

UNIVERSIDAD DE TECNOLOGÍA Y COMERCIO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y COMERCIO



Proyecto de graduación para optar al título de grado:

Plan de negocio para la producción y comercialización de alimento de engorde para pollos a base de cáscara de plátano, “CRECIPOLLO”, en el departamento de Rivas.

Autores:

1. Rudy Jhoaxis Avellán Domínguez
2. Irene del Socorro Rodríguez Cornavaca

Tutor:

1. Ing. Alberto Quintanilla
2. Lic. Tania Fajardo
3. Ing. Anastasio Gurdíán
4. Lic. Nelson Morales García

Managua, mayo 2024

Dedicatoria

La presente tesis se la dedico primeramente a Dios, quien supo guiarme por este camino y darme la fortaleza necesaria para no desfallecer ante las adversidades.

A mi madre Jasmina Cornavaca Dávila quien es la razón de mi existencia. Su amor, esfuerzo y paciencia me motivan a ser una mejor persona. A mis hermanos y familia por siempre brindarme su apoyo, amor y ayuda para lograr mis metas.

A mi compañero de aventuras Gary Alejandro Vanegas, por apoyarme y desvelarse conmigo en todo el proceso, por darme ánimos para no rendirme y seguir adelante, por impulsarme a ser una mejor persona y sobre todo por su amor y paciencia en todo este proceso.

A las personas que hoy en día ya no están conmigo y me cuidan desde el cielo, quienes fueron la razón principal para culminar este proceso, esperando estén orgullosos de mí y cada uno de mis logros. (JETA).

Irene del Socorro Rodríguez Cornavaca.

A mis padres Ana Josefina Domínguez López y Rudis Armando Avellán Rodríguez quienes me han apoyado e impulsado a seguir adelante por mis metas y por su amor incondicional.

A familiares y amigos que siempre me han dado ánimos y energías positivas para culminar la carrera.

A Yosselin de los Ángeles Hernández Bonilla y Gerald Adolfo Quiroz unos buenos amigos que me han apoyado sin dudar en cualquier dificultad académica sin esperar nada a cambio.

Rudy Jhoaxis Avellán Domínguez.

Agradecimientos

A Dios por darnos la sabiduría y fuerza para terminar esta etapa académica.

Al director académico, el Lic. Osmany López Medrano por brindarnos su guía, paciencia, conocimientos, comprensión y buenos consejos a lo largo del curso de titulación.

De igual manera a todas las personas que estuvieron involucradas en el proceso y nos brindaron asesoramiento para la elaboración del alimento de engorde para pollos creado a base de cáscara de plátano.

A nuestros tutores académicos por sus consejos y conocimientos brindados:

1. Ing. Alberto Quintanilla
2. Lic. Tania Fajardo
3. Ing. Anastasio Gurdián
4. Lic. Nelson Morales García

Contenido

Introducción.....	10
Objetivos	11
General	11
Específico.....	11
I. GENERALIDADES DEL PLAN	13
1. Descripción de la idea seleccionada.....	14
2. Justificación de la idea de negocio seleccionada	15
3. Propuesta de valor del producto/servicio.....	16
4. Nombre de la empresa	16
5. Identidad empresarial.....	16
5.1. Misión.....	16
5.2. Visión	17
5.3. Valores	17
6. Descripción de la empresa	17
6.1. Giro que se ubica la empresa.....	18
6.2. Ubicación y tamaño del negocio.....	19
7. Análisis situacional	20
7.1. Matriz PORTER.....	20
7.2. Análisis PORTER	21
7.3. Matriz PESTEL.....	23
7.4. Análisis PESTEL	23
7.5. Matriz FODA.....	26
II. PLAN DE MERCADEO	28
1. Planteamiento del problema.....	29
2. Justificación	30
3. Objetivos de la investigación	31
3.1. General.....	31
3.2. Específicos	31
4. Investigación de mercado.....	32
4.1. Segmento de mercado	32
4.2. Buyer persona	32
4.3. Tipo de investigación	34

4.4. Población y muestra.....	34
4.5. Métodos y recolección de datos	35
4.6. Análisis y discusión de los resultados	35
4.7. Recomendaciones y conclusión del análisis	40
5. Desarrollo del producto	40
5.1. Descriptor del producto	40
5.2. Características y atributo.....	41
5.3. Oferta de valor del producto.....	41
5.4. Marca y sus elementos.....	42
5.4.1. <i>Isologo</i>	42
5.4.2. <i>Envasado y etiquetas</i>	43
6. Objetivos del plan de marketing	44
6.1. General	44
6.2. Específicos.....	44
7. Mix de marketing.....	45
7.1. Precio	45
7.1.1. <i>Precio neto</i>	45
7.1.2. <i>Precio de venta al público</i>	45
7.1.3. <i>Estrategias de precio</i>	45
7.2. Plaza	47
7.3. Promoción	49
8. Estimaciones económicas.....	52
8.1. Cálculo de la demanda	52
8.2. Proyecciones de venta	53
9. Plan de marketing	54
10. Conclusión y recomendaciones.....	60
III. OPERACIONES.....	61
1. Objetivos.....	62
1.1. Objetivo general	62
1.2. Objetivos específicos	62
2. Especificaciones del producto.....	63
3. Descripción del proceso de producción	65
4. Diagrama de flujo.....	66

5. Cronograma de proceso de producción	67
6. Equipo e instalaciones.....	69
6.1. Ubicación de la empresa	70
6.2. Capacidad instalada	70
7. Diseño y distribución de planta y oficina	71
8. Materia prima.....	72
8.1. Necesidades de materia prima.....	72
8.2. Identificación de proveedores y cotizaciones.....	73
8.3 Compras	73
9. Manejo de inventarios.....	75
10. Mano de obra requerida.....	76
11. Planes de mejora continúa	77
11.1. Control de calidad.....	77
11.1.1. <i>Control de calidad de materia prima e insumos</i>	77
11.1.2. <i>Control del proceso de producción</i>	77
11.1.3. <i>Control de calidad del servicio al cliente</i>	78
11.2. Pruebas de muestreo.....	78
11.3. Métodos de control y mejora de calidad	79
12. Política de calidad	79
IV. ORGANIZACIÓN.....	81
1. Objetivos.....	82
1.1. Objetivo general.....	82
1.2. Objetivos específicos.....	82
2. Gestión legal	83
2.1. Constitución de la sociedad.....	83
2.2. Registro de marca y patente	90
2.3. Obligaciones tributarias de la empresa	92
3. Estructura de la empresa.....	92
3.1. Organigrama de la empresa	93
4. Metodología de selección y contratación de la empresa.....	93
5. Tabla de puestos y funciones	94
V. FINANZAS.....	98
1. Introducción	99

2. Objetivos.....	100
2.1. Objetivo general.....	100
2.2. Objetivos específicos.....	100
3. Identificación de los principales costos y gastos	101
3.1 Construcción de la matriz general de costos.....	101
3.2 Cálculo del punto de equilibrio	105
4. Cálculo de precio (En base a costos).....	106
5. Construcción del flujo de efectivo.....	107
6. Elaboración de estados financieros.....	108
6.1. Inversión inicial.....	108
6.2. Capital social.....	109
6.3. Balance general inicial activo, pasivo y patrimonio.....	110
6.4. Balance general proyectado.....	111
6.5. Estado de resultado proyectado.....	112
7. Determinación de indicadores financieros básicos	113
7.1. Valor actual neto.....	114
7.2. Tasa interna de retorno.....	114
7.3. Análisis de costo beneficio	115
8. Análisis de razones financieras	115
9. Valoración económica general del plan.....	116
10. Conclusión	117
Referencias bibliográficas.....	118
Anexos.....	119

Índice de gráficos

Grafico 1. ¿Conoce el alimento de engorde para pollo a base de cáscara de plátano?	36
Grafico 2. ¿Compra alimento de engorde para pollos?	36
Grafico 3. ¿Qué tipo de alimento de engorde compra normalmente?.....	37
Grafico 4. ¿Qué frecuencia compra alimento de engorde?	37
Grafico 5. ¿Qué marca de alimento adquiere?	38
Grafico 6. ¿Compraría un alimento de engorde a base de cáscara de plátano?.....	38
Grafico 7. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar?	39
Grafico 8. ¿Qué busca en el alimento de engorde para pollos?	39

Índice de ilustraciones

Figura 1. Ubicación del negocio	19
Figura 2. 5 FUERZAS DE PORTER	20
Figura 3. PESTEL.....	23
Figura 4. FODA	26
Figura 5. Plantilla buyer de persona	32
Figura 6. Plantilla buyer de persona	33
Figura 7. Plantilla buyer de persona	33
Figura 8. Plantilla buyer de persona	34
Figura 9. Isologo.....	42
Figura 10. Empaque y su etiqueta	43
Figura 11. Etiqueta y empaque del producto.	64
Figura 12. Diagrama de flujo.	66
Figura 13. Ubicación de la empresa.	70
Figura 14. Diseño y distribución de la planta.....	71
Figura 15. Organigrama de la empresa.....	93
Figura 16. Flyer de distribuidor oficial	130
Figura 17. Flyer informativo	131
Figura 18. Banner	132

Índice de tablas

Tabla 1. FODA cruzado	27
Tabla 2. Cálculo de la demanda	52
Tabla 3. Proyecciones de venta	53
Tabla 4. Proporciones y aporte nutricional de los ingredientes bases en el alimento.....	63
Tabla 5. Equipos y herramientas para utilizar en producción.....	69
Tabla 6. Capacidad instalada.....	70
Tabla 7. Tabla de puestos y funciones.....	94
Tabla 8. Matriz de costos	101
Tabla 9. Total, de activos fijos tangible.....	101
Tabla 10. Proyección de costos de producción.....	102
Tabla 11. Detalle de costos en materia prima.....	103

Tabla 12.	Detalle del costo del personal con las prestaciones sociales M.O.D.	103
Tabla 13.	Detalle de Costos indirectos de fabricación	104
Tabla 14.	Proyección de costos fijos	104
Tabla 15.	Cálculo de precio	106
Tabla 16.	Proyección de ingresos por venta	107
Tabla 17.	Flujo de efectivo del proyecto	107
Tabla 18.	Inversión inicial	108
Tabla 19.	Proyección del capital de trabajo	109
Tabla 20.	Balance general inicial	110
Tabla 21.	Balance general proyectado	111
Tabla 22.	Estado de resultado proyectado	112
Tabla 23.	Indicadores de evaluación financiera	113
Tabla 24.	Tasa de rentabilidad del proyecto	114
Tabla 25.	Aplicación de razones financieras	115
Tabla 26.	Planilla de pago salarial	133

Introducción

El presente documento tiene como finalidad la creación de la empresa CRECIPOLLO, la cual se encarga de producir un alimento de engorde para pollos creado a base de cáscara de plátano y comercializarlo en el departamento de Rivas.

En el primer capítulo, se detallan las generalidades del plan de negocio, desde la misión, visión y valores que tiene la empresa, la descripción, ubicación y se estudian a través de los análisis PORTER, PESTEL y FODA, se estudian los factores internos y externos que benefician o presentan una amenaza para la producción y comercialización del alimento.

En el siguiente capítulo, se realiza una investigación de mercado, esto para determinar la aceptación que tendría el alimento en el departamento de Rivas, teniendo como resultado que el grado de aceptación es alto, sin embargo, existe la amenaza de nuevos competidores o bien no se consuma el producto por miedo a exponer a la especie a efectos secundario, los cuales han sido descartados, dado que es un alimento 100% natural, creado a base de cáscara de plátano. También se establecen las estrategias a implementar para el posicionamiento del producto y la proyección de ventas.

Luego se pasa al capítulo tres, donde se establecen los ingredientes del producto final, la capacidad de producción por hora, mes y año, la distribución y ubicación de la planta, la maquinaria que se utiliza y como se manejan los inventarios.

En el capítulo cuatro, se presenta la estructura organizacional de la empresa, la tabla de puestos y funciones, de igual manera se detalla la constitución de la sociedad y las obligaciones tributarias se tiene como empresa.

Por último, en el capítulo cinco, se identifican los principales costos de producción por unidad y año, se establece el precio en base a costos, también se elaboran los estados financieros de la empresa, se proyecta el balance general y estado de resultado a 5 años, se determinan los indicadores financieros, se analizan las razones financieras y se hace una valoración económica del proyecto.

Objetivos

General

Desarrollar un plan de negocios para la empresa CRECIPOLLO, dedicada a la producción y comercialización de alimento de engorde para pollos, a base de cáscara de plátano, en el departamento de Rivas.

Específico

Elaborar un producto innovador, aprovechando al máximo los residuos del plátano, a como es la cáscara, logrando su posicionamiento en el mercado.

Conocer el grado de aceptación que tendría el alimento de engorde para pollos a base de cáscara de plátano.

Crear estrategias que ayuden al posicionamiento en un 80% durante los 6 primeros meses del proyecto, a través de estrategias tradicionales, permitiendo el conocimiento del producto a los consumidores.

Determinar el grado de aceptación del alimento en el primer año, estableciendo así nuevas estrategias que ayuden para la mejora en un 50% de los canales de distribución y adquisición del producto.

Capacitar a los operarios sobre la elaboración del alimento, permitiendo se conozcan los procesos y se cumplan con los estándares de calidad establecidos.

Determinar la inversión inicial necesario del proyecto a través de estados financieros para el comienzo de la producción del alimento de engorde para pollos.

Estimar el punto de equilibrio del proyecto conociendo el nivel de producción mínima que se necesita para el cubrimiento de los costos fijos.

Establecer específicamente la viabilidad económica que tiene la ejecución del plan de negocios de alimento de engorde para pollos (CRECIPOLLO).

I. GENERALIDADES DEL PLAN



1. Descripción de la idea seleccionada

Actualmente la producción avícola nicaragüense cuenta con todo el respaldo del gobierno de este país, mediante las diversas instituciones que aseguran las condiciones necesarias para su impulso, así se aseveró desde el Ministerio de Hacienda y Crédito Público de Nicaragua. (Acosta, I. 2022).

En este contexto, el Ministerio de Hacienda y Crédito Público Nicaragüense se manifestó sobre el crecimiento del sector avícola y detalló que según:

“El estudio nacional de 2022 muestra que hay 6,3 millones de aves de corral, 6,5 superior al 2021 y está distribuido en 246 mil fincas, pequeñas unidades que garantizan la producción de huevo, carne, gallinas y esto equivale a 146 mil productores, agentes económicos que están contribuyendo a la estabilidad del precio, el consumo”. (Acosta, I. 2022).

Según (INATEC, 2018), el inventario de las aves de corral está conformado por un total de: 1,7 millones de gallinas ponedoras, cantidad 12% superior al 2021; 2,9 millones de pollos de engorde, cifra similar a 2021; 247.000 gallos, cifra que es 19,3% superior a la registrada en 2021 y; otras aves contabilizan un total de 324.000, siendo 11,9% superior al año pasado.

CRECIPOLLO es un producto empacado de alimentos de engorde para pollos que se producirá en Nicaragua, a base de cáscara de plátano obteniendo el máximo provecho en proteínas y minerales para su crecimiento.

Este nombre se origina con la visión de un crecimiento saludable de la especie avícola aprovechando nuestro ecosistema con las vitaminas que contienen los ingredientes.

2. Justificación de la idea de negocio seleccionada

La situación de demanda a satisfacer es acorde al consumo de alimentos de engorde para pollos aprovechando los residuos del plátano, lo cual no proporciona un valor agregado a este producto. Constantemente en la ciudad de Rivas las empresas peladoras de plátano comercializan las cascaras para fertilizantes de cultivos, no obstante, ignoran su utilidad para un ingrediente de alimentos para pollos, propiciando la diversidad de productos nicaragüenses en el mercado e impulsando la generación de empleos.

Acorde a la ODS, está idea de negocio responde al objetivo número 2 “Hambre Cero”; poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición promoviendo la agricultura sostenible. De igual manera, responde al objetivo número 12 “Producción y Consumo Responsable”; garantizar modalidades de consumo y producción sostenible.

El aspecto innovador que tiene este producto de alimento es que sus ingredientes son naturales y producidos por la empresa, a como lo es la obtención de la cáscara de plátano, con el fin de asegurar la calidad de la materia prima y reducir parte de los costos al no comprar el plátano entero, sino solo la cáscara.

La cáscara de plátano aporta hierro, potasio, vitaminas B, C y K, además contiene grandes cantidades de manganeso. Muchas aves, incluso, prefieren la cáscara del plátano debido a su alto valor nutricional.

La cáscara del plátano es rica en fibra dietética, proteínas, potasio y aminoácidos esenciales. El fruto, el cual también es rico en potasio y vitaminas, beneficia principalmente los huesos y músculos de la gallina.

3. Propuesta de valor del producto/servicio

El alimento de engorde para pollos comúnmente es producido a base de maíz. Sin embargo, no existe en el mercado nicaragüense un alimento creado a base de la cáscara del plátano, por lo tanto, la propuesta de aprovechamiento de este, se considera innovador, dando un valor agregado a los residuos del plátano, a como lo es la cáscara, convirtiéndose en materia prima, con porcentajes considerados de grasa y proteínas que beneficien el crecimiento sano de la especie avícola.

4. Nombre de la empresa

El nombre de la empresa corresponde a la asimilación de crecimiento a base de un alimento junto a la especie destinada el producto: CRECIPOLLO.

5. Identidad empresarial

5.1. Misión

Producir un alimento alto en vitaminas con un menor costo en el mercado, innovando con cascarras de plátano en la industria de la alimentación avícola, creando un producto sustituto con los estándares de calidad establecidos.

5.2. Visión

Ser una empresa sólida en el sector de alimentos en la especie avícola, reconocida nacionalmente por satisfacer las necesidades de los clientes a través de productos alimenticios de calidad y de mejora continua.

5.3. Valores

Confianza: Se ofrece un producto que permite al cliente estar seguro de la calidad de la materia prima con que es elaborado el alimento.

Responsabilidad: Brindando un alimento que cumpla con los estándares establecidos, evitando cualquier negligencia en las aves.

Respeto al medio ambiente: Se respetan los procesos de producción, control de calidad y entrega del alimento.

6. Descripción de la empresa

CRECIPOLLO, es una empresa privada ubicada en el departamento de Rivas (Nicaragua) que procesa alimentos de engorde para pollos (especie avícola), el cual busca satisfacer la demanda de consumir este alimento a base de cáscara de plátano beneficiando a dicha especie.

6.1. Giro que se ubica la empresa

El Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE), presenta el Clasificador Uniforme de las Actividades Económicas de Nicaragua (CUAEN), revisión 4, el cual es un instrumento que contiene los códigos de las actividades económicas del país y se encuentra en constante revisión y actualización ante las nuevas actividades económicas que surgen a nivel nacional; dividiendo en sección, división, grupo, clase y sub clase. (INIDE, 2021).

Según esta clasificación, la fabricación de alimentos para mascotas pertenece a:

Sección C (Industrias Manufactureras).



División 10 (Elaboración de Productos Alimenticios).



Grupo 108 (Elaboración de Alimentos o Concentrados Preparados para Animales).



Clase 1080 (Elaboración de Alimentos o Concentrados Preparados para Animales).



Subclase 1080-05 (Alimentos para animales domésticos, elaboración).

7. Análisis situacional

7.1. Matriz PORTER

Figura 2. 5 FUERZAS DE PORTER



Nota: (Elaboración propia)

7.2. Análisis PORTER

Amenaza de nuevos competidores:

El alimento de engorde para pollos normalmente es producido a base de maíz, sin embargo, como elemento diferenciador CRECIPOLLO, produce su alimento a base de cáscara de plátano, utilizando todos los nutrientes que está contiene.

Sin embargo, se corre el peligro de los costes cambiante en cuanto a la adquisición de la materia prima, en este caso la cáscara de plátano se trabajará con un pequeño agricultor ubicado en el departamento de Rivas.

Amenaza de productos sustitutos:

En el mercado de alimentos avícolas, existe una alta posibilidad de productos sustitutos, actualmente la mayoría de los alimentos de engorde es elaborada a base de maíz, es por esto que CRECIPOLLO, toma el reto de innovar y elaborar el alimento a base de cáscara de plátano, ya que está contiene las propiedades necesarias para el engorde de los pollos. Es importante tener en cuenta los precios que tiene la competencia, estos están entre 1,255 y 1,270 córdobas el quintal de 25lbs.

Poder de negociación de los clientes:

Se realizará una campaña publicitaria dónde se dé a conocer el producto y los beneficios del alimento al ser realizado con la cáscara del plátano, dado que el cliente puede presentar un rechazo del producto por las prácticas de alimentación tradicionales y efectos secundarios del alimento.

Poder de negociación de los proveedores:

Se pretende trabajar con productores directos del plátano, ya sea pequeños agricultores o pymes que trabajen en la producción de tajadas de plátano, esto para tener una mayor seguridad de que la materia prima principal, se encuentre disponible ante los diferentes factores que influyen en el desabastecimiento de esté.

Rivalidad entre competidores:

El alimento de engorde es un producto con una alta demanda en el mercado, sin embargo, actualmente solo El Granjero, Aceitera el Real, Purina, producen este concentrado. Estás se encuentran posicionadas y producen una alta cantidad del alimento, convirtiéndose en una amenaza, dado que CRECIPOLLO, es insipiente ante los volúmenes de producción de la competencia.

De igual manera hay granjas que producen su propio alimento, siendo esta una amenaza al momento de la venta del producto.

