

UNIVERSIDAD DE TECNOLOGÍA Y COMERCIO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y COMERCIO



Proyecto de graduación para optar al título de grado en la licenciatura en contabilidad pública y finanzas: Plan de negocio para la comercialización de boquitas a base de malanga "Boquita Delights" periodo 2023-2024

Autor:

José David Silva Reyes.

Tutores:

Ing. Alberto Quintanilla

Lic. Tania Fajardo

Ing. Anastasio Guardián

Lic. Nelson Morales

Managua, junio 2024

DEDICATORIA

Con el corazón lleno de gratitud y alegría, dedico este plan de negocio a ustedes, quienes han sido los pilares fundamentales en mi vida y en mi formación académica.

A ti, Dios, mi eterno guía y protector, te agradezco por haberme dado la sabiduría, la fuerza y la perseverancia para llegar hasta este punto. Tu amor incondicional y tu constante presencia han sido mi mayor inspiración. En cada paso de este camino, he sentido tu mano guiándome y dándome la confianza necesaria para superar los obstáculos. Esta tesis es un reflejo de tu bondad y de tus bendiciones en mi vida.

A mis queridos padres, quienes han sido mi apoyo inquebrantable desde el primer día, les agradezco por su amor incondicional, su sacrificio y su dedicación. Ustedes han sido mi ejemplo de fortaleza, perseverancia y compromiso. Gracias por su constante aliento, por creer en mí y por brindarme todas las oportunidades para crecer y alcanzar mis metas. Esta tesis es el resultado de su amor y dedicación, y es un testimonio de su incansable apoyo.

A lo largo de este arduo proceso, he enfrentado desafíos y momentos de duda, pero siempre he tenido a Dios y a mis padres a mi lado, recordándome que puedo lograrlo. Su amor y confianza han sido mi impulso para seguir adelante, incluso cuando las circunstancias parecían adversas.

Hoy, al finalizar esta etapa, quiero expresar mi profundo agradecimiento a Dios y a mis padres por su amor incondicional, su sabiduría y su constante apoyo. Esta tesis es un tributo a su amor y a su influencia en mi vida. Sin ustedes, nada de esto hubiera sido posible.

Con todo mi amor y gratitud,

AGRADECIMIENTO

Quiero comenzar expresando mi más profundo agradecimiento a Dios por haberme dado la fuerza y la determinación para alcanzar este logro tan importante en mi vida. Su guía y apoyo incondicional han sido fundamentales en mi camino hacia la graduación.

A mis padres, su amor incondicional y su constante apoyo han sido la base de mi éxito. Desde el principio, ustedes me han alentado a perseguir mis sueños y me han brindado todas las herramientas necesarias para alcanzarlos. Su sacrificio y dedicación han sido invaluable y estoy eternamente agradecido por todo lo que han hecho por mí.

A mis amistades y compañeros de estudios, su amistad y apoyo han sido un regalo invaluable. Juntos hemos enfrentado desafíos, superado obstáculos y celebrado nuestros éxitos. Gracias por ser una fuente constante de inspiración y por compartir este viaje conmigo.

A todos aquellos que me brindaron ayuda externa, su apoyo y aliento han sido invaluable. Desde los consejeros académicos hasta los profesionales de la industria que compartieron su experiencia conmigo, su contribución ha sido fundamental para mi crecimiento y desarrollo profesional.

Contenido

GLOSARIO.....	13
Introducción	16
1. Objetivos.....	17
1.1. Objetivo general.....	17
1.2. Objetivos específicos	17
I. GENERALIDADES DEL PLAN.....	18
1. Descripción de la idea seleccionada.....	18
2. Justificación de la idea de negocio seleccionada.....	20
3. Propuesta de valor del producto	22
4. Nombre de la empresa	23
5. Identidad empresarial	23
5.1. Misión.....	23
5.2. Visión.....	23
5.3. Valores.....	23
6. Descripción de la empresa.....	24
6.1. Giro que se ubica la empresa.....	24
6.2. Ubicación.....	24
6.3. Tamaño	25
7. Análisis situacional	25
7.1. PORTER	27
7.2. PESTEL.....	40
7.3. Foda estratégico	42
II. MARKETING.....	45
1. Planteamiento del problema.....	45
2. Justificación.....	46
3. Objetivos.....	47
3.1. Objetivo general	47
3.2. Objetivos específicos.....	47
4. Investigación de mercado.....	48
4.1. Segmento de mercado.....	48
4.2. Demanda	49
4.3. Buyer de persona	50
4.4. Instrumento metodológico.....	52
4.5. Resultado y análisis de encuestas	53
4.6. Recomendaciones y conclusiones del análisis.....	58

BOQUITAS “DELIGHTS”

4.6.1.	Recomendaciones del análisis	58
4.6.2.	Conclusión del análisis de la encuesta.....	59
5.	Desarrollo del producto o servicio.....	61
5.1.	Descripción producto/servicio.....	61
5.2.	Características y atributos	61
5.3.	Oferta del producto o servicio	62
5.4.	Marca y sus elementos	63
5.4.1.	Psicología del color.....	63
6.	Objetivo de plan de marketing.....	66
6.1.	Objetivo general.....	66
6.2.	Objetivo específico	66
7.	Mix de marketing.....	67
7.1.	Precio	67
7.2.	Plaza.....	67
7.3.	Promoción	67
8.	Estimaciones económicas	69
8.1.	Calculo de la demanda.....	69
8.2.	Proyección de ventas 5 años	69
9.	Plan de marketing	70
10.	Políticas de ventas.....	71
III.	PRODUCCIÓN.....	72
1.	Objetivo	72
1.1.	Objetivo General	72
1.2.	Objetivo Específico	72
2.	Especificaciones del producto	73
3.	Descripción del proceso de producción	76
4.	Diagrama de flujo de proceso	81
5.	Cronograma del proceso de producción	82
5.1.	Diagrama analítico de los procesos	84
6.	Equipos e instalaciones.....	84
6.1.	Equipos.....	84
6.2.	Instalaciones	86
6.3.	Ubicación de la empresa.....	87
6.4.	Capacidad instalada	87
7.	Diseño y distribución de planta y oficina	89
8.	Materia prima	92

BOQUITAS “DELIGHTS”

8.1. Necesidades de materia prima	93
8.2. Identificación de proveedores y cotizaciones.....	94
8.3 Compras.....	95
9. Manejo de inventarios	97
10. Mano de obra requerida	98
11. Planes de mejora continua	99
12. Políticas de calidad.....	102
VI. ORGANIZACIÓN.....	104
1. Objetivo	104
1.1. Objetivo general.....	104
1.2. Objetivos específicos	104
2. Gestión legal.....	104
3. Constitución de la sociedad	105
4. Obligaciones tributarias de la empresa.....	116
5. Estructura de la empresa.....	122
6. Organigrama de la empresa.....	123
6.1. Organigrama proyectado en 5 años.....	125
7. Método de selección y contratación de la empresa.....	126
7.1. Captación de Personal	126
7.1.1. Reclutamiento	127
7.1.2. Selección.....	128
7.1.3. Contratación.....	129
7.1.4. Inducción	130
7.1.5. Desarrollo de personal	130
8. Tabla de puestos y funcione.....	131
V. FINANZAS.....	145
1. Introducción.....	145
2. Objetivos.....	146
2.1. Objetivo general.....	146
2.2. Objetivos específicos	146
3. Identificadores de los principales gastos y costo	147
3.1. Construcción general de costos	147
3.2. Calculo del punto de equilibrio	149
4. Calculo de precio (en base a costo)	150
5. Calculo de financiamiento externo	152
6. Flujo de efectivo de la empresa NATURESNACK	153

