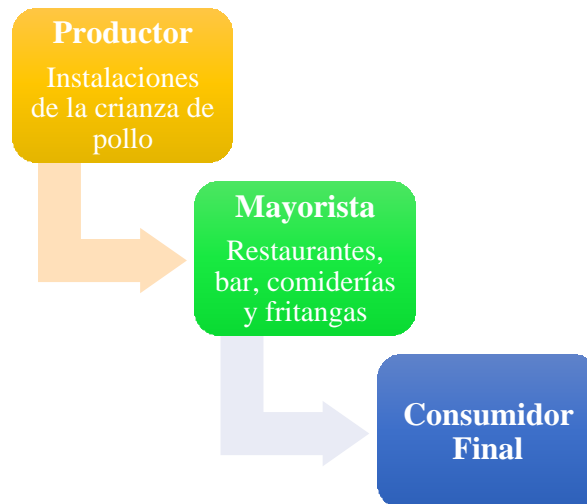


Figura 38: Canales de distribución

Fuente: Elaborado por autores

Es interés de GNN las ventas a canales de distribución, o sea al por mayor y no al detalle, o sea al consumidor.

III. ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Tamaño del proyecto

La ubicación de la empresa juega un papel muy importante, puesto que influyen diversos factores. Es por eso que se pretende establecer la planta en un lugar en donde los costos no sean demasiados altos y que además sea un lugar muy accesible para la recepción de la materia, distribución del producto terminado.

3.2. Localización del proyecto

Un detalle a tomar en cuenta es la definición de una plaza adecuada que este ubicada en una zona geográfica favorable a la cual se quiere comercializar para efecto de reducir costos ya que principalmente los productores son de zonas cercanas.

La Demanda del proyecto corresponde a la población urbana de cinco de los ocho municipios de Carazo, siendo estos: Dolores, Jinotepe, Diriamba, San Marcos y Santa Teresa.

La razón que sustenta la segmentación del mercado geográfico del departamento es que en este centro poblacional concentra dos aspectos importantes los 5 municipios más cercanos y de mayor nivel poblacional urbana. El proyecto se ubicará en el municipio de Santa Teresa debido a que este municipio y sus alrededores aglutinan la mayor cantidad de productores y en segundo lugar porque dicho municipio tiene un clima más cálido y seco facilitando el secado del grano al tiempo que reduce el riesgo de daño por humedad relativa; La cual suele afectar al frijol en periodo pos cosecha.

3.2.1. Macro localización

El proyecto estará ubicado en el istmo centroamericano en la República de Nicaragua. Su capital es **Managua**. **Nicaragua** está compuesta por 15 departamentos y 2 regiones autónomas. Se ubica en el hemisferio norte, entre la línea ecuatorial y el trópico de Cáncer aproximadamente entre los 11° y los 15° de **latitud** Norte y respecto al meridiano de Greenwich, entre los 83° y los 88° de longitud Oeste.



Figura 39: Macro localización de la empresa
Fuente: paintmaps.com

Se evaluó la ubicación que será en el departamento de Carazo donde se encuentra la materia prima, mano de obra barata y donde se encuentra el mercado objetivo. Las características cualitativas y cuantitativas.

Tabla 22: Análisis de Macro localización

Factor relevante	Peso asignado	Carazo (Santa Teresa)	
		Calificación	Calificación ponderada
Disponibilidad de MP	0.2	5	1
Mano de Obra	0.2	4	0.4
Suministro	0.1	3	0.3
Factor Clima	0.2	4	0.4
Mercado Objetivo	0.2	3	0.3
Disposiciones Legales	0.1	5	1
Total Cualitativas	1.00	24	3.4
Costos de Transporte	0.4	4	1.6
Costos del Producto	0.6	3	1.8

Total Cuantitativas	1	7	3.4
Total Ponderado		31	6.8

Fuente: Elaborado por autores

Según los resultados obtenidos en la macro localización el lugar óptimo para la instalación de la planta es la ciudad de Santa Teresa ya que es un punto céntrico de Nicaragua, en donde es fácil el acceso a los proveedores ya que la mayoría de los barrios se encuentran adoquinados, en donde además se centran el grupo de compradores o demanda, estará ubicada en Nicaragua en el departamento de Carazo, municipio de Santa Teresa.

3.2.2. Micro localización

Santa Teresa, Carazo, Nicaragua.

Tabla 23: Análisis de Micro localización

Factor relevante	Peso asignado	Carazo (Santa Teresa)	
		Calificación	Calificación ponderada
Disponibilidad de Suministros	0.1	3	0.3
Disponibilidad de MP	0.3	5	1.5
Disponibilidad de MO	0.2	4	0.8
Vías de Comunicación	0.1	4	0.4
Condiciones Climáticas	0.2	3	0.6
Nivel de Seguridad	0.1	4	0.4
Total Cualitativas	1	23	4
Costos de Transporte	0.4	4	1.6
Costos de Productos	0.6	4	2.4
Total Cuantitativas	1	8	4
Total Ponderado		31	8

Fuente: Elaborado por autores

Se evaluaron aspectos más específicos en las comunidades de Carazo que tienen asignadas Good Neighbors en la cual la disponibilidad de los suministros y la materia prima tienen la mayor importancia.

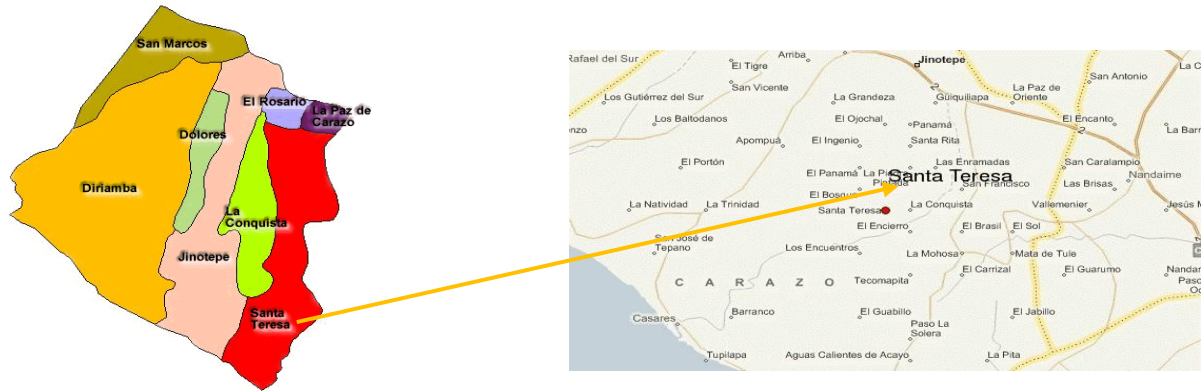


Figura 40: Micro localización de la empresa

Fuente: Google Maps

Vías de acceso para el acceso al negocio

En la ciudad de Santa Teresa, la mayor parte de sus calles se encuentran adoquinadas, mientras que los caminos de acceso son asfaltados en su mayor parte. Favoreciendo así la circulación vehicular, aparte que es de un acceso simple y que brinda la conexión con otras ciudades aledañas donde se concentra la demanda.

En el caso de los servicios básicos, se registró una cobertura similar de la energía eléctrica (98.7%) y el agua potable (98.4%). De las viviendas habitadas, las que poseen de 1 a 3 habitantes son las que presentan la menor cobertura para los servicios de agua (99.4%) y electricidad (99.6%).

En Tecnología de la Información y Comunicación (TIC) destaca el servicio de telefonía celular. En este caso se encontró que un total de 207 (58.1%) establecimientos cuentan con acceso a telefonía móvil, seguido por el servicio de telefonía fija (12.4%), y los servicios de correo electrónico (0.8%), cabe destacar que la línea Claro es la que tiene más confiabilidad y acceso en red en el municipio de Santa Teresa.

Medios de comunicación y servicios

En el caso de los servicios básicos, se registró una cobertura similar de la energía eléctrica (98.7%) y el agua potable (98.4%). De las viviendas habitadas, las que poseen de 1 a 3 habitantes son la que presentan la menor cobertura para los servicios de agua (99.4%) y electricidad (99.6%).

En Tecnología de la Información y Comunicación (TIC) destaca el servicio de telefonía celular. En este caso se encontró que un total de 207 (58.1%) establecimientos cuentan con acceso a telefonía móvil, seguido por el servicio de telefonía fija (12.4%), y los servicios de correo electrónico (0.8%), cabe destacar que la línea Claro es la que abarca más confiabilidad y acceso enred en el municipio de Santa Teresa.

3.3. Procesos productivos

Tabla 22: Procesos productivos

✓ Recepción de la Materia Prima	Se verifica que el producto cumpla con todos los requisitos acordados con el proveedor.
✓ Recepción de Materia prima	Este proceso consiste en recibir el grano y realizar el control de calidad, como parte del ingreso del mismo; a fin de mantener una base de datos confiable que permita conocer cantidad, características esenciales del grano como color, variedad, así como la procedencia del mismo. El frijol viene embalado en sacos de 100 libras, de los cuales se toma una muestra significativa de 50 gramos aproximadamente. Posteriormente se estiba en el almacén que estará acondicionado para ello.
✓ Faenado de los pollos	Se deberá verificar la limpieza adecuada de los utensilios que se van a utilizar en este proceso, ya que se realizara el faenado de una cantidad. Si cumple con los controles de calidad se lleva a la mesa de trabajo.
✓ Distribución de la carne de pollo	Hacer los cortes de piezas y selección.
✓ Condimentación	Se condimentarán las piezas de pechuga, alas, muslos y cono. Cuya condimentación llevara los siguientes ingredientes sal, achiote, chile, sazónador completo, pimienta negra, salsa Lizano y naranja agria.
✓ Empaque	Mediante una máquina de sellado al vacío, se empacará el producto en bolsas al vacío con la debida etiqueta. Luego de ser estandarizado el peso de 1 y 3 libra. En este punto se realiza un control de calidad final del producto.
✓ Almacenamiento	Luego de realizar este proceso se deberá almacenar la carne de pollo en Freezer de gran capacidad.
✓ Ventas del producto	Se realizará la distribución del producto a los negocios.

Fuente: Elaborado por autores

3.4. Procesos y usos de tecnologías

La mayor parte del proceso es artesanal y el uso de tecnología se da al finalizar el proceso en el pesado y el empaque.

El proceso de venta si hace uso de tecnología con herramientas tales como redes sociales tales como: WhatsApp, Facebook, Correo Electrónico.

Entradas

- **Materia prima**
 - ✓ Pollo

- **Suministros**
 - ✓ Bolsas de empaque al vacío
 - ✓ Condimentos (achiote, sal, naranja agria, ajo, sal, pimienta negra, salsa lizano, chile)
 - ✓ Cajillas

- **Insumos**
 - ✓ Luz
 - ✓ Internet

Transformación

Procesos de transformación física

- ✓ Entrada de materia prima
 - ✓ Corte de piezas
 - ✓ Selección de piezas
 - ✓ Distribución de la carne de pollo
 - ✓ Condimentación
 - ✓ Empaque de 1 y 3 LB
 - ✓ Salida de almacén de producto terminado
-
- **Equipo productivo**
 - ✓ Congelador Frigidaire 25 pies
 - ✓ Planta Eléctrica
 - ✓ Maquina envasado al vacío
 - ✓ Condimentadora de pollo

- ✓ Báscula quintalera (recepción)
- ✓ Cajillas plásticas
- ✓ Mesas de acero

- Organización
 - ✓ Operadores

Salidas

- **Productos**
 - ✓ Pechuga
 - ✓ Muslo
 - ✓ Cono
 - ✓ Alas
 - ✓ Pechuga condimentada
 - ✓ Muslo condimentado
 - ✓ Cono condimentado
 - ✓ Alas condimentado

3.5. Capacidad de producción

La capacidad de producción de la planta instalada es de 5,443 toneladas al mes que equivalen a 12000 LB de pollo, 240 horas al mes para la producción.

Tabla 23: Capacidad de producción

Capacidad de producción	
Producción por día	500
Horas laborales	8
Producción semanal	3,000
Producción mensual	12,000
Anual	144,000

Fuente: Elaborado por autores

3.6. Ingeniería de proyecto

Se tendrá un área de operación donde contaremos con la maquinaria suficiente para llevar a cabo las operaciones de producción, la maquinaria será, maquinaria condimentadora y empaque al vacío. A mediano plazo se pretende tener una planta de embutidos y Nuggets.

“Flujo grama de la maquinaria”

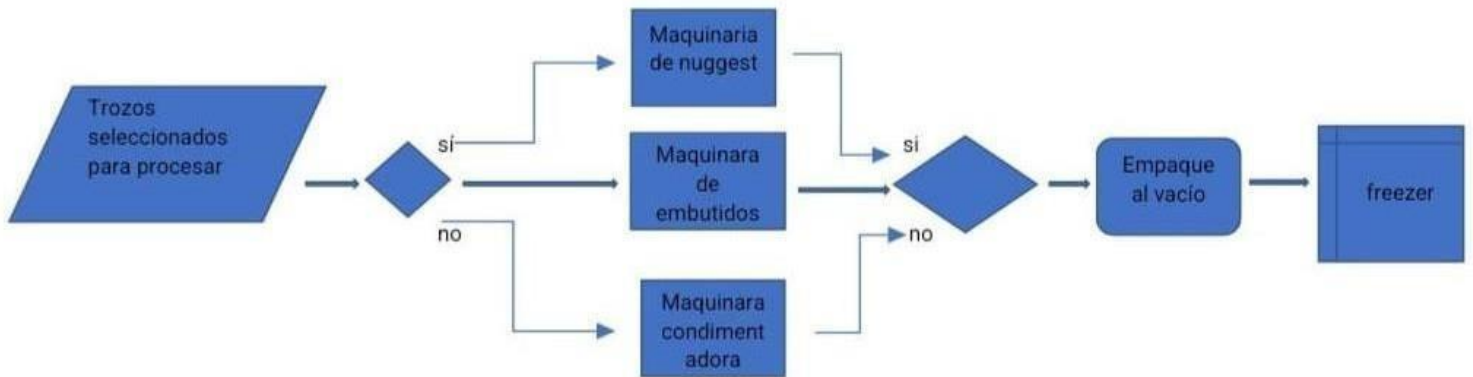


Figura 41: “Flujo grama de la maquinaria”

Fuente: Elaborado por autores

Flujograma del proceso

Proceso: Industrialización y agregación de valor carne de pollo

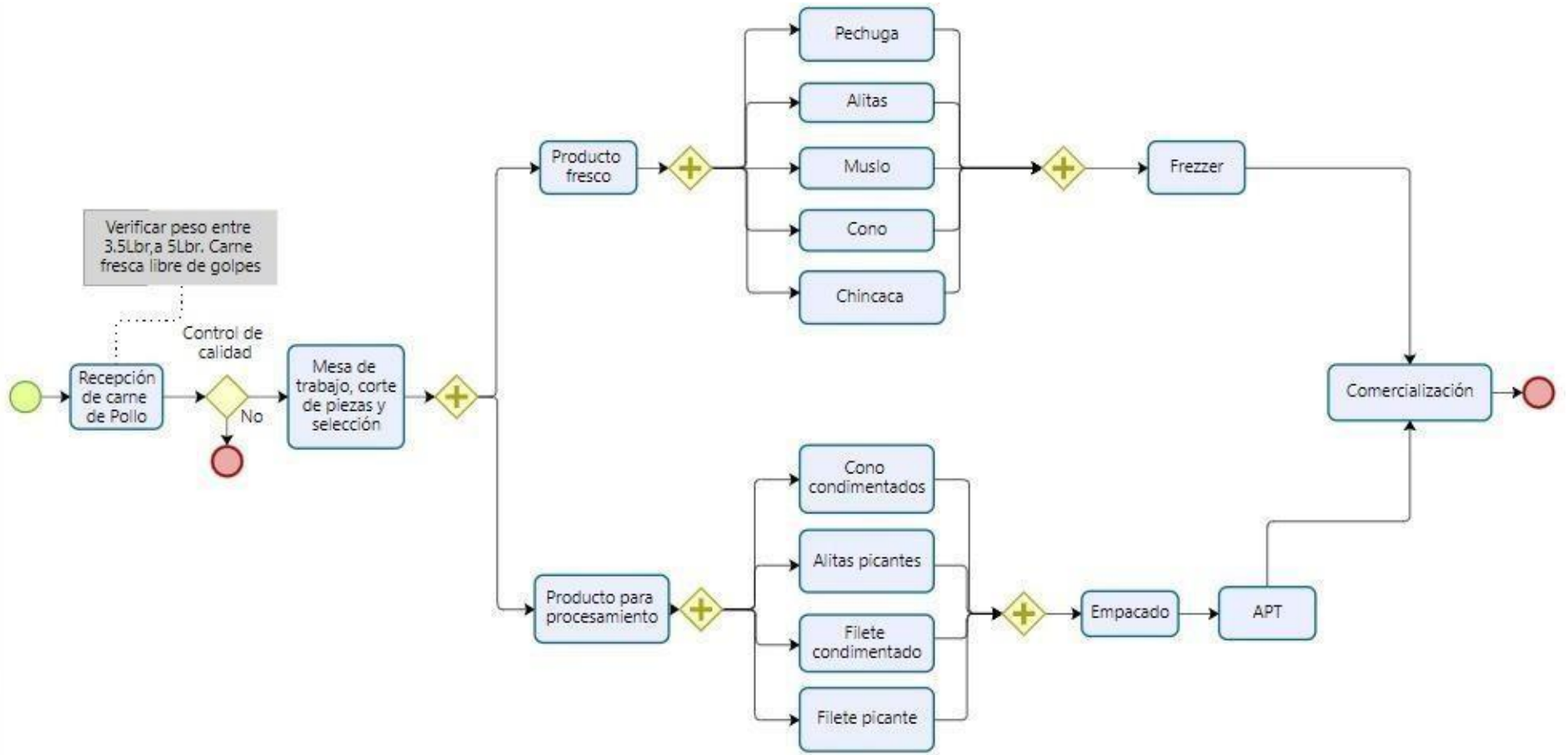


Figura 42: Flujo grama del proceso

Fuente: Elaborado por autores

3.7. Estructura física del proyecto

A continuación, se le presentan los factores a tomar en cuenta para la selección de la ubicación de la planta.