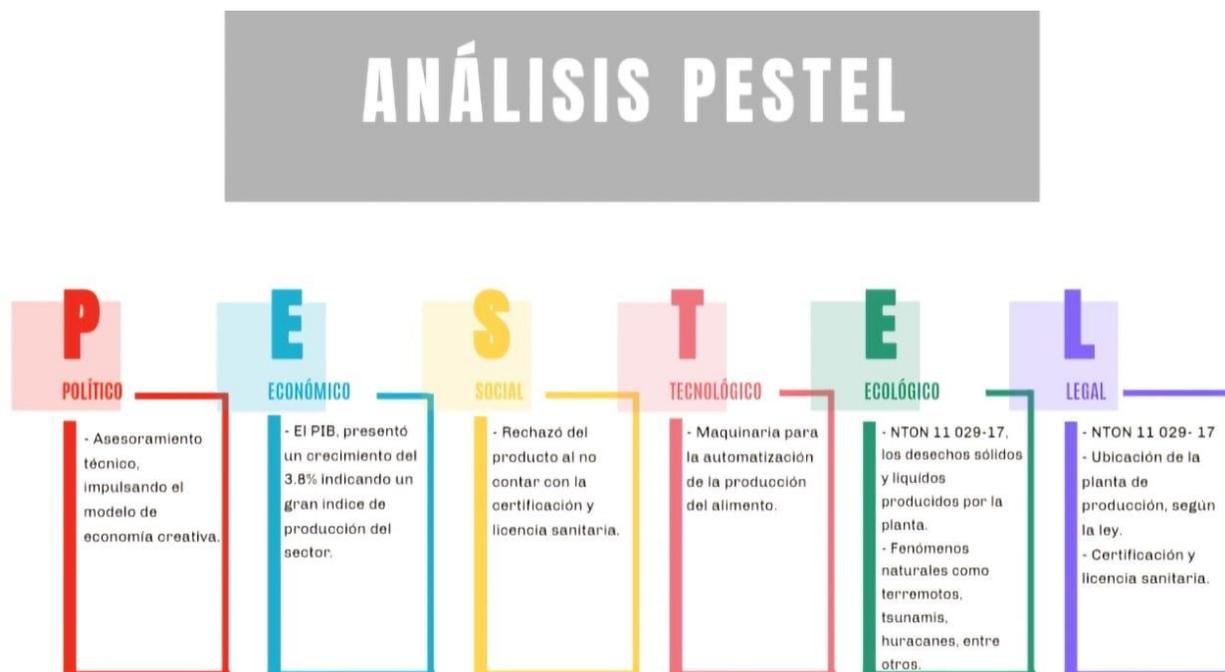
Purina ofrece una presentación de 25lbs, con un costo de 1,255 córdobas. Aceitera el Real, la presentación de 25 lb, tiene un costo de 1,270 córdobas. Por otro lado, el Granjero también ofrece el alimento en la presentación de 25lbs, con un precio de 1,60 córdobas.

Conclusión del análisis:

Como ya antes se menciona, en el sector de alimentos avícola, solo existen 3 empresas que lo producen: El Granjero, Aceitera el Real y Purina, con una presentación de un quintal de 25lbs, todos elaborados a base de maíz y que otro productor de concentrado son las propias granjas. Sin embargo, CRECIPOLLO, como parte de la innovación decide crear un alimento a base de cáscara de plátano que contenga los nutrientes necesarios para el engorde.

7.3. Matriz PESTEL

Figura 3. PESTEL



Nota: (Elaboración propia)

7.4. Análisis PESTEL

Político:

Dentro de las políticas del periodo 2022 – 2026, se establece el apoyo a los pequeños emprendedores con asistencia técnica, esto para incentivar la producción, implementando el impulso del modelo de la economía creativa.

Esto representa una oportunidad, para el negocio, dado que no se cuenta con la experiencia para la producción del alimento y gracias al asesoramiento técnico, se espera

obtener el conocimiento de la infraestructura necesaria para automatizar los procesos de producción.

Económico:

El Producto Interno Bruto (PIB) de Nicaragua, registró un crecimiento del 3,8 % en el primer semestre de 2023, esto nos indica que hay un gran índice de producción. La estrategia oportuna es mantener la producción en base a la demanda del producto.

Se cuenta con el apoyo de diferentes empresas crediticias que promueven los micros, pequeñas y medianas empresas nicaragüenses, entre estas:

Financiera FDL, atiende tanto al sector rural como urbano, con un catálogo de productos diseñado para adaptarse a las diversas actividades de los clientes. Ofrece créditos a corto plazo para aprovechar oportunidades de negocios o ventas de temporada; de mediano plazo para capital de trabajo y mejoras y de largo plazo para realizar inversiones.

Financiera FDL tiene créditos desde US\$ 100 hasta US\$ 300 mil dólares, en moneda nacional o dólares norte americanos. La frecuencia de pago varía según la actividad económica de los clientes, con tasas de interés del 5 al 15%, dependiendo del plazo.

Social:

Una amenaza es que el consumidor rechace el producto al no contar con la certificación y licencia sanitaria que requiere el alimento para ser producido. Antes de iniciar operaciones, se deben realizar todos los controles y adquirir la licencia para la producción de los alimentos y evitar demandas por intoxicación.

Tecnológico:

Se requiere maquinaria para la automatización de la producción del alimento, incrementando los volúmenes en comparación a la competencia. No se posee con las maquinas a corto plazo, siendo esto una amenaza para competir con las empresas que se encuentran posicionadas en el sector.

Ecológico:

NTON 11 029- 17, inciso 6:

6.2. Los desechos sólidos y líquidos deben ser tratados y depositados de acuerdo con la legislación nacional vigente. Se contratará una empresa que se encargue del retiro de los desechos de la planta.

Legal:

NTON 11 029- 17, inciso 6:

6.1. Las nuevas instalaciones avícolas de fábricas de alimentos balanceados, plantas de procesos de aves y huevo de mesa, así como los centros de acopio de gallinaza y pollinaza deben establecerse a una distancia mínima de 3 km con respecto a granjas e incubadoras avícolas, al menos a 1 km de asentamientos urbanos, según la definición de asentamiento urbano. Para afrontar este riesgo y cumplir con lo establecido en la ley, las instalaciones de la planta productora de alimento, se ubicará en el departamento de Rivas, el cual es una zona urbana, donde predomina la agricultura y la crianza de especies avícolas. (Rivas, entrada calle del amor 50 mts al oeste)

Por otro lado, se trabajará de la mano con el Minsa y otros organismos, para contar con la licencia y certificación para la producción del alimento.

Conclusión del análisis:

A través de este análisis, se conocen los diferentes factores que se deben tener en cuenta para llevar a cabo la producción del alimento. Teniendo claro que es importante contar con la certificación y licencia para la producción del concentrado, también que es necesario automatizar los procesos de la producción para tener un mayor volumen. Por otro lado, tener en cuenta que la ubicación de la planta debe ser a 1km del sector urbano y que se debe contratar a una empresa que se haga cargo de recoger los desechos sólidos y líquidos.

7.5. Matriz FODA

Figura 4. FODA

FODA CRUZADO



DEBILIDADES

- Es un producto nuevo.
- Falta de presupuesto para el montaje de la empresa.
- No contamos con el personal capacitado para la producción.
- Poca experiencia en el sector de los alimentos avícolas.
- Falta de conocimiento del uso de las maquinarias.

AMENAZAS

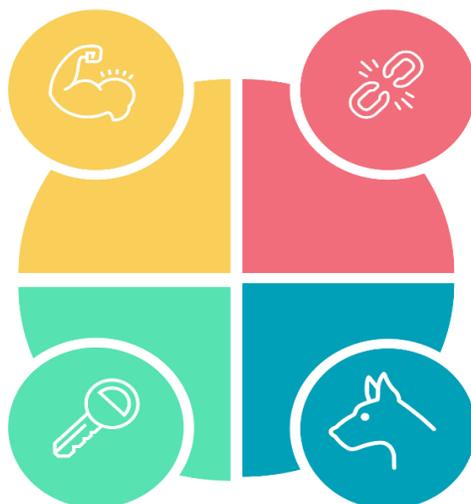
- Nuevos competidores.
- Empresas con mayor cartera de clientes, ya posicionadas en el sector.
- Aumento de los costos de la materia prima del alimento.
- No se cuenta con la certificación y licencia sanitaria para la producción.

FORTALEZAS

- Es un alimento a base de cascara de plátano.
- Es un producto innovador.
- Cumple con los estándares de calidad.
- Contiene las proteínas y carbohidratos necesarios para el engorde de los pollos.

OPORTUNIDADES

- Tiene un amplio canal de distribución.
- Existe una gran demanda del alimento de engorde.
- Asistencia técnica para la automatización del proceso de producción.
- Financiamiento a través de empresas crediticias.



Nota: (Elaboración propia)

Tabla 1. FODA cruzado

Fortalezas	Oportunidades	Amenazas
Es un alimento a base de cáscara de plátano.	Existe una gran demanda del alimento de engorde.	Nuevos competidores.
Es un producto innovador.	Tiene un amplio canal de distribución.	No se cuenta con la certificación y licencia sanitaria para la producción.
Cumple con los estándares de calidad.		
Contiene las proteínas y carbohidratos necesarios para el engorde de los pollos.		
Debilidades		
Es un producto nuevo.	Financiamiento a través de empresas crediticias.	Aumento de los costos de la materia prima del alimento.
Falta de presupuesto para el montaje de la empresa.		
No contamos con el personal capacitado para la producción.	Asistencia técnica para la automatización del proceso de producción.	Empresas con mayor cartera de clientes, ya posicionadas en el sector.
Poca experiencia en el sector de los alimentos avícolas.		
Falta de conocimiento del uso de las maquinarias.		

Nota: (Elaboración propia)

Conclusión del análisis:

Luego de estudiar cada una de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenaza que presenta la empresa, llegamos a la conclusión que es importante tener en claro las estrategias que se deben utilizar para confrontar las amenazas y debilidades, de igual manera las estrategias que se pueden usar aprovechando cada una de las oportunidades y fortalezas que se tienen.

II. PLAN DE MERCADEO



1. Planteamiento del problema

CRECIPOLLO, es un alimento de engorde para pollos a base de cáscara de plátano, donde se aprovechan todas las proteínas y minerales para su crecimiento. Este se produce en una planta ubicada en el departamento de Rivas, Nicaragua.

El alimento de engorde para pollos, normalmente es elaborado a base de maíz, por ende, el concentrado más consumido es a base de maíz, este produce los nutrientes necesarios para el engorde, pero siempre se busca un alimento que además de ofrecer los nutrientes para el engorde, le permita crecer de una manera más saludable y rápida, que contribuya a un mejor crecimiento y fortalecimiento de los huesos del pollo.

Es por esto que se decide innovar, creando un alimento que sea a base de la cáscara del plátano y se aprovechen sus propiedades para contribuir a un crecimiento más rápido y saludable, al fortalecimiento de los huesos y tenga una dieta balanceada.

A través de esta investigación, se pretende conocer el grado de aceptación de los clientes que tendría el alimento, esperando se pueda comercializar en el departamento y diversas zonas del país.

2. Justificación

En el presente documento, se realiza la investigación de mercado con el fin de conocer el grado de aceptación que tendría el lanzamiento de un alimento de engorde para pollos creado a base de cáscara de plátano.

Este será creado y producido en una planta ubicada en el municipio de Potosí del departamento de Rivas, Nicaragua. Se realizó una encuesta con preguntas cerradas a personas que se dedican a la crianza de pollos en este sector.

A través de la investigación se conoce la competencia directa e indirecta, los precios que tienen, lo que ofrecen, las preferencias de los clientes y se determina el cliente y segmento ideal para la comercialización del producto en una presentación de 25lbs.

CRECIPOLLO, es un alimento que contiene los nutrientes necesarios para un crecimiento rápido y saludable, aporta al fortalecimiento de los huesos y ofrece una dieta completamente balanceada.

3. Objetivos de la investigación

3.1. General

Realizar la investigación de mercado, utilizando como herramienta clave la encuesta, permitiendo se conozca el grado de aceptación del alimento de engorde a base de cáscara de plátano.

3.2. Específicos

Conocer el grado de aceptación que tendría el alimento de engorde para pollos a base de cáscara de plátano.

Identificar las preferencias de los clientes, en cuánto a precio, presentación y lo que espera del alimento.

Establecer los medios de distribución y comunicación que se utilizaran para la comercialización del producto.

4. Investigación de mercado

4.1. Segmento de mercado

El segmento de mercado delimitado para la investigación, son personas dueños de granjas o personas que se dedican a la crianza de pollos, ubicados en el municipio de Potosí del departamento de Rivas, Nicaragua. Dado a que ellos son los que tienen el conocimiento de la alimentación que implementan en las aves.

4.2. Buyer persona

Figura 5. Plantilla buyer de persona

 NOMBRE DEL BUYER PERSONA	[José Rafael Herrera Estrada]	PARTE 1: QUIÉN
<p>PERFIL GENERAL Trabajo, historia laboral, familia</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Propietario del negocio • 30 años como propietario del negocio • Casado, tiene 4 hijos: 2 hombres, 2 mujeres 	
<p>INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA Edad, salario, ubicación, sexo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 35 años • C\$ 30,000 mensual. • Departamento de Rivas • Masculino 	
<p>IDENTIFICADORES Trato, personalidad, como prefiere comincar</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Además de ser el propietario del negocio, es un buen líder, fomenta el trabajo en equipo, es humilde, amable, amplio conocimiento de su trabajo. Tiene Facebook, correo electrónico y llamadas telefónicas. 	

Nota: (Elaboración propia)

Figura 6. Plantilla buyer de persona

 NOMBRE DEL BUYER PERSONA	[José Rafael Herrera Estrada]	PARTE 2: QUÉ
<p>OBJETIVOS Objetivos primarios y secundarios</p> <p>RETOS Retos primarios y secundarios</p> <p>CÓMO PODEMOS AYUDAR ...para que <u>obtenga</u> los <u>objetivos</u> <u>deseados</u>. ...para que <u>pueda</u> superar los <u>retos</u></p>		<ul style="list-style-type: none"> • Hacer crecer el negocio. • Ofrecer una alimentación balanceada y saludable a sus aves. • Obtener un alimento que contenga las proteínas necesarias para el engorde de los pollos. • Ofrecer un alimento a base de cascara de plátano que contenga las propiedades necesarias para un crecimiento más rápido y saludable.

Nota: (Elaboración propia)

Figura 7. Plantilla buyer de persona

 NOMBRE DEL BUYER PERSONA	[José Rafael Herrera Estrada]	PARTE 3: POR QUÉ
<p>COMENTARIOS Ejemplos de comentarios reales sobre sus retos y objetivos.</p> <p>QUEJAS COMUNES Razones por qué no comprarían nuestro producto o servicio.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Es complicado producir un alimento cumpliendo con los estándares de calidad establecidos • Introducir un producto nuevo al mercado. • Adquirir experiencia en el transcurso del proceso. • Preferencias por alimentos tradicionales (Alimentos a base de maíz) • Precio • Por miedo a los efectos secundarios del alimento

Nota: (Elaboración propia)

Figura 8. Plantilla buyer de persona

 NOMBRE DEL BUYER PERSONA	[José Rafael Herrera Estrada]	PARTE 4: CÓMO
<p>MENSAJE DE MARKETING</p> <p>Cómo describirías la solución de tu empresa a este buyer persona.</p> <p>MENSAJE DE VENTAS</p> <p>Cómo venderías las solución a tu buyer persona</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CRECIPOLLO, es un alimento a base de cascara de plátano que contiene las propiedades necesarias para un crecimiento más rápido y saludable, te ofrece un dieta saludable y balanceado, aporta al fortalecimiento de los huesos de tu ave. • CRECIPOLLO, te ofrece una dieta balanceada, para que además de fortalecer los huesos de tus aves, tengan un crecimiento más rápido y saludable. 	

Nota: (Elaboración propia)

4.3. Tipo de investigación

En el presente trabajo se hace presente una investigación cuantitativa, dado que se basa en recopilar datos de un grupo de personas que se dedican a la crianza de pollos, esto para conocer que alimentos de engorde utilizan, dónde compran y el precio del alimento. Esto para determinar si están dispuestos a probar un alimento a base de cáscara de plátano que les ofrezca los nutrientes necesarios para un mejor crecimiento. De igual manera, las estrategias que se pueden implementar para el posicionamiento del alimento.

4.4. Población y muestra

La población tomada para la elaboración de la presente Investigación de mercado está comprendida por personas que se dedican a la crianza de pollos, en el departamento de Rivas.

Para determinar el mercado efectivo de este segmento se debe calcular la población que ha aceptado la adquisición de este producto, este dato se encuentra en la gráfica número 6, el cual indica un porcentaje de 77.6% de aceptación.

Si la población segmentada aproximadamente oscila entre 180 compradores de 13,000 habitantes en total y 9,700 personas entre 20 a 60 años, según INIDE 2023, junto con el porcentaje de aceptación del producto es de 77.6%, entonces el mercado disponible es de:

$$\text{Mercado disponible} = \frac{180 \times 77.6\%}{100\%}$$

$$\text{Mercado disponible} = 139.68$$

4.5. Métodos y recolección de datos

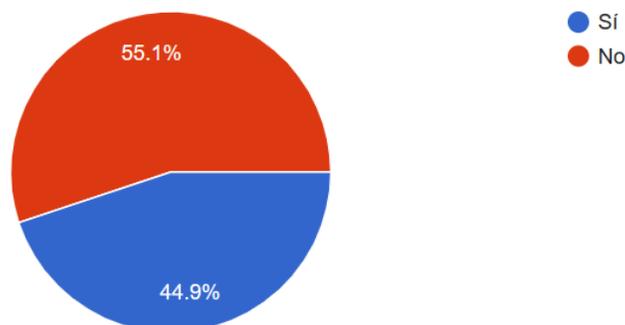
La información que se recopiló, se logró mediante una encuesta dirigida a las personas que se dedican a la crianza de pollos, en el departamento de Rivas.

Las técnicas utilizadas para la recolección de datos fueron las encuestas con preguntas cerradas. En la encuesta se espera obtener respuestas acerca del uso de alimento de engorde y el grado de aceptación que tendría el alimento a base de cáscara de plátano.

4.6. Análisis y discusión de los resultados

Los resultados de la encuesta se realizaron por medio de Google Forms. Los datos para el consumo de alimentos de engorde para pollos se presentan a continuación:

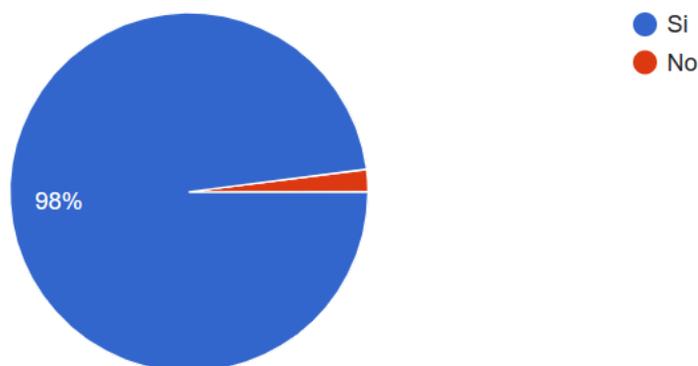
Grafico 1. ¿Conoce el alimento de engorde para pollo a base de cáscara de plátano?



Nota: (Elaboración propia)

Como se presenta en el gráfico 1, de los 49 encuestados en el departamento de Rivas representa un 55% de la población desconoce un alimento de engorde para pollos elaborado a base de cascara de plátanos, el cual representa una oportunidad de ofrecer un producto nuevo.

Grafico 2. ¿Compra alimento de engorde para pollos?



Nota: (Elaboración propia)

Mayoritariamente el sector de Rivas compra alimentos de engorde para pollos con un 98% de afirmación, por ende, opta una visión positiva para este nuevo producto.

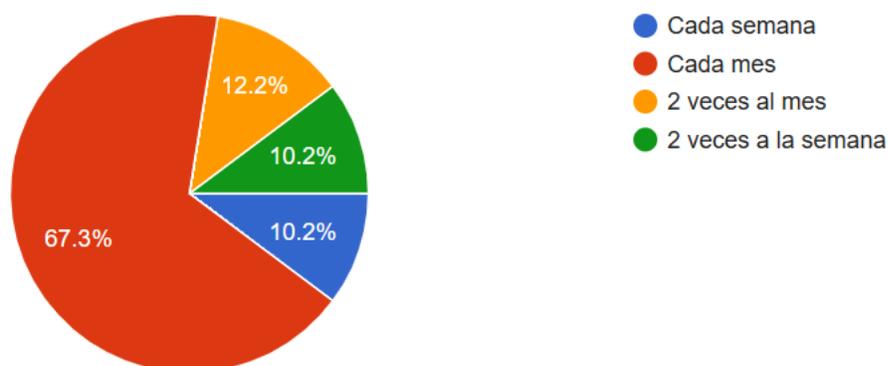
Grafico 3. ¿Qué tipo de alimento de engorde compra normalmente?



Nota: (Elaboración propia)

Los consumidores optan por los concentrados para pollos a base de maíz, lo que comúnmente se comercializa en el mercado, un alimento tradicional.

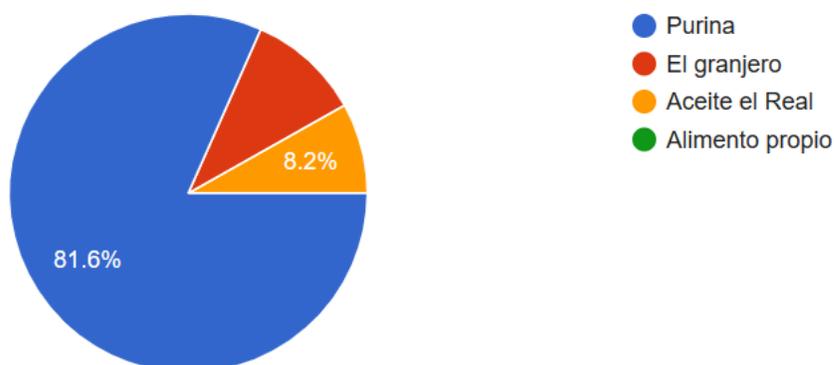
Grafico 4. ¿Qué frecuencia compra alimento de engorde?



Nota: (Elaboración propia)

Los consumidores prefieren realizar sus compras mensualmente, por lo que representa la mayor cantidad de adquisición con respecto al tiempo. Es importante resaltar que existe un 12% de probabilidades que este producto sea adquirido 2 veces al mes por un solo comprador para abastecer su granja.