BOQUITAS “DELIGHTS”

6.1.	Flujo de efectivo proyectado	154
7.	Elaboración de estados financieros	156
7.1.	Balance general inicial.....	156
7.2.	Balance general proyectado	157
7.3.	Estado de resultado proyectado	158
8.	Determinación de indicadores financieros básicos	159
8.1.	Valor actual neto	159
8.2.	Tasa interna de retorno	159
8.3.	Análisis de costo beneficio	160
9.	Análisis de razones financieras.....	161
10.	Valoración económica general del plan.....	162
11.	Conclusión	163
VI.	Referencias bibliográficas	164
Anexos.....		165

INDICE DE GRAFICO

Grafico 1. Resultado de encuesta Boquitas Delights	53
Grafico 2. Resultado de encuesta Boquitas Delights	53
Grafico 3. Resultado de encuesta Boquitas Delights	54
Grafico 4. Resultado de encuesta Boquitas Delights	54
Grafico 5. Resultado de encuesta Boquitas Delights	55
Grafico 6. Resultado de encuesta Boquitas Delights	55
Grafico 7. Resultado de encuesta Boquitas Delights	56
Grafico 8. Resultado de encuesta Boquitas Delights	56
Grafico 9. Resultado de encuesta Boquitas Delights	57
Grafico 10. Resultado de encuesta Boquitas Delights	57
Grafico 11. Organigrama de la empresa.....	123
Grafico 12. Organigrama proyecto	125

INDICE DE FIGURA

Figura 1. Logo de Boquitas NatureSnack	64
Figura 2. Diseño de etiqueta de Boquitas Delights.....	65
Figura 3. Diseño de etiqueta de Boquitas Delights.....	65
Figura 4. Empaque	74
Figura 5. Diseño de tabla de declaración nutricional	74
Figura 6. Packing	75
Figura 7. Ilustración del producto	75
Figura 8. Flujograma de proceso	81
Figura 9. Ubicación de NatureSnack	87
Figura 10. Plano arquitectónico de la distribución de planta	91
Figura 11. Plano arquitectónico sobre mejoras de planes continua.....	101

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de Porter de Boquitas Delights	38
Tabla 2. Matriz del PESTEL de Boquitas Delights	40
Tabla 3. Matriz Foda estratégico de Boquitas Delights	42
Tabla 4. Calendarización de actividades de Boquitas Delgths	68
Tabla 5. Datos de Investigación de Mercado	69
Tabla 6. Proyección de ventas	69
Tabla 7. Plan de Marketing.....	70
Tabla 8. Cronograma de Proceso de Producción.....	82
Tabla 9. Diagrama analítico de los procesos.....	84
Tabla 10. Equipo y herramienta a utilizar.....	85
Tabla 11. Cantidad a Producir	88
Tabla 12. Capacidad de Producción	89
Tabla 13. Distribución de áreas por ambientes	89
Tabla 14. Medidas de las puertas	90
Tabla 15. Medidas de ventanas	90
Tabla 16. Inventario mensual de materia prima.....	92
Tabla 17. Selección de proveedor y cotización	95
Tabla 18. Compras proyectadas a 5 años	97
Tabla 19. Mano de obra proyectada a 5 años	99
Tabla 20. Estructura de costo	148
Tabla 21. Estructura de precio	150
Tabla 22. Estructura de costo por producto.....	151
Tabla 23. Tabla de préstamo (Financiamiento externo)	152
Tabla 24. Flujo de caja	153
Tabla 25. Flujo de caja proyecctado	155
Tabla 26. Balance general inicial	156
Tabla 27. Balance general proyectado	157
Tabla 28. Estado de resultado proyectado	158
Tabla 29. Indicadores financieros	159

INDICE DE ILUSTRACION

Ilustración 1. Buyer de persona.....	50
Ilustración 2. Buyer de persona.....	51
Ilustración 3. Buyer de persona.....	52

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Mapa de propuesta de valor	165
Anexo 2. Link de encuesta	165
Anexo 3. Inversión de NatureSnack.....	166
Anexo 4. Depreciación de NatureSnack	167
Anexo 5. Nómina de NatureSnack.....	168
Anexo 6. Proyección de ventas mensual de NatureSnack.....	169
Anexo 7. Cuota del préstamo de NatureSnack.....	170
Anexo 8. Proyección de ventas anual de NatureSnack	171

GLOSARIO

Atributos: Se refiere a las características o cualidades que definen a un producto y lo distinguen de otros productos en el mercado. Estos atributos pueden ser tanto físicos como funcionales, y desempeñan un papel importante en la estrategia de marketing

Competidores: Una persona individual o jurídica que compite dentro de un mercado determinado, ofreciendo bienes o servicios para obtener un beneficio económico.

Consumo: Se refiere a la acción de utilizar o gastar productos, bienes o servicios para satisfacer necesidades presentes o futuras.

Control de calidad: Se refiere a un conjunto de procesos y actividades que se llevan a cabo para garantizar que un producto o servicio cumpla con los estándares y requisitos establecidos. Su objetivo principal es asegurar que el producto o servicio sea confiable, eficiente y cumpla con las expectativas del cliente.

Costos: Se refiere al gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Determinar el costo de producción permite establecer el precio de venta al público del bien o servicio en cuestión

Gastronomía: Proviene del griego y se compone de dos palabras: "gastro" o "gaster", que significa estómago, y "noma" o "gnomos", que significa norma o regla. Por lo tanto, el significado de la palabra gastronomía se refiere al arte que estudia la relación del ser humano con su alimentación, el entorno o el medio ambiente.

Gestión financiera: Se refiere a la práctica estratégica de establecer, controlar y supervisar todos los recursos financieros de una organización con el fin de lograr sus objetivos comerciales

Impacto ambiental: Se refiere a las alteraciones del medio ambiente causadas directa o indirectamente por un proyecto o actividad en un área determinada.

Malanga: Según el Diccionario de la lengua española de la Real Academia Española (RAE), "malanga" puede referirse a una planta aráceas con hojas grandes acorazonadas, tallo corto y tubérculos comestibles que se cultiva en terrenos bajos y húmedos. También puede hacer referencia al tubérculo de esta planta.

NatureSnack: No tiene un significado "Nature" se refiere a lo natural y "Snack" se refiere a un alimento ligero que se consume entre comidas. En conclusión, se refiere snack sano.