Las áreas que tendremos son las siguientes:

- a) Área de producción
- b) Área de maquinaria
- c) Área e garaje

El tamaño será de **10x8 metros cuadrados** el local, en base del plano que tenemos estipulado en una proyección a gran escala, creyendo que la (Conversión Industrial y Distribución para la comercialización de carne de Pollo) sea aceptada por la demanda insatisfecha y con la base que si entramos al mercado , tendremos una competencia ya establecida , en ese caso tenemos que tener la normas de calidad como por ejemplo la maquinaria semi industrial para poder brindar servicio de calidad y sano con respecto a la manipulación de la ley 163 NTON.

Distribución física de la empresa



Figura 43: Área de producción

Fuente: Elaborado por autores



Figura 44: Área de maquinaria
Fuente: Elaborado por autores





Figura 45: Plano general
Fuente: Elaborado por autores





3.8. Maquinaria y equipos

Para llevar a cabo la ejecución de la producción de la, es necesario realizar la selección de maquinaria que se adecue al mismo, con el objetivo de optimizar cada una de las operaciones del proceso.

A continuación, se detallan los proveedores de la maquinaria, equipo de oficina, de protección y limpieza.

Tabla 24: Maquinaria


Proveedor	Maquinaria y equipo	Cantidad	Especificaciones Técnicas
EL VERDUGO-JINOTEPE	Congelador Frigidaire 25 pies 	2	Marca Frigidaire Modelo FFC25W3HTW Diseño horizontal Capacidad 24,8 cu. ft. (702 Lts) (pies cúbicos) 25 Color blanco Puertas 1 Cantidad de canastas 2 Posee luz LED, control de temperatura Dimensiones 78.4 x 210.82 x 78.74 cm
	Planta Eléctrica	1	
FERNÁNDEZ SERA S.A	Máquina envasado al vacío 	1	Modelo: DZ-400 Suministro de energía: Monofásico Voltaje: 220 voltios y 1 HP Potencia: 1.5 kW Capacidad 360 lb/hr

	<p>Condimentadora de pollo</p> 	1	
SERVIBASCULAS S.A	<p>Báscula quintalera (recepción)</p> 	1	<p>Báscula de plataforma Con indicador avanzado para uso intensivo en almacén. Capacidad: de 30 kg a 600 kg</p>
	<p>Cajillas plásticas</p> 	12	<p>Material Plástico 28.5 pulgadas de largo 13 pulgadas de alto 16.5 pulgadas de ancho</p>
	<p>Mesas</p> 	3	<p>Mesa de acero inoxidable Medidas: 300 cm x 58 cm</p>

Fuente: Elaborado por autores

Para la realización del todo el proceso productivo es fundamental de los equipos y maquinaria de producción: Freezer para almacenar el producto terminado ya que este necesita estar en refrigeración y esto antes de ser entregados a los canales de distribución, ayudar a la obtención del producto final, planta eléctrica en el caso que se presente una falla en la red pública, con el fin de garantizar la continuidad en los procesos de producción, la máquina de envasado y condimentadora de pollo para la transformación de materia prima, mesa de acero esta como apoyo del proceso.



Tabla 25: Equipos de Venta

Proveedor	Equipo	Cantidad	Especificaciones Técnicas
EL GALLO NICARAGUA	<p>Moto</p> 	1	Moto AKT 125 Mensajera
SERVIBASCULAS S.A	<p>Bascula de Mesa</p> 	1	<p>Fabricada en acero inoxidable</p> <p>Capacidad 15 kg. / 30 lb</p> <p>Cuenta con 2 pantallas de lectura de peso</p> <p>Display LED</p> <p>Unidades de peso: kg, lb, gr. y lb-onz</p> <p>Burbuja niveladora en la parte frontal, patas ajustables, tamaño del plato 19 x 23 cm</p> <p>Batería recargable con duración continua de hasta 48 horas</p>
	<p>Mesas</p> 	2	<p>Mesa de acero inoxidable</p> <p>Medidas: 300 cm x 58 cm</p>

Fuente: Elaborado por autores

Tabla 26: Equipo de Administración

Proveedor	Equipo	Cantidad	Especificaciones Técnicas
	<p>Escritorio</p> 	1	Escritorio en forma de L
	<p>Sillas para escritorio</p> 	1	<p>Marca FlashuFurniture</p> <p>Color negro con respaldar medio de malla</p> <p>Tres palancas de control</p>

EL GALLO NICARAGUA	Laptop	1	Laptop HP 15-DW1504LA 15” 1TB
			
	Sillas para recepción	6	Marca Lifetime Material acero, polietileno Color blanco Dimensiones 572.2 x 49.3 x 83.8 cm Tipo plegables
			

Fuente: Elaborado por autores

Cada uno de estos equipos de mobiliario de oficina y equipos tecnológicos son de suma importancia para la realización técnica de la empresa, para el confort de los trabajadores de áreas administrativas. Y además son equipos de fácil adquisición en el país.

Tabla 27: Herramientas

Herramientas Expresado en C\$							
Descripción					Depreciación		
Buena báscula	Cant	Costo Unitario	Requerida	Costo Total	Mensual	Anual	Años
Guantes	1	400	8	C\$ 3,200	267	3200	1
Termo	3	43,505	2	C\$ 87,010	1450	17402	5
Pana	3	2,719	5	C\$ 13,595	378	4532	3
Cuchillo	3	9,789	6	C\$ 58,732	1631	19577	3
Mascarillas industrial		300	12	C\$ 3,600	300	3600	1
Guantes de nitrilos	1	4,486	8	C\$ 35,892	2991	35892	1
Delantal	1	1,988	5	C\$ 9,938	828	9938	1
Gorros de mallas	3	1,357	15	C\$ 20,352	1696	20352	1
Botas de hules	1	360	6	C\$ 2,160	180	2160	1
Tabla de picar	3	95	5	C\$ 475	13	158	3
Total		C\$ 64,999	72	C\$234,954	C\$ 9,734	C\$ 116811	

Fuente: Elaborado por autores

Los materiales de higiene los trabajadores deben de usarlo, de manera de no contaminar los productos.

3.9. Valoración de la inversión

Tabla 28: Valoración de la inversión

Conceptos	Cant	U Medida	P Unitario C\$	Total	Vida Útil	Tipo de cambio		Dep anual	Dep Mensual	Valor Rescate
						Al 30/11/22	P Unitario U\$			
Producción										
Congelador Frigidaire 25 pies	2	Unidad	C\$ 41,000.00	C\$ 82,000.00	10	36	\$2,267.04	C\$ 8,200.00	C\$ 683.33	41,000
Planta Eléctrica	1	Unidad	C\$ 151,000.00	C\$ 151,000.00	15	36	\$4,174.67	C\$10,066.67	C\$ 838.89	100,667
Maquina envasado al vacío	1	Unidad	C\$ 54,230.00	C\$ 54,230.00	10	36	\$1,499.29	C\$ 5,423.00	C\$ 451.92	27,115
Condimentadora de pollo	1	Unidad	C\$ 96,930.00	C\$ 96,930.00	10	36	\$2,679.81	C\$ 9,693.00	C\$ 807.75	48,465
Bascula quintalera (recepción)	1	Unidad	C\$ 15,100.00	C\$ 15,100.00	5	36	\$417.47	C\$ 3,020.00	C\$ 251.67	0
Cajillas plásticas	12	Unidad	C\$ 800.00	C\$ 9,600.00	5	36	\$265.41	C\$ 1,920.00	C\$ 160.00	0
Mesas de acero	3	Unidad	C\$ 11,550.00	C\$ 34,650.00	10	36	\$957.96	C\$ 3,465.00	C\$ 288.75	17,325
Subtotal				C\$ 443,510.00				C\$41,787.67	C\$ 3,482.31	234,572
								C\$ 1,392.92		
Ventas										
Motocicleta marca AKT	1	Unidad	C\$ 40,000.00	C\$ 40,000.00	5	36	\$1,105.87	C\$ 8,000.00	C\$ 666.67	0
Bascula de Mesa	1	Unidad	C\$ 9,500.00	C\$ 9,500.00	5	36	\$262.64	C\$ 1,900.00	C\$ 158.33	0
Mesas de acero	2	Unidad	C\$ 11,550.00	C\$ 23,100.00	10	36	\$638.64	C\$ 2,310.00	C\$ 192.50	11,550
Subtotal				C\$ 72,600.00				C\$12,210.00	C\$ 1,017.50	11,550

								C\$		
								1,017.50		
Administración										
Escritorio	1	Unidad	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	5.00	36.17	\$138.23	C\$ 1,000.00	C\$ 83.33	0.00
Sillas para escritorio	1	Unidad	C\$ 3,600.00	C\$ 3,600.00	5.00	36.17	\$99.53	C\$ 720.00	C\$ 60.00	0.00
Computadora Laptop	1	Unidad	C\$ 16,000.00	C\$ 16,000.00	2.00	36.17	\$442.35	C\$ 8,000.00	C\$ 666.67	0.00
Silla para recepción	6	Unidad	C\$ 850.00	C\$ 5,100.00	5.00	36.17	\$141.00	C\$ 1,020.00	C\$ 85.00	0.00
Rede modelación	1	Varios	C\$ 8,000.00	C\$ 8,000.00	1.00	36.17	\$221.17	C\$ 8,000.00	C\$ 666.67	0.00
Subtotal				C\$ 37,700.00				C\$18,740. 00	C\$ 1,561.67	0.00
Total				C\$ 553,810.00				C\$72,737. 67	C\$ 6,061.47	246,121.67

Fuente: Elaborado por autores

3.10. Aspectos administrativos

A continuación, se mostrará la estructura organizativa del proyecto así tener una estructura organizacional clara y de las áreas en que se divide.

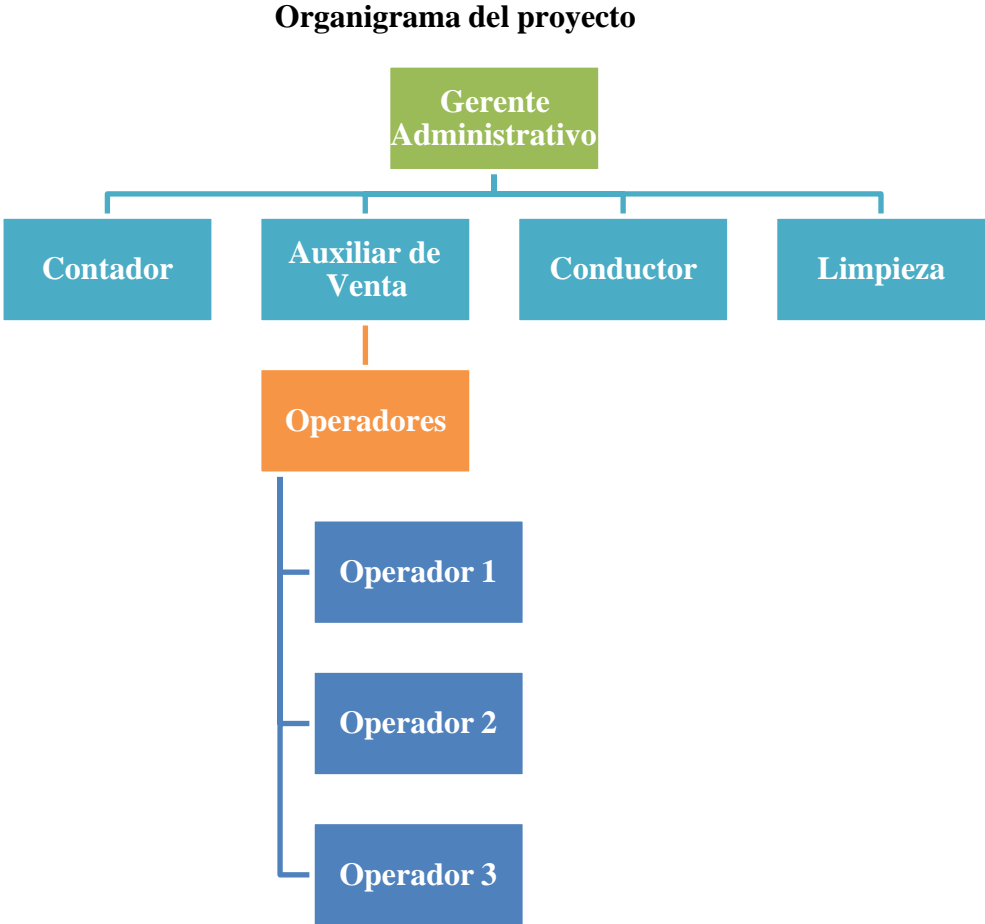


Figura 46: Organigrama del proyecto

Fuente: Elaborado por autores

Tabla 29: Distribución de cargos

Nombre del cargo	N° de personas en el cargo
Gerente Administrativo	1
Contador	1
Auxiliar de venta	1
Operarios	3
Conductor	1
Limpieza	1
Total:	8

Fuente: Elaborado por autores

Tabla 30: Estructura Administrativa

Cargo	Responsabilidad	Funciones	Conocimientos	Competencia
Gerente Administrativo	Tomar decisiones	Gestión, motivación y organización	Licenciado dominio de Proyecto	Tener buena información
Contador	Llevar cuentas contables	Administrar los bienes	Manejo financiero	Tener conocimiento sobre la contabilidad
Auxiliar de Venta	Experiencia en registro y gestión de ventas	Establecer y mantener buenas relaciones con clientes, agentes y distribuidores Elaborar estudios de mercado para mantener posicionamiento del producto, control de stock de inventarios, entregas en tiempo y forma de pedidos	Licenciatura en marketing o carreras fines dominio de Microsoft Office paquete básico. Mínimo dos años de experiencia, poder de convencimiento, habilidad de negociación	Ser responsable
Operadores	Programar la producción establecido y bajo requisitos de calidad, seguridad	Destreza en el manejo de las herramientas varias y equipos de trabajo, habilidad para interpretar, seguir instrucciones	Tercer año básico aprobado	Proactivo, con iniciativa, trabajar en equipo
Conductor	Conducir de Jinotepe, Diriamba, Dolores, San Marcos y Santa Teresa, y viceversa	Debida entrega y cobranza del producto terminados en rutas de ventas programadas	Licencia de conducir	Responsabilidad y puntualidad mínimo un año de experiencia
Limpieza				

Fuente: Elaborado por autores

3.10.1. Aspectos legales del proyecto

La Creación de la Empresa Social, tiene dos objetivos: en primera instancia ofrecer a la población en general Conversión industrial y distribución para la comercialización de carne de Pollo fresco como pechuga, alas, muslo, cono, así mismo, dándole un valor agregado al pollo condimentándolo en presentaciones de 1 y 3 libras empacado al vacío. En segunda instancia beneficiar a los productores de las comunidades rurales de Carazo. Sin embargo, antes de la puesta en marcha e iniciar sus operaciones, deberá cumplir con algunos aspectos legales fundamentales que garantizarán las operaciones y actividades de la empresa.

Los aspectos legales que se tomarán en cuenta con la puesta en marcha del proyecto son:

✓ Permisos y Licencias

El proyecto está relacionado con la actividad industrial para la producción de alimentos los cuales se deberán obtener permisos del Ministerio de Salud (MINSAL) para determinar que los alimentos procesados cumplan con las normas de salubridad, según dice la NTON 03 026-99 la cual tiene por objeto establecer los requisitos sanitarios que cumplirán los operarios en la manipulación de alimentos, durante su obtención, recepción de materia prima, procesamiento, envasado y almacenamiento que deben cumplir los manipuladores de alimentos (Asamblea Nacional de la República de Nicaragua, 2000)

Por otro lado, intervendrá el Ministerio del Ambiente Recursos Naturales (MARENA) quienes otorgarán el permiso ambiental correspondiente con lo que respectan los desechos sólidos o líquidos. De igual manera se ve involucrado el Ministerio del Trabajo revisando el cumplimiento de las normas de higiene y seguridad ocupacional.