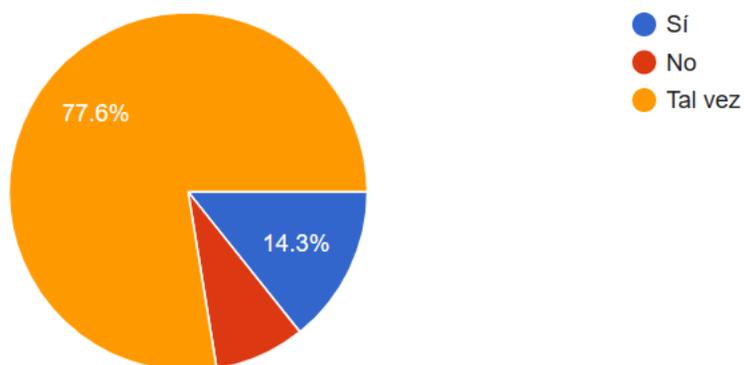
Grafico 5. ¿Qué marca de alimento adquiere?



Nota: (Elaboración propia)

Eventualmente la marca de alimento de engorde para pollos con mayor demanda en el departamento de Rivas es Purina, representando la mayor competencia en dicha zona, seguido de Aceite el Real y luego el granjero. De igual manera se puede observar que la mayoría prefiere comprar el concentrado, en vez de crear su propio alimento.

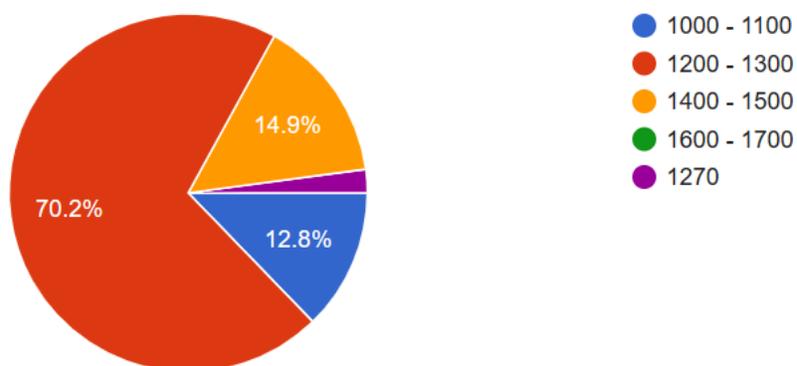
Grafico 6. ¿Compraría un alimento de engorde a base de cáscara de plátano?



Nota: (Elaboración propia)

Según esta encuesta de 49 personas un 77% de probabilidad (más de la mitad) aceptarían un producto nuevo en el mercado de alimentos para pollos elaborado con el ingrediente de cáscara de plátano, en términos estadísticos es aceptable este porcentaje.

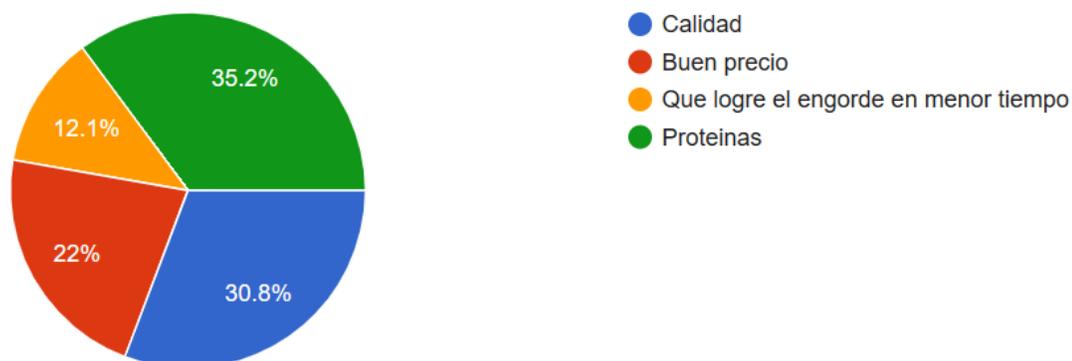
Grafico 7. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar?



Nota: (Elaboración propia)

El precio propuesto por los consumidores oscila entre 1200 y 1300 córdobas, esto puede indicar que como es un producto nuevo intentarían pagar un precio intermedio a los otros productos cotidianos.

Grafico 8. ¿Qué busca en el alimento de engorde para pollos?



Nota: (Elaboración propia)

El beneficio mayoritariamente esperado por los consumidores consiste en que el producto ofrezca excelente calidad y aporte las proteínas necesarias, lo cual de esta manera brinda mejor salud y crecimiento para esta especie avícola.

4.7. Recomendaciones y conclusión del análisis

Según la encuesta realizada con una muestra de 49 personas en el departamento de Rivas, acerca de un producto nuevo en el mercado de un alimento de engorde para pollos con un ingrediente que sea rico en nutrientes, a como lo es la cáscara de plátano.

Este se considera aceptable para los consumidores, ya que además de cumplir con los estándares de calidad, beneficia a la especie brindándole los nutrientes necesarios para que tengan un crecimiento rápido y saludable. Para esto se toman en cuenta las preferencias del cliente en cuanto a precios y presentación, por ende, se establece una presentación de 25lb con un precio de C\$ 600 córdobas.

5. Desarrollo del producto

5.1. Descriptor del producto

CRECIPOLLO, es un alimento de engorde para pollos creado a base de cáscara de plátano, soya, maíz amarillo, cascarita de maíz y semilla de girasol. Estos aportan los nutrientes necesarios para un crecimiento más rápido y saludable, que aporta a fortalecimiento de los huesos y le provee una dieta balanceada al ave.

5.2. Características y atributo

El alimento de engorde para pollos es un elemento creado a base de cáscara de plátano, en conjunto a la soya, maíz amarillo, cascarita de maíz y semilla de girasol, crean un alimento que cuenta con los nutrientes necesarios para el fortalecimiento de los huesos, le proporciona una dieta balanceada que lo lleva a tener un crecimiento más rápido y saludable.

Atributo: Calidad, se ofrece un producto de calidad, que cumple con los nutrientes necesarios para un engorde rápido y saludable.

5.3. Oferta de valor del producto

1. Aumenta la inmunidad (se forma la producción de anticuerpos contra infecciones y enfermedades).
2. Contiene fósforo y potasio, que mejoran el metabolismo y el desarrollo del sistema esquelético.
3. Aceptación rápida de los alimentos, por lo que el aumento de peso se produce más rápido que con los concentrados comunes.
4. Implementa una dieta completa y balanceada, que facilita la crianza de los pollos.
5. Cumple con el esquema de alimentación correcto.

5.4. Marca y sus elementos

5.4.1. Isologo

Figura 9. Isologo



Nota: (Elaboración propia)

Isologo: Es la agrupación de un símbolo con palabras, ambos elementos conviven en un mismo espacio que es imposible separar uno de otro. Un isologo permite que las partes visual y textual se fusionen para crear la representación gráfica de una marca.

Slogan: CRECIPOLLO, para un crecimiento más rápido y saludable.

Rojo: Representa la **energía y fuerza** que le proporciona el alimento al pollo, dado que le proporciona los nutrientes necesarios para que tenga un crecimiento fuerte y saludable donde esté lleno de energía.

Naranja: Representa la **calidad** del alimento, transmite confianza en que nuestro alimento puede engordar al pollo de manera rápida y saludable.

Amarillo: Le proporciona al cliente la **tranquilidad** que de que nuestro alimento cuenta con los nutrientes necesarios para el engorde de la especie avícola.

5.4.2. Envasado y etiquetas

Figura 10. Empaque y su etiqueta



Nota: (Elaboración propia)

La longitud total del empaque es de 45 cm. de largo y 60 cm., éste contiene toda la información sobre el alimento, en la parte frontal presenta el nombre del alimento, el peso neto y el diseño del logotipo, en la parte posterior tenemos los datos correspondientes a la marca, la fecha de elaboración y caducidad, número de registros sanitario, los beneficios, indicaciones, modo de implementación, código de barras, origen de fabricación y datos del distribuidor mayorista, contenido e información para dar al servicio al consumidor.

6. Objetivos del plan de marketing

6.1. General

Diseñar un plan de marketing, a través de estrategias que permitan el posicionamiento del alimento de engorde creado a base de cáscara de plátano, en el departamento de Rivas, Nicaragua.

6.2. Específicos

Crear estrategias que ayuden al posicionamiento en un 80% durante los 6 primeros meses del proyecto, a través de estrategias tradicionales, permitiendo el conocimiento del producto a los consumidores.

Determinar el grado de aceptación del alimento en el primer año, estableciendo así nuevas estrategias que contribuyan en un 50% a los canales de distribución y adquisición del producto.

7. Mix de marketing

7.1. Precio

7.1.1. Precio neto

El precio neto del producto es de C\$600 córdobas

Al producir al menor costo posible se obtendrá eficiencia y eficacia en la producción de este producto lo que permitirá optimizar los recursos de la empresa.

Los distribuidores obtendrán ganancias del 20% en la venta de este producto.

7.1.2. Precio de venta al público

A los clientes directos de la empresa se les sugiere que aplique un precio de venta al público a un 15% a 20% respecto al consumidor final.

7.1.3. Estrategias de precio

En cuanto a la estrategia de precio, según las encuestas, muestran que el 70.2% de los avícolas clientes pagan alrededor de 1 200 a 1300 córdobas por una presentación de 25lb de concentrado. Al realizar el análisis de precios que CRECIPOLLO, tiene frente a la competencia se encontró que los precios de la empresa son bajos, lo que genera que muchas personas consuman el alimento y se perciba como una marca accesible.

Para poder mantener la calidad de los productos los costos y el margen de utilidad que busca la empresa son los justos, por lo cual el enfoque principal dentro del plan de

mercadeo es mostrar a los consumidores que el precio está directamente relacionado con la calidad y las proteínas que se ofrecen.

Estrategia 1: Presentar al cliente un precio de introducción, en el primer mes de C\$600 córdobas.

Objetivo: Establecer un precio de introducción para la venta del producto en el primer mes.

Meta: Vender 400 unidades en el primer mes, esto para lograr la meta de 4800 unidades en el primer año.

Acciones:

Crear una base de datos con los clientes potenciales.

Ofrecer el alimento al cliente con el precio de introducción.

Informarle que puede obtener un margen de ganancia del 20%.

Estrategia 2: Establecer descuento del 20% por la compra de 24 presentaciones.

Objetivo: Proporcionar un descuento del 20%, donde se incentive al cliente a una mayor compra del alimento.

Meta: Aumentar el porcentaje de venta de los primero tres meses con descuentos atractivos para el cliente.

Acciones:

A través de la visita a los distribuidores, informarles que por la compra de 24 unidades del producto pueden obtener un descuento del 20% por el mes de enero y febrero.

Llamar a los distribuidores para informarles de 20% de descuento por la compra de 24 productos por el mes de enero y febrero.

7.2. Plaza

La planta de distribución CRECIPOLLO, estará en una planta ubicada estratégicamente, en la zona urbana, dado que ahí donde predomina la agricultura y la crianza de especies avícolas. (Rivas, entrada calle del amor 50 mts al oeste). De igual manera la parte del transporte es más viable por las rutas alternas que permiten llegar mucho más rápido al centro o sur del municipio. Además, es un sitio frecuentado por las personas que se abastecen de algunos productos, lo que permite tener un mayor acceso de aliados potenciales.

La distribución de este alimento de engorde para pollos será a una distribución selectiva, ya sea veterinarias, ventas de concentrados, distribuidoras.

Estrategia 1: Establecer una ruta de distribución del alimento de engorde, creando una agenda de visita que permita llegar a más puntos de venta.

Objetivo: Lograr un mayor alcance de punto de venta en el departamento de Rivas, Nicaragua.

Meta: Establecer una ruta de distribución del alimento de engorde, creando una agenda de visita que permita llegar a más puntos de venta.

Acciones:

La venta del producto se hará a través de asesores de venta, que cubrirán una ruta establecida.

Se manejarán también pedidos telefónicamente, ya que muchos tienen mayor rotación de producto y requieren surtir con una frecuencia más alta.

La distribución del producto se hará por medio de un camión, el cual será de propiedad de CRECIPOLLO, lo que permite garantizar una entrega oportuna y óptimas condiciones del producto.

Estrategia 2: Ofrecer atención personalizada a cada distribuidor, logrando así su fidelización.

Objetivo: Lograr la fidelización del cliente al momento de la adquisición de un alimento de engorde.

Meta: Alcanzar en un 50% la fidelización de los clientes, logrando nos tengan como primera opción al momento de comprar el alimento de engorde.

Acciones:

Crear una base de datos de los potenciales distribuidores del producto.

Ya definida la ruta de distribución, se realizarán visitas cada 15 días a los puntos de ventas.

Se realizarán llamadas a los distribuidores 1 vez a la semana, esto, para saber si el producto está siendo aceptable por los consumidores finales.

Entregar a cada distribuidor un flyer para indicar que ofrece el alimento.

Cada asesor de ventas, brindará una atención personalizada a cada distribuidor del producto.

Estrategia 3: Crear alianzas estratégicas con las diferentes veterinarias ubicadas en Rivas, logrando llegar a más puntos de venta dentro del departamento.

Objetivo: Establecer alianzas con las veterinarias del departamento de Rivas, logrando tener más puntos de ventas del alimento.

Meta: Posicionarse en el 50% de las veterinarias del departamento de Rivas en los primeros 6 meses.

Acciones:

Crear una base de datos de las veterinarias del departamento.

Realizar una visita dónde se le explique al encargado de la veterinaria los beneficios que obtendrá al convertirse en distribuidor oficial del alimento.

Proporcionar a los distribuidores, dispensadores del alimento para una mejor presentación del alimento.

7.3. Promoción

Estrategia 1: Diseñar volantes informativos del alimento de engorde.

Objetivo: Promocionar el alimento, a través de volantes informativos a cerca de los beneficios del alimento.

Meta: Informar a los distribuidores de los beneficios que proporciona el alimento al momento de ser consumido por la especie avícola.

Acciones:

Diseñar volantes que tenga la información de los beneficios y datos de contacto del alimento.

Entregar a los distribuidores los volantes, para que conozcan los beneficios.

Estrategia 2: Implementar una cuña radial en las emisoras locales.

Objetivo: Promocionar el alimento de engorde creado a base de cáscara de plátano, a través de una cuña radial de 20s, 3 veces al día.

Meta: Emitir una cuña radial dos veces al día en emisoras locales como: Rumbos, Poder de Cristo, XO Shalom, logrando tener un mayor alcance en el mercado avícola.

Acciones:

Desarrollar una cuña radial de 20s para impulsar el producto a través de emisoras locales.

Comunicar los beneficios del alimento creado a base de cáscara de plátano y datos de contacto de la empresa.

La cuña se pasará por un tiempo de 3 meses, 3 veces al día.

Estrategia 3: Presencia de un stand de la marca en ferias ganaderas.

Objetivo: Presentar el alimento de engorde creado a base de cáscara de plátano en las diferentes ferias ganadera que se realicen en el departamento.

Meta: Dar a conocer el alimento de engorde en ferias ganaderas, logrando así tener un mayor alcance en el mercado avícola.

Acciones:

Crear una agenda con las diferentes ferias ganaderas que se realizan en el departamento.

Presentar un stand con el alimento de engorde y sus beneficios.

Presentar descuentos del 10% por compras mayores a 12 quintales, 20% por las compras mayores a 24 quintales.

Orientar a los clientes de los distribuidores oficiales del producto.

Estrategia 4: Realizar activaciones en los diferentes puntos de venta, para dar a conocer los distribuidores del alimento de engorde creado a base de cáscara de plátano.

Objetivo: Presentar a los distribuidores oficiales el alimento de engorde a través de activaciones en los diferentes puntos del departamento.

Meta: Aumentar las ventas del producto en un 40%, dando a conocer quienes distribuyen el alimento.

Acciones:

Crear una agenda con los distribuidores para realizar las activaciones.

Realizar activaciones en los diferentes puntos de ventas, para que conozcan los beneficios del producto.

Entregar muestras del alimento a los posibles compradores.

8. Estimaciones económicas

8.1. Cálculo de la demanda

Tabla 2. Cálculo de la demanda

Datos de Investigación de Mercado		
Item	Categoría	Descripción
1	Segmento	Personas, 25 - 55 Años, Rivas-Nicaragua
2	Población	13,500.00
3	Marco Muestral	Censo INIDE 2008
4	Producto	Alimento para pollos
5	% Actualmente Compra	80%
6	Frecuencia Anual	6.00
7	Volumen de Compra	1.00
8	% Dispuesto a Comprar	60%
9	Precio de Compra	C\$ 600
Datos del Sector Industrial / Macroentorno		
Item	Categoría	Descripción
10	Crecimiento del Sector	8.40%
11	Inflación	2.93%
12	Intensidad de Rivalidad	Alta
13	Ciclo de Vida del Sector	Introducción

Participación de Mercado	
Intensidad de Rivalidad	% de Participación
Baja	25%
Media	15%
Alta	4.50%
Ciclo de Vida	% de Participación
Introducción	20% - 30%
Crecimiento	10% - 20%
Madurez	5% - 10%
Declinación	0.5% - 5%

Datos de Investigación de Mercado		
Item	Categoría	Descripción
1	Demanda Total	35,000.00
2	Demanda Potencial	21,000.00
3	Cuota de Mercado	4.50%
4	Demanda Inicial	1,575.00

Nota: (Elaboración propia)

8.2. Proyecciones de venta

Las ventas proyectadas tienen el propósito de estimar el comportamiento de las ganancias de la empresa a futuro.

Tabla 3. Proyecciones de venta

CONCEPTOS	AÑOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO														
	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Unidades	Precio Unit.	Monto	Unidades	Precio Unit.	Monto	Unidades	Precio Unit.	Monto	Unidades	Precio Unit.	Monto	Unidades	Precio Unit.	Monto
Ingresos por Venta de Concentrado	4,800	600.00	2,880,000.00	5,760	612.00	3,525,120.00	6,912	624.24	4,314,746.88	8,294.40	636.72	5,281,250.18	9,953.28	649.46	6,464,250.22
Ingresos Totales	4,800.00		2,880,000.00	5,760.00		3,525,120.00	6,912.00		4,314,746.88	8,294.40		5,281,250.18	9,953.28		6,464,250.22

El cuadro anterior representa una proyección de venta de 5 años, en el primer año proyectado se tiene que vender 4 800 unidades de concentrado en una presentación de 25lb, para obtener un ingreso de C\$2,880,000.00, en el segundo año se proyecta vender 5 760 unidades de concentrado en una presentación de 25lb, para obtener ingresos de C\$ 3,525,120.00, en el tercer año se tiene proyectado vender 6 912 unidades de concentrado obteniendo ingresos de C\$ 4,314,746.88. En el cuarto año se proyecta vender 8 294.40 unidades con un ingreso de C\$ 5, 281,250.18 y en el último año se espera alcanzar una proyección en las ventas de 9 953.28 unidades, obteniendo C\$ 6, 464,250.22.

9. Plan de marketing

9.1. Estrategias de lanzamiento de un nuevo producto

Objetivo	Línea estratégica	Acción	Indicador	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Presupuesto	Responsable	
Lanzamiento de un nuevo producto.	Presentar al cliente un precio de introducción, en el primer mes de C\$600 córdobas.	Crear una base de datos con los clientes potenciales.	Vender 400 unidades en el primer mes, esto para lograr la meta de 4800 unidades en el primer año.	X				-	Mercadeo	
		Ofrecer el alimento al cliente con el precio de introducción.			X	X		-	Mercadeo	
		Informarle que puede obtener un margen de ganancia del 20%.			X	X	X	-	Mercadeo	
	Establecer descuento del 20% por la compra de 24 presentaciones.	A través de la visita a los distribuidores, informarles que por la compra de 24 unidades del producto pueden obtener un descuento del 20% por el mes de enero y febrero.	Aumentar el porcentaje de venta de los primero tres meses con descuentos atractivos para el cliente.		X	X	X		-	Mercadeo
		Llamar a los distribuidores para informarles de 20% de descuento por la compra de 24 productos por el mes de enero y febrero.			X	X	X		-	Mercadeo
					X	X	X		-	Mercadeo

Objetivo	Línea estratégica	Acción	Indicador	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Presupuesto	Responsable
Lanzamiento de un nuevo producto.	Establecer una ruta de distribución del alimento de engorde, creando una agenda de visita que permita llegar a más puntos de venta.	La venta del producto se hará a través de asesores de venta, que cubrirán una ruta establecida.	Establecer una ruta de distribución del alimento de engorde, creando una agenda de visita que permita llegar a más puntos de venta.		X	X	x	-	Mercadeo
		Se manejarán también pedidos telefónicamente, ya que muchos tienen mayor rotación de producto y requieren surtir con una frecuencia más alta.			X	X	X	-	Mercadeo
		La distribución del producto se hará por medio de un camión, el cual será de propiedad de CRECIPOLLO, lo que permite garantizar una entrega oportuna y óptimas condiciones del producto.			X	X	X	-	Mercadeo

Objetivo	Línea estratégica	Acción	Indicador	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Presupuesto	Responsable
Lanzamiento de un nuevo producto.	Ofrecer atención personalizada a cada distribuidor, logrando así su fidelización.	Crear una base de datos de los potenciales distribuidores del producto.	Alcanzar en un 50% la fidelización de los clientes, logrando nos tengan como primera opción al momento de comprar el alimento de engorde.	X	X			-	Mercadeo
		Ya definida la ruta de distribución, se realizarán visitas cada 15 días a los puntos de ventas.			X	X	X	-	Mercadeo
		Se realizarán llamadas a los distribuidores 1 vez a la semana, esto, para saber si el producto está siendo aceptable por los consumidores finales.			X	X		-	Mercadeo
		Entregar a cada distribuidor un flyer para indicar que ofrece el alimento.							
		Cada asesor de ventas, brindará una atención personalizada a cada distribuidor del producto.			X	X	X	-	Mercadeo

Objetivo	Línea estratégica	Acción	Indicador	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Presupuesto	Responsable	
Lanzamiento de un nuevo producto.	Crear alianzas estratégicas con las diferentes veterinarias ubicadas en Rivas, logrando llegar a más puntos de venta dentro del departamento.	Crear una base de datos de las veterinarias del departamento.	Posicionarse en el 50% de las veterinarias del departamento de Rivas en los primeros 6 meses.	X	X			-	Mercadeo	
		Realizar una visita donde se le explique al encargado de la veterinaria los beneficios que obtendrá al convertirse en distribuidor oficial del alimento.		X	X	X		-	Mercadeo	
		Proporcionar a los distribuidores, dispensadores del alimento para una mejor presentación del alimento.			X	X	X	-	Mercadeo	
	Diseñar volantes informativos del alimento de engorde.	Diseñar volantes que tenga la información de los beneficios y datos de contacto del alimento.	Informar a los distribuidores de los beneficios que proporciona el alimento al momento de ser consumido por la especie avícola.		X	X	X		-	Mercadeo
		Entregar a los distribuidores los volantes, para que conozcan los beneficios.			X	X	X	-	Mercadeo	

Objetivo	Línea estratégica	Acción	Indicador	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Presupuesto	Responsable
Lanzamiento de un nuevo producto.	Implementar una cuña radial en las emisoras locales.	Desarrollar una cuña radial de 20s para impulsar el producto a través de emisoras locales.	Emitir una cuña radial dos veces al día en emisoras locales como:	X	X	X	X	-	Mercadeo
		Comunicar los beneficios del alimento creado a base de cáscara de plátano y datos de contacto de la empresa.	Rumbos, Poder de Cristo, XO Shalom, logrando tener un mayor alcance en el mercado avícola.		X	X	X	-	Mercadeo
		La cuña se pasará por un tiempo de 3 meses, 3 veces al día.			X	X	X	-	Mercadeo
	Presencia de un stand de la marca en ferias ganaderas.	Crear una agenda con las diferentes ferias ganaderas que se realizan en el departamento.	Dar a conocer el alimento de engorde en ferias ganaderas, logrando así tener un mayor alcance en el mercado avícola.	X	X			-	Mercadeo
		Presentar un stand con el alimento de engorde y sus beneficios.				X	X	-	Mercadeo
		Presentar descuentos del 10% por compras mayores a 12 quintales, 20% por las compras mayores a 24 quintales.			X	X	X	-	Mercadeo

		Orientar a los clientes de los distribuidores oficiales del producto.			X	X	X	-	Mercadeo
--	--	---	--	--	---	---	---	---	----------

Objetivo	Línea estratégica	Acción	Indicador	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Presupuesto	Responsable
Lanzamiento de un nuevo producto.	Realizar activaciones en los diferentes puntos de venta, para dar a conocer los distribuidores del alimento de engorde creado a base de cáscara de plátano.	Crear una agenda con los distribuidores para realizar las activaciones.	Aumentar las ventas del producto en un 40%, dando a conocer quienes distribuyen el alimento.		X	X	X	-	Mercadeo
		Realizar activaciones en los diferentes puntos de ventas, para que conozcan los beneficios del producto.			X	X	X	-	Mercadeo
		Entregar muestras del alimento a los posibles compradores.		X	X	X		-	Mercadeo

Nota: (Elaboración propia)

10. Conclusión y recomendaciones

La demanda de alimento para aves con una presentación innovadora y características que mejoran la calidad de vida de la especie es la principal observación por parte de las personas que fueron encuestadas en el Municipio de Potosí, Rivas. Estos afirman que estarían dispuestos a comprar un alimento de engorde creado a base de cáscara de plátano. Nos exponen que ellos comprar alimento a base de maíz, cada vez o 2 veces al mes, con un precio promedio de 1 200 a 1 300 córdobas.