Pestel: Se refiere a un análisis estratégico utilizado para evaluar el entorno externo en el que opera una organización. El acrónimo "PESTEL" representa los factores que se analizan en este análisis: Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales.

Porter: Este modelo fue desarrollado por Michael Porter en 1979 y se utiliza para analizar la competitividad de una empresa o sector. El modelo identifica cinco fuerzas que afectan a la rentabilidad y atractivo de un mercado: el poder de negociación de los clientes, el poder de negociación de los proveedores, la amenaza de nuevos competidores, la amenaza de productos sustitutos y la rivalidad entre competidores.

Procesamiento: Puede referirse al conjunto de operaciones que se realizan para elaborar, transformar un producto o servicio.

Producto: Es bastante amplio y depende del contexto en el que se utiliza. En general, se refiere a algo material que se produce o fabrica, ya sea de forma natural o industrial, con el propósito de ser consumido o utilizado por las personas.

Pyme: Es el acrónimo de "pequeña y mediana empresa"

Rentabilidad: Se refiere a la capacidad de generar ganancias o beneficios a partir de una inversión. Se trata del rendimiento o beneficio que se obtiene al realizar una inversión y se expresa generalmente en forma de porcentaje. La rentabilidad puede ser utilizada para evaluar el éxito de un inversor en comparación con el mercado en general.

BOQUITAS “DELIGHTS”

Saludables: Se refiere a algo que sirve para conservar o restablecer la salud corporal, o que es de buena salud o de aspecto sano.

Sustitutos: Se refiere a personas o cosas que hacen las veces de otras, que suplen o reemplazan a otra persona o cosa en una actividad, cargo o función.

Tir: Es una medida utilizada para evaluar la rentabilidad de una inversión. Indica la tasa de rendimiento que iguala el valor presente de los flujos de efectivo futuros de un proyecto con la inversión inicial. Si la TIR es mayor que la tasa de descuento utilizada, se considera que la inversión es rentable

Van: Es el acrónimo de "Valor Actual Neto". Se utiliza para determinar la viabilidad económica de un proyecto. Si el VAN es mayor a 0, significa que las ganancias superarán la rentabilidad exigida y el proyecto es recomendable. Si es menor a 0, el proyecto no es deseable debido a las potenciales pérdidas. Si el VAN es igual a 0, no habrá ni pérdidas ni ganancias como resultado de la inversión.

Introducción

En un mundo cada vez más consciente de la importancia de productos naturales, surge la idea de negocio de elaborar y comercializar snacks naturales de malanga. Este proyecto tiene como objetivo satisfacer una creciente demanda

El proceso de elaboración de los snacks naturales a base de malanga implica el uso de ingredientes naturales, cuidadosamente combinados para aprovechar las propiedades beneficiosas de esta raíz.

El plan de negocio se divide en cuatro etapas fundamentales que guiarán el desarrollo e implementación de esta idea emprendedora. En primer lugar, se aborda el planteamiento de la idea de negocio, definiendo los objetos

Luego, se lleva a cabo una exhaustiva investigación y estudio de mercado para comprender las necesidades y preferencias de los consumidores, así como para identificar oportunidades y desafíos en el mercado de productos de consumo.

La tercera etapa del plan de negocio se enfoca en el diseño y la planificación de las operaciones, desde la adquisición de materias primas hasta la producción y distribución de los snacks naturales. Se establecía

Finalmente, se llevará a cabo un estudio financiero detallado para evaluar la viabilidad económica del proyecto, determinar la inversión inicial requerida y establecer proyecciones financieras a corto y largo plazo.

1. Objetivos

1.1. Objetivo general

- Evaluar la aceptación y viabilidad del consumo de boquitas a base de malanga y sus productos derivados en el mercado de consumo para la introducción de NatureSnack posición

1.2. Objetivos específicos

- Investigar el nivel de aceptación sobre el consumo de boquitas a base de malanga y sus productos derivados de acuerdo al mercado de consumo.
- Realizar un plan de mercadeo para la introducción de NatureSnack posicionando las boquitas a base de malanga en el mercado actual.
- Proponer un snack natural en las tiendas de conveniencias del sector del distrito IV del departamento de Managua, con una producción inicial de 150 unidades de snacks de 150 gr semanal según el estudio de mercado, aumentado cuatrimestralmente el volumen de la venta del producto.
- Establecer políticas entre los colaboradores creando un ambiente de trabajo que facilite el cumplimiento de nuestras metas.
- Evaluar la rentabilidad financiera del plan de negocio “NATURESNACK”, mediante el análisis financiero en conformidad con las normativas contables vigentes.

I. GENERALIDADES DEL PLAN

1. Descripción de la idea seleccionada

En el período enero – julio 2022, se registra un avance de la producción de 5.2 millones de quintales, con crecimiento de 4%, en relación a igual período del año 2021:

- Yuca se registra una salida de cosecha de 4.1 millones de quintales, 7% superior a igual período del año anterior.
- Malanga en este período se registra una cosecha de 670 mil quintales, 3% superior al año anterior.
- Quequisque: 403 mil quintales producidos, 2% superior a la cosecha de Enero–Julio 2021. MEFCA (2022)

MEFCA (2022) menciona a través del reportaje de telesur, la viabilidad y crecimiento de la exportación de la malanga la cual 1 semestre del 2022 tuvo 19.33% superior al 2021. 2:45-2:59 min

De acuerdo a esto obtenemos un crecimiento tanto de la producción como la exportación del cultivo de la malanga y la incorporación en el mercado actual.

La idea seleccionada propone utilizar ingredientes locales y naturales en la elaboración de boquitas de malanga, en línea con el objetivo de desarrollo sostenible número 12. Esto contribuye a promover prácticas sostenibles en la producción y el consumo de alimentos, así como a valorar la cultura culinaria local.

Uso de ingredientes locales y naturales: El uso de ingredientes locales implica utilizar productos que se cultivan o producen en la región o comunidad donde se elaboran las boquitas de malanga. Esto tiene varios beneficios, como apoyar la economía local, reducir la huella de carbono al evitar largos traslados de productos y promover la diversidad y preservación de los alimentos tradicionales.

BOQUITAS “DELIGHTS”

Por otro lado, el uso de ingredientes natural implica que los productos utilizados no han sido tratados con pesticidas, fertilizantes sintéticos u otros químicos dañinos para el medio ambiente y la salud humana. Los ingredientes orgánicos suelen ser cultivados de manera sostenible, respetando los ciclos naturales y promoviendo la biodiversidad.

Boquitas de malanga: Las boquitas de malanga son un tipo de aperitivo o bocadillo elaborado a partir de la malanga, que es un tubérculo similar a la yuca o la papa. La malanga es una fuente de carbohidratos y nutrientes, y su sabor y textura la hacen ideal para ser utilizada en la preparación de boquitas.