✓ **Las obligaciones tributarias y los incentivos fiscales**

En este punto se refiere al pago de los impuestos por parte de la empresa los cuales son devueltos a la sociedad mediante obras de beneficio común. Los impuestos que se pagarán son: El Impuesto Sobre Renta (IR), Impuesto al Valor Agregado (IVA), Impuesto Municipal Sobre Ingresos e Ingreso Sobre Bienes Inmuebles (IBI).

✓ **Las obligaciones laborales**

Las obligaciones laborales se trabajarán en conjunto con el Instituto Nicaragüense de Seguro Social (INSS) y con lo que dicta la Ley No.185, código del trabajo, certificando las regulaciones de trabajo estableciendo los derechos y deberes mínimos de los empleadores y trabajadores., De igual manera se trabajará con el MITRAB que también defiende los derechos del trabajador, en la Ley No. 618 (Ley de Higiene y Seguridad) en el artículo No. 1 dice que tiene por objeto establecer el conjunto de disposiciones mínimas que, en materia de higiene y seguridad del trabajo, el Estado, los empleados y de los trabajadores deberán desarrollar en los centros de trabajo, mediante la promoción, intervención, vigilancia y establecimiento de acciones para proteger a los trabajadores en el desempeño de sus labores. (Asamblea Nacional de la República de Nicaragua., 2007)

✓ **Las leyes ambientales**

La empresa se encargará de ser amigable con el medio ambiente, realizando medidas de mitigación vinculando a MARENA quienes son los encargados de la regulación del cuidado y protección del medio ambiente y recursos naturales. También se tomará en cuenta la Ley No. 217 (Ley General del Medio Ambiente y los Recursos Naturales) que tiene por objeto establecer las normas para la conservación, protección mejoramiento y restauración del medio ambiente y los recursos naturales que lo integran, asegurando su uso racional y sostenible, de acuerdo a lo señalado en la Constitución Política.

3.10.2. Marco institucional y legal del proyecto

En el marco institucional se abordará toda la normativa legal entre ellos las leyes, normas, reglamentos y ordenanzas, las cuales regirán el proceso durante la construcción de la planta y en las operaciones de la misma.

Entre las instituciones que proporcionarán permisos y licencias a la empresa estarán las siguientes:

✓ Ministerio de Salud (MINS)

El Ministerio de salud abordará la salubridad del producto que ofrecerá la empresa con el fin que la población consuma un producto procesado que cumpla con las normas de higiene. Este paso es uno de los primordiales que no debe faltar en el marco institucional ya que este garantizará al inversionista que el producto a ofrecer será inocuo para el consumidor.

✓ Ministerio del Trabajo (MITRAB)

El MITRAB se relacionará frecuentemente con el proyecto tanto en el cuidado y bien estar del trabajador y defendiendo los derechos del mismo. Empresa Nacional de Acueductos y Alcantarillado (ENACAL), en esta etapa se obtendrán permisos por parte de ENACAL para la construcción de la planta posteriormente para su uso en las operaciones de la industria.

3.10.3. Obligaciones fiscales y municipales

Las obligaciones fiscales y municipales sin duda alguna son de suma importancia en la empresa aportando a un bien común del municipio. Por lo tanto, tendrá sus obligaciones con los pagos de impuestos directos e indirectos.

Se tomará en cuenta la Ley No. 822 (Ley de Concertación Tributaria) que tiene por objeto establecer los procedimientos administrativos para la aplicación y cumplimiento de los impuestos creados por LCT; y desarrollar los preceptos de la LCT para efectos de la gestión de esos impuestos. (Asamblea Nacional de la República de Nicaragua, 2013)

✓ **INSS Patronal con 21.5% anual.**

✓ **INATEC 2%.**

3.11. Aspectos sociales del proyecto

Se pretende que, una vez ejecutado este proyecto, tanto para involucrados directos como zona de influencia directa, se generen los siguientes beneficios, enfocados en la optimización de la producción, intercambio y consumo:

- ✓ Mayor generación de ingreso de las familias productoras.
- ✓ Mejor planificación y control de los costos de producción.
- ✓ Mayor cantidad de pollo en el mercado local, municipal y departamental.
- ✓ Incremento de los niveles productivos por apertura de nuevos mercados.
- ✓ Agregación de valor a producto primarios.

Lo cual de manera directa e indirecta propiciaría en las familias involucradas y comunidad:

- ✓ Mejor acceso a la salud, educación, y servicios básicos en general.
- ✓ Mayores niveles de empleo local.
- ✓ Mejores condiciones para nuevos inversionistas en infraestructura productiva y comercial.

3.12. Aspectos económicos del proyecto

En este proyecto, la evaluación económica - social tiene como objeto medir el impacto del proyecto de Conversión Industrial y Distribución para la comercialización de carne de Pollo sobre los beneficiarios directos y el área de influencia directa del mismo, en función de promover el bienestar.

Para realizar esta valoración se han considerado un conjunto de variables referentes al impacto del proyecto sobre el área de estudio, que permiten describir un conjunto de beneficios inherentes a la ejecución del proyecto.

El estudio plantea el proyecto Conversión Industrial y Distribución para la comercialización de carne de Pollo ubicado en el departamento de Carazo municipio de Jinotepe la propuesta de este tiene como objetivo mejorar las funciones productivas y comerciales el proyecto consiste en la conversión y comercialización de carne de pollo, procurando dar el mayor valor agregado posible, compitiendo en el mercado con calidad y un precio ajustado al salario básico de los consumidores.

El producto consistirá en vender pollo en piezas como pechuga, pechuga especial, muslo y alitas, empacado al vacío.

Este proyecto permitirá financiación a otros proyectos, para desarrollar o acelerar el crecimiento de las comunidades.

3.13. Aspectos ambientales del proyecto

Como parte integral del estudio de factibilidad del proyecto Conversión Industrial y Distribución para la comercialización de carne de Pollo en lo referente a valoración ambiental (VA), en la zona de influencia directa e indirecta del proyecto, el cual tiene por propósito de determinar los impactos ambientales positivos y negativos que se puedan generar sobre el medio ambiente y recursos naturales tanto en la etapa de inversión (ejecución) y operación; se ha logrado determinar:

Por las características propias del proyecto conversión y comercialización de carne de pollo los impactos negativos potenciales identificados y analizados en las etapas de inversión y operación sobre el medio ambiente en su mayoría son de baja influencia y en su conjunto son mitigables; para lo cual se deberán ejecutar las medidas de compensación, mitigación y protección ambiental ha responsabilidad del encargado de ejecución del proyecto.

De manera general los factores ambientales tenidos en consideración en esta evaluación son los siguientes: - microclima, - aire y sonido, - geología e hidrología, flora y fauna, - asentamiento humano, - transporte y comunicaciones, - salud y educación, - economía y comercio, - factores socioculturales, - infraestructura y - servicios públicos.

Los factores ambientales con impacto positivo, de los referidos en este ambiental, se abordan en la valoración económica – social.

El estudio ambiental concluye que el proyecto analizado es ambientalmente viable en su contenido relacionados con las actividades realizadas en la ejecución y operación, en el marco de las medidas de acciones preventivas y/o correctivas que se tendrá que asumir para su normal operación.

El Programa de Gestión ambiental (PGA), de acuerdo al decreto 20-2017, *Sistema de Evaluación Ambiental de Permisos y Autorizaciones para el Uso Sostenible de los Recursos Naturales*, es un instrumento de planificación que debe desarrollar un proyecto determinado, que consiste en la elaboración del Plan de Acción Ambiental que se ejecutará a lo largo de todas las etapas del proyecto. Este programa está organizado en planes y actividades, y describe las medidas y acciones necesarias para abordar en forma eficiente los problemas ambientales que se deriven de la construcción, operación y cierre de los componentes del Proyecto.

La administración de la empresa tomará en cuenta la protección del medio ambiente, especialmente con elementos que se deriva de las actividades siguientes:

Figura 47. Factores ambientales

Factores ambientales	Tratamiento
Temperatura	En la planta física se considera una ventilación apropiada, para no afectar al personal. No se consideran la utilización de aires acondicionados por generan calor y propician efectos invernaderos
Emisión de gases	La emisión de gases está en función del secado y vapor de agua, lo cual no genera ni libera sustancias toxicas para el ambiente.
Manejo de residuos	Los residuos son materiales orgánicos, los cuales se podrán utilizar en la elaboración de abonos orgánicos
Emisión de ruidos	La actividad productiva no generara más de 50 decibeles, la ley rige no mayor de 65 decibeles
Emisión de particular	No aplica
Contaminación de las aguas	

Fuente: Elaborado por autores

Se considera, el tratamiento de las actividades como debe ser contemplado dentro de una política municipal de protección ambiental.

Marco normativo y reglamentario general.

La Ley No. 559, Ley Especial de Delitos contra el Medio Ambiente y los Recursos Naturales tiene por objeto tipificar como delitos contra el medio ambiente y los recursos naturales, las acciones u omisiones que violen o alteren las disposiciones relativas a la conservación, protección, manejo, defensa y mejoramiento del ambiente y los recursos naturales, así como, el establecimiento de la responsabilidad civil por daños y perjuicios ocasionados por las personas naturales o jurídicas que resulten con responsabilidad comprobada. (Asamblea Nacional de la República de Nicaragua, 2005)

Como parte integral del estudio de factibilidad del proyecto Creación de la empresa social, a la conversión industrial y distribución para la comercialización de carne de pollo en lo referente a valoración ambiental (VA), en la zona de influencia directa e indirecta del proyecto, el cual tiene por propósito de determinar los impactos ambientales positivos y negativos que se puedan generar sobre el medio ambiente y recursos naturales tanto en la etapa de inversión (ejecución) y operación

Por las características propias del proyecto creación de la empresa social, conversión industrial y distribución para la comercialización de carne de pollo, los impactos negativos potenciales identificados y analizados en las etapas de inversión y operación.

IV. ESTUDIO FINANCIERO

4.1 Inversión del proyecto

La inversión inicial requerida es de **C\$ 1,399,425.75** para contar con los equipos necesario en la distribución y comercialización de carne de pollo, se incluyó a los equipos de producción, venta y administración los costos de la materia prima directa, indirecta y salarios de un mes necesarios para la ejecución del proyecto.

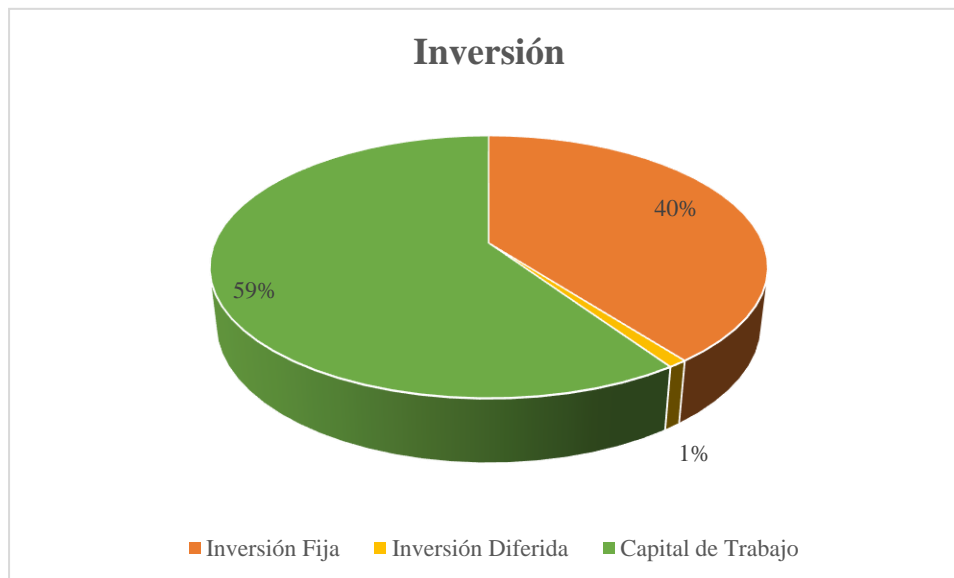


Figura 48: Plan de Inversión

Fuente: Elaborado por autores

4.2. Ingresos y egresos

4.2.1. Ingresos

Un ingreso es toda aquella ganancia que se recibe por la venta de un bien o servicio, que generalmente se hace efectiva mediante un [cobro](#) monetario. (Economipedia)

Tabla 31: Detalle de ventas en las diferentes presentaciones anual

Ingresos por ventas de líneas de productos	
Pollo fresco	C\$ 4,481,179.39
pollo condimentado tres LB	C\$ 1,545,140.25
pollo condimentado una LB	C\$ 1,695,390.71
Subproductos	C\$ 782,565.12
Total	C\$ 8,504,275.47

Fuente: Elaborado por autores

4.2.2. Egresos

Un egreso es la salida de recursos financieros con el fin de cumplir un pago, también puede considerarse a la salida de dinero provocada por otros motivos, como realizar una inversión. Puedes crear los siguientes tipos de documentos: (CONTRAQI Comercial)

- ✓ Pagos de proveedor
- ✓ Pagos empleados
- ✓ Otros egresos

Tabla 32: Presupuestos de costos directos e indirectos anual

Presupuestos de costos directos e indirectos anual	
Pollo fresco	C\$ 3,457,792.14
pollo condimentado tres LB	C\$ 1,199,131.00
pollo condimentado una LB	C\$ 1,221,201.23
Subproductos	C\$ 1,247,097.70
MOD	C\$ 135,033.00
CIF	C\$ 133,728.92
Depreciación	C\$ 41,787.67
Total	C\$ 7,435,771.67

Fuente: Elaborado por autores

Tabla 33: Presupuestos de costos directos e indirectos al mes

Presupuestos de costos directos y indirectos al mes		
Pollo fresco	C\$	288,149.35
pollo condimentado tres LB	C\$	99,927.58
pollo condimentado una LB	C\$	101,766.77
Subproductos	C\$	103,924.81
MOD	C\$	11,252.75
CIF	C\$	11,144.08
Depreciación	C\$	3,482.31
Total	C\$	619,647.64

Fuente: Elaborado por autores

Tabla 34: Presupuestos de Mano de Obra Directa

Gasto de ventas proyectado a un mes		
Salarios	C\$	150,000.00
Vacaciones	C\$	12,500.00
Treceavo mes	C\$	12,500.00
INATEC 2%	C\$	3,000.00
Inss Patronal	C\$	33,000.00
Depreciación	C\$	12,210.00
Servicios básicos	C\$	2,700.00
Combustible	C\$	108,000.00
Alquiler	C\$	21,702.30
Publicidad	C\$	6,864.00
Total	C\$	362,476.30

Fuente: Elaborado por autores

Tabla 35: Presupuestos de Administración

Gasto de administración proyectado anual		
Salarios	C\$	27,500.00
Vacaciones	C\$	2,291.67
Treceavo mes	C\$	2,291.67
INATEC 2%	C\$	550.00
Inss Patronal	C\$	6,050.00
Depreciación	C\$	1,561.67
Servicios básicos	C\$	225.00
Amortización gastos organizativo	C\$	223.18
Alquiler	C\$	1,808.53
Total	C\$	42,501.71

Fuente: Elaborado por autores

4.3. Montos de capital

Refiere al valor del dinero en el futuro, es el **capital** más los intereses generados, igual se le puede llamar **capital** futuro o valor acumulado.

Se considera una tasa del 6 % que corresponde al mantenimiento del valor pese a que GGN no devenga ningún tipo de interés del capital semilla del proyecto.