Las estrategias y el plan de mercadeo, se resumen en establecer contacto con los distribuidores y llegar de manera sutil al cliente por medio de volantes informativos, ferias agrónomas, visitas a los distribuidores y atención personalizada. Por lo que, se espera un consumo de 4 800 unidades del producto en el primer año.

III. OPERACIONES



1. Objetivos

1.1. Objetivo general

Establecer los procesos de producción del alimento de engorde para pollo creado a base de cáscara de plátanos, satisfaciendo la demanda del alimento en el departamento de Rivas.

1.2. Objetivos específicos

Corto plazo: Producir 2 400 unidades en una presentación de 25lb de alimento de engorde en los dos primeros trimestres del año, abasteciendo la demanda del departamento en el primer semestre.

Mediano plazo: Incrementar la producción a 5 760 unidades de 25lb en el segundo año de producción, abasteciendo el aumento de la demanda por parte de los consumidores.

Largo plazo: Industrializar los procesos de producción del alimento de engorde, incrementando en un 50% el nivel de producción, satisfaciendo así una demanda más alta del producto.

2. Especificaciones del producto

CRECIPOLLO es un alimento de engorde para pollos creado a base de cáscara de plátano, sal mineral, avena, maíz, songo, no contiene preservantes. Se ofrece en una presentación de 25lb, es producido en Rivas. Ayuda al fortalecimiento de los huesos, proporciona una dieta balanceada (No necesita de alimentos sustitutos), mejora el sistema inmunológico y permite un crecimiento y engorde rápido.

Tabla 4. Proporciones y aporte nutricional de los ingredientes bases en el alimento.

Ingredientes	Cáscara de plátano	Maíz amarillo	Avena	Sal mineral	Total
Cantidad	3628 g	3175 g	1360 g	907 g	11.33 kg
Energía (kcal)	975	1308	516	450	3996
Proteínas (g)	165	50,44	62,67	0	310
Grasas (g)	24,25	6,16	27,75	49,9	121
Carbohidratos (g)	0	169,5	0	0	318,56
Fibras (g)	2,5	48,8	0	0	71
Calcio (g)	9,5	0,116	0,044	0	9,76368
Hierro (g)	0,075	0,01276	0,00296	0	0,09978
Potasio (g)	2,125	1,452	0,88	0	5,28068
Vitamina E (g)	0,00325	0	0	0	0,00325

Nota: (Elaboración propia)

Etiqueta y empaque del producto

Figura 11. Etiqueta y empaque del producto.



Nota: (Elaboración propia)

3. Descripción del proceso de producción

Recepción de materia prima: Transportar las cascaras de plátano residuales de la fábrica peladora de plátano San José el cual son desechadas sin ningún valor, sin embargo, se llegó un acuerdo de un precio simbólico de 50 córdobas por quintal de cascaras de plátano.

Inspección: Revisar que toda la materia prima e ingredientes estén en óptimas condiciones para proseguir con la elaboración de este concentrado para la especie avícola, y garantizar la calidad del producto.

Secado: Asolear las cascaras de plátano maduro por 5 días hábiles, esto para que se conjugue con los demás ingredientes al momento de la molienda y sea mejor triturado por los pollos, proporcionando almidones (azucres) el cual es beneficioso en proteínas para dicha especie.

Molienda: Es la parte donde se mezclan todos los ingredientes con la máquina para moler, teniendo en cuenta que solamente una pasada es necesario para obtención de este alimento, debido a que si queda muy fino será propenso a ser volátil y se disipará con el viento, no siendo consumido por los pollos.

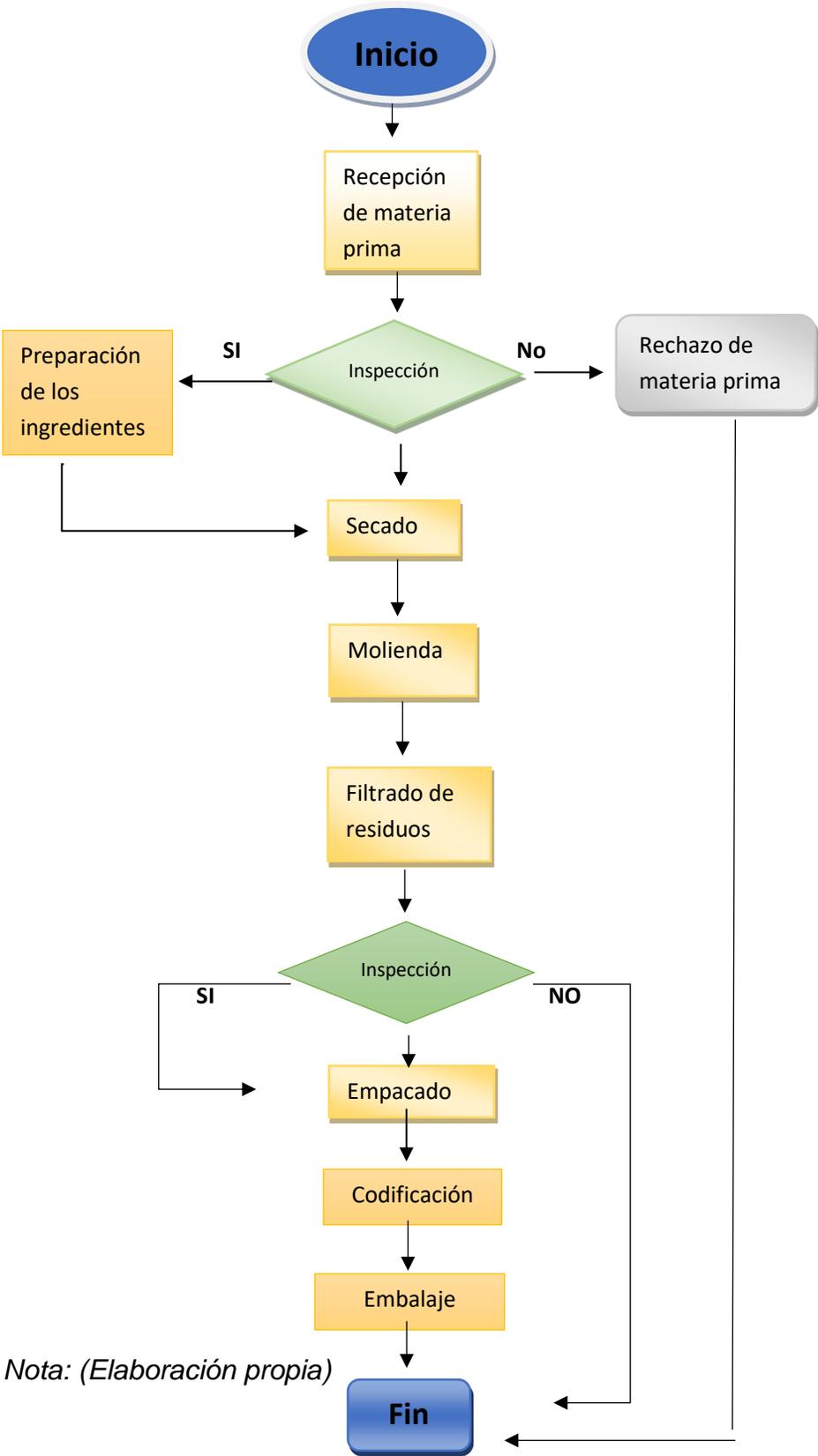
Inspección de calidad: En un colador se separan las malezas que se infiltran en la molienda, esto con el objetivo de producir un alimento de engorde de calidad apto para el consumo saludable de la especie avícola.

Empaque: Ya lista la preparación de los ingredientes se procede al empaque de 25 libras resistentes a temperaturas y humedad, para luego el sellado del producto.

Embalaje: El producto terminado se coloca en la bodega de productos terminados, en filas que soportan hasta 20 presentaciones de alimento, esto para que sea más fácil al momento de su distribución. La bodega debe estar a temperatura ambiente y se colocan sobre polines.

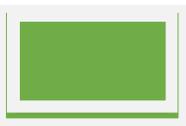
4. Diagrama de flujo

Figura 12. Diagrama de flujo.



Nota: (Elaboración propia)

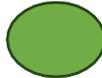
5. Cronograma de proceso de producción

Simbología	Etapa	Descripción	Tiempo
	1	Inicio	
	2	Recepción y transporte de materia prima	40 minutos
	3	Inspección y evaluación de la materia prima recibida	15 minutos
	4	Secado de cascaras de plátano maduro	48 horas
	5	Molienda de todos los ingredientes	15 minutos
	6	Filtrado de residuos.	15 minutos
	7	Empacado en presentaciones de 25 libras.	10 minutos

CRECIPOLLO

	8	Codificación del producto	15 minutos
	9	Embalaje	10 minutos
	10	Final	
		TOTAL	3000 minutos (50 horas)

Nota: (Elaboración propia)

Ficha resumen del proceso de manufactura					
Proceso	Elaboración de alimento de engorde para pollos, CRECIPOLLO.	Actividad	Pasos	Tiempo (min)	Distancia (m)
			2	80	0
Encargado	Operarios		2	40	0
			2	15	0
Principio	Abastecimientos de las maquinarias con los insumos requeridos		1	20	0
			5	150	0

Final	Contabilización del producto terminado para ser almacenado		7	35	101
		Total	19	530 minutos	101 metros

Nota: (Elaboración propia)

6. Equipo e instalaciones

Tabla 5. Equipos y herramientas para utilizar en producción

No.	EQUIPO	UNIDAD	MARCA	COSTO
				/UND
1	Máquina de molienda	1	L.B. Bohle	C\$ 54750
2	Filtro de residuos	1	LK-450 A	C\$ 16790
3	Báscula de plataforma	1	Steinberg Systems	C\$ 14600
4	Selladora de sacos	1	Metronic	C\$ 1825
No.	HERRAMIENTA	UNIDAD	MARCA	
1	Recipientes	4	-----	C\$ 1300
2	Mesas	4	-----	C\$ 1000
3	Cuchillos	6	-----	C\$ 150
4	Cucharas	10	-----	C\$ 80
TOTAL				C\$ 98865 (2700 dólares)

Nota: (Elaboración propia)

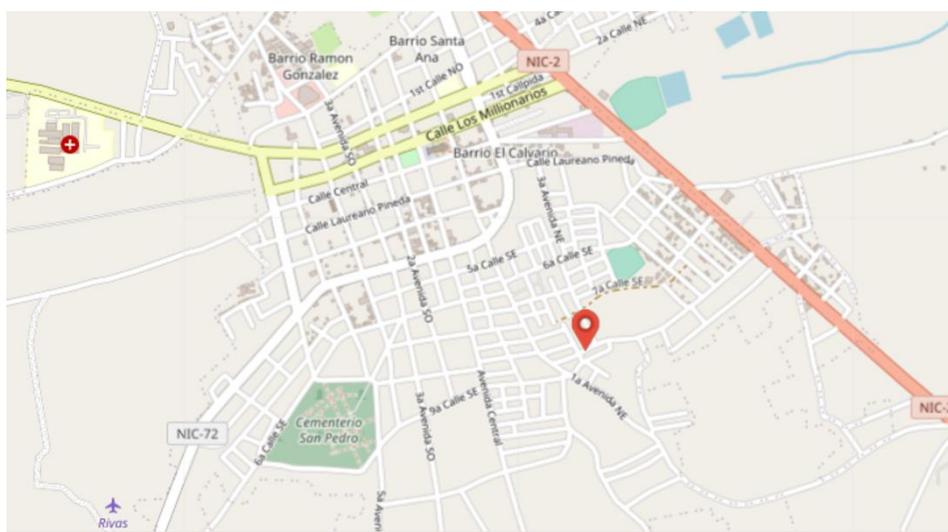
Otros servicios adicionales y que también son de vital en el proceso son:

- ✓ Internet
- ✓ Agua
- ✓ Energía eléctrica
- ✓ Servicios técnicos de mantenimientos.
- ✓ Edificio propio

6.1. Ubicación de la empresa

El presente proyecto está destinado a realizarse en la ciudad de Rivas (Nicaragua), el cual es una zona urbana que cuenta con facilidades básicas de electricidad, agua potable, internet, es una zona donde predomina la agricultura y la crianza de especies avícolas. (Rivas, entrada calle del amor 50 mts al oeste).

Figura 13. Ubicación de la empresa.



Nota: (Elaboración propia)

6.2. Capacidad instalada

Tabla 6. Capacidad instalada

Capacidad de producción					
Incremento de la producción trimestral (1 año)					
Producción (Unidad)	1° trimestre	2° trimestre	3° trimestre	4° trimestre	
Libras	30,000	30,000	30,000	30,000	
Incremento de la producción anual					
Producción (Unidad)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Libras	120,000	144,000	172,800	207,350	248,825

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN		CANTIDAD	UNIDAD	
Capacidad de producción máxima hora		52	Libra/hora	
Capacidad de producción máxima mes		10,000	Libra/mes	
Capacidad de producción máxima año		120,000	Libra/año	
CAPACIDAD DE MANO DE OBRA				
	1° trimestre	2° trimestre	3° trimestre	4° trimestre
Personal (cantidad)	5	5	5	5
Salario promedio	C\$75,690	C\$75,690	C\$75,690	C\$75,690
			Total (año)	C\$302,760

Nota: (Elaboración propia)

7. Diseño y distribución de planta y oficina

Figura 14. Diseño y distribución de la planta
Planta procesadora de alimento para pollos



Nota: (Elaboración propia)

8. Materia prima

Las materias primas establecidas para elaborar el alimento de engorde para pollos son: Cáscara de plátano, maíz, sorgo, sal mineral y avena. Los insumos corresponden al agua, empaque y etiqueta.

8.1. Necesidades de materia prima

Descriptor	Unidad	Cantidad/unidad	Cantidad/lote	clasificación
Cáscara de plátano	Kg	3.62	3620	Materia prima
Maíz amarillo	Kg	3.17	3170	Materia prima
Sorgo	Kg	2.26	2260	Materia prima
Avena	Kg	1.36	1360	Materia prima
Sal mineral	Kg	1.00	1000	Materia prima
Bolsa y etiqueta	Unidad	1	1000	Insumo

Nota: (Elaboración propia)

8.2. Identificación de proveedores y cotizaciones

Materia prima	Proveedores	Precio / lb o unidad	Calidad	Selección
Cáscara de plátano	Agrícola Nandaime S.A	C\$80	Alta	X
	Platanera San Pedro	C\$30	Baja	
	Procesadora de plátano Sta. Julia	C\$50	Alta	
Maíz amarillo	GUIAGRO	C\$18	Alta	X
	DISAGRO	C\$15	Alta	
	CODINSA	C\$10	Media	
	ENABAS	C\$10	Media	
Avena	Distribuidora Sta. fe	C\$15	Media	X
	Distribuidora la	C\$10	Baja	
	Esperanza	C\$20	Alta	
	Avena a Granel	C\$15	Media	
	ENABAS			
Sal mineral	SALNICSA	C\$160	Alta	X
	Distribuidora la	C\$130	Baja	
	Esperanza	C\$150	Media	
	Distribuidora Sta. fe	C\$150	Media	
	ENABAS			
Sorgo	GUIAGRO	C\$12	Alta	X
	DISAGRO	C\$12	Alta	
	CODINSA	C\$10	Media	
	ENABAS	C\$10	Media	

Nota: (Elaboración propia)

8.3 Compras

Orden de compra mixta.

Proveedor: Procesadora de plátano Sta. Julia

Orden de compra núm. 1

Fecha de pedido:22/02/24

Fecha de entrega:25/02/24

Empresa solicitante: CRECIPOLLO

Dirección: Rivas, entrada calle del amor, 50 mts al oeste. +505-87871220

CRECIPOLLO

Concepto	Cantidad (q)	Precio	Importe
Cascaras de plátano	5q	C\$250	C\$300,50
Total:			C\$300,50

Proveedor: DISAGRO**Orden de compra núm. 2****Fecha de pedido:**22/02/24**Fecha de entrega:**23/02/24**Empresa solicitante:** CRECIPOLLO**Dirección:** Rivas, entrada calle del amor, 50 mts al oeste. +505-87871220

Concepto	Cantidad (L)	Precio	Importe
Maíz amarillo	4000	C\$15	C\$392
Total:			C\$392

Proveedor: Distribuidora la Esperanza**Orden de compra núm. 3****Fecha de pedido:** 23/02/24**Fecha de entrega:**23/02/24**Empresa solicitante:** CRECIPOLLO**Dirección:** Rivas, entrada calle del amor, 50 mts al oeste. +505-87871220

Concepto	Cantidad (L)	Precio	Importe
Avena	300lbs	C\$20	C\$6000
Total:			C\$6000

Proveedor: SALNICSA**Orden de compra núm. 4****Fecha de pedido:**24/02/24**Fecha de entrega:**26/02/24

Empresa solicitante: **CRECIPOLLO**

Dirección: **Rivas, entrada calle del amor, 50 mts al oeste. +505-87871220**

Concepto	Cantidad (L)	Precio	Importe
Sal mineral	200lbs	C\$80	C\$14400
Total:			C\$14400

Nota: (Elaboración propia)

9. Manejo de inventarios

Un personal optará el cargo de llevar un control detallado del inventario propio de la planta de alimentos para pollos CRECIPOLLO, el cual se contará con una base de datos en Microsoft Excel y Microsoft Access en donde se controlará las entradas y salidas de materias primas, insumos y productos terminados.

Insumos prediseñados:

- Bolsa y etiqueta.
- Materia publicitaria.
- Maquinaria.
- Herramientas.
- Equipos de oficina.
- Muebles y accesorios.

Insumos perecederos

- Cascaras de plátanos
- Aditivos
- Sales minerales
- Avena
- Sorgo

10.Mano de obra requerida

Operación	Acción	N° requerido	Cargo
Recepción de materia prima y entrega del producto terminado	Recibir a los proveedores, inspeccionar la materia prima e insumos, reportar las entradas y salidas.	1	Formulador y encargado de análisis
Molienda	Procesamiento de los materiales e ingredientes	1	Operario
Filtrado de residuos	Separación de los residuos luego de la molienda		
Empaque	Controlar la empacadora de alimentos para pollos.		
Transporte de materiales	Transportar de un área a otra las materias primas.	3	Operario
Cargue y descargue de materiales	Descargar las materias primas al almacén y entregar el producto terminado a la bodega.		
Inspección de bodega y almacén	Inspeccionar las áreas de almacenamiento de producto terminado.	1	Supervisor de calidad
Supervisión de control de calidad	Verificar el cumplimiento de normas de calidad y producción.	1	Supervisor de calidad

Nota: (Elaboración propia)

11. Planes de mejora continúa

11.1. Control de calidad

11.1.1. *Control de calidad de materia prima e insumos*

Es indispensable la revisión al entrar nueva materia prima e insumos, el procedimiento se hará contrastando las fichas técnicas que llevan de los proveedores y las fichas de control interna, de esta manera se podrán controlar el ingreso en óptimas condiciones.