2. Justificación de la idea de negocio seleccionada

La utilización de la malanga como materia prima para la elaboración de boquitas beneficia la economía local, contribuye a la conservación del medio ambiente, promueve prácticas agrícolas sostenibles y ofrece productos alimenticios más saludables a los consumidores. Estas acciones están alineadas con las estrategias del Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza 2023-2026 con el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 12, que busca garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

Al utilizar la malanga como materia prima para la elaboración de boquitas, en el marco de las estrategias del Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza y Desarrollo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible 12, se basa en varios puntos importantes:

- Beneficio para la economía local y reducción de la dependencia de alimentos importados: Al utilizar la malanga cultivada y producida en la misma región, se apoya a los agricultores y productores locales, fortaleciendo así la economía local y reduciendo la dependencia de alimentos importados. Esto contribuye a la creación de empleo y al desarrollo económico sostenible de la región.
- Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero: Al reducir las distancias en la comercialización de la malanga, se disminuye la emisión de gases de efecto invernadero asociados al transporte de alimentos. Esto contribuye a la mitigación del cambio climático y a la conservación del medio ambiente.
- Promoción de prácticas agrícolas más respetuosas con el medio ambiente: El uso de ingredientes naturales implica la utilización de alimentos cultivados sin el uso de pesticidas y fertilizantes químicos. Esto promueve prácticas agrícolas más respetuosas con el medio ambiente y con la salud humana. Al no utilizar químicos sintéticos en el cultivo de los alimentos, se evita la contaminación del suelo y del agua, y se preservan los ecosistemas naturales.
- Beneficios para la salud de los consumidores: La malanga es una materia prima con un alto valor nutritivo energético. Al utilizarla en la elaboración de

BOQUITAS “DELIGHTS”

boquitas y combinarla con otros ingredientes locales y natural, se contribuye a ofrecer productos alimenticios más saludables a los consumidores. Esto promueve una alimentación equilibrada y contribuye al bienestar de las personas.

3. Propuesta de valor del producto

La propuesta de valor de NatureSnack es elaborar snacks a base de malanga que se caracterizan por ser 100% naturales y libres de cualquier preservante. La malanga se utiliza como insumo principal debido a sus propiedades nutricionales diversas y su riqueza en vitamina, lo que fortalece la propuesta de ofrecer un producto natural al consumidor. Las técnicas de elaboración y la materia prima utilizada son los elementos clave que marcan la diferencia con respecto a los snacks que se comercializan actualmente.

La aceptación de NatureSnack se basa en satisfacer las necesidades y generar confianza en el segmento de consumidores que buscan snacks naturales y amigables con el medio ambiente. Además, desde el aspecto comercial, NatureSnack busca lograr la diferencia.

Desarrollar un vínculo emocional con el cliente, que no solo permita el consumo, sino que también contribuya con su bienestar y cuidado del medio ambiente, logrando una experiencia única que hará que el cliente desee elegir este snack sobre otras marcas que se encuentran en el mercado

Beneficios en el aspecto de los consumidores: la malanga es una materia prima que aporta propiedades nutricionales diversas y es rica en vitamina.

Empaques biodegradables: que acompañan el objetivo de desarrollo sostenible no. 12, que busca el crecimiento ecológico y producción sostenible.

4. Nombre de la empresa

NatureSnack

Razón social:

NATURESNACKS, S.A.

5. Identidad empresarial

5.1. Misión

Proporcionar opciones de boquitas naturales y deliciosas a base de malanga.

5.2. Visión

Convertirse en líderes en el mercado de boquitas naturales a base de malanga, ofreciendo opciones innovadoras y satisfactorias para los consumidores

5.3. Valores

- **Calidad:** Esto implica utilizar ingredientes frescos y seleccionados, así como seguir procesos de producción y almacenamiento adecuados para garantizar la calidad del producto final.
- **Sostenibilidad:** La empresa promueve prácticas comerciales justas y responsables, como el apoyo a los agricultores locales y la participación en programas de responsabilidad social.
- **Innovación:** Esto implica estar al tanto de las tendencias del mercado y las preferencias de los consumidores, y utilizar ese conocimiento para desarrollar boquitas a base de malanga que sean atractivas y satisfagan las necesidades de los clientes.
- **Salud y bienestar:**

- Implica en utilizar ingredientes naturales y nutritivos en la elaboración de las boquitas, evitando el uso de aditivos artificiales y promoviendo un estilo de vida saludable.
- Responsabilidad: Esto implica cumplir con las regulaciones y normativas aplicables, así como ser transparente en sus prácticas comerciales y promover la ética empresarial.

6. Descripción de la empresa

6.1. Giro que se ubica la empresa

La empresa se encuentra en el sector de la alimentación y se especializa en la producción de boquitas de malanga utilizando ingredientes locales y orgánicos. Su enfoque está orientado hacia la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental, alineado con el ODS 12. La empresa busca promover prácticas agrícolas sostenibles y apoyar a los productores locales, fomentando el desarrollo económico de la comunidad. A través del uso de ingredientes naturales, evitan el uso de pesticidas y productos químicos sintéticos, garantizando la calidad y la seguridad de sus productos. Su objetivo es proporcionar boquitas de malanga de alta calidad y sabor, utilizando ingredientes frescos y auténticos. En resumen, la empresa se destaca por su compromiso con la sostenibilidad, la producción local y la calidad en la elaboración de boquitas de malanga utilizando ingredientes naturales.

6.2. Ubicación

Estamos ubicado en Managua en el sector de Bolonia, de canal 2 una cuadra norte. De los cuales poseemos accesos directo a la pista 11 avenida sureste, tenemos los servicios básicos, incluyendo acceso a internet. Se posee cercanía de nuestros clientes.

6.3. Tamaño

De acuerdo al clasificador uniforme de las actividades económicas de Nicaragua del año 2021, señala nuestra materia prima, de nuestro plan de negocio de Boquitas de malanga, de donde está situado de acuerdo a lo consiguiente. Nosotros nos situamos como una PYME en la creación de nuevos empleos mixtos para un desarrollo económico en la ciudad capital de acuerdo a la oferta y la demanda obtenidas.

Poseemos 16 colaboradores.

7. Análisis situacional

En el contexto de la elaboración de boquitas de malanga, es importante realizar un análisis situacional sobre el uso de ingredientes locales y orgánicos. Este enfoque está alineado con el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) número 12, que busca garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

El uso de ingredientes locales y naturales en la elaboración de boquitas de malanga tiene múltiples beneficios. En primer lugar, contribuye a la promoción de la agricultura local y a la reducción de la dependencia de alimentos importados. Al utilizar ingredientes locales, se apoya a los agricultores y productores locales, fortaleciendo así la economía local y reduciendo las emisiones de carbono asociadas al transporte de alimentos.

Además, el uso de ingredientes naturales promueve prácticas agrícolas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente. Los alimentos naturales se cultivan sin el uso de pesticidas y fertilizantes químicos, lo que reduce el impacto negativo en los ecosistemas y la salud humana.

Para llevar a cabo un análisis situacional sobre el uso de ingredientes locales y naturales, se pueden considerar los siguientes aspectos:

1. Evaluación de la disponibilidad de ingredientes locales: Es importante identificar los ingredientes locales que están disponibles en la región donde se elaboran las boquitas de malanga. Esto puede implicar investigar y establecer

BOQUITAS “DELIGHTS”

contactos con agricultores locales, cooperativas agrícolas y otros proveedores de alimentos locales.