Tabla 36: Amortización

Años	Cuota	Interés	Amortización	Saldo
0				C\$ 1,399,425.75
1		C\$ 83,965.55		C\$ 1,399,425.75
2		C\$ 83,965.55		C\$ 1,399,425.75
3	C\$ 523,538.91	C\$ 83,965.55	C\$ 439,573.36	C\$ 959,852.39
4	C\$ 523,538.91	C\$ 57,591.14	C\$ 465,947.76	C\$ 493,904.63
5	C\$ 523,538.91	C\$ 29,634.28	C\$ 493,904.63	C\$ 0.00

Fuente: Elaborado por autores

4.4. Flujo de caja (fondo)

4.4.1. Flujo de caja con impuesto

Tabla 37: Flujo de caja con impuesto

Conceptos	0	1	2	3	4	5
Inversión inicial	-C\$ 1,399,425.75					
Ingresos		C\$ 8,695,848	C\$ 9,913,266.23	C\$ 11,301,123.50	C\$ 12,883,280.79	C\$ 14,686,940.10
Costos de producción		C\$ 7,435,771.67	C\$ 8,110,939.74	C\$ 8,847,413.06	C\$ 9,650,758.17	C\$ 10,527,047.01
Depreciación		C\$ 41,787.67	C\$ 41,787.67	C\$ 41,787.67	C\$ 41,787.67	C\$ 41,787.67
Costo total de producción		C\$ 7,477,559.33	C\$ 8,152,727.40	C\$ 8,889,200.73	C\$ 9,692,545.84	C\$ 10,568,834.68
Resultado bruto		C\$ 1,218,288.23	C\$ 1,760,538.82	C\$ 2,411,922.77	C\$ 3,190,734.95	C\$ 4,118,105.42
Gastos de operación		C\$ 953,784.15	C\$ 1,012,720.95	C\$ 1,075,807.09	C\$ 1,139,537.02	C\$ 1,254,726.77
Gastos de venta		C\$ 362,476.30	C\$ 387,102.94	C\$ 413,465.33	C\$ 441,686.27	C\$ 471,897.31
Salarios		C\$ 150,000.00	C\$ 160,500.00	C\$ 171,735.00	C\$ 183,756.45	C\$ 196,619.40
Vacaciones		C\$ 12,500.00	C\$ 13,375.00	C\$ 14,311.25	C\$ 15,313.04	C\$ 16,384.95
Treceavo mes		C\$ 12,500.00	C\$ 13,375.00	C\$ 14,311.25	C\$ 15,313.04	C\$ 16,384.95
depreciación		C\$ 12,210.00	C\$ 12,210.00	C\$ 12,210.00	C\$ 12,210.00	C\$ 12,210.00
INATEC 2%		C\$ 3,000.00	C\$ 3,210.00	C\$ 3,434.70	C\$ 3,675.13	C\$ 3,932.39
Inss Patronal		C\$ 33,000.00	C\$ 35,310.00	C\$ 37,781.70	C\$ 40,426.42	C\$ 43,256.27
Servicios básicos		C\$ 2,700.00	C\$ 2,997.00	C\$ 3,326.67	C\$ 3,692.60	C\$ 4,098.79
Combustible		C\$ 108,000.00	C\$ 115,560.00	C\$ 123,649.20	C\$ 132,304.64	C\$ 141,565.97
Alquiler		C\$ 21,702.30	C\$ 23,221.46	C\$ 24,846.96	C\$ 26,586.25	C\$ 28,447.29
Publicidad		C\$ 6,864.00	C\$ 7,344.48	C\$ 7,858.59	C\$ 8,408.70	C\$ 8,997.30
Gastos de administración		C\$ 507,342.30	C\$ 541,652.46	C\$ 578,376.21	C\$ 617,683.81	C\$ 659,757.59
Salarios		C\$ 330,000.00	C\$ 353,100.00	C\$ 377,817.00	C\$ 404,264.19	C\$ 432,562.68
Vacaciones		C\$ 27,500.00	C\$ 29,425.00	C\$ 31,484.75	C\$ 33,688.68	C\$ 36,046.89
Treceavo mes		C\$ 27,500.00	C\$ 29,425.00	C\$ 31,484.75	C\$ 33,688.68	C\$ 36,046.89
Depredación		C\$ 18,740.00	C\$ 18,740.00	C\$ 18,740.00	C\$ 18,740.00	C\$ 18,740.00

INATEC 2%		C\$ 6,600.00	C\$ 7,062.00	C\$ 7,556.34	C\$ 8,085.28	C\$ 8,651.25
Inss Patronal		C\$ 72,600.00	C\$ 77,682.00	C\$ 83,119.74	C\$ 88,938.12	C\$ 95,163.79
Servicios básicos		C\$ 2,700.00	C\$ 2,997.00	C\$ 3,326.67	C\$ 3,692.60	C\$ 4,098.79
Alquiler		C\$ 21,702.30	C\$ 23,221.46	C\$ 24,846.96	C\$ 26,586.25	C\$ 28,447.29
Organizativo y Licencias		C\$ 2,678.20	C\$ 2,678.20	C\$ 2,678.20	C\$ 2,678.20	C\$ 2,678.20
Gastos financieros		C\$ 83,965.55	C\$ 83,965.55	C\$ 83,965.55	C\$ 80,166.94	C\$ 123,071.88
Valor de rescate						C\$ 246,121.67
Resultado de operación		C\$ 264,504.09	C\$ 747,817.88	C\$ 1,336,115.68	C\$ 2,051,197.93	C\$ 2,863,378.65
Impuestos 30%		C\$ 79,351.23	C\$ 224,345.36	C\$ 400,834.70	C\$ 615,359.38	C\$ 932,850.09
Resultado de pues de impuesto		C\$ 185,152.86	C\$ 523,472.51	C\$ 935,280.98	C\$ 1,435,838.55	C\$ 2,176,650.22
Otros ingresos						
Depreciación		C\$ 72,737.67	C\$ 72,737.67	C\$ 72,737.67	C\$ 72,737.67	C\$ 72,737.67
Resultado total		C\$ 257,890.53	C\$ 596,210.18	C\$ 1,008,018.64	C\$ 1,508,576.22	C\$ 2,249,387.89
Amortización de la inversión		C\$ -	C\$ -	-C\$ 439,573.36	-C\$ 465,947.76	-C\$ 493,904.63
Flujo neto	-C\$ 1,399,425.75	C\$ 257,890.53	C\$ 596,210.18	C\$ 568,445.28	C\$ 1,042,628.45	C\$ 1,755,483.26
EVA		C\$ 97,548.81	C\$ 435,868.46	C\$ 847,676.93	C\$ 1,348,234.50	C\$ 1,916,761.00
VAN	C\$ 766,779.40					
TIR	37%					
RCB	C\$ 1.02					

Fuente: Elaborado por autores

4.4.2. Flujo de caja sin impuesto

Tabla 38: Flujo de caja sin impuesto

Conceptos	0	1	2	3	4	5
Inversión inicial	-C\$ 1,399,425.75					
Ingresos		C\$ 8,695,848	C\$ 9,913,266.23	C\$ 11,301,123.50	C\$ 12,883,280.79	C\$ 14,686,940.10
Costos de producción		C\$ 7,435,771.67	C\$ 8,110,939.74	C\$ 8,847,413.06	C\$ 9,650,758.17	C\$ 10,527,047.01
Depreciación		C\$ 41,787.67	C\$ 41,787.67	C\$ 41,787.67	C\$ 41,787.67	C\$ 41,787.67
Costo total de producción		C\$ 7,477,559.33	C\$ 8,152,727.40	C\$ 8,889,200.73	C\$ 9,692,545.84	C\$ 10,568,834.68
Resultado bruto		C\$ 1,218,288.23	C\$ 1,760,538.82	C\$ 2,411,922.77	C\$ 3,190,734.95	C\$ 4,118,105.42
Gastos de operación		C\$ 956,462.35	C\$ 1,015,399.15	C\$ 1,078,485.29	C\$ 1,119,639.43	C\$ 1,163,967.37
Gastos de venta		C\$ 362,476.30	C\$ 387,102.94	C\$ 413,465.33	C\$ 441,686.27	C\$ 471,897.31
Salarios		C\$ 150,000.00	C\$ 160,500.00	C\$ 171,735.00	C\$ 183,756.45	C\$ 196,619.40
Vacaciones		C\$ 12,500.00	C\$ 13,375.00	C\$ 14,311.25	C\$ 15,313.04	C\$ 16,384.95
Treceavo mes		C\$ 12,500.00	C\$ 13,375.00	C\$ 14,311.25	C\$ 15,313.04	C\$ 16,384.95
depreciación		C\$ 12,210.00	C\$ 12,210.00	C\$ 12,210.00	C\$ 12,210.00	C\$ 12,210.00
INATEC 2%		C\$ 3,000.00	C\$ 3,210.00	C\$ 3,434.70	C\$ 3,675.13	C\$ 3,932.39
Inss Patronal		C\$ 33,000.00	C\$ 35,310.00	C\$ 37,781.70	C\$ 40,426.42	C\$ 43,256.27
Servicios básicos		C\$ 2,700.00	C\$ 2,997.00	C\$ 3,326.67	C\$ 3,692.60	C\$ 4,098.79
Combustible		C\$ 108,000.00	C\$ 115,560.00	C\$ 123,649.20	C\$ 132,304.64	C\$ 141,565.97
Alquiler		C\$ 21,702.30	C\$ 23,221.46	C\$ 24,846.96	C\$ 26,586.25	C\$ 28,447.29
Publicidad		C\$ 6,864.00	C\$ 7,344.48	C\$ 7,858.59	C\$ 8,408.70	C\$ 8,997.30
Gastos de administración		C\$ 510,020.50	C\$ 544,330.66	C\$ 581,054.41	C\$ 620,362.01	C\$ 662,435.79
Salarios		C\$ 330,000.00	C\$ 353,100.00	C\$ 377,817.00	C\$ 404,264.19	C\$ 432,562.68
Vacaciones		C\$ 27,500.00	C\$ 29,425.00	C\$ 31,484.75	C\$ 33,688.68	C\$ 36,046.89
Treceavo mes		C\$ 27,500.00	C\$ 29,425.00	C\$ 31,484.75	C\$ 33,688.68	C\$ 36,046.89
Depredación		C\$ 18,740.00	C\$ 18,740.00	C\$ 18,740.00	C\$ 18,740.00	C\$ 18,740.00
INATEC 2%		C\$ 6,600.00	C\$ 7,062.00	C\$ 7,556.34	C\$ 8,085.28	C\$ 8,651.25
Inss Patronal		C\$ 72,600.00	C\$ 77,682.00	C\$ 83,119.74	C\$ 88,938.12	C\$ 95,163.79
Servicios básicos		C\$ 2,700.00	C\$ 2,997.00	C\$ 3,326.67	C\$ 3,692.60	C\$ 4,098.79

Alquiler		C\$ 21,702.30	C\$ 23,221.46	C\$ 24,846.96	C\$ 26,586.25	C\$ 28,447.29
Organizativo y Licencias		C\$ 2,678.20	C\$ 2,678.20	C\$ 2,678.20	C\$ 2,678.20	C\$ 2,678.20
Gastos financieros		C\$ 83,965.55	C\$ 83,965.55	C\$ 83,965.55	C\$ 57,591.14	C\$ 29,634.28
Valor de rescate						C\$ 246,121.67
Resultado de operación		C\$ 261,825.89	C\$ 745,139.68	C\$ 1,333,437.48	C\$ 2,071,095.53	C\$ 2,954,138.05
Otros ingresos						
Depreciación		C\$ 72,737.67	C\$ 72,737.67	C\$ 72,737.67	C\$ 72,737.67	C\$ 72,737.67
Resultado total		C\$ 334,563.55	C\$ 817,877.34	C\$ 1,406,175.15	C\$ 2,143,833.19	C\$ 3,272,997.38
Amortización de la inversión		C\$ -	C\$ -	-C\$ 439,573.36	-C\$ 465,947.76	-C\$ 493,904.63
Flujo neto	-C\$ 1,399,425.75	C\$ 334,563.55	C\$ 817,877.34	C\$ 966,601.79	C\$ 1,677,885.43	C\$ 2,779,092.75
EVA		C\$ 176,900.03	C\$ 660,213.82	C\$ 1,248,511.63	C\$ 1,963,593.88	C\$ 2,775,774.60
VAN	C\$ 1,932,744.09					
TIR	56%					
RCB	C\$ 1.06					

Fuente: Elaborado por autores

4.5. Precios nominales y constantes

El precio nominal hace referencia a la diferencia que se establece entre precio nominal y precio real, en adición a la diferencia que se establece entre valor y precio. (Economipedia)

Hablamos de precios constantes cuando nos referimos a aquellos que sirven como referencia en un momento determinado para establecer una comparación con precios posteriores. Es un concepto muy frecuentemente empleado en el ámbito de la economía y, más específicamente, en las finanzas. También se conocen como precios del año base. (Economipedia)

Tabla 39: Proyecciones de ventas en unidades monetaria por líneas de productos

Proyección de Ventas en unidades monetaria por líneas de productos													
Expresado en C\$													
Conceptos	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agt	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Pollo Fresco													
Pechuga	64	64	64	65	65	65	67	67	67	68	68	68	791
Alas	59	64	64	65	65	65	66	66	66	67	67	67	781
Muslo	62	62	62	62	62	62	63	63	63	65	65	65	756
Cono	58	58	58	59	59	59	60	60	60	61	61	61	712
Hueso	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Comida para perro	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120
Pollo Condimentado													0
Pechuga	203	203	203	207	207	207	212	212	212	216	216	216	2514
Alas	190	190	190	192	192	192	194	194	194	196	196	196	2312
Muslo	192	192	192	196	196	196	200	200	200	203	203	203	2371
Cono	192	192	192	194	194	194	196	196	196	198	198	198	2336
Pechuga	75	75	75	77	77	77	78	78	78	80	80	80	930
Alas	69	69	69	70	70	70	71	71	71	73	73	73	847
Muslo	69	69	69	70	70	70	71	71	71	73	73	73	848
Cono	69	69	69	70	70	70	71	71	71	73	73	73	850

Fuente: Elaborado por autores

4.6. Fuentes de financiamiento

- ✓ Las fuentes de financiamiento son todas las vías de inversión que existen, desde las inversiones familiares, inversiones públicas (o gubernamentales) o inversiones privadas.
- ✓ La finalidad más común de las fuentes de financiamiento es inyectar capital para desarrollar o acelerar el crecimiento de un negocio.
- ✓ Una de las fuentes de financiamiento interno puede ser el dinero invertido por los socios o accionistas de la empresa. (MUNDI)
- ✓ La fuente de financiamiento en este caso será Good Neighbors como único origen de financiación.

4.7. Gastos de organización

Tabla 40: Gastos de organización

Gastos de organización e instalación						
N°	Descripción del gasto	Cantidad	Importe	Años	Amortización	
					Anual	Mensual
1	Inscripción de constitución	1	C\$ 1,000.00	5	200.00	16.67
2	Solicitud de comerciante	1	300.00	5	60.00	5.00
3	Obtención de timbre fiscal	1	45.00	5	9.00	0.75
4	Registro sanitario	1	550.00	5	110.00	9.17
5	Solicitud de registro	1	20.00	5	4.00	0.33
6	Arancel de Certificado Sanitario	1	50.00	5	10.00	0.83
7	Sellado de libros contables	2	400.00	5	80.00	6.67
8	Inscripción de poder	1	300.00	5	60.00	5.00
			C\$ 2,665.00		533.00	44.42
Licencias y patentes						
9	Registro de marca	1	3,466.00	5	693.2	57.766667
10	Licencia sanitaria	1	1,200.00	5	240	20
			C\$ 4,666.00		933.2	77.766667
Publicidad inicial						
11	Banner publicitario	1	C\$ 1,500.00	5	300.00	25.00
12	Manta publicitaria	2	C\$ 640.00	5	128.00	10.67
13	Facebook (internet local)	1	C\$ 720.00	5	144.00	12.00

Fuente: Elaborado por autores

Estos gastos sirven para varias metas, ya que dependiendo de su tipología servirán para un objetivo u otro. A continuación, exponemos los tres tipos de gastos de organización más comunes:

- ✓ **Gastos iniciales.** Se trata de aquellos que se dan al empezar la actividad de una empresa desde cero. Estos gastos suelen darse solo una vez en toda la vida de la empresa.

- ✓ **Gastos de planificación.** Son aquellos dedicados a elaborar las estrategias que llevará la empresa a medio y largo plazo. Estos gastos se hacen inicialmente para sentar las bases del negocio. Por otra parte, si son recurrentes suelen ser de carácter fijo.
- ✓ **Gastos de coordinación.** Estos gastos, como bien indica su nombre, están orientados a la dirección y administración general de la empresa. Incluye desde los fundadores a jefes de departamento.

Como podemos observar los tres tipos de gasto los podemos englobar en los propios gastos de organización. Sin embargo, aunque sean bastante diferentes entre sí tienen un factor en común. Dicho factor común es que, si alguno de ellos falta al inicio de la actividad de la empresa, se corre el riesgo de que la empresa no termine en buen puerto al menos en el medio plazo. (economipedia)

4.8. Indicadores financieros

4.8.1 Período de recuperación

“El período de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial” Se calcula señalando exactamente cuánto tiempo toma el recobrar la inversión inicial. Comúnmente los períodos de recuperación de la inversión se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. (Navarro Zeledón, 2016)

Tabla 41: Período de recuperación con Impuesto

Periodo de recuperación	0	1	2	3	4	5
Flujo neto	-C\$ 1,399,425.75	C\$ 257,890.53	C\$ 596,210.18	C\$ 568,445.28	C\$ 1,042,628.45	C\$ 1,755,483.26
Saldo actualizado	-C\$ 1,399,425.75	C\$ 214,908.77	C\$ 414,034.85	C\$ 328,961.39	C\$ 502,810.79	C\$ 705,489.35
Saldo actualizado Acumulado	-C\$ 1,399,425.75	-C\$ 1,184,516.98	-C\$ 770,482.13	-C\$ 441,520.74	C\$ 61,290.05	C\$ 766,779.40
Periodo de recuperación				C\$ 3.88		

Fuente: Elaborado por autores

Tabla 42: Cálculo del período de recuperación con impuesto

Años	3
Saldo	C\$ 766,779.40

Fuente: Elaborado por autores

Se recuperará la inversión en un plazo de 3 años con un saldo restante de C\$ 766,779.40 del corriente al finalizar el año.