11.1.2. *Control del proceso de producción*

Se requiere siempre del control de condiciones operacionales tanto estacionarias como transitorias durante cada etapa del proceso productivo. Desde:

1. Condiciones de almacenamiento de los granos, cereales y aditivos a temperatura y humedad establecida. Para los ingredientes que requieren cadena en frío, monitorear el buen funcionamiento de los congeladores, temperatura y estado de la materia orgánica.
2. El control de la temperatura e inocuidad para la deshidratación de las pechugas de pollo.
3. Para las dosificaciones el área de pesaje debe estar a una temperatura de 25°C y humedad relativa de 70% según la Organización Internacional de Normalización (2017), debido a la estabilidad y sensibilidad de la termobalanza y balanza electromecánica.
4. En la molienda se debe verificar que la granulometría de los ingredientes sea homogénea a 1 mm.

5. Para el resto del proceso el tiempo es fundamental, además de la inocuidad en la manipulación de los materiales y equipos.
6. Las condiciones de bodega deben estar a la temperatura y humedad relativa ya establecida en el apartado.
7. Colocar el producto terminado sin golpearlo y según lotes de producción.

11.1.3. Control de calidad del servicio al cliente

El mercadeo y ventas depende de la buena ejecución de las estrategias planteadas, por lo tanto, para el control de calidad en esta área, se deberán tener en cuenta los siguientes indicadores:

1. Implementar servicio post venta, la herramienta será la encuesta de PQRS (Peticiónes, Quejas, Reclamos y Sugerencias) a través de preguntas (percepción del producto), esto permitirá garantizar la calidad en el servicio prestado y corroborar la satisfacción de los clientes, esto mensualmente.
2. Base de datos para los clientes con el propósito de llevar orden en los pedidos posteriores, obtener datos personales para realizar el servicio post venta efectivo.
3. Constantemente capacitar a los colaboradores de la microempresa para garantizar la calidad en el servicio al cliente prestado.

11.2. Pruebas de muestreo

Garantizar las características organolépticas del producto en sus óptimas condiciones es de vital importancia para la calidad y aceptación del mismo, por tal razón, se harán pruebas o muestras de producto en cada lote de producción obligatoriamente.

11.3. Métodos de control y mejora de calidad

Para el desarrollo correcto de un proceso productivo y funcionamiento de la microempresa se requiere la implementación de las herramientas de calidad, por lo que, se proponen los siguientes:

1. Cronogramas: se implementarán cronogramas de las actividades, esto incluye operaciones, compras, reuniones, distribución, mercadeo, etc.
2. Lista de chequeo: llevar los controles de inventarios, para mantener el orden de las acciones y dar seguimiento a los mismos. Además, permite llevar el cotejo del cumplimiento en requerimientos de materias primas, proceso, producto terminado, comportamiento y normativas.
3. Bitácoras: control de uso de los equipos para llevar un registro de quienes realizan las operaciones, así mismo, hacer la verificación de los equipos y sus mantenimientos.
4. Bases de datos: control de entradas, salidas y bajas de cada uno de los recursos, permitirá analizar el aumento o descenso tanto de la producción como de las ventas.

12. Política de calidad

CRECIPOLLO, es una microempresa dedicada a la producción de alimento de engorde para pollos a base de cáscara de plátano, por lo tanto, implementará y cumplirá las políticas, condiciones de producción, calidad de producto y seguridad.

1. Asociación de funcionarios Estadounidenses de Control de Alimentos (AFFCO): Requerimientos nutricionales avalados y certificados que deben contener alimentos para aves.
2. ISO/IEC 17025:2017. Requisitos generales para la competencia de los laboratorios de ensayo y calibración: Condiciones de área de pesaje y análisis químico.

3. OHSAS 18001: requisitos sobre el correcto cumplimiento de los estándares de seguridad y salud laboral.
4. ISO 9001:2017: Sistema de gestión de la calidad.
5. HACCP: Análisis de peligros y controles preventivos para asegurar la inocuidad de los alimentos por parte de los fabricantes de alimentos para animales.
6. Ley General de Higiene y Seguridad del Trabajo (618): Disposiciones mínimas en materia de higiene y seguridad del trabajo, el Estado, los empleadores y 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.
7. NTON 03 026 – 10. Manipulación de Alimentos. Requisitos Sanitarios para Manipuladores: requisitos sanitarios que deben cumplir los manipuladores y cualquier otro personal en actividades similares; en las operaciones de manipulación de alimentos, durante su obtención, recepción de materia prima, procesamiento, envasado, almacenamiento, transportación y su comercialización.
8. NTON 20 003-11. Productos Utilizados en Alimentación Animal y Establecimientos. Requisitos de Registro Sanitario y Control: Establece las disposiciones de registro sanitario y control.
9. NTON 03 042-03. Almacenamiento de Alimentos: Requerimientos sanitarios mínimos generales y específicos que cumplirán las bodegas y/o almacenes destinados para la protección y conservación de alimentos ya sea materia prima y productos alimenticios con el fin de conservarlo en óptimas condiciones.
10. NTON 05 014-02. Manejo, Tratamiento y Disposición Final de los Desechos Sólidos NO Peligrosos: Establecer los criterios técnicos y ambientales que deben cumplirse, en la ejecución de proyectos y actividades de manejo, tratamiento y disposición final de los desechos sólidos no peligrosos, a fin de proteger el medio ambiente.

IV. ORGANIZACIÓN



1. Objetivos

1.1. Objetivo general

Establecer una estructura organizacional que facilite los procesos de producción del alimento de engorde para pollos creado a base de cáscara de plátano, en el departamento de Rivas.

1.2. Objetivos específicos

Elaborar un producto innovador aprovechando las cascara de plátanos el cual contienen nutrientes para los pollos, logrando su posicionamiento en el mercado.

Capacitar a los operarios sobre la elaboración del alimento, permitiendo se conozcan los procesos y se cumplan con los estándares de calidad establecidos.

Demostrar los beneficios del alimento para pollos formulado mediante la mejora de calidad de vida y crecimiento de la especie avícola.

2. Gestión legal

2.1. Constitución de la sociedad

ESCRITURA PÚBLICA NÚMERO XXX (XX) CONSTITUCION DE SOCIEDAD ANONIMA Y ESTATUTOS.- En la ciudad de Managua, departamento de Managua, lugar de mi domicilio y residencia a las 10:15 de la mañana; Ante mí, Duglas Alvarado Rivas, Abogado y Notario de la República Nicaragua, debidamente autorizada por la Corte Suprema de Justicia, para cartular en el quinquenio que expira el trece de Mayo del año dos mil veintiséis, comparecen los señores: Rudy Jhoaxis Avellán Domínguez y Irene del Socorro Rodríguez Cornavaca ; acreditándose con la cédula de identidad correspondiente y yo la Notario doy fe de haber tenido a la vista las originales y de que tienen a mi juicio, la capacidad legal necesaria para contratar y obligarse especialmente para el otorgamiento de este acto, en el que proceden en su propio nombre e interés. Exponen los comparecientes en su referido carácter y dicen PRIMERA: (Disertación tributaria).- La Disertación tributaria llamada “CRECIPOLLO” conocida comercialmente, escrita en cualquier tipo de letra y presentada en cualquier estilo o forma, la que tendrá derecho de registrarse en el registro de marcas, si la Junta General de Accionistas lo decidiere.- Tendrá su domicilio legal en la ciudad de Rivas (Nicaragua), pero podrá establecer sucursales, agencias y oficinas en cualquier otra parte de la República de Nicaragua o fuera de ella.- Podrá cambiar su domicilio por decisión de la Junta General de Accionistas y de acuerdo con las leyes de la materia.- SEGUNDA: (DURACION): La duración de la Disertación tributaria será de noventa y nueve (99) años, contados a partir de la firma de la presente Escritura Pública y podrá ser renovada con el acuerdo total de los socios.- TERCERA: (OBJETO): La concertación tributaria tendrá por objeto: La elaboración y Comercialización de alimentos para pollos a base de cascara de plátanos. Obtener todo tipo de financiamientos, créditos, préstamos y fianzas, así como emitir obligaciones, papel comercial, certificados de participación ordinarios, certificados bursátiles, obligaciones, pagarés y, en general, cualquier título de crédito, o instrumento

representativo de obligaciones, que pueda emitirse en este momento o en el futuro, tanto nacional o en el extranjero, conforme a la legislación de cualquier jurisdicción, para ser colocados entre el público inversionista o entre inversionistas determinados, con o sin garantía específica. CUARTA: (CAPITAL SOCIAL): El capital social será la suma de XXX, divididos en XXX (XX) ACCIONES Nominativas e inconvertibles al portador, con la facultad del endoso legal para la transmisión como título valor, con un valor de XXX CORDOBAS NETOS (C\$ XX.00), cada una.- QUINTA: (JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS): La más alta autoridad de la empresa es la Junta General de Accionistas, cuyos acuerdos y resoluciones serán obligatorios para todos los socios, siempre que se hubiere dictado en la forma establecida por esta Escritura y en los Estatutos que se emitirán.- Las Juntas Generales serán Ordinarias o Extraordinarias celebrándose las primeras una vez al año, en la época en que señalen los Estatutos y las segundas, cuando lo acuerde la Junta de Directores, o cuando lo pidan por escrito cualquiera de los socios con expresión de objeto y causa, accionistas cuyas participaciones reunidas representen por lo menos un sesenta por ciento (60%) del capital social.- Las convocatorias para unas y otras se harán con quince días de anticipación por lo menos, por medio de avisos publicados en cualquier diario de circulación nacional, o citaciones individuales enviadas por carta certificada, fax, telegrama, correo electrónico o cualquier otro medio escrito, siendo obligación de la Junta de Directores enviar las convocatorias a los accionistas.- SEXTA: (CONCURRENCIA MEDIANTE PODER): El poder mediante el cual se pueden hacer representar los socios en la Junta General de Accionistas y los Directores en las sesiones de la Junta de Directores, puede ser abierto a todas las Juntas Generales de Accionistas y sesiones de la Junta de Directores o referido a una determinada Junta General de Accionistas o sesión de la Junta de Directores y en este último caso, el poderdante podrá dar al apoderado instrucciones precisas y concretas de como votar en relación a los asuntos a tratar, tanto en las Juntas Generales de Accionistas, como en las sesiones de la Junta de Directores.- SEPTIMA: (VIGILANCIA): La vigilancia de la Administración Social estará confiada a un vigilante.- Dicho vigilante podrá ser accionista o no y será electo por la Junta General de Accionistas en su primera convocatoria después de constituida la sociedad con las formalidades establecidas para los miembros de la Junta de Directores y para un período similar, el que podrá ser reelecto

o nombrar un nuevo vigilante.- OCTAVA: (ADMINISTRADOR): La Junta de Directores podrá designar un Administrador, quien ejercerá la administración inmediata de los negocios y operaciones de la Sociedad, sujeto a las instrucciones que reciba de dicha Junta y bajo su dirección, siendo sus atribuciones y deberes los que establezcan los Estatutos.- NOVENA: (SOCIOS FUNDADORES): Los socios fundadores declaran expresamente que no se reservan ninguna ventaja, privilegios ni derechos particulares.- No hay acciones remuneratorias.- DECIMA-PRIMERA, La Disertación tributaria llevará todos los libros necesarios, habida consideración de la naturaleza de los negocios a que se dedicará y de acuerdo a lo preceptuado por la ley.- El ejercicio económico de la Sociedad será el que establezca la ley.- Los Balances se formarán anualmente junto con los Estados Anuales de Ganancias y Pérdidas y serán presentados para su examen, modificación y aprobación de la Junta General de Accionistas en su primera sesión ordinaria de cada año posterior al cierre del ejercicio fiscal.- La Junta General decretará, si lo cree conveniente, los dividendos a pagar y la forma en que éstos deberán ser pagados, pudiendo delegar esta última decisión en la Junta de Directores.- DECIMA - SEGUNDA: (RESOLUCIONES): Los acuerdos de las Juntas Generales de Accionistas, deberán ser tomados en reuniones de primera convocatoria con un mínimo de un sesenta por ciento (60%) de votos favorables; en reuniones de segunda convocatoria con un mínimo de un cincuenta y uno por ciento (51%) de votos favorables.- Los acuerdos de la Junta de Directores deberán ser tomados por la mayoría de votos presentes y en caso de empate el Presidente decidirá con doble voto.- Se requiere la presencia personal o por medio de apoderado de propietario de acciones que representen las tres cuartas partes del capital social y el voto favorable por lo menos del sesenta por ciento (60%) del capital social, para resolver lo siguiente: a) Disolución anticipada de la Disertación tributaria; b) Prórroga de su duración; c) Fusión con otra sociedad; d) Reducción del capital social; e) Reintegro o aumento del mismo; f) Cambio del objeto de la Sociedad; y g) Cualesquiera otra modificación al presente acto constitutivo.- DECIMA-TERCERA: (FONDO DE RESERVA): Se destinará a la constitución de un Fondo de Reserva una cantidad no inferior a la vigésima parte de las ganancias líquidas anuales de la Sociedad hasta que dicho Fondo represente, por lo menos, la décima parte del capital social.- El Fondo de Reserva habrá de reintegrarse cuantas veces se hallare reducido por cualquier

causa.- La Junta de Directores podrá crear otras reservas que crea convenientes además de las aquí estipuladas.- DECIMA-CUARTA: (DISOLUCION Y LIQUIDACION): La Sociedad terminará en cualquiera de los casos previstos en las leyes mercantiles de la República, con las modificaciones que se establezcan en los Estatutos.- Disuelta la Sociedad se procederá acto seguido a la liquidación, sujetándose a las disposiciones legales pertinentes y a las regulaciones que establezcan los Estatutos.- Los liquidadores tendrán las facultades que las leyes les confieren y la que los Estatutos o la Junta General de Accionistas les atribuyan.- DECIMA-QUINTA: (CLAUSULA ARBITRAL): Los litigios que pudieran surgir entre los accionistas entre sí o entre los accionistas y los órganos administradores de la Sociedad en relación con la administración social, con los derechos de los socios o con la interpretación de la presente Escritura y de los Estatutos, serán necesariamente decididos por arbitramento de amigables componedores, nombrados por las partes en disputa y de acuerdo con lo que se establezca en los Estatutos, el idioma será el español y la legislación la vigente en nuestro sistema jurídico Nicaragüense, de conformidad a la Ley de Mediación y Arbitraje, Ley número Quinientos cuarentas (540) y sus reformas vigentes al momento que se suscite el conflicto societario.- DECIMA-SEXTA: (ESTATUTOS): Siendo los exponentes los únicos socios con acciones suscritas y pagadas, se constituyen en Junta General de Accionistas y emiten los siguientes Estatutos por los que también se registrará la Disertación tributaria, dando todos y cada uno de ellos su expresa aprobación de la siguiente manera: Estatutos de: CRECIPOLLO "Disertación tributaria": Capítulo Primero: Cambio de Domicilio.- Artículo Uno: En caso de cambio del domicilio legal se dará aviso al público con quince (15) días de anticipación y se practicará la inscripción en el Registro correspondiente del nuevo domicilio.- Esta disposición registrará para el cambio de las sucursales que se abrieran.- Capítulo Segundo: De las Acciones y sus Transferencias.- Artículo Dos: Las acciones serán nominativas e inconvertibles al portador.- No habrán acciones remuneratorias.- Artículo Tres: Las acciones se firmarán por el Presidente y el Secretario de la Sociedad, debiendo contener su texto lo siguiente: Denominación de Disertación tributaria; lugar de su domicilio; la fecha de su constitución e inscripción en el Registro Mercantil; el importe del capital social y el número de acciones en que está dividido; el valor nominal del título; el nombre de la persona a quien se expide; el hecho de estar totalmente pagadas, la fecha de expedición

y firmas.- En caso de emitir certificados que congloben a su vez varias acciones estos certificados deberán tener siempre las denominaciones requeridas y además el número de acciones que acreditan.- Artículo Cuatro: Mientras no se extiendan los títulos definitivos podrán librarse Resguardos o Certificados Provisionales que acrediten el derecho de los accionistas.- Artículo Cinco: Cuando un Resguardo o Certificado Provisional o una Acción o Certificado de Acciones se perdiere, estuviere sustancialmente mutilado, inutilizado o destruido, se publicará en cualquier diario de circulación nacional, Al hacerse el registro del nuevo título se hará explicación en el libro respectivo quedando de hecho cancelado el original.- Capítulo Tercero: Junta General de Accionistas, sus Atribuciones.- Artículo Seis: Las Juntas Generales de Accionistas serán Ordinarias y Extraordinarias y se llevarán a cabo conforme lo previsto en la Escritura Social.- La Ordinaria, se convocará dentro de los primeros treinta días del año.- Artículo Siete: Todo acuerdo de la Junta General de Accionistas, así como las resoluciones que emita, para que sean válidas deberán hacerse constar en el Libro de Actas de la Disertación tributaria, las que deberán ser firmadas por el Presidente y el Secretario.- Artículo Ocho: La Junta General de Accionistas tendrá las siguientes atribuciones: a) Elegir a los miembros de la Junta de Directores, pudiendo aumentar el número de los miembros que la integrarán; b) Aprobar, reformar o improbar los actos y resoluciones de la Junta de Directores; c) Examinar, aprobar o improbar los Balances y Estados Financieros de la Sociedad; d) Tomar las medidas necesarias para aumentar el porcentaje a fin de reintegrar con mayor rapidez el Fondo de Reserva, cuando éste fuere disminuido; e) Emitir resoluciones sobre el informe del vigilante; f) La adquisición de acciones de la misma Sociedad, de acuerdo a lo dispuesto en el Código de Comercio vigente; g) Resolver sobre la fusión o absorción de la Sociedad por otra persona jurídica y la participación de la misma, en otra sociedad, con idénticos o distintos fines a los de ella; h) Resolver sobre la disolución anticipada de la Sociedad; prórroga de su duración; reducción o aumento del capital social; cambio del objeto de la Sociedad, y cualesquiera otra modificación a los documentos constitutivos; e i) Ejercer las demás funciones que la ley, la Escritura Social y estos Estatutos le atribuyan.- Los puntos acordados en los incisos g) y h) que anteceden, solo podrán ser tratados y resueltos en Juntas Generales Extraordinarias de Accionistas convocadas para tal efecto.- Capítulo Cuarto: De la Junta

de Directores.- Artículo Doce: El Presidente ejercerá la vigilancia de todos los negocios sociales e inspeccionará cuando lo tenga a bien, los trabajos de la Sociedad.- Convocará a sesiones de la Junta de Directores y de la Junta General de Accionistas, de acuerdo a la Escritura Social y estos Estatutos; firmará conjuntamente con el Secretario las Actas de las sesiones de la Junta de Directores y de la Junta General de Accionistas; podrá abrir cuentas corrientes en cualquier institución bancaria del país y del extranjero y librar cheques contra las mismas, y desempeñará todas las demás funciones que la ley, la Escritura Social, estos Estatutos y los reglamentos y resoluciones sociales contemplen.- Artículo Trece: El Secretario será el órgano de comunicación de la Sociedad, de la Junta de Directores y de la Junta General de Accionistas; asentará las respectivas actas en el libro correspondiente y librárá toda clase de certificaciones de las mismas, las cuales pueden también ser libradas por Notario Público y conservará en su poder el Libro de Actas.- Suscribirá y publicará todos los avisos convocatorios; firmará y remitirá las citaciones a los socios para las sesiones correspondientes, lo mismo que a los miembros de la Junta de Directores, sustituirá al Presidente en caso de ausencia temporal y en caso de ausencia definitiva, en este último caso, para mientras la Junta General de Accionistas elige un nuevo Presidente y desempeñará todas las demás funciones que la ley, la Escritura Social, estos Estatutos y los reglamentos y resoluciones sociales contemplen.- Artículo Catorce: Son atribuciones de la Junta de Directores: Convocar por Secretaría a Junta General de Accionistas y a las sesiones de la misma; emitir los Resguardos Provisionales o los Certificados Definitivos de acciones o cualquier repuesto de los mismos; supervisar la marcha de los negocios sociales; cumplir y hacer cumplir los contratos legalmente celebrados y las disposiciones, acuerdos y resoluciones de la Junta General de Accionistas de todo cuanto actuare.- Para todo acto fuera del curso normal de los negocios se requerirá la aprobación de la Junta General de Accionistas.- Artículo Quince: El Administrador, quien no será accionista, de acuerdo con la Escritura Social y estos Estatutos, tendrá las siguientes obligaciones: Administrar los negocios sociales según lo ordenado previamente por la Junta de directores; nombrar los empleados inferiores; vigilar que la contabilidad se lleve de acuerdo con la ley y la Escritura Social; celebrar los contratos que ordene la Junta de Directores; formular y someter a la Junta de Directores los Balances periódicos, rindiendo todo informe que le solicite aquel

organismo; efectuar las compras necesarias para los negocios sociales y vender los artículos de la Sociedad si ha sido ordenado por la Junta de Directores; rendir los informes y hacer las sugerencias que se consideren oportunas.- Capítulo Quinto: Reducción y Aumento de Capital; Modificación y Disolución de la Sociedad.- Artículo Dieciséis: Para decretar reducción o aumento del capital social y para la modificación o disolución de la Sociedad, se requerirá la mayoría prevista en la ley y en la Escritura Social, debiendo librarse certificación literal del acta de la Junta General de Accionistas, por Secretaría o por Notario Público, para su inscripción en los Registros respectivos, sin necesidad de otorgar instrumento público, salvo para el caso de disolución de la Sociedad, en la cual deberá otorgarse la correspondiente escritura pública.- La disolución y liquidación de la Sociedad se hará de conformidad, con lo establecido en la ley de la materia.- Capítulo Sexto: Arbitramento.- Artículo Diecisiete: Los litigios o desavenencias que pudieren surgir entre los socios o entre éstos y los organismos sociales, en relación con la administración social, con los derechos de los socios o con la interpretación del pacto social, serán necesariamente dirimidos por arbitramento de amigables componedores, nombrados por las partes en discordia de conformidad a la Ley de Mediación y Arbitraje vigente.- Artículo Dieciocho: Las partes en discordia una vez planteado el diferendo, deberán nombrar dentro del plazo de diez (10) días, un árbitro cada una.- Dichos árbitros antes de entrar a conocer del asunto objeto del arbitramento, nombrarán un tercer arbitrador para que dirima la discordia que pudiere surgir entre ellos.- Los dos árbitros o el tercero en su caso, deberán dictar su laudo sobre el asunto discutido, dentro del plazo de treinta (30) días contados de la toma de posesión de cada uno.- Si los árbitros no designaren el tercer árbitro, dentro del plazo estipulado con anterioridad, cualquiera de las partes podrá solicitar su designación, a uno de los Jueces del Distrito para lo Civil de Managua, siendo competente para ello, el primero ante quien se hubiere formulado solicitud en tal sentido.- Del fallo final que se dicte en el procedimiento arbitral, no habrá recurso alguno, pues todos se entienden renunciados.- Si sólo una de las partes nombrare el árbitro, éste será competente para dirimir la discordia.- En esta forma quedan aprobados los Estatutos de "CRECIPOLLO, Disertación tributaria".- DECIMA-NOVENA: (DISPOSICION TRANSITORIA): En este mismo acto", después de haber constituido los Estatutos proceden en forma unánime a elegir la Junta de Directores que regirá los destinos de la

Sociedad durante el primer período de dos (2) años, - Así se expresaron los comparecientes, bien instruidos por mí la Notario, acerca del objeto, valor y trascendencia legales de este acto; del de las cláusulas generales, que aseguran la validez de este instrumento; del de las renunciaciones, que en concreto han hecho, y del de las cláusulas especiales, que envuelven renunciaciones y estipulaciones implícitas y explícitas y de lo relativo a su inscripción en el Registro competente.- Leído que fue por mí la Notario, todo lo escrito íntegramente a los comparecientes, aquellos expresaron su conformidad, ratificando su contenido, sin hacerle alteración, ni modificación alguna, firman todos junto conmigo que doy fe de todo lo relacionado.-

2.2. Registro de marca y patente

Registro de la empresa CRECIPOLLO

Registro mercantil:

- Escritura de la constitución de sociedad (original).
- Solicitud de inscripción como comerciante original en papel sellado firmada por el propietario.
- Fotocopia de la cédula de identidad de la persona que representa la producción y comercialización.
- Libros contables de la empresa.
- Poder general de administración, en papel sellado con timbres fiscales.