2. Evaluación de la calidad de los ingredientes locales: Es necesario asegurarse de que los ingredientes locales cumplan con los estándares de calidad requeridos para la elaboración de las boquitas de malanga. Esto puede incluir la verificación de certificaciones orgánicas, así como la realización de pruebas de calidad y seguridad alimentaria.
3. Evaluación de la viabilidad económica: Es importante analizar la viabilidad económica de utilizar ingredientes locales y orgánicos en la elaboración de boquitas de malanga. Esto implica analizar los costos asociados con la adquisición de ingredientes locales y orgánicos, así como los posibles beneficios económicos a largo plazo, como el acceso a mercados especializados y la diferenciación de producto.
4. Evaluación del impacto ambiental: El uso de ingredientes locales y orgánicos puede tener un impacto positivo en el medio ambiente al reducir la huella de carbono y promover prácticas agrícolas sostenibles. Es importante evaluar y cuantificar este impacto para poder comunicarlo de manera efectiva a los consumidores y otras partes interesadas.

En el enfoque microeconómico, el análisis situacional de la comercialización de boquitas a base de malanga se centra en el estudio de las decisiones y comportamientos de los agentes económicos individuales, como los productores, consumidores y empresas involucradas en la cadena de suministro de estos productos.

Algunos aspectos a considerar en este análisis podrían incluir:

- Demanda y oferta: Se debe evaluar la demanda de boquitas a base de malanga por parte de los consumidores, así como la oferta de estos productos por parte de los productores. Esto implica analizar factores como el precio, la disponibilidad de materias primas, la competencia en el mercado y las preferencias de los consumidores.

BOQUITAS “DELIGHTS”

- **Precios y costos:** Es importante examinar los precios de venta de las boquitas a base de malanga y los costos asociados a su producción. Esto incluye el costo de la malanga, otros ingredientes, mano de obra, embalaje y distribución. El análisis de los precios y costos puede ayudar a determinar la rentabilidad de la comercialización de estos productos.
- **Canales de distribución:** Se debe analizar cómo se distribuyen las boquitas a base de malanga desde los productores hasta los consumidores. Esto implica evaluar los diferentes canales de distribución disponibles, como tiendas de conveniencia, supermercados, mercados locales o ventas en línea. También es importante considerar los costos y beneficios asociados a cada canal de distribución.
- **Competencia:** Es fundamental analizar la competencia en el mercado de las boquitas a base de malanga. Esto incluye identificar a otros productores y marcas que ofrecen productos similares, así como evaluar sus estrategias de marketing, precios y calidad. El análisis de la competencia puede ayudar a identificar oportunidades y desafíos en la comercialización de estos productos.
- **Factores externos:** Además de los aspectos microeconómicos, es importante considerar factores externos que pueden influir en la comercialización de boquitas a base de malanga. Estos pueden incluir cambios en la legislación o regulaciones relacionadas con la producción y comercialización de alimentos, tendencias de consumo, preferencias de los consumidores y condiciones económicas generales

7.1. PORTER

Barreras de entradas

Amenazas de nuevos competidores

Las amenazas de nuevos competidores en la comercialización de boquitas a base de malanga pueden tener un impacto significativo en el mercado. La entrada de nuevos competidores puede afectar la participación de mercado de los productores actuales de boquitas a base de malanga.

Es posible que existan otros factores que puedan influir en la comercialización de boquitas a base de malanga, como la demanda de los consumidores, los precios de venta, los costos de producción y distribución, entre otros. Estos factores pueden interactuar y afectar la competitividad del mercado.

1.1. Economía de escala

La producción de boquitas de malanga a escala económica se refiere a la producción de estos aperitivos de malanga en grandes cantidades y de manera rentable. Esto implica utilizar métodos y técnicas eficientes para cultivar, cosechar y procesar la malanga, así como para empaquetar y distribuir las boquitas de manera efectiva.

Para lograr una producción a escala económica de boquitas de malanga, es importante considerar los siguientes aspectos:

1. **Cultivo de malanga:** Se debe establecer un sistema de cultivo eficiente que permita obtener una alta producción de malanga de buena calidad. Esto implica seleccionar variedades de malanga adecuadas, utilizar prácticas de cultivo adecuadas y controlar las enfermedades y plagas que puedan afectar el cultivo.
2. **Procesamiento:** Una vez cosechada la malanga, se debe procesar de manera adecuada para convertirla en boquitas. Esto puede incluir pelar, cortar y freír la malanga, así como agregar condimentos y sabores adicionales. Es importante contar con equipos y maquinaria adecuada para facilitar el procesamiento a gran escala.
3. **Empaque y distribución:** Las boquitas de malanga deben ser empaquetadas de manera atractiva y conveniente para su venta. Esto puede incluir el uso de bolsas o envases individuales, etiquetas y diseños atractivos. Además, se debe establecer una red de distribución eficiente para llegar a los puntos de venta y consumidores finales.
4. **Costos y rentabilidad:** Es importante realizar un análisis de costos y establecer precios de venta adecuados para asegurar la rentabilidad de la producción a escala económica. Esto implica considerar los costos de producción, mano de obra, materiales, empaque y distribución, así como los márgenes de beneficio deseados.

2. Diferencia de producto

BOQUITAS “DELIGHTS”

Las boquitas DELIGHTS se producen siguiendo prácticas agrícolas, lo que significa que se cultivan sin el uso de pesticidas, herbicidas o fertilizantes químicos sintéticos. En su lugar, se utilizan métodos naturales y sostenibles para controlar las plagas y mantener la salud del cultivo.

Por otro lado, se ofrecen boquitas de malanga con salsa únicas diferenciando nuestros productos con nuestros competidores de los cuales se tienen en crear una tendencia en mercado de consumo.

3. Requisitos de capital

Al ser una PYME poseemos un acceso al préstamo de pequeña y mediana empresa sobre emprendimiento locales de los cuales nosotros lo usaremos en el momento cuando ya tengamos un mercado estable de nuestro producto mediante la cual así nos forjaremos a un crecimiento en el mercado para crecer como una pequeña industria.

Al ser una sociedad anónima poseemos que nuestro accionista pondrá parte del capital que nosotros nos vamos a operar en los primeros años de nuestros crecimientos.

4. Accesos a los canales de distribución

Los canales de distribución son las vías a través de las cuales los productos llegan desde el productor hasta el consumidor final. En el caso de las boquitas de malanga, que son snacks elaborados a partir de la malanga (*Colocasia esculenta*), existen diferentes canales de distribución que permiten que estos productos lleguen al mercado.

Uno de los canales de distribución más utilizados para la comercialización de boquitas de malanga en algunos países como Nicaragua, es el canal de distribución de snacks puede incluir tanto la venta de boquitas de malanga artesanales como industriales. A través de este canal, los productos pueden llegar a diferentes puntos de venta, como tiendas de conveniencia, supermercados, kioskos, entre otros.