Tabla 43: Periodo de recuperación sin Impuesto

Periodo de recuperación	0	1	2	3	4	5
Flujo neto	-C\$ 1,399,425.75	C\$ 334,563.55	C\$ 817,877.34	C\$ 966,601.79	C\$ 1,677,885.43	C\$ 2,779,092.75
Saldo actualizado	-C\$ 1,399,425.75	C\$ 278,802.96	C\$ 567,970.38	C\$ 559,376.03	C\$ 809,165.43	C\$ 1,116,855.05
Saldo actualizado Acumulado	-C\$ 1,399,425.75	-C\$ 1,120,622.79	-C\$ 552,652.42	C\$ 6,723.62	C\$ 815,889.05	C\$ 1,932,744.09
Periodo de recuperación				C\$ 2.99		

Fuente: Elaborado por autores

Tabla 44: Cálculo del período de recuperación sin impuesto

Años	2
Saldos	C\$ 1,932,744.09

Fuente: Elaborado por autores

Se recuperará la inversión en un plazo de 2 años con un saldo restante de C\$ 1,932,744.09 del corriente al finalizar el año.

4.8.2. Cálculo de Indicadores Con Impuesto

Tabla 45: Flujo Neto del proyecto Con Impuesto

Flujo Con Impuesto						
Inversión	0	1	2	3	4	5
	-C\$ 1,399,425.75	C\$ 257,890.53	C\$ 596,210.18	C\$ 568,445.28	C\$ 1,042,628.45	C\$ 1,755,483.26

Fuente: Elaborado por autores

Tabla 46: Cálculo de indicadores financieros

VAN	C\$ 766,779.40
TIR	37%
RCB	C\$ 1.02

Fuente: Elaborado por autores

Tasa Mínima Aceptable: La Tasa meta propuesta por los inversionistas 20%.

Valor Actual Neto: Indica que el valor actual neto es mayor que cero $VAN > 0$, por lo tanto, se acepta la inversión.

Relación Beneficio Costos: Indica que el proyecto debe de aceptarse, ya la relación beneficio costo muestra que $RBC > 1$ por lo tanto el proyecto es rentable desde este punto. De igual manera se puede afirmar que de cada córdoba invertido obtendremos 1.02 córdobas adicionales a una tasa de 20%.

4.8.7 Cálculo de Indicadores Sin Impuesto

Tabla 47: Flujo Neto del proyecto Sin Impuesto

Flujo Sin Impuesto						
Inversión	0	1	2	3	4	5
	-C\$ 1,399,425.75	C\$ 334,563.55	C\$ 817,877.34	C\$ 966,601.79	C\$ 1,677,885.43	C\$ 2,779,092.75

Fuente: Elaborado por autores

Tabla 48: Cálculo de Indicadores Financieros

VAN	C\$ 1,932,744.09
TIR	56%
RCB	C\$ 1.06

Fuente: Elaborado por autores

Tasa Mínima Aceptable: La Tasa meta propuesta por los inversionistas 20%.

Valor Actual Neto: Indica que el valor actual neto es mayor que cero $VAN > 0$, por lo tanto, se acepta la inversión.

Relación Beneficio Costos: Indica que el proyecto debe de aceptarse, ya la relación beneficio costo muestra que $RBC > 1$ por lo tanto el proyecto es rentable desde este punto. De igual manera se puede afirmar que de cada córdoba invertido obtendremos 1.06 córdobas adicionales a una tasa de 20%.

4.8.3. Cálculo del EVA

Fórmula de EVA Aplicado

$$\text{EVA} = \text{UO} - \text{CPPC} * \text{INV}$$

Tabla 49: EVA

	Monto	Porcentaje	Tasa	CPPC
Fuente				
GNN	1,385,431.50	99%	6%	6%
SFN	13,994.26	1%	32%	0%
	1,399,425.75			6.26%

Fuente: Elaborado por autores

Tabla 50: Cálculo del EVA

Concepto	Años					
	0	1	2	3	4	5
Resultado de operación		C\$ 264,504.09	C\$ 747,817.88	C\$ 1,336,115.68	C\$ 2,051,197.93	C\$ 2,863,378.65
Impuestos		79351.22597	224345.3629	400834.7046	615359.3785	859013.5943
Utilidad neta Operacional		C\$ 185,152.86	C\$ 523,472.51	C\$ 935,280.98	C\$ 1,435,838.55	C\$ 2,004,365.05
EVA CON IMP		C\$ 97,548.81	C\$ 435,868.46	C\$ 847,676.93	C\$ 1,348,234.50	C\$ 1,916,761.00
EVA SIN IMP		C\$ 176,900.03	C\$ 660,213.82	C\$ 1,248,511.63	C\$ 1,963,593.88	C\$ 2,775,774.60

Fuente: Elaborado por autores

4.9. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio, [punto muerto](#) o umbral de rentabilidad, es aquel nivel de ventas mínimo que iguala los costes totales a los [ingresos](#) totales. (economipedia)

Por lo tanto, es donde el canal de distribución no presenta pérdidas y ganancias, no estante es un punto de convergencia que avisa que la empresa está en riesgos.

Punto de Equilibrio en Unidades Físicas

$$P.E.F. = \frac{CF}{P.V.U. - C.V.U.}$$

Punto de Equilibrio en córdobas

$$P.E.M. = \frac{CF}{\frac{1 - C.V.U.}{P.V.U.}}$$

Donde:

P.E.F. = Punto de Equilibrio Físico

P.E.M. = Punto de Equilibrio Monetario

C.F. = Costos Fijos

P.V.U. = Precio de Venta Unitario

C.V.U. = Costo Variable Unitario

Como se muestra en la gráfica, aplicando las fórmulas correspondientes para encontrar el punto de convergencia de unidades físicas y monetarias, la cantidad física de pechuga para no tener perdida es de un total de 16,016 cantidad monetarias total de C\$ 1,043,629.61.

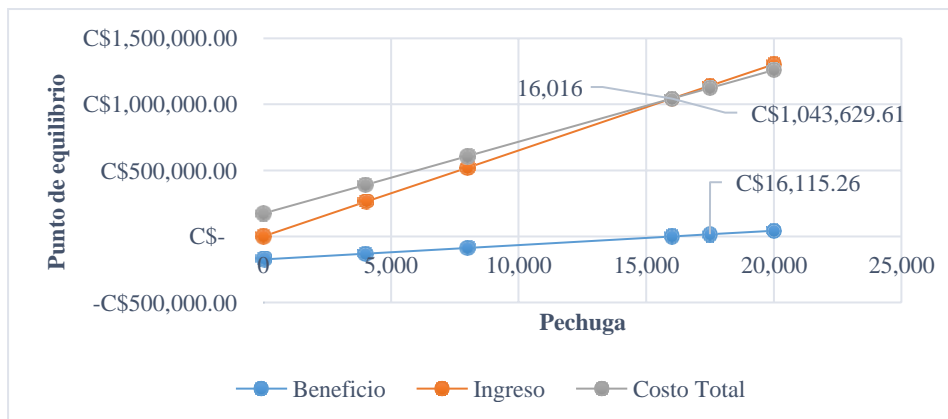


Figura 49: Venta de Punto de equilibrio por libra de Pechuga

Fuente: Elaborado por autores

Según se señala en la gráfica, aplicando las fórmulas correspondientes para punto de equilibrio de unidades físicas y monetarias, la cantidad física de alas para no tener perjuicios es de un total de 7,993 cantidad monetarias total de C\$ 482,365.78.

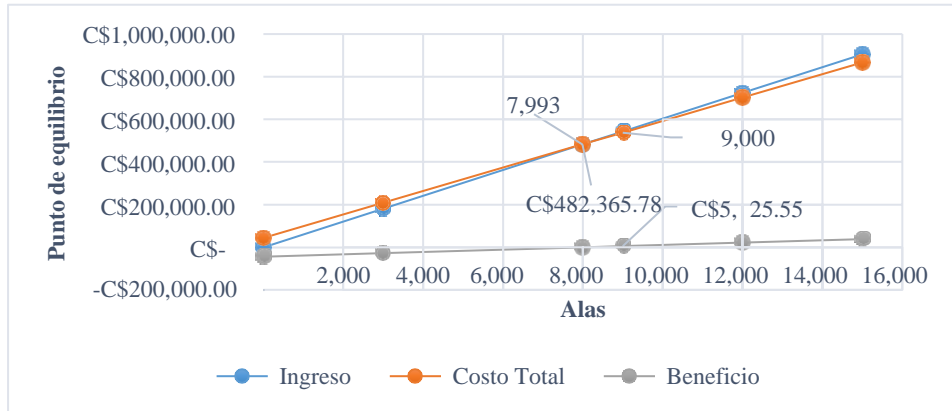


Figura 50: Venta de Punto de equilibrio por libra de Ala

Fuente: Elaborado por autores

Como se muestra en la gráfica, aplicando las fórmulas correspondientes para encontrar el punto de convergencia de unidades físicas y monetarias, la cantidad física de muslos para no tener perdida es de un total de 7,533 cantidad monetarias total de C\$ 535,367.32.



Figura 51: Venta de Punto de equilibrio por libra de Muslos

Fuente: Elaborado por autores

Según se señala en la gráfica, aplicando las fórmulas correspondientes para punto de equilibrio de unidades físicas y monetarias, la cantidad física de Conos para no tener perjuicios es de un total de 12,503 cantidad monetarias total de C\$ 738,827.61.

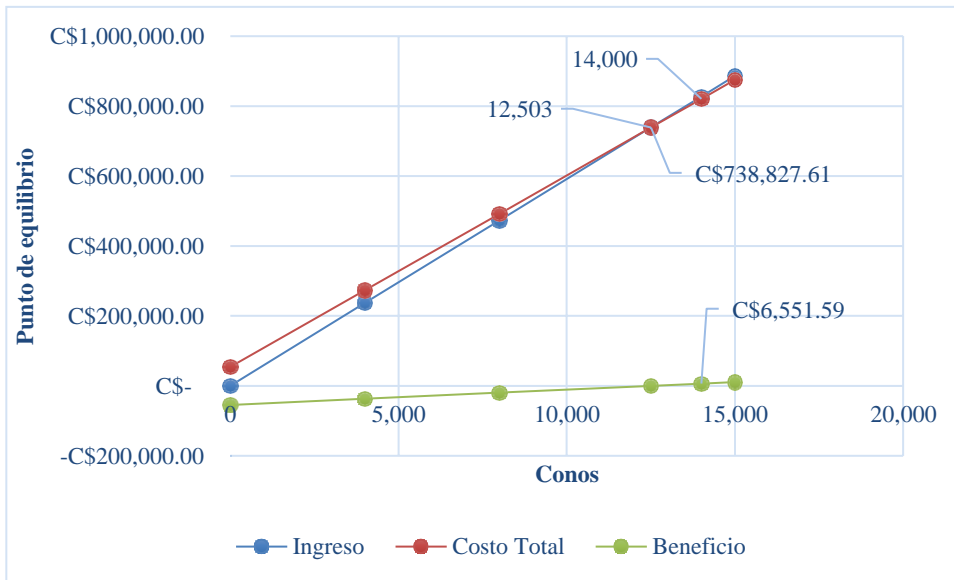


Figura 52: Venta de Punto de equilibrio por libra de Conos

Fuente: Elaborado por autores

Como se muestra en la gráfica, aplicando las fórmulas correspondientes para encontrar el punto de convergencia de unidades físicas y monetarias, la cantidad física de pechuga especial para no tener pérdida es de un total de 10,975 cantidad monetarias total de C\$ 855,196.49.

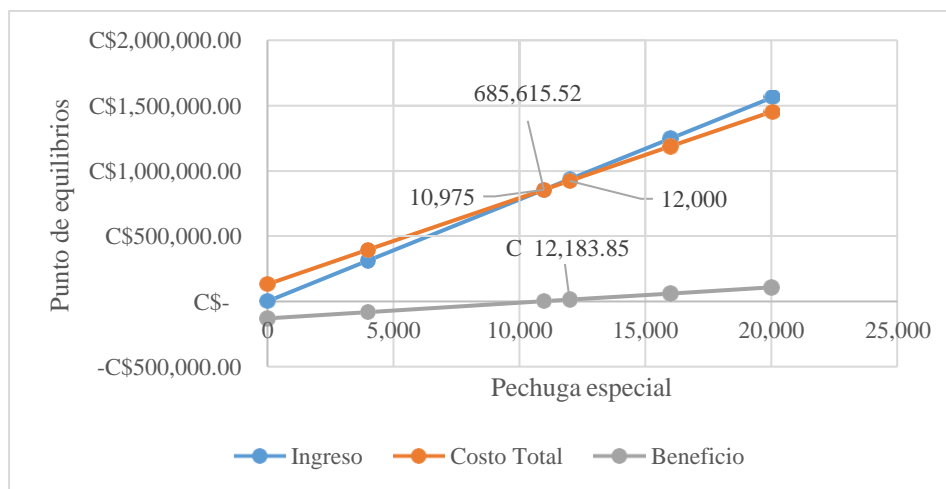


Figura 53: Venta de Punto de equilibrio por libra de Pechuga especial

Fuente: Elaborado por autores

Según se señala en la gráfica, aplicando las fórmulas correspondientes para punto de equilibrio de unidades físicas y monetarias, la cantidad física de alas para no tener perjuicios es de un total de 4,322 cantidad monetarias total de C\$ 306,960.04.

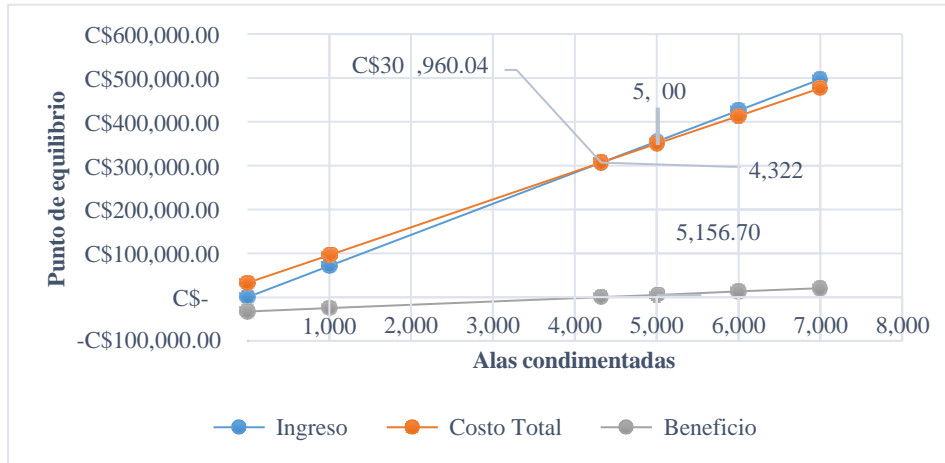


Figura 54: Venta de Punto de equilibrio por libra de Alas condimentadas

Fuente: Elaborado por autores

Como se muestra en la gráfica, aplicando las fórmulas correspondientes para punto de equilibrio de unidades físicas y monetarias, la cantidad física de Muslos para no tener perjuicios es de un total de 7,533 cantidad monetarias total de C\$ 535,367.32.

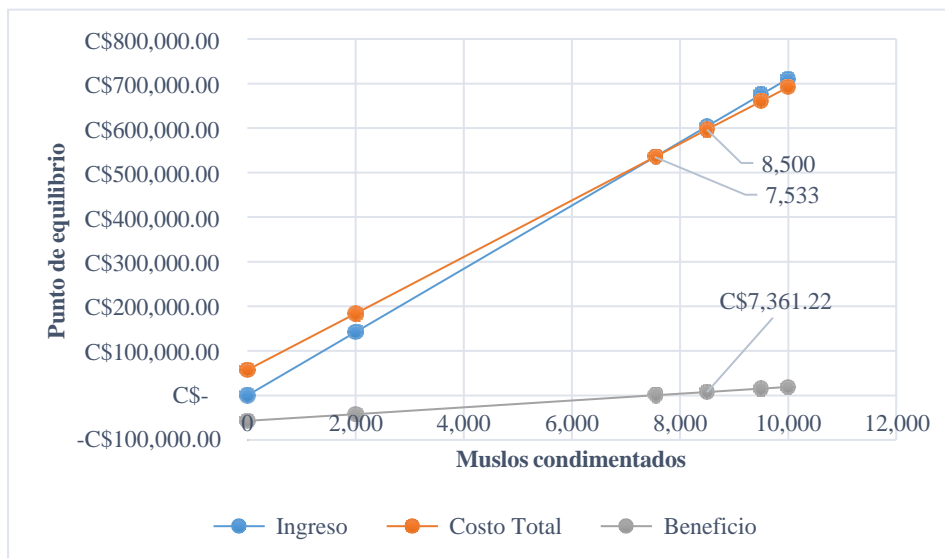


Figura 55: Venta de Punto de equilibrio por libra de Muslos condimentados

Fuente: Elaborado por autores

Según se señala en la gráfica, aplicando las fórmulas correspondientes para punto de equilibrio de unidades físicas y monetarias, la cantidad física de Conos condimentados para no tener perjuicios es de un total de 5,381 cantidad monetarias total de C\$ 383,095.80.