Registro de la empresa (RUC):

La empresa debe registrarse en la administración de la renta más cercana a su localidad. Este tiene como fin poder ser parte del registro de contribuyentes como pequeña empresa.

Registro ante la Dirección General de Ingreso:

- Fotocopia de la cédula de identidad del representante legal.
- Fotocopia de recibo por servicios públicos.
- Pagar la inscripción de libros contables.
- Fotocopia de la minuta de inscripción del libro en el registro público mercantil.
- Fotocopia de la cédula de los miembros de la junta directiva.
- Pago de arancel del 1 % sobre el capital social mayor.

Registro de inscripción ante la Alcaldía de Managua.

- Fotocopia de número RUC.
- Fotocopia de la cédula de identidad.
- Solvencia municipal o boleta de número de contribuyente.
- Inscripción del libro mayor y diario.
- Registro de la propiedad intelectual de Nicaragua.
- Formularios de apertura de matrícula.

Documentos que se deben presentar con la solicitud.

- Recibo de pago de solicitud C\$50.
- Comprobante de pago del certificado de registro C\$500.
- Ficha técnica del producto a registrar incluyendo diagrama de proceso.
- Copia de licencia sanitaria vigente en planta procesadora y/o titular del CLV.
- Etiquetas del producto o proyecto de etiquetas si este es un producto nacional nuevo a registrar.

2.3. Obligaciones tributarias de la empresa

Proporcionar los estados financieros, sus anexos, declaraciones otros documentos de aplicación fiscal, firmados por los representantes de la empresa.

Presentar declaraciones por medios electrónicos, en los casos que determine la Administración Tributaria.

Suministrar a la Administración Tributaria, cuando esta lo requiera para objeto de fiscalización, el detalle de los márgenes de comercialización y lista de precios que sustenten sus rentas.

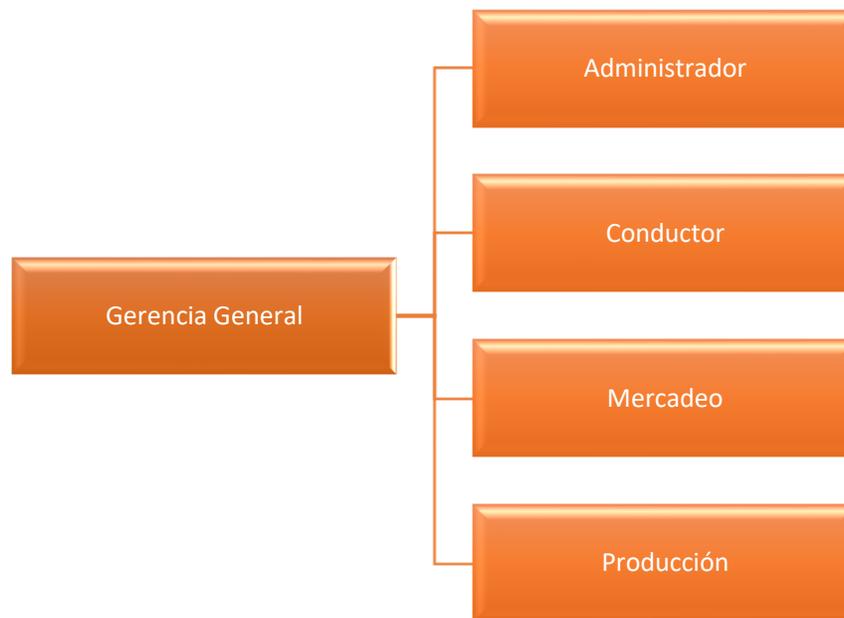
Presentar cuando la Administración Tributaria lo requiera, toda la documentación de soporte de cualquier tipo de crédito fiscal.”

3. Estructura de la empresa

CRECIPOLLO, es una empresa ubicada en el departamento de Rivas que produce alimentos de engorde para pollos a base de cáscara de plátano, el cual busca ofrecer un alimento que beneficie a la especie avícola. La empresa está conformada por 4 áreas: Mercadeo, Administración, Producción, Conductor éstas responden a la Gerencia General.

3.1. Organigrama de la empresa

Figura 15. Organigrama de la empresa.



Nota: (Elaboración propia)

4. Metodología de selección y contratación de la empresa

La metodología que se realizará es por entrevista al candidato que opta a un puesto de trabajo de manera presencial. Los datos imprescindibles para la entrevista serán:

- Confirmar los datos del CV sobre: formación y experiencia laboral.
- Conocer los objetivos y pretensiones del candidato: dentro del sector y la empresa.
- Conocer los valores del candidato y su actitud frente al proceso de selección.
- Obtener la máxima cantidad de información para saber la adaptabilidad del entrevistado a la posición que se oferta.

5. Tabla de puestos y funciones

Tabla 7. Tabla de puestos y funciones

Área de Administración		
Cargo	Requisitos	Funciones
Administrador	<p>Licenciatura en Administración en Contabilidad con experiencia mínima de 2 años. Habilidades en conocimientos financieros, de nóminas y tributarios.</p> <p>Indispensable experiencia en la elaboración de campañas publicitarias, manejo de presupuestos de campañas.</p> <p>Debe ser una persona altamente creativa, organizada y ordenada. Debe manejar los sistemas de creación publicitarias.</p>	<p>Como autoridad máxima, toma las decisiones de alto nivel sobre política y estrategia organizacional.</p> <p>Como líder, asesora a las direcciones, motiva a los empleados y transforma las unidades dentro de la organización.</p> <p>Coordinar y realizar citas con su cartera de Clientes.</p> <p>Determinar el concepto a utilizar en la campaña publicitaria, en conjunto con el cliente.</p> <p>Desarrollar la campaña publicitaria de los Clientes, coordinando con el personal necesario para su elaboración.</p> <p>Determinar la evaluación de cada campaña y elaborar el reporte una vez concluida la evaluación.</p> <p>Realizar las labores de intermediación entre el Cliente y los distintos medios de comunicación estipulados.</p>

	<p>Debe de conocer los programas contables actuales y las normativas contables internacionales.</p>	<p>Buscar las cotizaciones de los diferentes servicios que se le ofrecen al Cliente.</p> <p>Elaborar los presupuestos de las campañas y solicitar la aprobación del Cliente.</p> <p>Determinar planes de contingencia, en caso de que la campaña no esté funcionando, basándolo en el plan de campaña original.</p> <p>Documentar el éxito o fracaso de cada campaña respaldando la información documentada.</p>
<p>Conductor</p>	<p>Bachiller, Ingeniería Industrial o carrera afín con experiencia mínima de 1 años.</p> <p>Licencia de conducir a la categoría adecuada, buena presentación, capacidad de comunicación para interactuar a la entrega del producto, horario disponible.</p>	<p>Transportar los suministros y materia prima para la fabricación del alimento.</p> <p>Transportar el producto terminado a las diferentes distribuidoras y puntos de ventas.</p>

Nota: (Elaboración propia)

Área de mercadeo

Cargo	Requisitos	Funciones
Encargado de mercadeo y publicidad	<p>Licenciatura en Publicidad o Mercado y Comunicación con experiencia mínima de 1 año. Deseable licenciatura en publicidad y manejo avanzado de inglés.</p> <p>Indispensable experiencia en la elaboración de campañas publicitarias, manejo de presupuestos de campañas.</p> <p>Debe ser una persona altamente creativa, organizada y ordenada. Debe manejar los sistemas de creación publicitarias.</p>	<p>Como autoridad máxima, toma las decisiones de alto nivel sobre política y estrategia organizacional.</p> <p>Como líder, asesora a las direcciones, motiva a los empleados y transforma las unidades dentro de la organización.</p> <p>Coordinar y realizar citas con su cartera de Clientes.</p> <p>Determinar el concepto a utilizar en la campaña publicitaria, en conjunto con el cliente.</p> <p>Desarrollar la campaña publicitaria de los Clientes, coordinando con el personal necesario para su elaboración.</p> <p>Determinar la evaluación de cada campaña y elaborar el reporte una vez concluida la evaluación.</p> <p>Realizar las labores de intermediación entre el Cliente y los distintos medios de comunicación estipulados.</p> <p>Buscar las cotizaciones de los diferentes servicios que se le ofrecen al Cliente.</p> <p>Elaborar los presupuestos de las campañas y solicitar la aprobación del Cliente.</p> <p>Determinar planes de contingencia, en caso de que la campaña no esté</p>

		<p>funcionando, basándolo en el plan de campaña original.</p> <p>Documentar el éxito o fracaso de cada campaña respaldando la información documentada.</p>
--	--	--

Nota: (Elaboración propia)

Área de Producción		
Cargo	Requisitos	Funciones
<p>Operarios</p>	<p>Bachiller, Ingeniería Industrial o carrera afín con experiencia mínima de 1 años.</p> <p>Persona proactiva, con don de liderazgo, buena en resolución de conflictos, enfocado a resultados. Debe imponer dinamismo y confianza.</p>	<p>Velar por que siempre se sigan las normativas de higiene y de calidad.</p> <p>Atender las quejas de calidad de los clientes.</p> <p>Supervisar los ingresos de mercadería.</p> <p>Velar porque se sigan los mantenimientos preventivos de los equipos.</p> <p>Verificar la calidad de la materia prima y/o el producto final.</p>

Nota: (Elaboración propia)

Los operarios están distribuidos: 1 en el área de materia prima (deberá transportar los materiales al área de producción), 2 en el área de producción (encargados del control de operación y maquinaria) y 1 en el área de producto terminado (encargado de bodega y embalaje).

V. FINANZAS



1. Introducción

Según los estudios realizados para la ejecución del proyecto de alimento de engorde para pollos (CRECIPOLLO) en base a técnicas financieras, de la mano con estrategias de operaciones y mercadeo. Siendo así lograr un posicionamiento de la marca en el mercado con las presentaciones de alimento de 25 libras a base de cáscara de plátano como aspecto diferenciador.

Se establecerá la factibilidad financiera de este proyecto teniendo en cuenta todos los ingresos, gastos, activos, entre otros, durante los primeros 5 años proyectados, con el propósito de ser una empresa de alimento para pollo que genere ganancias autosustentables.

Con la información planteada se podrá obtener los indicadores que permitan el análisis financiero del proyecto y llegar a conclusiones factibles del mismo.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Determinar la factibilidad financiera del plan de negocio de alimento para pollos (CRECIPOLLO) con elementos básicos de la planeación financiera, dando una visión más amplia a los planes de negocio.

2.2. Objetivos específicos

Determinar la inversión inicial necesario del proyecto a través de estados financieros para el comienzo de la producción del alimento de engorde para pollos.

Estimar el punto de equilibrio del proyecto conociendo el nivel de producción mínima que se necesita para el cubrimiento de los costos fijos.

Establecer específicamente la viabilidad económica que tiene la ejecución del plan de negocios de alimento de engorde para pollos (CRECIPOLLO).

3. Identificación de los principales costos y gastos

3.1 Construcción de la matriz general de costos

**Tabla 8. Matriz de costos
“CRECIPOLLO”**

Matriz de Costos					
Cifras en córdobas					
Detalle	UN	Cantidad/2 5 Lb	Costo Unit	Costo / 25 Lb	Costo / 1 Lb
Materiales Directos				310.53	12.42
Cáscara de plátano	Kg	3.62	0.30	1.09	0.04
Maíz amarillo	Kg	3.18	22.00	69.96	2.80
Sorgo	Kg	2.26	22.00	49.72	1.99
Avena	Kg	1.36	66.00	89.76	3.59
Sal mineral	Kg	1.00	70.00	70.00	2.80
Bolsa y etiqueta	Unidad	1.00	30.00	30.00	1.20
Mano de Obra Directa				63.08	2.52
Operarios	Und	2.00	31.54	63.08	2.52
Costos Indirectos de Fabricación				14.40	0.58
Energía Eléctrica (80%)	Und	1.00	4.00	4.00	0.16
Agua Potable (80%)	Und	1.00	0.40	0.40	0.02
Alquiler de Local (80%)	Und	1.00	10.00	10.00	0.40
Costo Unitario				388.01	15.52

Nota: (Elaboración propia)

Tabla 9. Total, de activos fijos tangible

descripción	Costo	Vida útil	Depreciación anual
Maquinaria y equipo	C\$ 89,790.00	5 años	C\$ 17,950.40
Mobiliario de oficina	C\$ 14,000.00	5 años	C\$ 2,800.00
Equipo rodante	C\$ 219,000.00	5 años	C\$ 35,040.00
Equipo de computo	C\$ 30,000.00	2 años	C\$ 43,800.00
Total	C\$ 352,790.00		C\$ 99,590.40

Nota: (Elaboración propia)

Esta tabla está integrada por los mobiliarios y equipos necesarios para las operaciones de la empresa, estos presentados con su debido costo de adquisición y la vida útil según lo establecido en la Ley 822, Ley de Concertación Tributaria, estimando un valor residual, en caso de ser necesaria su venta luego del transcurso de su vida útil.

Tabla 10. Proyección de costos de producción.
 “CRECIPOLLO”

Proyección de costos de producción															
Cifras en córdobas															
CONCEPTOS	AÑOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO														
	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Unidades	Costo Unit.	Monto	Unidades	Costo Unit.	Monto	Unidades	Costo Unit.	Monto	Unidades	Costo Unit.	Monto	Unidades	Costo Unit.	Monto
Costo de Producción	4,800	388	1,862,404.80	5,760	393.89	2,268,831.48	6,912	400.22	2,766,297.73	8,294	405.6	3,364,193.81	9,953	412.63	4,107,021.23
Costos variables totales	4,800.00		1,862,404.80	5,760.00		2,268,831.48	6,912.00		2,766,297.73	8,294.40		3,364,193.81	9,953.28		4,107,021.23

Nota: (Elaboración propia)

La proyección de costos se realizó en base a la matriz de costos de producción del producto, la cual incluye costos por materia prima, costos por mano de obra y costos indirectos de fabricación.

Para la proyección de costos se tomó como referencia las ventas en unidades, ya que, por ser costos variables, su comportamiento está directamente relacionado al nivel de ventas, las cuales en la medida que crecen, así mismo crecen los costos.

Tabla 11. Detalle de costos en materia prima

CONCEPTOS	AÑOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO				
	1	2	3	4	5
CIF					
Cáscara de plátano	5,212.80	6,380.47	7,809.69	9,559.06	11,700.29
Maíz amarillo	335,808.00	411,028.99	503,099.49	615,793.77	753,731.58
Sorgo	238,656.00	292,114.94	357,548.69	437,639.60	535,670.87
Avena	430,848.00	527,357.95	645,486.13	790,075.03	967,051.83
Sal mineral	336,000.00	411,264.00	503,387.14	616,145.85	754,162.53
Bolsa y etiqueta	144,000.00	176,256.00	215,737.34	264,062.51	323,212.51
Sub total gastos personales	1,490,524.80	1,824,402.36	2,233,068.48	2,733,275.82	3,345,529.61
Costo Unitario	310.53	316.74	323.07	329.53	336.12

Nota: (Elaboración propia)

En cuanto al precio de la materia prima, se le aplicó un 2% de crecimiento, esto según lo planteado en la proyección de ingresos.

Tabla 12. Detalle del costo del personal con las prestaciones sociales M.O.D.

CONCEPTOS	AÑOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO				
	1	2	3	4	5
Gastos personales:					
Salarios	216,000.00	264,384.00	323,606.02	396,093.76	484,818.77
Prestaciones de ley	54,000.00	44,064.00	53,934.34	55,013.02	67,335.94
Gastos patronales	50,760.00	62,130.24	76,047.41	93,082.03	113,932.41
Sub total gastos personales	617,160.00	370,578.24	453,587.77	544,188.82	666,087.12
Costo Unitario	63.08	64.34	65.62	65.61	66.92

Nota: (Elaboración propia)

Los costos por salarios corresponden a un valor de C\$ 63.00 por unidad de 25 libras producida y empacada, derivándose de ahí los salarios de los operarios durante el primer año a lo cual, se le suma los gastos por prestaciones sociales y seguridad social.

Tabla 13. Detalle de Costos indirectos de fabricación

CONCEPTOS	AÑOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO				
	1	2	3	4	5
CIF					
Energía Eléctrica (80%)	19,200.00	23,500.80	28,764.98	35,208.33	43,095.00
Agua Potable (80%)	1,920.00	2,350.08	2,876.50	3,520.83	4,309.50
Alquiler de Local (80%)	48,000.00	48,000.00	48,000.00	48,000.00	48,000.00
Sub total gastos personales	69,120.00	73,850.88	79,641.48	86,729.17	95,404.50
Costo Unitario	14.40	12.82	11.52	10.46	9.59

Nota: (Elaboración propia)

Los costos indirectos de fabricación se prorratearon en un 80% para el proceso de producción, esto, considerando que será el área que tendrá mayor consumo en cuanto a servicios básicos y mayor uso de las instalaciones en cuanto al arrendamiento.

Tabla 14. Proyección de costos fijos

“CRECIPOLLO”					
Proyección de Costos Fijos					
Cifras en córdobas					
CONCEPTOS	AÑOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO				
	1	2	3	4	5
Gastos personales:					
Salarios	456,000.00	478,800.00	502,740.00	527,877.00	554,270.85
Prestaciones de ley	54,000.00	79,800.00	83,790.00	73,316.25	76,982.06
Gastos patronales	107,160.00	112,518.00	118,143.90	124,051.10	130,253.65
Sub total gastos personales	617,160.00	671,118.00	704,673.90	725,244.35	761,506.56
Gastos no personales:					
Cargos básicos	17,880.00	18,237.60	18,602.35	18,974.40	19,353.89
Alquiler de Local	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00
Gastos en mantenimiento	24,000.00	24,480.00	24,969.60	25,468.99	25,978.37
Gastos en publicidad	6,000.00	6,120.00	6,242.40	6,367.25	6,494.59

Gasto en papelería y útiles	6,000.00	6,120.00	6,242.40	6,367.25	6,494.59
Gastos en materiales y suministros	6,000.00	7,344.00	8,989.06	11,002.60	13,467.19
Materiales de Reposición	2,530.00	3,096.72	3,790.39	4,639.43	5,678.66
Combustibles y Lubricantes	120,000.00	144,000.00	172,800.00	207,360.00	248,832.00
Impuestos	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00
Varios	12,000.00	12,240.00	12,484.80	12,734.50	12,989.19
Sub total gastos no personales	218,410.00	245,638.32	278,120.99	316,914.42	363,288.48
Gastos fijos totales	835,570.00	916,756.32	982,794.89	1,042,158.76	1,124,795.05

Nota: (Elaboración propia)

3.2 Cálculo del punto de equilibrio

**“CRECIPOLLO”
Punto de Equilibrio Anual
Cifras en córdobas**

$$\text{Punto de equilibrio financiero} = \frac{\text{Costos fijos} + \text{Gastos fijos}}{\text{Precio de venta} - \text{Costo variable unitario}}$$

Datos

Precio de venta	600.00
Costo variable unitario	388.00
Costos fijos	-
Gastos fijos	857,570.00

$$\text{Punto de equilibrio financiero} = \frac{- + 857,570.00}{600.00 - 388.00}$$

Punto de equilibrio financiero = 4045

Punto de equilibrio anual por periodo de ejecución del proyecto
Expresado en unidades físicas

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Punto de equilibrio	4045	4203	4387	4509	4749
% en Relación a las ventas	16%	27%	37%	46%	52%

Nota: (Elaboración propia)

Al realizar la evaluación del punto de equilibrio financiero, para los años de funcionamiento del proyecto, se logró determinar que las ventas mínimas requeridas están por debajo de la proyección de ventas totales, lo cual representa la oportunidad de obtener rentabilidad por parte del negocio.

Se realizó una comparación en relación a las ventas en unidades, lo cual dio como resultado para el primer año, que las ventas superan a las unidades mínimas en un 16% y para el siguiente año, en un 27%, factor positivo para el desarrollo del negocio ya que se evidencia el crecimiento y el aprovechamiento de los costos fijos para generar ganancias.

4. Cálculo de precio (En base a costos)

El precio de venta se estableció según los resultados de las encuestas y aplicando un porcentaje de ganancia al costo de venta unitario, además, realizando una evaluación de este con relación a los precios de la competencia en el mercado, dando un resultado de C\$ 600.00 por bolsa de 25 libras.