Además del canal de distribución de snacks, también es posible encontrar otros canales de distribución para las boquitas de malanga. Estos pueden incluir la venta directa a través de ferias o mercados locales, la distribución a través de distribuidores mayoristas que abastecen a diferentes establecimientos, o incluso la venta en línea a través de plataformas de comercio electrónico.

Es importante destacar que una zona céntrica de Managua de los cuales se tiene un mayor acceso vehicular hacia los distintos canales de distribución que nosotros nos vamos a distribuir nuestro producto esto es más una fortaleza que nosotros poseemos gran acceso vehicular para la distribución de nuestros productos.

5. Análisis de productos sustitutos

El análisis de productos sustitutos de boquita de malanga se refiere a la evaluación de otros productos que podrían ser utilizados como alternativas a la boquita de malanga. Un producto sustituto es aquel que puede satisfacer una necesidad similar o cumplir una función similar a la boquita de malanga, pero que no es exactamente lo mismo.

Para realizar un análisis de productos sustitutos de boquita de malanga, se pueden considerar diferentes aspectos, como el sabor, la textura, la apariencia, el valor nutricional y la disponibilidad. Algunos posibles productos sustitutos de boquita de malanga podrían ser otros snacks o aperitivos hechos de vegetales, como chips de plátano, yuca o batata. También se podrían considerar productos similares en términos de sabor y textura, como los chips de maíz o papas fritas.

Es importante tener en cuenta que cada producto sustituto tendrá sus propias características y ventajas, por lo que es necesario evaluar cuál sería la mejor opción en función de los gustos y preferencias individuales. Además, es recomendable considerar también el valor nutricional de los productos sustitutos, para asegurarse de que sean opciones saludables.

En resumen, el análisis de productos sustitutos de boquita de malanga implica evaluar diferentes opciones de snacks o aperitivos que podrían ser utilizados como

BOQUITAS “DELIGHTS”

alternativas a la boquita de malanga, teniendo en cuenta aspectos como el sabor, la textura, la apariencia, el valor nutricional y la disponibilidad.

Productos sustitutos:

- Boquitas de plátano.
- Boquitas de papa.
- Boquitas de camote.
- Boquitas de yuca.

5.1. Análisis que tengo yo propiedades, calidad en originalidad

El análisis de las propiedades, originalidad y calidad de las boquitas de malanga de productos locales y orgánicos es un tema interesante. Las boquitas de malanga son un tipo de snack que se elabora con malanga, un tubérculo similar a la yuca o la papa.

Cuando se trata de productos locales y orgánicos, es importante considerar varios aspectos.

En primer lugar, la calidad de las boquitas de malanga se refiere a la frescura de los ingredientes utilizados y la forma en que se elaboran. Los productos locales y orgánicos suelen ser cultivados de manera sostenible, sin el uso de pesticidas o fertilizantes químicos. Esto puede contribuir a una mayor calidad y sabor de las boquitas de malanga.

La originalidad de las boquitas de malanga se relaciona con la forma en que se presentan y se combinan los ingredientes. Los productos locales y orgánicos pueden ofrecer una variedad de sabores y combinaciones únicas, utilizando ingredientes frescos y de temporada. Esto puede brindar una experiencia culinaria auténtica y diferenciada.

El análisis de las propiedades de las boquitas de malanga implica evaluar aspectos como la textura, el sabor, el aroma y el valor nutricional. Los productos locales y orgánicos suelen tener un mayor contenido de nutrientes, ya que se cultivan en condiciones más naturales y se cosechan en su punto óptimo de madurez. Además,

pueden ofrecer una experiencia sensorial más rica debido a la frescura de los ingredientes.

En resumen, el análisis de propiedades, originalidad y calidad de las boquitas de malanga de productos locales y orgánicos implica considerar la frescura de los ingredientes, la forma de elaboración, la combinación de sabores y la experiencia sensorial. Los productos locales y orgánicos pueden ofrecer una experiencia culinaria auténtica y nutritiva, destacando la diversidad y calidad de los ingredientes naturales.

6. Poder de negociación con los compradores

El poder de negociación con los compradores de boquitas de malanga se refiere a la capacidad en influir en los términos y condiciones de la venta de este producto. El poder de negociación puede variar dependiendo de varios factores, como la oferta y demanda del mercado, la competencia, la calidad del producto y la relación entre proveedores y compradores.

En el caso específico de las boquitas de malanga, el poder de negociación de los proveedores puede ser influenciado por diferentes aspectos. Algunos de estos aspectos pueden incluir:

1. **Calidad del producto:** Si los proveedores ofrecen boquitas de malanga de alta calidad y con características únicas, pueden tener un mayor poder de negociación. Los compradores estarán dispuestos a pagar un precio más alto por un producto de calidad superior.
2. **Oferta y demanda:** Si la demanda de boquitas de malanga es alta y la oferta es limitada, los proveedores pueden tener un mayor poder de negociación. En este caso, los compradores pueden estar dispuestos a aceptar precios más altos o condiciones favorables para asegurarse el suministro del producto.
3. **Competencia:** Si hay varios proveedores de boquitas de malanga en el mercado, los compradores pueden tener más opciones y, por lo tanto, un mayor poder de negociación. Los proveedores pueden tener que competir entre sí para atraer a los compradores y ofrecer mejores condiciones.

4. **Relación proveedor-comprador:** La relación establecida entre los proveedores y los compradores también puede influir en el poder de negociación. Si existe una relación de confianza y cooperación mutua, es más probable que los proveedores tengan un mayor poder de negociación.

6.1. Percepción del cliente

La percepción del cliente sobre las boquitas de malanga puede variar según sus gustos. Algunos clientes pueden disfrutar del sabor y la textura de las boquitas de malanga, considerándolas una opción deliciosa y satisfactoria. Otros clientes pueden tener una percepción diferente, tal vez no les guste el sabor o la consistencia de las boquitas de malanga. La percepción del cliente también puede estar influenciada por factores como la presentación del producto, la calidad de los ingredientes utilizados y la forma en que se preparan las boquitas de malanga. En última instancia, la percepción del cliente sobre las boquitas de malanga es subjetiva y puede variar de una persona a otra.

6.2. Información que posee el cliente ventaja del producto

El cliente puede obtener varias ventajas al poseer información sobre el producto de boquitas de malanga. Algunas de estas ventajas pueden incluir:

1. **Conocimiento de los beneficios nutricionales:** Al tener información sobre el producto de boquitas de malanga, el cliente puede conocer los beneficios nutricionales que ofrece. La malanga es una raíz rica en nutrientes como carbohidratos, fibra, vitaminas y minerales, lo que la convierte en una opción saludable para incluir en la dieta.
2. **Conciencia de las opciones de consumo:** Al conocer el producto de boquitas de malanga, el cliente puede tener una mayor conciencia de las diferentes opciones de consumo disponibles. Puede descubrir nuevas formas de preparar y disfrutar las boquitas de malanga, como en forma de chips, frituras o incluso como ingrediente en otras recetas.
3. **Capacidad para tomar decisiones informadas:** Al tener información sobre el producto de boquitas de malanga, el cliente puede tomar decisiones

informadas al momento de comprar y consumir este producto. Puede evaluar la calidad, el origen y los ingredientes del producto, lo que le permite elegir opciones que se ajusten a sus preferencias y necesidades.