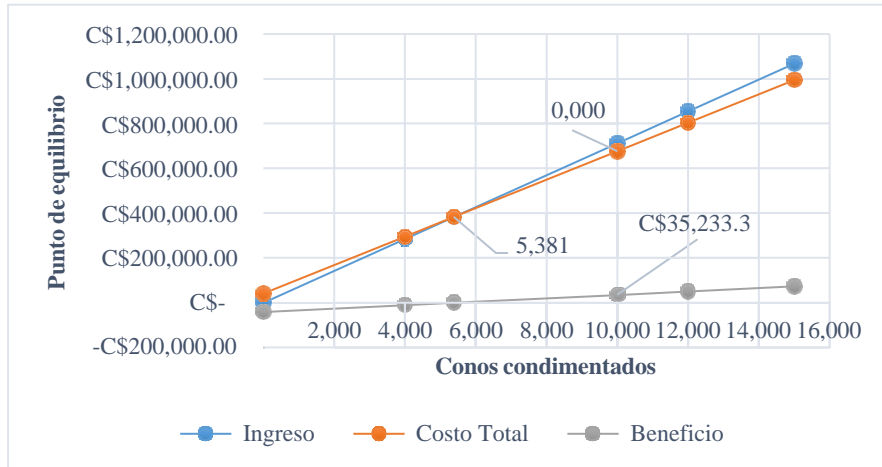


Figura 56: Venta de Punto de equilibrio por libra de Cono condimentadas

Fuente: Elaborado por autores

Como se muestra en la gráfica, aplicando las fórmulas correspondientes para punto de equilibrio de unidades físicas y monetarias, la cantidad física de Pechuga especial de tres Lb para no tener perjuicios es de un total de 8,353 cantidad monetarias total de C\$ 1,761,124.97.

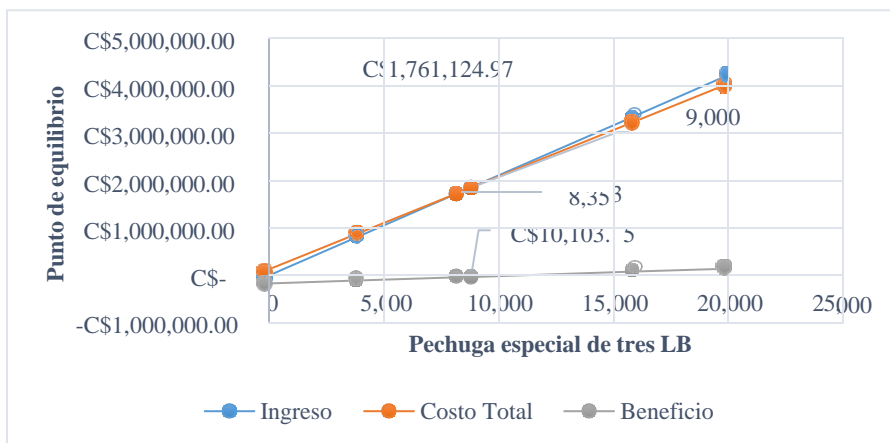


Figura 57: Venta de Punto de equilibrio por libra de Pechuga especial de tres LB condimentadas

Fuente: Elaborado por autores

Según se señala en la gráfica, aplicando las fórmulas correspondientes para punto de equilibrio de unidades físicas y monetarias, la cantidad física de Alas condimentadas de tres LB para no tener perjuicios es de un total de 3,509 cantidad monetarias total de C\$ 690,660.09.

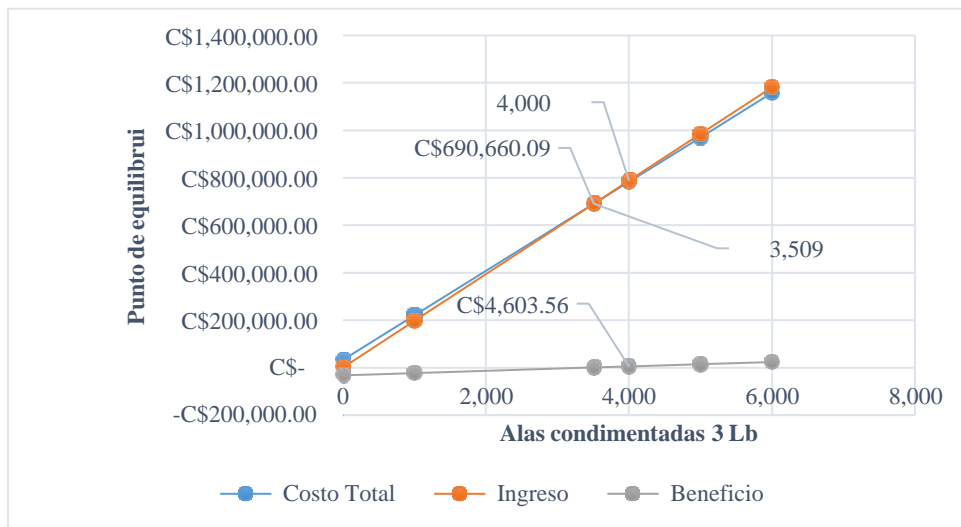


Figura 58: Venta de Punto de equilibrio por libra de Alas condimentadas

Fuente: Elaborado por autores

Como se muestra en la gráfica, aplicando las fórmulas correspondientes para punto de equilibrio de unidades físicas y monetarias, la cantidad física de Muslos condimentados de tres Lb para no tener perjuicios es de un total de 5,097 cantidad monetarias total de C\$ 1,013,373.85.

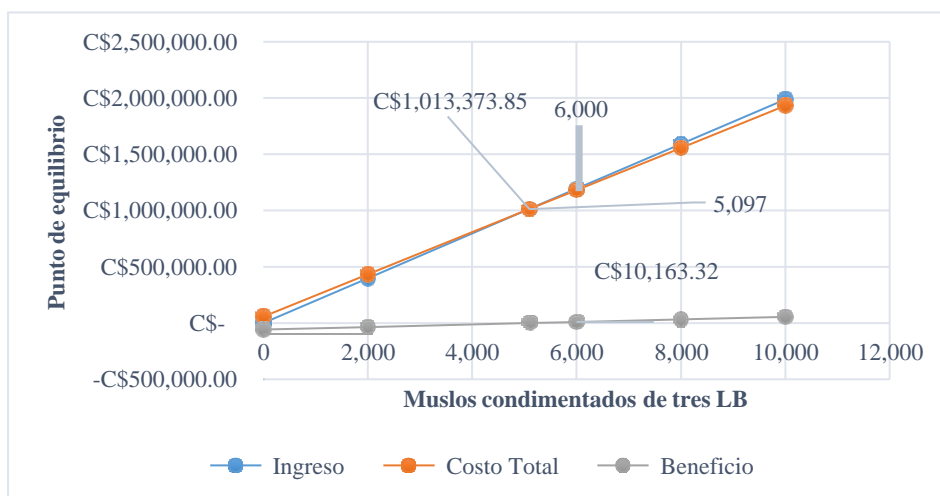


Figura 59: Venta de Punto de equilibrio por libra de Muslos de tres LB

Fuente: Elaborado por autores

Según se señala en la gráfica, aplicando las fórmulas correspondientes para punto de equilibrio de unidades físicas y monetarias, la cantidad física de Conos condimentadas de tres LB para no tener perjuicios es de un total de 3,646 cantidad monetarias total de C\$ 725,145.62.

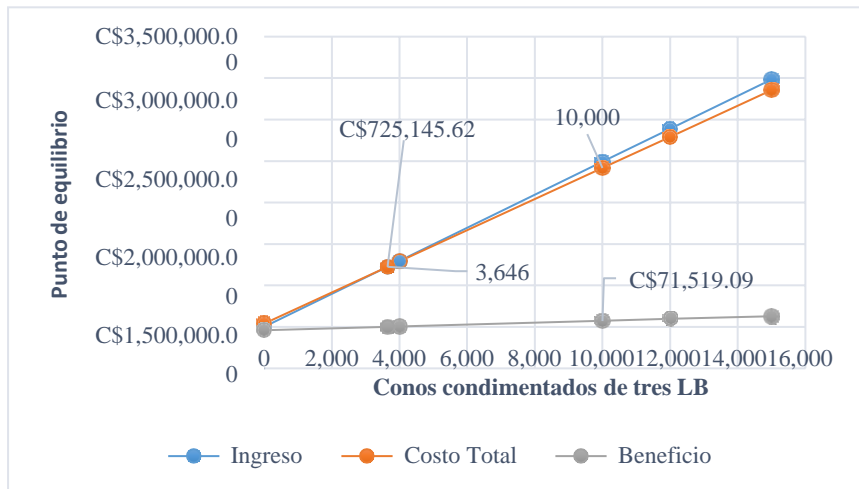


Figura 60: Venta de Punto de equilibrio por libra de Conos condimentados de tres LB

Fuente: Elaborado por autores

4.10. Rentabilidad del proyecto

Conocer el VAN (Valor Actual Neto), nos ayudará a crear una previsión sobre una inversión que queremos realizar. Esta es una fórmula algo más compleja en la que necesitaremos conocer los gastos de inversión, el beneficio que obtenemos en un año, al siguiente y en los sucesivos y la tasa de descuento. Cuantos más datos, mejor se podrá calcular el VAN.

Finalmente, otra de las fórmulas más empleadas es el TIR (Tasa Interna de Retorno) y se relaciona con el VAN porque ambos calculan con el flujo de caja. Se trata de un porcentaje que nos informará de la tasa por la cual recuperaremos la cantidad invertida en un determinado periodo. Esto nos indicará si se trata de un proyecto viable de cara al futuro. (MADAMI)

La rentabilidad del proyecto mediante previas estimaciones de ingresos y egresos durante el ciclo de vida del plan, con referencias a la inflación, tasa de crecimientos de salarios y un porcentaje de crecimiento planificación, la estimación por cada peso invertido tendrá una ganancia 1.02.

Tabla 51: Rentabilidad del proyecto Con Impuesto

VAN	C\$ 766,779.40
TIR	37%
RCB	C\$ 1.02

Fuente: Elaborado por autores

Como se muestra en la siguiente tabla, el proyecto sin impuesto tiene una viabilidad más significativa por cada peso invertido se gana 1.06.

Tabla 52: Rentabilidad del proyecto Sin Impuesto

VAN	C\$ 1,932,744.09
TIR	56%
RCB	C\$ 1.06

Fuente: Elaborado por autores

4.11. Análisis de sensibilidad del proyecto

Un crecimiento 3% en los egresos y los precios (ingresos) se mantiene constante las dos tasas se igualan (TIR Y TIO) porcentual mente, indica que la empresa está en riesgo manteniendo sus precios constantes, se puede pagar la tasa de oportunidad y los gastos

4.11.1. Análisis de sensibilidad Con Impuesto

Tabla 53: Análisis de sensibilidad Con Impuesto

VAN	C\$ 766,779.40
TIR	37%
RCB	C\$ 1.02

Fuente: Elaborado por autores

Nota: Se visualiza un crecimiento de un 9% en los primeros 5 años
14% 9%

Tabla 54: Escenario Pesimista

VAN	-C\$ 0.00
TIR	20%
RCB	C\$ 1.00

Fuente: Elaborado por autores

Nota: Se visualiza un crecimiento de un 9% en los primeros 5 años
14% 12%

Tabla 55: Escenario Optimista

VAN	C\$ 1,470,276.70
TIR	47%
RCB	C\$ 1.04

Fuente: Elaborado por autores

Un aumento de la capacidad instalada tiene un comportamiento positivo como se muestra en la tabla que los indicadores crecen significativa mente el TIR del 37% al 47% y VAN de C\$ 766,779.40 al C\$ 1,470,276.70.

Tabla 56: Escenario Esperado

Flujo neto	-C\$ 1,399,425.75
VAN	C\$ 663,673.82
TIR	35%
RCB	1.02

Fuente: Elaborado por autores

4.11.2. Análisis de sensibilidad Sin Impuesto

Tabla 57: Análisis de sensibilidad Sin Impuesto

Flujo Neto	C\$ 1,399,425.75
VAN	C\$ 1,932,744.09
TIR	56%
RCB	C\$ 1.06

Fuente: Elaborado por autores

Nota: Se visualiza un crecimiento de un 9% en los primeros 5 años
14% - 9%

Tabla 58: Escenario Pesimista

Flujo neto	-C\$ 1,399,425.75
VAN	-C\$ 0.00
TIR	20%
RCB	C\$ 1.00

Fuente: Elaborado por autores

Nota: Se visualiza un crecimiento de un 9% en los primeros 5 años
14% - 13%

Tabla 59: Escenario Optimista

VAN	C\$ 3,080,464.63
TIR	69%
RCB	C\$ 1.08

Fuente: Elaborado por autores

Tabla 60: Escenario Esperado

VAN	C\$ 1,932,744.09
TIR	56%
RCB	C\$ 1.06

Fuente: Elaborado por autores

4.12. Razones financieras

4.12.1 Balance General

Tabla 61. Balance General

Pollo Buen Productor			
Balance de Apertura			
Al 31 de diciembre del 2022			
Expresado en córdobas			
<u>Activos</u>			
Corriente			
Efectivo en Caja y Banco	C\$ 832,224.75		
Cuentas por Cobrar			
Inventarios			
Sub total Activo Corriente		C\$ 832,224.75	
No Corriente			
Propiedad, planta y equipo	C\$ 553,810.00		
Sub total de no corriente		C\$ 553,810.00	
Activos diferidos	13,391.00		
Sub total de diferidos		C\$ 13,391.00	
Sub total Activo No corriente			
Total Activos			C\$ 1,399,425.75
<u>Pasivo</u>			
Corriente			
Proveedores			
Total Pasivos			
pasivos no corrientes			
Préstamo a largo plazo	C\$ 1,399,425.75		
<u>Patrimonio</u>			
Capital Contable			
Total Patrimonio			
Total Pasivo más capital			C\$ 1,399,425.75

Fuente: Elaborado por autores

4.13. Planes de financiamiento

Un plan de financiación para una empresa es un **documento que se enmarca en el plan financiero-económico de la misma y sirve para conocer y evaluar los distintos recursos disponibles**, necesarios para garantizar la **viabilidad económica de un negocio**. A la hora de redactar un plan de negocios, y por consiguiente el plan de financiación de una empresa, es importante **ser breve y conciso**.

Este debe basarse en los **costes fijos de un negocio**, es decir, **aquellos gastos que se producen independientemente del volumen de ventas**, como lo es, por ejemplo, el alquiler de un local. Además, ha de considerar los **costes variables** (o aquellos que guardan relación con el total vendido) como puede ser la materia prima adquirida para fabricar un producto. (BBVA)

Como se muestra en la gráfica el plan de financiamiento C\$ 1,399,425.75.