Tabla 15. Cálculo de precio

Precio costo/25 Lb	Precio/25 Lb	Precio/1 Lb	Margen Bruto	Utilidad B/Mes
388.01	600.00	24.00	8.48	84,797.60
			35%	Sobre el Precio

Nota: (Elaboración propia)

La proyección de ingresos por ventas se realizó tomando como referencia tanto los resultados obtenidos en las encuestas, así como la evaluación a los potenciales clientes que figuran en el mercado de Rivas.

Para el primer año se proyectó una venta 4800 unidades en presentación de 25 libras, siendo un total de 120,000 libras a producir durante dicho periodo.

Tabla 16. Proyección de ingresos por venta
"CRECIPOLLO"

Proyección de ingresos por ventas															
Cifras en córdobas															
CONCEPTOS	AÑOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO														
	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Unidades	Precio Unit.	Monto	Unidades	Precio Unit.	Monto	Unidades	Precio Unit.	Monto	Unidades	Precio Unit.	Monto	Unidades	Precio Unit.	Monto
Ingresos por Venta de Concentrado	4,800	600.00	2,880,000.00	5,760	612.00	3,525,120.00	6,912	624.24	4,314,746.88	8,294	636.72	5,281,250.18	9,953	649.46	6,464,250.22
Ingresos Totales	4,800.00		2,880,000.00	5,760.00		3,525,120.00	6,912.00		4,314,746.88	8,294.40		5,281,250.18	9,953.28		6,464,250.22

Nota: (Elaboración propia)

Para la proyección de ingresos de los siguientes periodos se aplicó una tasa de crecimiento anual en las ventas de un 20% además, un crecimiento en el precio de un 2%, esto por efectos de la inflación en los precios, los cuales, aun con el congelamiento del valor del dólar en Nicaragua, siguen subiendo, por lo cual es necesario realizar un pequeño incremento en el precio de venta, porcentaje que de igual manera se utilizará como referencia para las proyecciones de costos y gastos.

5. Construcción del flujo de efectivo

Tabla 17. Flujo de efectivo del proyecto

"CRECIPOLLO"						
Flujo de efectivo del proyecto						
Cifras en córdobas						
Conceptos	Años de operación del proyecto					
	0	1	2	3	4	5
<u>Inversiones realizadas en el año cero</u>						
Inversión en Capital de Trabajo	- 439,509.13					
Inversión en Capital Fijo	- 352,790.00					
Inversión en Gastos Pre operativos	- 54,000.00					
<u>Flujos operativos del proyecto</u>						
Ingresos por venta de bienes y servicios		2,880,000.00	3,525,120.00	4,314,746.88	5,281,250.18	6,464,250.22

Costos variables de bienes y servicios		- 1,862,404.80	- 2,268,831.48	- 2,766,297.73	- 3,364,193.81	- 4,107,021.23
Costos fijos		- 857,570.00	- 916,756.32	- 982,794.89	- 1,042,158.76	- 1,124,795.05
Depreciaciones		- 70,190.40	- 70,190.40	- 55,190.40	- 55,190.40	- 55,190.40
Amortización de intangibles		- 10,800.00	- 10,800.00	- 10,800.00	- 10,800.00	- 10,800.00
Utilidades antes de impuestos		79,034.80	258,541.80	499,663.86	808,907.21	1,166,443.55
Impuestos sobre la renta (30%)		-	-	-	-	-
Utilidades después de impuestos		79,034.80	258,541.80	499,663.86	808,907.21	1,166,443.55
(+) Depreciaciones y amortizaciones		80,990.40	80,990.40	65,990.40	65,990.40	65,990.40
(=) Flujos de caja anuales del proyecto		160,025.20	339,532.20	565,654.26	874,897.61	1,232,433.95
<i>Flujo de caja del último año</i>						
Retorno del Capital de trabajo						439,509.13
Valores de salvamento neto						62,488.00
Sub total flujo de caja del último año						501,997.13
Flujos de caja neto sin financiamiento	- 846,299.13	160,025.20	339,532.20	565,654.26	874,897.61	1,734,431.08
Financiamiento						
Préstamos	-					
Amortización del principal		-	-	-	-	-
Escudo fiscal de los intereses		-	-	-	-	-
Flujos de caja neto con financiamiento	- 846,299.13	160,025.20	339,532.20	565,654.26	874,897.61	1,734,431.08

Nota: (Elaboración propia)

6. Elaboración de estados financieros

6.1. Inversión inicial

Tabla 18. Inversión inicial

Propuesta de Inversión Inicial	
Cifras en córdobas	
CONCEPTOS	VALOR
<u>Inversión en Capital de Trabajo:</u>	
EFFECTIVO EN CAJA Y BANCO	191,088.33
INVENTARIO SUMINISTROS	248,420.80
Sub Total Inversión en Capital de Trabajo	439,509.13
<u>Inversión en Capital Fijo:</u>	
MAQUINARIA Y EQUIPO	89,790.00

MOBILIARIO DE OFICINA	14,000.00
EQUIPO RODANTE	219,000.00
EQUIPO DE COMPUTO	30,000.00
	-
Sub Total Inversión en Capital Fijo	352,790.00
<u>Inversión en Gastos Pre operativos:</u>	
CONSTITUCIÓN	9,000.00
INVERSION EN INVESTIGACION DE MERCADO	15,000.00
GASTOS DE INSTALACION	30,000.00
Sub Total Inversión en Gastos Pre operativos	54,000.00
TOTAL, INVERSIÓN INICIAL	846,299.13

Nota: (Elaboración propia)

6.2. Capital social

**Tabla 19. Proyección del capital de trabajo
"CRECIPOLLO"**

Proyección de Capital de Trabajo		
Cifras en córdobas		
CONCEPTOS	Mes	Provisión *2
<u>Costos de Producción</u>		
Materia Prima	124,210.40	248,420.80
Mano de Obra	18,000.00	36,000.00
CIF (Servicios Básicos)	1,760.00	3,520.00
CIF (Alquiler de Local)	4,000.00	48,000.00
<u>Gastos personales:</u>		
Salarios	38,000.00	76,000.00
<u>Gastos no personales:</u>		
Cargos básicos	1,490.00	2,980.00
Alquiler de Local	1,000.00	12,000.00
Gastos en mantenimiento	2,000.00	4,000.00
Gastos en publicidad	416.67	833.33
Gasto en papelería y útiles	500.00	1,000.00
Gastos en materiales y suministros	500.00	1,000.00

Materiales de Reposición	210.83	421.67
Combustibles y Lubricantes	666.67	1,333.33
Impuestos	1,000.00	2,000.00
Varios	1,000.00	2,000.00
Gastos fijos totales	46,784.17	439,509.13
		\$ 12,000.48
		TC. 36.6243

Nota: (Elaboración propia)

6.3. Balance general inicial activo, pasivo y patrimonio.

**Tabla 20. Balance general inicial
"CRECIPOLLO"**

Balance General Inicial	
Cifras en córdobas	
Cuentas	Saldo
Activos	
Activos Corrientes	439,509.13
Efectivo En Caja Y Banco	191,088.33
Inventario Suministros	248,420.80
Activo No corriente	406,790.00
Propiedad, Planta y Equipo	352,790.00
Maquinaria Y Equipo	89,790.00
Mobiliario De Oficina	14,000.00
Equipo Rodante	219,000.00
Equipo De Computo	30,000.00
Depreciación de PPE	-
Activo Diferido	54,000.00
Pre-Operativos (Constitución e Instalación)	54,000.00
Amortización de Diferidos	-
Total Activos	846,299.13

Pasivos	
Pasivos Corrientes	
Cuentas por Pagar	-
Préstamos por pagar C/P	-
Total Pasivos	-
Capital	
Patrimonio	
Patrimonio Inicial	846,299.13
Resultados Acumulados	-
Resultado del Periodo	-
Total Capital	846,299.13
Total Pasivo + Capital	846,299.13

Nota: (Elaboración propia)

6.4. Balance general proyectado

Tabla 21. Balance general proyectado

"CRECIPOLLO"

Balance General Proyectado						
Cifras en córdobas						
Cuentas	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos						
Activos Corrientes						
Efectivo En Caja Y Banco	439,509.13	599,534.33	939,066.54	1,504,720.80	2,379,618.40	3,612,052.36
Inventario Suministros	191,088.33	351,113.53	690,645.74	1,256,300.00	2,131,197.60	3,612,052.36
Activo No corriente	248,420.80	248,420.80	248,420.80	248,420.80	248,420.80	-
Propiedad, Planta y Equipo	406,790.00	325,799.60	244,809.20	178,818.80	112,828.40	46,838.00
Maquinaria Y Equipo	352,790.00	282,599.60	212,409.20	157,218.80	102,028.40	46,838.00
Mobiliario De Oficina	89,790.00	89,790.00	89,790.00	89,790.00	89,790.00	89,790.00
Equipo Rodante	14,000.00	14,000.00	14,000.00	14,000.00	14,000.00	14,000.00
Equipo De Computo	219,000.00	219,000.00	219,000.00	219,000.00	219,000.00	219,000.00
Depreciación de PPE	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00
	-	-	-	-	-	-
	-	70,190.40	140,380.80	195,571.20	250,761.60	305,952.00

Activo Diferido	54,000.00	43,200.00	32,400.00	21,600.00	10,800.00	-
Pre-Operativos (Constitución e Instalación)	54,000.00	54,000.00	54,000.00	54,000.00	54,000.00	54,000.00
Amortización de Diferidos	-	10,800.00	21,600.00	32,400.00	43,200.00	54,000.00
Total Activos	846,299.13	925,333.93	1,183,875.74	1,683,539.60	2,492,446.80	3,658,890.36
Pasivos						
Pasivos Corrientes	-	-	-	-	-	-
Cuentas por Pagar	-	-	-	-	-	-
Préstamos por pagar C/P	-	-	-	-	-	-
Total Pasivos	-	-	-	-	-	-
Capital						
Patrimonio						
Patrimonio Inicial	846,299.13	846,299.13	846,299.13	846,299.13	846,299.13	846,299.13
Resultados Acumulados	-	-	79,034.80	337,576.60	837,240.47	1,646,147.67
Resultado del Periodo	-	79,034.80	258,541.80	499,663.86	808,907.21	1,166,443.55
Total Capital	846,299.13	925,333.93	1,183,875.73	1,683,539.60	2,492,446.80	3,658,890.35
Total Pasivo + Capital	846,299.13	925,333.93	1,183,875.73	1,683,539.60	2,492,446.80	3,658,890.35

Nota: (Elaboración propia)

6.5. Estado de resultado proyectado

**Tabla 22. Estado de resultado proyectado
"CRECIPOLLO"**

Estado de Resultado Proyectado						
Cifras en córdobas						
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	ACUMULADO
INGRESOS POR VENTAS	2,880,000.00	3,525,120.00	4,314,746.88	5,281,250.18	6,464,250.22	22,465,367.28
Venta de Bloques	2,880,000.00	3,525,120.00	4,314,746.88	5,281,250.18	6,464,250.22	22,465,367.28
						-
COSTO DE VENTA	1,862,404.80	2,268,831.48	2,766,297.73	3,364,193.81	4,107,021.23	14,368,749.04
Costo de Producción	1,862,404.80	2,268,831.48	2,766,297.73	3,364,193.81	4,107,021.23	14,368,749.04
Utilidad Bruta	1,017,595.20	1,256,288.52	1,548,449.15	1,917,056.37	2,357,229.00	8,096,618.24
						-
GASTOS DE OPERACIÓN	938,560.40	997,746.72	1,048,785.29	1,108,149.16	1,190,785.45	5,284,027.02

						-
Gastos de Personal	639,160.00	671,118.00	704,673.90	725,244.35	761,506.56	3,501,702.81
Gastos de Servicio General	218,410.00	245,638.32	278,120.99	316,914.42	363,288.48	1,422,372.22
Depreciación	70,190.40	70,190.40	55,190.40	55,190.40	55,190.40	305,952.00
Amortización de Diferidos	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00	10,800.00	54,000.00
Gastos Financieros y Otros	-	-	-	-	-	-
Gastos Financieros	-	-	-	-	-	-
Otros Gastos	-	-	-	-	-	-
						-
RESULTADO DEL EJERCICIO	79,034.80	258,541.80	499,663.86	808,907.21	1,166,443.55	2,812,591.22

Nota: (Elaboración propia)

7. Determinación de indicadores financieros básicos

Tabla 23. Indicadores de evaluación financiera

INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA	
PERÍODO DE RECUPERACIÓN (PRI)	2.61 Años
VALOR PRESENTE NETO AL 25.00%	715,333.06
TASA INTERNA DE RETORNO	48.93%
RELACIÓN BENEFICIO/COSTO	1.85

Nota: (Elaboración propia)

En base a los Flujos proyectados, el inversionista recuperaría la inversión realizada en un periodo equivalente a 2 Años, 7 Meses y 10 Días.

El resultado de este indicador financiero evidencia que el proyecto requiere menos del 50% del tiempo en evaluación para recuperar la inversión inicial realizada, lo cual, representa un factor positivo para la viabilidad de este, ya que, el inversionista, al recuperar su capital en dicho plazo, tiene opciones de reinversión en el mismo, o bien, expansión de operaciones en otra ubicación.

7.1. Valor actual neto

El resultado del VPN para el proyecto durante los 5 años de evaluación ascendió a C\$ 715, 333, 06 valor que representa las ganancias líquidas del proyecto, tomando en consideración el valor del dinero en el tiempo y trasladando las ganancias al presente.

Para ello se tomó como referencia la tasa de rentabilidad mínima requerida, siendo esta del 25%, a lo cual, el VPN dio más de un millón como rentabilidad, ya descontando el mínimo requerido.

Dicho resultado es de gran valor para determinar que la propuesta de negocio es viable, ya que, además de obtener la rentabilidad mínima requerida, se obtienen ganancias extras por los flujos obtenidos en los años de operación.

7.2. Tasa interna de retorno

Tabla 24. Tasa de rentabilidad del proyecto "CRECIPOLLO"

Tasa de Rentabilidad Mínima Requerida del Proyecto				
Cifras en córdobas				
FUENTES	APORTE MONETARIO	PESO (%)	COSTO	COSTO PONDERADO
APORTES DE CAPITAL	846,299.13	100.00%	25.00%	25.00%
		0.00%		0.00%
		0.00%		0.00%
TOTAL	846,299.13	100.00%	CCPP:	25.00%

Nota: (Elaboración propia)

Para iniciar, es importante hacer énfasis que la TIR se encarga de medir la rentabilidad de una inversión. Esto quiere decir, el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá esta, para los montos que no hayan sido retirados del proyecto.

De forma simple podríamos definir la TIR como el porcentaje de ingresos o pérdidas que se obtiene como consecuencia de una inversión.

Para el proyecto en cuestión, el resultado obtenido por parte de este indicador es de un 48.93% siendo un valor con buenas proporciones al evaluar la rentabilidad del mismo, ya que supera el porcentaje de rentabilidad mínima requerida en un 23.93%, valor casi equivalente al 100% por encima del antes mencionado.

7.3. Análisis de costo beneficio

El análisis de costo-beneficio es un proceso que se realiza para medir la relación que existe entre los costes de un proyecto y los beneficios que otorga.

Ahora bien, según los resultados obtenidos en los flujos anuales del proyecto, se logró determinar la que la relación beneficio/costo dio como resultado un valor de 1.85 lo que representa que, por cada córdoba invertido, el proyecto estaría generando 1.85, de los cuales 0.85 representan la ganancia, ya descontando la inversión realizada.

8. Análisis de razones financieras

Tabla 25. Aplicación de razones financieras

Nota: (Elaboración propia)

“CRECIPOLLO”					
Aplicación de Razones Financieras					
Cifras en córdobas					
RAZONES DE LIQUIDEZ					
Indicador	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
- CAPITAL NETO DE TRABAJO	439,509.13	599,534.33	939,066.54	1,504,720.80	2,379,618.40
La empresa cuenta con un capital de trabajo 100% propio, el cual, es suficiente para cubrir con la adquisición de materia prima, así como para cancelar tanto costos como gastos fijos.					
RAZONES DE RENTABILIDAD					
Indicador	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
- MARGEN BRUTO DE UTILIDAD	35%	36%	36%	36%	36%
- MARGEN DE UTILIDADES OPERACIONALES	3%	7%	12%	15%	18%
- MARGEN NETO DE UTILIDADES	3%	7%	12%	15%	18%
- RENDIMIENTO DE LA INVERSIÓN	9%	31%	59%	96%	138%

9. Valoración económica general del plan

Para realizar la valoración económica del plan, se toma en consideración los ingresos y egresos de CRECIPOLLO, para iniciar operaciones en la producción del alimento de engorde. En base a los resultados del estado financiero se valora lo siguiente:

- a) El Valor Actual Neto calculado representa una recuperación de la inversión inicial de C\$ 715, 333, 06.
- b) El costo beneficio se encuentra en 1.82, esto representa que el proyecto es rentable, ya que dicho indicador tiene como requisito un resultado mayor a 1, el cual representa las ganancias ya descontando los costos de operación.
- c) La Tasa Interna de Retorno tiene una rentabilidad que es mayor que la rentabilidad mínima requerida o coste de oportunidad.

En función de las razones financieras se valora que:

- a. El capital de trabajo resulta positivo, esto garantiza la liquidez necesaria durante los dos primeros meses de operación de la empresa, garantizando así la compra de insumos, pago de mano de obra y gastos de operación requeridos durante el funcionamiento de la empresa.
- b. El índice de solvencia o razón corriente indica la capacidad que tiene la empresa de poder cubrir sus obligaciones.

La razón del margen neto de utilidad nos indica lo que realmente estamos generando con las operaciones de CRECIPOLLO.

Ya habiendo abordado los resultados de los principales indicadores financieros y analizados cada uno de ellos, se puede dar una valoración positiva en cuanto a factibilidad del proyecto ya que presenta un nivel de rendimiento competitivo, además de una proyección de crecimiento aceptable según el mercado al que se dirige. Además, según el crecimiento proyectado y en función del desarrollo del mismo, se puede optar a extender las operaciones a nuevos mercados, esto con el fin de abastecer a clientes

potenciales que estén interesados en un nuevo producto con las características que este ofrece.

Si bien, es necesario hacer énfasis en la competencia ya existente en el mercado, sin embargo, se está apostando a la integración de un producto que ofrece mejores propiedades de nutrición y más saludables para el consumidor final una vez ya procesado el consumidor primario.

10. Conclusión

En base a los estudios financieros realizados para la producción de alimento de engorde para pollos, se concluye:

CRECIPOLLO requiere de un capital inicial con un nivel de alcance entre moderado a bajo, ya que este se calcula en C\$ 846,299.13 proyectándose a mantener un inventario equivalente a los insumos requeridos para para próximamente 2 meses de operación, esto con el objetivo de garantizar la disponibilidad de materia prima, lo cual, es de muy buena aceptación para invertir.

El punto de equilibrio se establece en vender 4045 unidades de alimento para pollos, para el primer año determinando que las ventas mínimas requeridas están por debajo de la proyección de ventas totales, lo cual representa la oportunidad de obtener rentabilidad por parte del proyecto, creando la opción de maximizar las utilidades por medio de volúmenes de ventas mayores, esto por medio de los márgenes de contribución, aprovechando los gastos fijos en la mayor medida posible.

Por último, se propone la aceptación de esta idea de negocio, tanto por sus características, por la aceptación que presento por parte del mercado encuestado y por el nivel de inversión y organización requerida, las cuales son de buen nivel en cuanto a accesibilidad para potenciales inversionistas, ya que se logró evidenciar por medio de los diversos estudios realizados que no presenta una complejidad excesiva, ni grandes porcentajes de riesgo en cuando a las operaciones, contando con la garantía necesaria para operar y opción de extenderse a un mercado con mayor nivel de operaciones.

Referencias bibliográficas

Industria Avícola. (2020). *Industria Avícola*. Recuperado de:
<https://www.industriaavicola.net/mercados-y-negocios/nicaragua-la-avicultura-es-pilar-de-la-seguridad-alimentaria/>

Instituto Nacional de Desarrollo, (2023). *Potosí en cifras*. Recuperado de:
<https://www.municipio.co.ni/municipio-potosi.html>

INATEC. (2018). *Manejo productivo y reproductivo en porcinos y aves*. Managua, Nicaragua: Segunda edición.

MEFCCA. (02 de Noviembre de 2020). *Cartilla del cultivo del jícara*. Obtenido de
<https://www.economiafamiliar.gob.ni/backend/vistas/doc/cartilla/documento3202440.pdf>

Ministerio de hacienda y crédito publico,Ivan Acosta. (19 de julio de 2022). *avicultura nicaraguense exhibe crecimiento del 2022*. Obtenido de
<https://avinews.com/avicultura-nicaraguense-exhibe-crecimiento-este-2022/>

Nicaragua, N. j. (17 de Noviembre de 2017). *Norma técnica obligatoria nicaraguense, regulación de la actividad avícola*. Obtenido de
<http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/>

Anexos

Anexo 1: Modelo de negocios Canva



Nota: (Elaboración propia)

Anexo 2: Encuesta

1. ¿Conoce el alimento de engorde para pollo a base de cascara de plátano?

- Si
 No

2. ¿Compra alimento de engorde para pollos?

- Si
 No

3. ¿Qué tipo de engorde compra normalmente?

- A base de maíz
 A base de frutas
 A base de plátano
 Otros

4. ¿Qué frecuencia compra alimento de engorde?

- Cada semana
 Cada mes
 2 veces al mes
 2 veces a la semana

5. ¿Qué presentación compra el alimento?

- 1 libra
 1 quintal de 25 libras
 50 libras
 100 libras

6. ¿Qué marca de alimento adquiere?

- Purina
 El granjero
 Aceite el real
 Alimento propio

7. ¿Compraría un alimento de engorde a base de cascara de plátano?

- Si
- No
- Talvez

8. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar?

- 1,000 – 1,100
- 1, 200 – 1,300
- 1, 400 – 1,500
- 1,600 – 1,700

9. ¿Estaría dispuesto a probar un producto nuevo para el engorde de pollos?