4. **Conocimiento de los aspectos culturales:** La malanga es un alimento tradicional en muchas culturas de Centroamérica y el Caribe. Al poseer información sobre el producto de boquitas de malanga, el cliente puede aprender sobre los aspectos culturales y tradicionales asociados con este alimento. Esto puede generar un mayor aprecio y conexión con la cultura y la historia de la región.

7. Poder de negociación con proveedores

El poder de negociación de los proveedores para la elaboración de boquitas de malanga puede variar dependiendo de varios factores. Algunos de estos factores pueden incluir la disponibilidad de proveedores de malanga, la demanda del mercado, la competencia entre los proveedores y la capacidad de los proveedores para ofrecer precios competitivos y productos de calidad.

Si hay muchos proveedores de malanga en el mercado, es posible que los proveedores tengan menos poder de negociación, ya que los compradores pueden tener más opciones para elegir. Sin embargo, si hay pocos proveedores de malanga, los proveedores pueden tener más poder de negociación, ya que los compradores pueden depender de ellos para obtener el producto.

Además, la demanda del mercado puede influir en el poder de negociación de los proveedores. Si la demanda de boquitas de malanga es alta, los proveedores pueden tener más poder de negociación, ya que los compradores estarán dispuestos a pagar más por el producto. Por otro lado, si la demanda es baja, los proveedores pueden tener menos poder de negociación y pueden tener que ajustar sus precios para atraer a los compradores.

La competencia entre los proveedores también puede afectar su poder de negociación. Si hay muchos proveedores que ofrecen productos similares, es posible que los proveedores tengan menos poder de negociación, ya que los compradores

pueden comparar precios y condiciones entre diferentes proveedores. Sin embargo, si un proveedor tiene una ventaja competitiva única, como la calidad superior de la malanga o la capacidad de ofrecer precios más bajos, puede tener más poder de negociación.

7.1. Análisis de posibilidad con los proveedores como la fidelización venta de la materia prima

El análisis de la posibilidad de fidelización de venta de la materia prima con los proveedores es un aspecto importante para cualquier negocio que dependa de la adquisición regular de materias primas. La fidelización de los proveedores implica establecer relaciones sólidas y duraderas con ellos, de los cuales se tienen en pagos justo y puntuales sobre la materia prima y creación de contratos de fidelización.

Algunas consideraciones clave en el análisis de esta posibilidad incluyen:

1. **Calidad y confiabilidad del proveedor:** Es importante evaluar la calidad de la materia prima suministrada por el proveedor y su capacidad para cumplir con los plazos de entrega. Un proveedor confiable y que ofrezca productos de alta calidad puede ser una ventaja competitiva para el negocio.
2. **Historial de relaciones comerciales:** Evaluar la duración y la calidad de la relación comercial existente con el proveedor puede ser útil para determinar si existe una base sólida para la fidelización. Si el proveedor ha demostrado ser confiable y ha cumplido consistentemente con los acuerdos comerciales anteriores, es más probable que se pueda establecer una relación a largo plazo.
3. **Beneficios mutuos:** Es importante analizar si existe una relación de beneficio mutuo entre el negocio y el proveedor. Esto implica evaluar si el proveedor está dispuesto a ofrecer condiciones favorables, como precios competitivos, descuentos por volumen o plazos de pago flexibles. A su vez, el negocio debe demostrar su compromiso de mantener una relación a largo plazo y ofrecer una demanda constante y predecible.

4. **Comunicación y colaboración:** Una comunicación clara y abierta con el proveedor es fundamental para establecer una relación sólida. Esto implica compartir información relevante sobre las necesidades del negocio, los cambios en la demanda y las expectativas de calidad. Además, la colaboración en la mejora continua y la resolución de problemas puede fortalecer la relación y generar beneficios para ambas partes.
5. **Evaluación periódica:** Es importante realizar evaluaciones periódicas de la relación con los proveedores para asegurarse de que siga siendo mutuamente beneficiosa. Esto implica revisar regularmente los términos del acuerdo, evaluar la calidad y el rendimiento del proveedor, y buscar oportunidades de mejora y optimización.

8. Rivalidades competidores competentes

La rivalidad entre competidores competentes en el mercado de las boquitas de malanga puede ser intensa. En este tipo de industria, es común que haya una competencia feroz entre diferentes empresas que ofrecen productos similares. Los competidores competentes se esfuerzan por ganar la preferencia de los consumidores y obtener una mayor cuota de mercado.

Esta rivalidad puede manifestarse de diversas formas, como la competencia en precios, la innovación en productos, la promoción y publicidad agresiva, y la búsqueda de alianzas estratégicas. Los competidores competentes están constantemente buscando formas de diferenciarse y destacar en el mercado, ya sea a través de la calidad de sus productos, la atención al cliente, la eficiencia en la distribución o la creación de una marca fuerte.

En el caso específico de las boquitas de malanga, es posible que los competidores competentes se enfoquen en ofrecer variedad de sabores, presentaciones atractivas, ingredientes de alta calidad o precios competitivos. La rivalidad entre ellos puede ser beneficiosa para los consumidores, ya que promueve la mejora continua de los productos y servicios ofrecidos.

BOQUITAS “DELIGHTS”

Mencionando uno de los competidores fuertes que poseemos en el país son la Yummies, Diana que son nuestros competidores internos y también tenemos nuestros competidores externos que son los snacks tradicionales de los cuales posee una minoría en el mercado.

8.1. Conocer cuántos competidores tengo

Nuestro producto competidores directo e indirecto de los cuales se han venido posicionando en el mercado en satisfacer las necesidades de los clientes y crear tendencia mediante las cuales se entiende que los directos son las grandes industrias de productos sustituto que tienen un posicionamiento de su marca en el mercado actual cómo sales tenemos Yummies, Diana que son mis competidores con mayor fuerza en el mercado.

Como competidores indirectos tenemos a la comercialización de productos como snacks naturales o snacks tradicionales que es un plan de minoría así tales como ellos tienen una baja comercialización en el mercado actual de lo que son algunas tiendas por conveniencia y mercados no posee una marca fija ni un logo ni una fuerza de posicionamiento fuerte.

BOQUITAS “DELIGHTS”

Tabla 1. Matriz de Porter de Boquitas Delights

5 FUERZAS DE PORTER	GRADO	DESCRIPCION
NUEVOS INGRESOS	ALTO	Nuestro producto posee un complemento innovador único en medio de resaltar contra la competencia.
COMPETIDORES	ALTO	Existe varios competidores que venden Snacks y de formas de preferencias de compras de los clientes: Yummies, Diana, Horber y Ventas informales.
SUSTITUTOS	ALTO	En el mercado actual existen productos sustitutos: boquitas de plátano, de yuca, papa y camote.
PROVEEDORES	MEDIO	Se pueden acceder de materia prima directamente con los productores de la zona León, Masaya, Matagalpa y Jinotega.
COMPRADORES	MEDIO	Los compradores son leales a los productos y marcas y consciente de los beneficios obtenidos y calidad de los productos.