4.14. Estados financieros del proyecto

	Descripción	Balance de Apertura		Movimientos		Saldos Finales		Edo Resultado - 1		Balance Gral - 1		
		Debe	Haber	Debe	Haber	Debe	Haber	Debe	Haber	Debe	Haber	
Año 1	Efectivo en Caja y Banco	832,224.75		8,695,847.57	8,358,605.81	1,169,466.51				1,169,466.51		
	Activos No Corriente	553,810.00				553,810.00				553,810.00		
	Depreciación acumulada				72,737.67		72,737.67				72,737.67	
	Activos Diferidos	13,391.00				13,391.00				13,391.00		
	Amortización Diferidos				2,678.20		2,678.20				2,678.20	
	Préstamo a Largo Plazo		1,399,425.75				1,399,425.75				1,399,425.75	
	Ventas				8,695,847.57		8,695,847.57		8,695,847.57			
	Costo de venta			7,477,559.33		7,477,559.33		7,477,559.33				
	Gastos Operativos			956,462.35		956,462.35		956,462.35				
	Utilidad del Periodo							261,825.89			261,825.89	
			1,399,425.75	1,399,425.75	17,129,869.25	17,129,869.25	10,170,689.19	10,170,689.19	8,695,847.57	8,695,847.57	1,736,667.51	1,736,667.51
	Año 2											

	Utilidad del Periodo							745,139.68			745,139.68
	Utilidad Acumulada		261,825.89				261,825.89				261,825.89
		1,736,667.51	1,736,667.51	19,081,392.77	19,081,392.77	11,725,349.60	11,725,349.60	9,913,266.23	9,913,266.23	2,557,223.05	2,557,223.05
Año 3	Descripción	Saldos Iniciales		Movimientos		Saldos Finales		Edo Resultado - 1		Balance Gral - 1	
		Debe	Haber	Debe	Haber	Debe	Haber	Debe	Haber	Debe	Haber
	Efectivo en Caja y Banco	1,990,022.05		11,301,123.50	10,358,745.40	2,932,400.15				2,932,400.15	
	Activos No Corriente	553,810.00				553,810.00				553,810.00	
	Depreciación acumulada		145,475.33		72,737.67		218,213.00				218,213.00
	Activos Diferidos	13,391.00				13,391.00				13,391.00	
	Amortización Diferidos		5,356.40		2,678.20		8,034.60				8,034.60
	Préstamo a Largo Plazo		1,399,425.75				1,399,425.75				1,399,425.75
	Amortización del préstamo			466,475.25		466,475.25				466,475.25	
	Ventas				12,883,280.79		12,883,280.79		12,883,280.79		
	Costo de venta			8,889,200.73		8,889,200.73		8,889,200.73			
	Gastos Operativos			1,078,485.29		1,078,485.29		1,078,485.29			
	Utilidad del Periodo							2,915,594.77			2,915,594.77
	Utilidad Acumulada		1,006,965.56				1,006,965.56				1,006,965.56
		2,557,223.05	2,557,223.05	21,735,284.76	23,317,442.05	13,933,762.41	15,515,919.70	12,883,280.79	12,883,280.79	3,966,076.40	5,548,233.69
Año 4	Descripción	Saldos Iniciales		Movimientos		Saldos Finales		Edo Resultado - 1		Balance Gral - 1	
		Debe	Haber	Debe	Haber	Debe	Haber	Debe	Haber	Debe	Haber
	Efectivo en Caja y Banco	2,932,400.15		12,883,280.79	11,203,244.65	4,612,436.29				4,612,436.29	
	Activos No Corriente	553,810.00				553,810.00				553,810.00	
	Depreciación acumulada		218,213.00		72,737.67		290,950.67				290,950.67
	Activos Diferidos	13,391.00				13,391.00				13,391.00	
	Amortización Diferidos		8,034.60		2,678.20		10,712.80				10,712.80
	Préstamo a Largo Plazo		1,399,425.75				1,399,425.75				1,399,425.75
	Amortización del préstamo	466,475.25		466,475.25		932,950.50				932,950.50	
Ventas				12,883,280.79		12,883,280.79		12,883,280.79			

	Costo de venta			9,692,545.84		9,692,545.84		9,692,545.84			
	Gastos Operativos			1,119,639.43		1,119,639.43		1,119,639.43			
	Utilidad del Periodo							2,071,095.53			2,071,095.53
	Utilidad Acumulada		3,922,560.33				3,922,560.33				3,922,560.33
		3,966,076.40	5,548,233.69	24,161,941.30	24,161,941.30	16,924,773.05	18,506,930.34	12,883,280.79	12,883,280.79	6,112,587.79	7,694,745.08
Año 5	Descripción	Saldos Iniciales		Movimientos		Saldos Finales		Edo Resultado- 1		Balance Gral - 1	
		Debe	Haber	Debe	Haber	Debe	Haber	Debe	Haber	Debe	Haber
	Efectivo en Caja y Banco	4,612,436.29		14,686,940.10	12,123,861.44	7,175,514.95				7,175,514.95	
	Activos No Corriente	553,810.00				553,810.00				553,810.00	
	Depreciación acumulada		290,950.67		72,737.67		363,688.33				363,688.33
	Activos Diferidos	13,391.00				13,391.00				13,391.00	
	Amortización Diferidos		10,712.80		2,678.20		13,391.00				13,391.00
	Préstamo a Largo Plazo		1,399,425.75				1,399,425.75				1,399,425.75
	Amortización del préstamo	932,950.50		466,475.25		1,399,425.75				1,399,425.75	
	Ventas				14,686,940.10		14,686,940.10		14,686,940.10		
	Costo de venta			10,568,834.68		10,568,834.68		10,568,834.68			
	Gastos Operativos			1,163,967.37		1,163,967.37		1,163,967.37			
	Utilidad del Periodo							2,954,138.05			2,954,138.05
	Utilidad Acumulada		5,993,655.86				5,993,655.86				5,993,655.86
		6,112,587.79	7,694,745.08	26,886,217.40	26,886,217.40	20,874,943.75	22,457,101.04	14,686,940.10	14,686,940.10	9,142,141.70	10,724,298.99

Fuente: Elaborado por autores

4.15. Evaluación económica del proyecto

4.15.1. Matriz de etapa de evaluación del proyecto

Tabla 62: Matriz de etapa de evaluación del proyecto

Dimensiones	Aspectos a evaluar	Cumple	No cumple	Justificación
Social	Se identificaron los involucrados del proyecto	✓		
	El proyecto representa alguna importancia para los municipios de Carazo y los usuarios	✓		
	El proyecto contempla la generación de productos para satisfacer las necesidades de la población	✓		Se trata de poner en el mercado u producto accesible a cualquier tipo de cliente
	El proyecto tiene a cargo alguna responsabilidad social o con los involucrados para asegurar la sostenibilidad del proyecto		✓	Los costos de un proyecto social son elevados, pero con el tiempo se puede implementar
Técnica	Los componentes tecnológicos incorporados son los necesarios y suficiente para el proceso	✓		
	La capacidad instalada es la suficiente, tomando en cuenta el crecimiento futuro	✓		Si la demanda crece de manera significativa se tendrá que comprar otra selladora al vacío
	Especifica los factores que se desarrollaron para decidir la localización del proyecto	✓		
	Se especifican los componentes tecnológicos y los procesos que se desarrollarán en el proyecto	✓		
	La estructura física de la planta cuenta con los requerimientos de ley	✓		
Ambiental	Se incorpora en el proyecto, el estudio del impacto ambiental			Se realizó una evaluación de impacto ambiental y se abordarán aspectos ambientales del proyecto

	El proyecto no genera algún impacto negativo en cuanto a la demanda que se tiene por insumos y materia prima	✓		La MP e insumos son productos que se encuentran en las comunidades
	El proyecto no genera algún impacto negativo en cuanto a la generación de residuos y efectos colaterales al medio ambiente en la etapa de operación	✓		
	El proyecto no genera algún impacto negativo al medio ambiente en la etapa de ejecución	✓		Los impactos negativos generados en esta etapa no son de significación y se tomarán medida de mitigación del daño ocasionado
	El proyecto incluye algún plan de mitigación de daño en las etapas de operación y ejecución	✓		Se maneja un plan de mitigación con los costos debidos, además que se planificó la compra de EPP, como una medida de apoyo al plan
Institucionales	Se plasma en el marco legal e institucional las obligaciones de las empresas con las instituciones del estado: MINSA, IPSA, INSS, Alcaldías, Renta... Etc	✓		Se realizó un presupuesto de gastos de organización y las obligaciones de ley dela empresa
	El proyecto se articula con las normativas existen en el país	✓		Se realizó una articulación entre planes, programas y proyectos
	El proyecto cumple con los parámetros regulatorios del país	✓		La empresa no ocasionará algún daño significativo al medio ambiente y cumplirá con las obligaciones de ley

Financieros	El costo unitario del productor es adecuado en comparación con la competencia o posee un costo inferior al de otras Alternativas	✓		El producto tiene un costo promedio
	El proyecto tiene un costo de producción eficiente	✓		
	Los costos de inversión están adecuados definidos y cuantificados	✓		Se realizaron presupuesto detalles para generar un presupuesto de inversión del proyecto
	El proyecto cuenta incluye una estrategia viable para su financiación	✓		Se cuenta con financiamiento por parte de Good Neighbors, para la compra de capital de trabajo
	El proyecto cuenta con los indicadores que demuestra que los beneficios son mayores a los costos	✓		
	Las entidades que financiarán el proyecto se encuentran definidas y cuentan con recursos para la etapa de ejecución	✓		Aun no se está ejecutando el proyecto, sin embargo, las fuentes de financiamiento están definidas
	El proyecto es rentable y se cuenta con la información adecuada que lo sustenta	✓		De acuerdo a las evaluaciones realizadas se ha concluido que el proyecto es rentable y se debería de invertir
Económico	El proyecto contribuye a las metas propuestas por PNDH, o de la visión que tiene el país en ese sector	✓		Se determinó que el proyecto nace de una estrategia del gobierno
	Están explícitos los beneficios que tendrá el proyecto para la economía del país y, por ende de la sociedad	✓		

	El proyecto contribuye a la generación de empleos directos e indirectos, tanto en la etapa de ejecución como de operación	✓		
--	---	---	--	--

Fuente: Elaborado por autores

4.16. Análisis y administración de los riesgos del proyecto

Tabla 63: Matriz de evaluación de riesgos

N°	Objetivo	Riesgo	Calificación		Nivel de gravedad	
			Impacto	Probabilidad	Calificación	Valor
1	Good Neighbors	Puede disminuir seriamente las utilidades de la empresa	Alto	0.09	4	0.36
		Inflación económica	Alto	0.09	4	0.36
2	Instituciones Reguladoras	Mantener y cumplir las normativas por parte del INSS, MINSA, MARENA MITRAB	Medio	0.04	2	0.08
		Cambio de leyes y normativas	Medio	0.05	3	0.15
3	Proveedores	Proveedor no cumpla con las cantidades específicas	Medio	0.04	2	0.08
		Entrega del pollo en pie	Medio	0.04	2	0.08
		Negociar con los proveedores la calidad al comprar	Alto	0.06	3	0.18
		Afectación en el clima porque los pollos tienen que estar a cierta temperatura	Alto	0.07	3	0.21
4	Sustitutos	Entrada al mercado de productos sustitutos	Medio	0.02	4	0.08
		Utilización de equipos de higiene en la planta	Medio	0.04	1	0.04
5	Clientes	Inocuidad del producto	Alto	0.03	1	0.03

		Aumentar los canales de ventas	Alto	0.09	3	0.27
6	Competencia	Estrategias empresariales	Alto	0.07	4	0.28
		Nuevas empresas entrantes al mismo rubro de la empresa	Medio	0.04	3	0.12
7	Rivalidad en la industria	Poca diferenciación entre productos existentes	Bajo	0.02	3	0.06
		Saturación del mercado	Bajo	0.01	3	0.03
		Plagas tales como roedores y virus	Medio	0.02	3	0.06

Fuente: Elaborado por autores

4.16.1 Plan de Mitigación

Tabla 64: Plan de Mitigación de Riesgo

N°	Objetivos/metás	Acciones de Mitigación				Recursos Necesarios		Actividad de control	Fecha de monitoreo
		Riesgo	Actividad	Responsable	Fecha	Descripción de Insumo	Presupuesto \$		
1	Good Neighbors	Puede disminuir seriamente las utilidades de la empresa	Pago puntual de la mensualidad	Dueño del proyecto e inversionistas	2023			Guardar Boucher de cada mes hasta su finalización	2023
		Inflación económica	Actualización mensual	Administrador		Internet			2023
2	Instituciones Regulatoras	Mantener y cumplir las normativas por parte del INSS, MINSA, MARENA, MITRAB	Revisiones constantes al correo y páginas web de las instituciones	Dueño del proyecto e inversionistas	2023	Internet	24.72	Realizar visitas a las instituciones debidas en las instalaciones y páginas web	2023
		Cambio de leyes y normativas							
3	Proveedores	Proveedor no cumpla con las cantidades específicas	Firma de contrato con el proveedor	Responsable de calidad y ventas	2023	Papelería	6.51	Visitas persistentes a los plantillo del grano y de igual forma con el proveedor	2023
		Entrega del pollo en pie	Realizar charlas con los proveedores						
		Negociar con los proveedores la calidad de venta de pollo							
		Afectación en el clima porque	Buenas prácticas manufactureras	Proveedor				2023	

		los pollos tienen que estar a cierta temperatura							
4	Sustitutos	Entrada al mercado de productos sustitutos	Publicidad	Administrador	2023	Contratación de publicidad	6.51	Análisis y evaluación de acuerdo a ventas	2023
		Utilización de quipos de higiene en la empresa	Compra de los utensilios de higiene	Responsable de calidad y venta		Materiales y utensilios de limpieza	41.98	Supervisiones de parte del responsable de calidad y venta para el cumplimiento de medidas de higiene y seguridad	
5	Clientes	Inocuidad del producto	Implementar el sistema de gestión de calidad		2023	Materiales de limpieza	204.85	Diagnosticar, diseñar y auditoría interna	2023
		Aumentar los canales de ventas	Propaganda y publicidad	Administrador		Contratación de publicidad	6.51	Análisis y evaluación de acuerdo a ventas	
6	Competencia	Estrategias empresariales	Brindar el servicio de limpieza, clasificación y pulido a empresas que la deseen	Administrador Responsable de calidad y venta	2023	Publicidad	6.51	Analizar las estadísticas y realizar evaluaciones	2023
		Nuevas empresas entrantes al mismo rubro de la empresa	Firma de contratos con el cliente	Responsable de calidad y venta		Papelería	6.51	Archivar los contratos	

7	Rivalidad en la industria	Poca diferenciación entre productos existentes	Realizar nuevas presentaciones al producto	Responsable de calidad y ventas	2023	Empaque y etiqueta nueva	83.96	Limpiar todos los restos de comidas al finalizar cada día, limpiar la grasa, desagües, recoger trapos, delantales no depositar la basura en cercanías de la empresa	2023
		Saturación del mercado	Promociones en las que beneficien al consumidor			Papelería			
		Plagas tales como roedores e insectos	Medidas preventivas y correctivas			Materiales y utensilios de limpieza y personal fijo de la empresa			

Fuente: Elaborado por autores

4.17. Plan de sostenimiento del proyecto

Tabla 65: Plan de sostenibilidad del proyecto

Objetivos		Descripción	Justificación	Actividades específicas	Recursos humanos	Recursos monetarios
Sostenibilidad Institucional	Mantener viabilidad institucional de la empresa	Gestión empresarial actualizada	Para que la empresa pueda perseguir objetivos precisos.	Definir la visión, misión, meta de la empresa, fomentar las políticas de promoción de cargos y definir estructura	Gerente administrativo	
		Enmarcarse en las políticas de ley de gobierno	Para evitar demandas y que la empresa sea considerada legal, seria y transparente	Pago del INSS Laboral		
				Pago de Retenciones IR		
		Predisponer de un presupuesto de emergencia para los gastos de nómina (para 1 año)	Para poder disponer del dinero de liquidación por servicios Para poder tener dinero	Precaver y presupuestar el pago de salarios		
Precaver y presupuestar gastos acumulado						

		Aprovechar el apoyo existente para las pequeñas y medianas empresas por parte del gobierno y organismos internacionales	Para poder aprovechar financiamientos entre otros beneficios que pueden beneficiar a la empresa	Mantenerse informado y establecer un vínculo con las instituciones del gobierno		
Sostenibilidad Técnica	Mantener factibilidad técnica	Mantener una relación mutuamente beneficiosa con el cliente	Para poder negociar y conocer lo que desean los clientes potenciales, las especificaciones y que puedan promover el producto al sentirse parte de la empresa	Reunirse de manera trimestral con los clientes que generan más ganancias.	Auxiliar de venta	
		Mantener una relación mutuamente beneficiosa con el proveedor	Para poder comprar la materia prima al crédito y negociar la forma de pago y costos	Establecer un contrato con los proveedores	Gerente administrativo	
		Brindar mantenimiento preventivo a todas las maquinarias	Para asegurar el funcionamiento correcto de las maquinas	Realizar un plan de mantenimiento y ejecutarlo	Ingeniero mecánico, ayudante	
		Aumentar la eficiencia de la planta	Para que mantenga los precios o llegar a una negociación de pago	Compra de la materia prima e insumos al mismo proveedor	Gerente administrativo	
			Para tener personal competente	Capacitar y motivar al personal	Auxiliar de venta	
		Certificación ISO 22,000	Para asegurar la inocuidad del producto	Elaborar y ejecutar un plan contra vectores	Auxiliar de venta	