- Si
- No

10. ¿Qué alimento sustituto usa para el engorde de pollos?

- Maíz
- Frutas
- Arroz
- Trigo

11. ¿Con qué frecuencia alimenta a los pollos?

- 2 veces al día
- 3 veces al día
- 5 veces al día

12. ¿Crea su propio alimento de engorde para pollos?

- Si
- No

13. ¿Qué usa para el engorde de los pollos?

- Maíz
- Trigo
- Concentrados
- Alimentos Sustitutos

14. ¿Qué ingredientes usa para el alimento?

- Maíz
- Frutas
- Trigo
- Arroz
- Aceite de soya

15. ¿Qué busca en el alimento de engorde para pollos?

- Calidad
- Buen precio
- Que logre el engorde en menor tiempo
- Proteínas

16. ¿Dónde compra el alimento de engorde?

- Veterinaria
- Pulpería
- Distribuidora
- Tienda de concentrados

17. ¿Qué emisoras de radio escucha frecuentemente?

- Radio Rumbos (105.7 FM)
- Radio Poder de Cristo (104.9 FM)
- Radio XO (103.7 FM)
- Radio Shalom (95.7 FM)

18. ¿Qué canales de televisión frecuenta?

10

8

6

12

14

2

11

Anexo 2: Gráficos.

Gráfico 1: ¿Conoce el alimento de engorde para pollo a base de cascara de plátano?

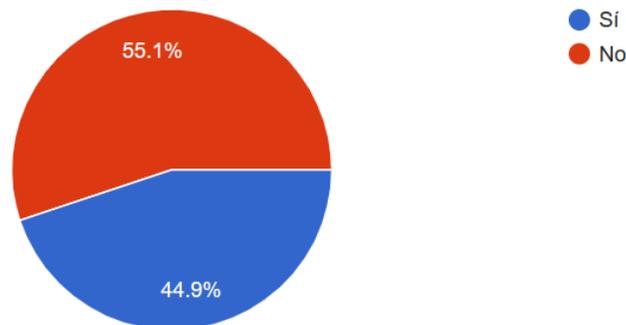


Gráfico 2: ¿Compra alimento de engorde para pollos?

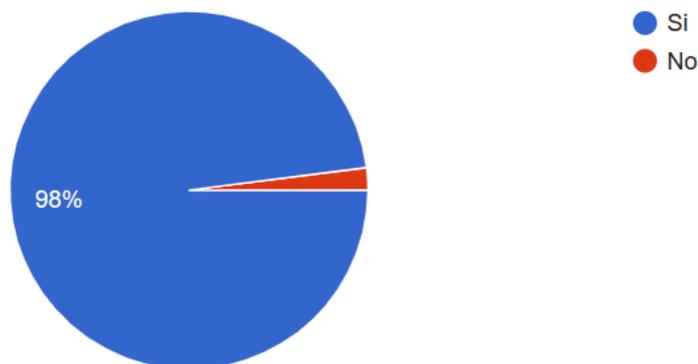


Gráfico 3: ¿Qué tipo de alimento de engorde compra normalmente?



Gráfico 4: ¿Qué frecuencia compra alimento de engorde?

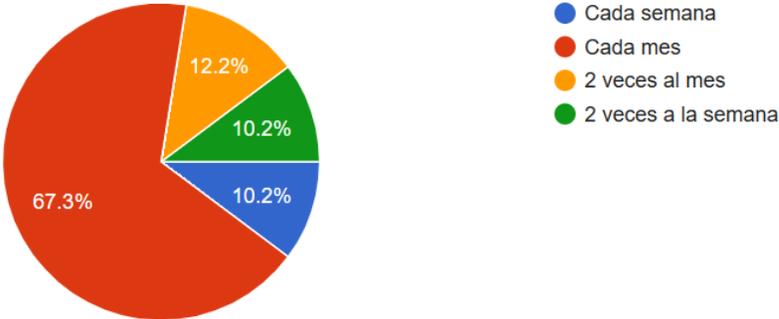


Gráfico 5: ¿Qué presentación compra el alimento?



Gráfico 6: ¿Qué marca de alimento adquiere?

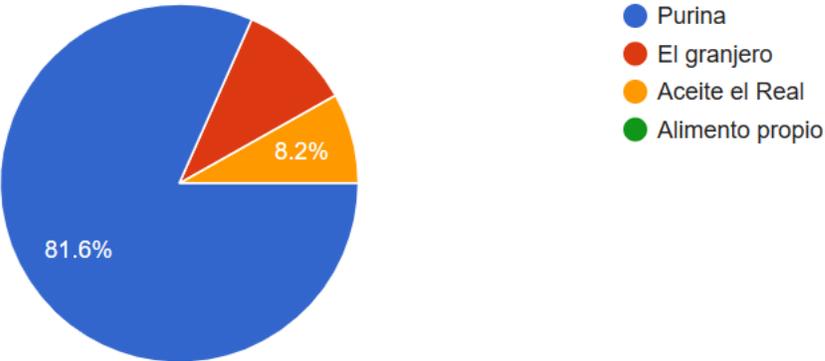


Gráfico 7: ¿Compraría un alimento de engorde a base de cáscara de plátano?

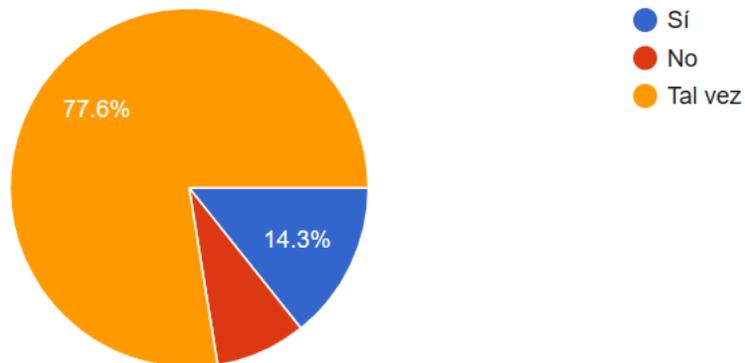


Gráfico 8: ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar?

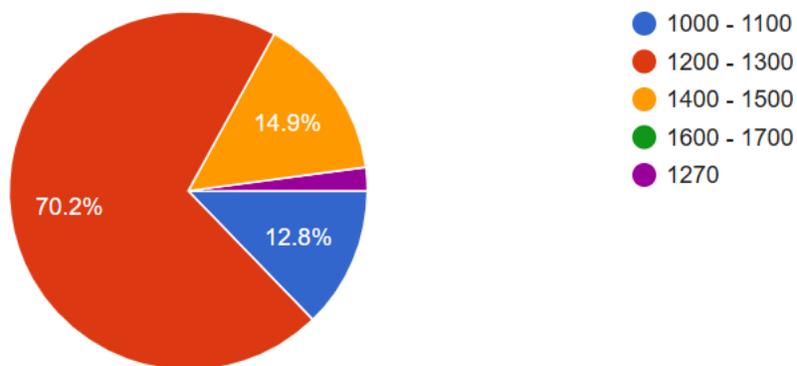


Gráfico 9: ¿Estaría dispuesto a probar un producto nuevo para el engorde de pollos?

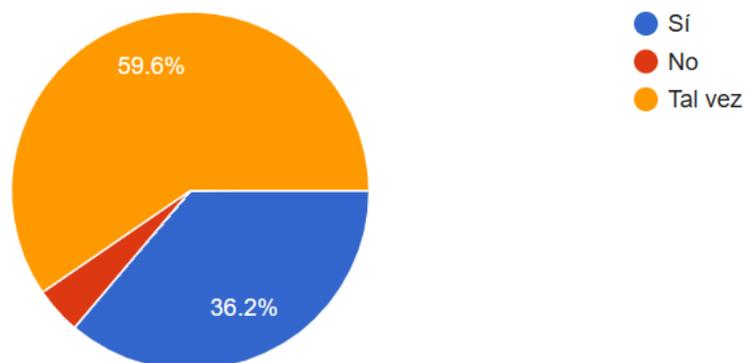


Gráfico 10: ¿Qué alimento sustituto usa para el engorde de pollos?

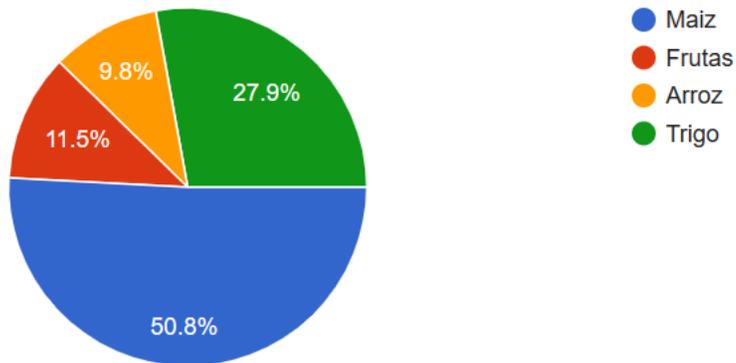


Gráfico 11: ¿Con qué frecuencia alimenta a los pollos?

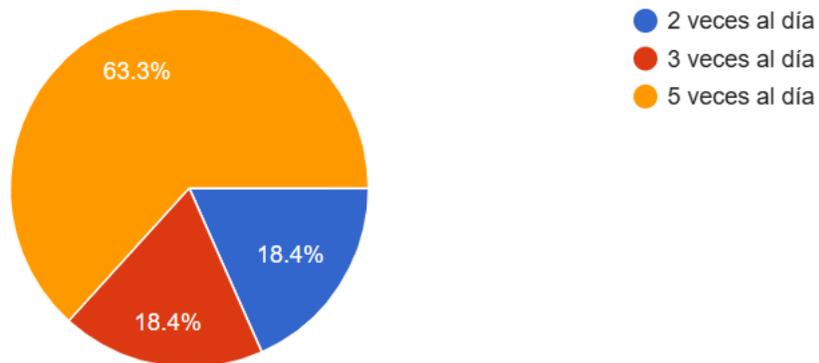


Gráfico 12: ¿Crea su propio alimento de engorde para pollos?

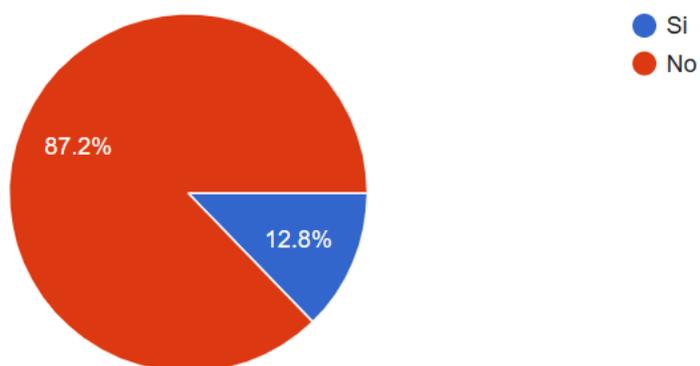


Gráfico 13: ¿Qué ingredientes usa para el Alimento?

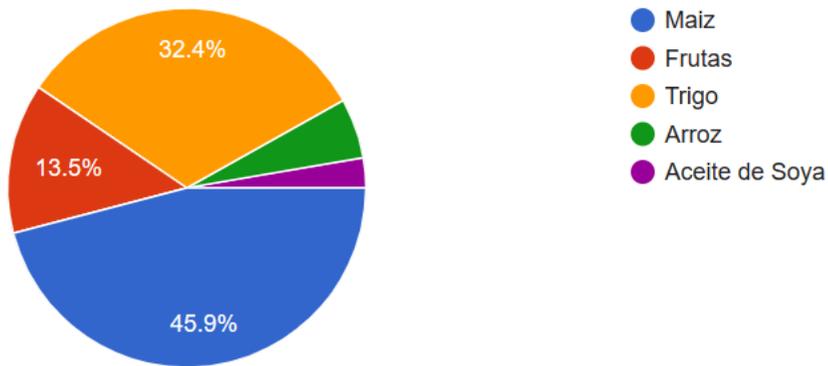


Gráfico 14: ¿Qué usa para el engorde de los pollos?

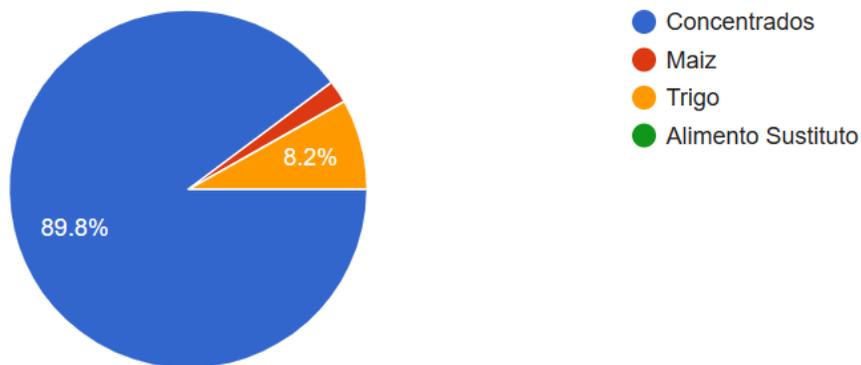


Gráfico 15: ¿Qué busca en el alimento de engorde para pollos?

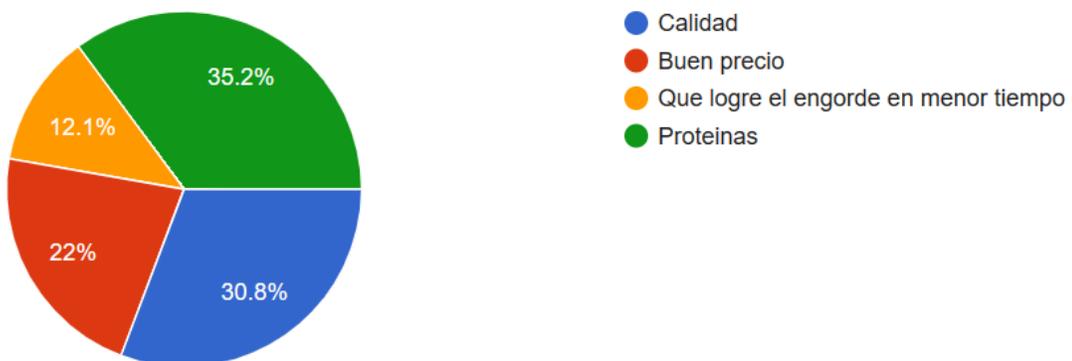


Gráfico 16: ¿Dónde compra el alimento de engorde?

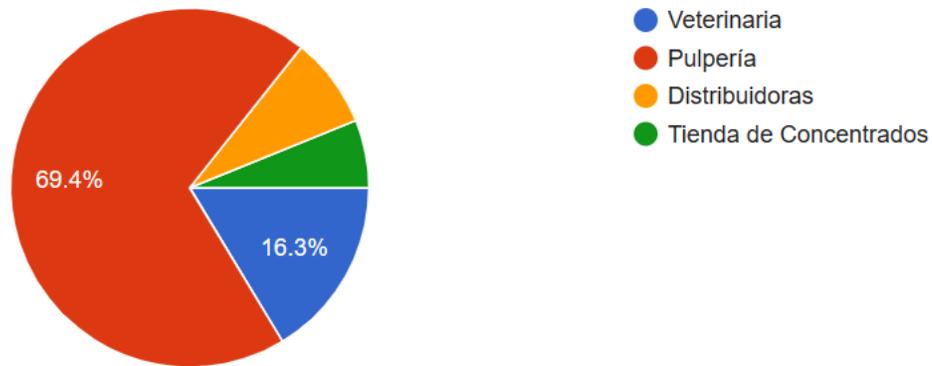


Gráfico 17: ¿Qué emisoras de radio escucha frecuentemente?

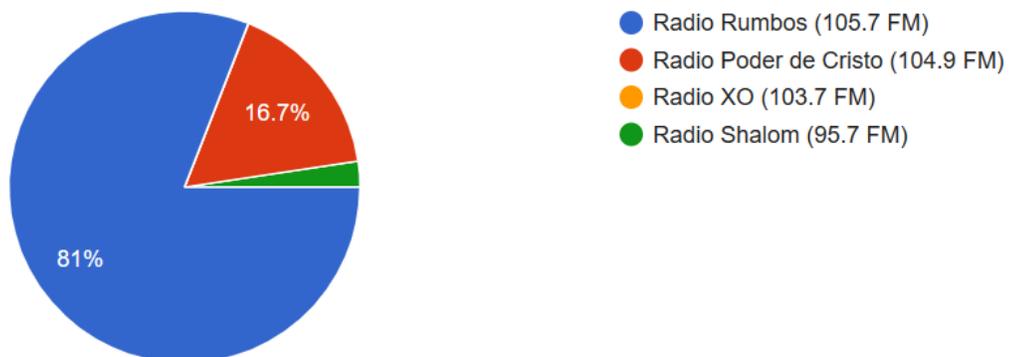
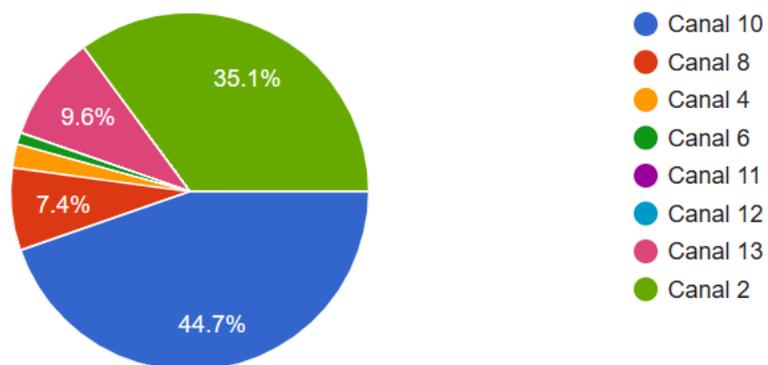


Gráfico 18: ¿Qué canales de televisión frecuenta?



Anexo 3: Material a utilizar para el plan de mercadeo.

Figura 16. Flyer de distribuidor oficial



Nota: (Elaboración propia)

Figura 17. Flyer informativo

CRECIPOLLO

Conócenos

Nos encargamos de proporcionar un alimento que contenga los nutrientes necesarios para un crecimiento más rápido y saludable, utilizando ingredientes de alta calidad.

- ✓ Creado a base de cáscara de plátano.
- ✓ Permite un crecimiento más rápido y saludable.
- ✓ Es 100% natural

Contiene:

- Vitamina B
- Vitamina C
- Vitamina K
- Hierro
- Potasio
- Magnesio

DISPONIBLE EN PUNTOS DE VENTA AUTORIZADOS

PARA MÁS INFORMACIÓN CONTACTARSE AL:
+ 505 8787 1220
 CRECIPOLLO@GMAIL.COM

Nota: (Elaboración propia)

Figura 18. Banner

CRECIPOLLO

¡PARA UN CRECIMIENTO MÁS RÁPIDO Y SALUDABLE!

CALIDAD TOTAL

ALIMENTO DE ENGORDE CREADO A BASE DE CÁSCARA DE PLÁTANO

25LBS/11.33 KG

Ingredientes: Cáscara de Plátano, Soya, Maíz Amarillo, Cascarina de Maíz, Semillas de Girasol.

Beneficios:

- 1) Aumenta la inmunidad (se forma la producción de anticuerpos contra infecciones y enfermedades).
- 2) Contiene fósforo y potasio, que mejoran el metabolismo y el desarrollo del sistema esquelético.
- 3) Aceptación rápida de los alimentos, por lo que el aumento de peso se produce más rápido que con los concentrados comunes.
- 5) Implementa una dieta completa y equilibrada, que facilita la crianza de los pollos. (no es necesario hacer alimentos complementarios)
- 6) Cumple con el esquema de alimentación correcto.

Registro Sanitario No: 0501780
P. 05/10/2023 V. 05/10/25

Hecho en Rivas- Nicaragua
Página web: www.crecipollo.com
Contacto: +505 8787-1220

- ✓ CREADO A BASE DE CÁSCARA DE PLÁTANO.
- ✓ CONTIENE VITAMINAS B, C, K, HIERRO, POTASIO Y MAGNESIO.
- ✓ SUS INGREDIENTES PERMITEN UN MÁS CRECIMIENTO RÁPIDO Y SALUDABLE.
- ✓ AYUDA EL FORTALECIMIENTO DE LOS HUESOS Y EL SISTEMA INMUNOLÓGICO.

PARA MÁS INFORMACIÓN CONTACTARSE AL:

☎ 505 8787 1220

✉ CRECIPOLLO@GMAIL.COM

DISPONIBLE EN PUNTOS DE VENTA AUTORIZADOS

Nota: (Elaboración propia)

Tabla 26. Planilla de pago salarial

Ítem	Cargo	Salario Básico	H. Ext.	Total Ingresos	Deducciones		Total Deducciones	Neto a Recibir	Firma	Gastos Patronales		Provisiones	
					INSS	IR				INSS Patronal	INATEC	Aguinaldo	Indemnización
1	Administrador	17,000.00	-	17,000.00	1,190.00	1,121.50	2,311.50	14,688.50		3,655.00	340.00	1,416.67	1,416.67
2	Conductor	12,000.00	-	12,000.00	840.00	424.00	1,264.00	10,736.00		2,580.00	240.00	1,000.00	1,000.00
3	Ayudante	9,000.00	-	9,000.00	630.00	5.50	635.50	8,364.50		1,935.00	180.00	750.00	750.00
	Subtotal Administrativos y Servicio	38,000.00	-	38,000.00	2,660.00	1,551.00	4,211.00	33,789.00		8,170.00	760.00	3,166.67	3,166.67
4	Operario	9,000.00	-	9,000.00	630.00	5.50	635.50	8,364.50		1,935.00	180.00	750.00	750.00
5	Operario	9,000.00	-	9,000.00	630.00	5.50	635.50	8,364.50		1,935.00	180.00	750.00	750.00
	Subtotal Operativos	18,000.00	-	18,000.00	1,260.00	11.00	1,271.00	16,729.00		3,870.00	360.00	1,500.00	1,500.00
	Total Nómina	56,000.00	-	56,000.00	3,920.00	1,562.00	5,482.00	50,518.00		12,040.00	1,120.00	4,666.67	4,666.67

Nota: (Elaboración propia)