				Realizar todas las actividades para optar a la certificación.		
		Disminuir los costos de producción	Automatizando el proceso	Introducir en el proceso tecnologías más sofisticada para el área de enjuague y remojo	Auxiliar de venta	
		Reglamentar y capacitar en el uso de equipos de protección e higiene	Para evitar algún accidente laboral y respetar las reglas de manipulación de alimentos	Comprar delantales, botas y guantes	Auxiliar de venta	
		Incrementar la eficacia de la planta	Para mantener el aprovisionamiento de MP	Control exhaustivo del almacén de MP	Auxiliar de venta	
			Para poder cumplir con lo planificado	Llevar un control de inventario detallado, y plan maestro de producción actualizado con cada lote de producción	Auxiliar de venta	Unidades anuales
Sostenibilidad Ambiental	Mantener la sostenibilidad del medio ambiente	Elaborar plan de mitigación de daños ambientales	Para poder evitar lo menos posible daños al medio ambiente	Elabora un plan en la etapa de operación e inversión de la planta	Auxiliar de venta	
		Fomentar el correcto uso de los recursos hídricos	Para evitar el despilfarro del agua	Tratamiento y reutilización de las aguas residuales	Operarios	
		Realizar un plan para desechar los residuos de la planta	Para que los desechos sean depositados en los lugares correspondiente y de acuerdo a las características	Clasificar los residuos y desecharlos en el momento oportuno	Operarios	

Sostenibilidad Financiera	Mantener la rentabilidad financiera	Precaver presupuesto para el crecimiento y expansión de la empresa	Para poder costear los planes de expansión de la empresa	Reservas del 10% de las utilidades	Gerente administrativo	
		Ventas y promoción del producto	Para aumentar las ventas	Utilizar técnicas de penetración de mercado	Auxiliar de venta	
				Publicidad del producto	Auxiliar de venta	
		Exportación del producto	Para abrirse a mercados internacionales	Evaluar y establecer relación internacional para exportar el producto	Auxiliar de venta	
		Aprovechar el financiamiento externo	Para amortizar el préstamo y pagar los intereses de manera que no afecte la rentabilidad de la empresa	Solicitar préstamos a bancos o financieras	Gerente administrativo	
		Ventas de acciones	Para asegurar la sobrevivencia de la empresa se obtener dinero de las ventas de acciones	Se puede vender hasta un 20% de las acciones		
		Introducir nuevos productos	Para abrirse mercado y probablemente se tenga que enfrentar ante el fin de una etapa económica y tras la crisis, estemos abriendo una nueva etapa	Innovar y poner en el mercado productos con diferente presentación sabor y color	Auxiliar de venta	
		Incrementar la re-compra del producto	Para poder incrementar las ventas	Vender por mayor a las pulperías y distribuidoras	Auxiliar de venta	

		Aumentar el margen de ganancia	Para poder obtener las utilidades necesarias	Aumentar el margen de ganancia al producto	Gerente administrativo Auxiliar de venta Contador	
Sostenibilidad Social	Mantener la sostenibilidad social	Pago de las obligaciones de la empresa en tiempo prudentes	Para poder contribuir con el desarrollo económico del departamento de Carazo	Pago del IBI	Gerente administrativo	
				Pago del IMI		
		Capacitación técnica del personal	Para poder contar con trabajadores competentes y evitar algún accidente laboral	Capacitación y promoción a la educación del personal		
		Generadores de empleos	Para poder contribuir al desarrollo de las personas beneficiadas con el proyecto y fomentar el comercio.	Puestos de trabajos		
				Comprar la MP a los agricultores directamente	Auxiliar de venta	
Adquirir insumos y servicios especializados del entorno	Gerente administrativo					

Fuente: Elaborado por autores

V. CONCLUSIONES

En síntesis, se puede concluir que:

- ✓ Se determinó que la demanda total insatisfecha es de 292,018 unidades al mes.
- ✓ La oferta del producto es de 11 ,584 unidades puestas en el mercado.
- ✓ Se definió que el tamaño de producción de la empresa será de unidades al mes en su presentación de una libra.
- ✓ La localización del proyecto será en el municipio de Santa Teresa.
- ✓ Se tendrán a personas beneficiadas por de manera directa con el producto, quienes son los compradores potenciales.
- ✓ El proyecto es rentable evaluándose con un 30% de impuesto y sin impuesto además que supera las expectativas de los inversionistas.
- ✓ Con impuesto se obtuvo los resultados siguientes que muestran la rentabilidad del proyecto:
VAN es de C\$ 236,775.14.
- ✓ También que TIR es de 36.81% y la RCB 1.02.

VI. RECOMENDACIONES

- ✓ Aumentar la producción a mediano paso.
- ✓ Especializar al personal de producción en un área.
- ✓ En caso de inflación no mantener precios constantes.
- ✓ Adquirir un camión refrigerado.

VII. MATERIAL COMPLEMENTARIO

7.1. Bibliografía

Andrade Espinoza, S. (2015). *Diccionario de Economía* (IV ed.). Lima, Perú: Simon Andrade.

Asamblea Nacional de la República de Nicaragua. (5 de Noviembre de 2000). Obtenido de <http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/3133c0d121ea3897062568a1005e0f89/19104cde704036de06257331005328c5?OpenDocument>

Asamblea Nacional de la República de Nicaragua. (13 de Enero de 2013).

Asamblea Nacional de la República de Nicaragua. (19 de Abril de 2007). Obtenido de [http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/\(\\$All\)/16624DBD812ACC1B06257347006A6C8C?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/($All)/16624DBD812ACC1B06257347006A6C8C?OpenDocument)

BANCO CENTRAL DE NICARAGUA. (2022). *TIPO DE CAMBIO OFICIAL DE 11 - 2022*. Obtenido de https://www.bcn.gob.ni/IRR/tipo_cambio_mensual/tipoc_pdf.php?mes=11&anio=2022

BBVA. (s.f.). Obtenido de <https://www.bbva.es/finanzas-vistazo/ef/empresas/plan-de-financiacion-de-una-empresa-que-es-y-como-se-desarrolla.html#:~:text=pagar%20comisiones%20despu%C3%A9s,%20BFEn%20qu%C3%A9%20consiste%20un%20plan%20de%20financiaci%C3%B3n%20para%20una%20emp>

cincap. (s.f.). *Centro de Información Nutricional de la Carne de Pollo*. Obtenido de <https://www.cincap.com.ar/informacion-nutricional/>

CONTRAQI Comercial. (s.f.). Obtenido de https://conocimiento.blob.core.windows.net/conocimiento/Manuales/CONTPAQi_Comercial_Start_Pro/ingresos_y_egresos.html#:~:text=Un%20egreso%20es%20la%20salida,Pagos%20empleado

Cotera Fretel, A. (2012). *Manual: Elaboración de proyectos de desarrollo*. Lima, Perú. Obtenido de <https://docplayer.es/5396172-Manual-elaboracion-de-proyectos-de-desarrollo.html>

Data Commons. (2021). *Población de Nicaragua 2021*. Obtenido de https://datacommons.org/place/country/NIC?utm_medium=explore&mprop=count&popt=Person&hl=es

economipedia. (s.f.). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/punto-de-equilibrio.html>

Economipedia. (s.f.). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/gastos-de-organizacion.html#:~:text=Los%20gastos%20de%20organizaci%C3%B3n%20son,necsite%20de%20una%20estructura%20empresarial>.

Economipedia. (s.f.). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/precio-nominal.html>

- Economipedia. (s.f.). Obtenido de [https://economipedia.com/definiciones/ingreso.html#:~:text=Un%20ingreso%20es%20toda%20aquel la,efectiva%20mediante%20un%20cobro%20monetario.](https://economipedia.com/definiciones/ingreso.html#:~:text=Un%20ingreso%20es%20toda%20aquel%20efectiva%20mediante%20un%20cobro%20monetario.)
- Economipedia. (s.f.). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/precios-constant.html#:~:text=Hablamos%20de%20precios%20constant%20cuando,m%20C3%A1s%20es pec%20C3%ADficamente%20en%20las%20finanzas.>
- MADAMI. (s.f.). Obtenido de <https://www.mademi.com/blog/como-analizar-la-rentabilidad-de-un-proyecto.html#:~:text=Se%20trata%20de%20un%20porcentaje,la%20rentabilidad%20de%20un%20proyecto.>
- Maradiaga Corea, M. A. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Managua.
- Ministerio de Fomento, Industria y Comercio. (2022). *PLAN NACIONAL DE LA PRODUCCIÓN, CONSUMO COMERCIO 2022-2023*. Managua: MIFIC. Obtenido de https://www.mific.gob.ni/Portals/0/Documentos/AreaPrensa/Plan%20Nacional%20de%20Produccion%20C%20Consumo%20y%20Comercio%202022-2023_png.pdf
- MUNDI. (s.f.). Obtenido de <https://mundi.io/finanzas/fuentes-de-financiamiento-mexico/#:~:text=Las%20fuentes%20de%20financiamiento%20son,el%20crecimiento%20de%20un%20negocio.>
- Navarro Zeledón, M. (2016). *Matemática Financiera*. Obtenido de Docplayer: <https://docplayer.es/3671380-Asignatura-matematica-financiera.html>
- NORMAS ISO 9000*. (s.f.). Obtenido de <https://www.aec.es/web/guest/centro>
- (2021). *PLAN NACIONAL DE LUCHA CONTRA LA POBREZA 2022-2026*. Managua: GOBIERNO DE RECONCILIACIÓN Y UNIDAD NACIONAL.
- Sevilla Úbeda, A. L., & Murrillo Martínez, E. D. (Septiembre de 2019). *UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA FACULTAD DE DESARROLLO RURAL*. Obtenido de Trabajo de Graduación: <https://repositorio.una.edu.ni/3951/1/tne70s511i.pdf>
- Victor, A. (19 de Mayo de 2019). *anfixblog*. Obtenido de <https://www.anfix.com/blog/diccionario/balance-de-apertura#:~:text=Un%20balance%20de%20apertura%20es,anterior%20al%20inicio%20del%20nuevo.>

7.2. Anexos

Anexo 1: Negocios registrados de 5 municipios de Carazo

Tabla: Cantidad de Negocios

Negocios	Cantidad	N° de encuestas
Diriamba		
Comiderías	15	10
Distribuidoras	8	5
Pizzería	3	2
Restaurantes	4	3
Rosticerías	1	1
Carnicerías	10	7
	41	28
Dolores		
Carnicerías	6	4
Comedores	8	5
Fritangas	8	5
Misceláneas	2	2
Restaurantes	5	3
	29	19
Santa Teresa		
Carnicerías	2	1
Comedores	2	1
Distribuidoras	4	3
Misceláneas	3	2
Pizzería	1	1
	12	9
San Marcos		
Bar y Restaurante	11	7
Carnicerías	4	3
Comiderías	5	3
Asados	6	4
	26	17
Jinotepe		
Restaurantes	21	14
Carnicerías	17	11
Comiderías y Fritangas	30	20
Distribuidoras	12	8
Pizzerías	2	1
	82	55%

Fuente: Alcaldías

Anexo 2: Etiquetas



Figura 61: Etiqueta de Pechuga condimentada de pollo 3L

Fuente: Elaborado por autores



Figura 62: Etiqueta de Pechuga condimentada de 1 LB



Figura: Etiqueta de Cono de pollo condimentada 1

Fuente: Elaborado por autores



Figura: Etiqueta de Pechuga condimentada de 3 LB



Figura 63: Etiqueta de Muslo de pollo condimentada 1 LB

Fuente: Elaborado por autores



Figura 64: Etiqueta de Muslo de pollo condimentada de 3 LB



Figura 65: Etiqueta de Alas de pollo condimentada 1 LB

Fuente: Elaborado por autores



Figura 66: Etiqueta de Alas de pollo condimentada de 3 LB

Anexo 3. Punto de Equilibrio General

PROD UCTO	PRECIO DE VENTA UNITARIO	COSTO VARIABLE UNITARIO	VENTAS ESTIMADAS POR UNIDAD	CONTRIBUCIÓN MARGINAL UNITARIA	% DE PARTICIPACIÓN EN LAS VENTAS	CONTRIBUCION MARGINAL PONDERADA	CANTIDAD DE EQUILIBRIO GENERAL	CANTIDAD DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO	Comprobación		
									Ventas	Costo de venta	Utilida d
PECH UGA	65.16	C\$ 54.30	34,819	10.86	35%	3.7659647178	95002	32,944	C\$ 2,146,6 47.98	C\$ 1,788,8 73.32	C\$ 357,774 .66
MUSL O	62.72	C\$ 54.54	15,310	8.18	15%	1.2474515769		14,485	C\$ 908,580 .92	C\$ 790,070 .36	C\$ 118,510 .55
CONO	59.09	C\$ 54.71	10,956	4.38	11%	0.4775734495		10,365	C\$ 612,501 .67	C\$ 567,131 .18	C\$ 45,370. 49
ALA	60.35	C\$ 54.86	8,778	5.49	9%	0.4796330256		8,305	C\$ 501,227 .74	C\$ 455,661 .58	C\$ 45,566. 16
PECH UGA COD	77.92	C\$ 66.04	11,187	11.89	11%	1.3242982884		10,584	C\$ 824,762 .02	C\$ 698,950 .87	C\$ 125,811 .16
MUSL O COD	71.07	C\$ 63.45	5,124	7.61	5%	0.3885632472		4,848	C\$ 344,533 .80	C\$ 307,619 .46	C\$ 36,914. 34
CONO COD	71.19	C\$ 63.57	3,660	7.63	4%	0.2780401533		3,463	C\$ 246,534 .46	C\$ 220,120 .05	C\$ 26,414. 41
ALA COD	71.02	C\$ 63.41	2,940	7.61	3%	0.2227909755		2,782	C\$ 197,545 .76	C\$ 176,380 .14	C\$ 21,165. 62
PECH UGA 3LBS	210.84	C\$ 195.22	3,729	15.62	4%	0.5799908415		3,528	C\$ 743,854 .92	C\$ 688,754 .55	C\$ 55,100. 36
MUSL O 3LBS	198.82	C\$ 187.57	1,707	11.25	2%	0.1913335880		1,615	C\$ 321,128 .73	C\$ 302,951 .63	C\$ 18,177. 10
CONO 3LBS	198.86	C\$ 187.61	1,221	11.26	1%	0.1369110410		1,155	C\$ 229,787 .51	C\$ 216,780 .67	C\$ 13,006. 84
ALA 3 LBS	196.83	C\$ 187.46	979	9.37	1%	0.0914201877		927	C\$ 182,387 .36	C\$ 173,702 .25	C\$ 8,685.1 1
			100,411	-		0.0000000000		0	C\$ -	C\$ -	C\$ -
					100%	9.1839710925			7,259,4 92.870	6,386,9 96.070	C\$ 872,496 .80

Fuente: Elaborado por autores

Anexo 4. Fotografías



Anexo 4. Encuesta

Hora: _____

Fecha: _____

Municipio: _

Somos estudiantes de V año de la carrera economía de la UNAN-MANAGUA, FAREM CARAZO. El propósito de la presente encuesta es realizar un proyecto, pretendiendo la comercialización y distribución de pollo y sus derivados (pollo condimentado, alistas picantes) por lo que pedimos nos permita conocer su opinión respecto al producto mencionado.

De ante mano agradecemos la atención prestada.

Encuesta dirigida a los negocios

Instrucciones: marque con una (x) la repuesta que considera correcta

1) ¿Qué edad tiene? _____ años

2) Género

1) Masculino 2) Femenino

3) ¿Qué tipo de negocio es?

1) Restaurante 3) Fritangas 2) Pulperías 4) Súper mercados

4) ¿Cómo le gustaría la carne de pollo?

1) Fresco 2) Congelado

5) ¿Le gustaría nuevos productos, como piezas condimentadas etc.?

1) Pechuga fileteada 3) Alistas picantes

2) Muslos condimentados 4) Conos condimentados

6) ¿Qué tipo de condimentación considera adecuada?

1) Aromáticas 2) Picantes 3) Salsas

7) ¿Qué tipo de piezas de pollo vende más?

- 1) Pechuga 2) Muslo 3) Conos 4) Alitas 5) Piernas enteras

8) ¿Qué cantidad vende más a la semana de los productos?

- 1) Alas: _____ Lb 2) Cono: _____ Lb 3) Pechuga:
_____ Lb 4) muslo: _____ Lb

9) ¿Considera adecuada, la higiene en el manejo del producto?

- 1) Sí 2) No

10) ¿Qué tipo de empaque prefiere?

- 1) Empaque al vacío 2) Bolsa de gabacha 3) Caja

11) ¿Le gustaría tener una forma de realizar sus pedidos como facturación en línea (delivery)?

- 1) Sí 2) No

12) ¿Cómo le gustaría facturar?

- 1) Al contado 2) Línea

13) ¿Cada cuánto facturaré?

- 1) Semanal 2) Quincenal

14) ¿Consume embutidos?

- 1) Sí 2) No

15) ¿Cuál de los embutidos consume más?

- 1) Salchichón 2) Mortadela

16) ¿Compraría menudo en específico o revuelto?

- 1) Pescuezo 2) Patas 3) Titil 4) Revuelto

17) ¿Cómo le gustaría que se llame la marca del producto?

1) Pollo Buena Báscula:

2) Pollos Buenos Vecinos:

3) Pollo Organic