Fuente: elaboración propia

Conclusión

En conclusión, poseemos varias oportunidades fortalezas que nos ayudarán a posicionarnos en el mercado actual así también como una diversificación de innovación de nuestro producto en dar un valor agregado tales como un complemento único.

Mediante la cual se tiene que nuestros empaques son biodegradables amigables con el medio ambiente así efectuamos una conciencia ecológica. Varios factores como la calidad de nuestro producto y valores nutritivos que ayudan para las personas hipertensa y diabéticas en darle un producto de calidad para su salud.

7.2. PESTEL

Tabla 2. Matriz del PESTEL de Boquitas Delights

Factor		Detalle	Impacto
Político	Leyes fiscales	Ley No. 645: de acuerdo a la Ley de Promoción, Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.	Positivo
	Salud	Registro Sanitarios con la Ley 842 para registro de los alimentos de consumo	Positivo
Económico	Inflación	La variación mensual del IPC, ha sido del 0.2%, de forma que la inflación acumulada del 2023 es del 3.6%	Negativo
	Reforma de ley 822	Las reformas actuales sobre los cambios del IR	Negativo
Social	Dependencia del Producto	Al ser un producto comestible se tiene dependencia diaria del consumo	Positivo
	Preferencia del ser Producto local	Analiza crecimiento 40 % que representa las MIPYME en el PIB	Positivo
Tecnológico	Cobertura de internet	Compañía de Claro, ofrecen el servicio y accesibilidad en la región	Positivo
	Publicidad	Implementación de publicidad en las redes sociales	Positivo
Ambiental	ODS 12	Consumo y producción sostenibles en producir más y promover practicas sostenibles en las materias	Positivo
	Casos de desastres Naturales	Contar un plan estratégico contra desastre naturales, kit de suministros médicos oportuno para el caso	Negativo
Legal	ley 380	Cumplimiento sobre la creación de registro de marca	Positivo
	NTOM	Cumplimiento NTOM 05 014-01 sobre tratamiento de desechos	Positivo

Fuente: elaboración propia

Conclusión

De acuerdo a nuestro PESTEL tenemos varias oportunidades de mejora continua de los cuales nos ayudan a bajar las amenazas continuas sobre nuestro proyectos de snacks de los cuales se buscan unas alternativas de soluciones continua en mitigar los riesgos y afectaciones, de los cuales se tiene una implementación de usar nuestras oportunidades en corregir las amenazas continúa como los desastres naturales, sequías ocasionadas por cambios climáticos o también afectaciones de un huracán de los cuales al ser un país tropical estamos en riesgo.

7.3. Foda estratégico

Tabla 3. Matriz Foda estratégico de Boquitas Delights

<p>FORTALEZA</p> <ul style="list-style-type: none">• Ingredientes orgánicos y saludables.• Innovación de complementos de salsas.• Alianza con productores locales.• Envases ecológicos.	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• Tendencias de alimentos saludables y orgánicos.• Mercado en crecimiento.• Innovación de sabores y complementos.• Plataforma Digital en creación de pedidos
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• Equipo de reparto.• Competencia variedades de snacks.• Conocientos limitados sobre beneficio de productos naturales.• Distribuidor de empaque nacional.	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none">• Cambios de Preferencia de los consumidores.• Competencia con grandes industrias.• Cambios climáticos en la producción local

Fuente: elaboración propia

Conclusión

Nuestros FODA nos da una visualización del ámbito interno e externo como podemos corregir o contra restar las amenazas y debilidades haciendo cruces con nuestras oportunidades y fortalezas de las cuales nos ayudan a crear un crecimiento tanto interno como externo y en cómo buscar alternativas soluciones. A simple vista nos ponemos como una pyme de crecimiento oportuno con alianzas con los productores locales esto nos conlleva a una fuerza significativa en oportunidades y fortaleza en el mercado actual en la creación de tendencia y diversificación de producto.

Foda cruzado

DO

Una de nuestras estrategias principales es compra de equipo de reparto para la distribución de nuestros productos, de los cuales abarracaremos en mayores volúmenes los pedidos.

La variedad de competencia locales se busca innovar con complementos únicos para resaltar contra la competencia.

Poseemos un distribuidor de empaque nacional de empaque bio degradables de nuestros productos.

FA

Al ofrecer botanas orgánicas y saludables se busca captar una atención de nuevos consumidores en crearles una necesidad de consumos de productos saludables.

Nos diferenciamos de nuestros competidores en dar un complemento único y variados.

AD

Posee competencias de variedades de snack en un mercado de crecimiento competitivo.

BOQUITAS “DELIGHTS”

Competimos con grandes industrias de las cuales tenemos poco conocimiento sobre los beneficios de productos saludables y sus ventajas en una alimentación contra diabetes e hipertensión.

FO

Poseemos grandes fortalezas de las cuales nos ayudaran en establecer mejores oportunidades de crecimiento de identificación de nuestros productos en el mercado actual, así también en crear tendencia de mercado de las cuales nos brindara mejores crecimientos continuos

Conclusión

Los cruces que obtenemos logramos comprender que tenemos mayor posibilidad en bajar nuestras amenazas y debilidades de los cuales nos ayudarán a ser una empresa ampliamente competitiva en el mercado actual de los cuales se provee un mayor funcionamiento en el mercado actual de acuerdo a las tendencias del mercado.

De acuerdo al FODA cruzado utilizaremos una estrategia agresiva para una empresa de comercialización de boquitas a base de malanga podría incluir aprovechar la calidad de la malanga como fortaleza, identificar oportunidades de mercado, superar desafíos logísticos y de marca, y estar atentos a las amenazas. de la competencia y las tendencias del mercado.

II. MARKETING

1. Planteamiento del problema

El planteamiento del problema se centra en la falta de información y conciencia sobre el consumo de boquitas a base de malanga y sus implicaciones para la salud y el bienestar de los consumidores. A pesar de ser un país agrícola, no se aprovecha completamente el uso de la malanga, ya que se comercializa principalmente como un producto perecedero en lugar de transformarse en un producto terminado.

La falta de conocimiento sobre la calidad nutricional de las boquitas a base de malanga y la forma en que son preparadas puede llevar a un consumo excesivo de alimentos poco saludables, lo cual puede tener impactos negativos en la salud de los consumidores. Además, es importante considerar el impacto ambiental de la producción y consumo de estas boquitas, incluyendo el uso de ingredientes locales y naturales, así como prácticas agrícolas sostenibles.

Actualmente, existe una falta de información y conciencia sobre el consumo de boquitas a base de malanga y sus implicaciones para la salud y el bienestar de los consumidores. La malanga es un tubérculo utilizado en la elaboración de diversas preparaciones culinarias, incluyendo boquitas o aperitivos. Sin embargo, es importante considerar aspectos como el tipo de aceite utilizado en la fritura de las boquitas, el tiempo de fritura y los posibles aditivos o ingredientes utilizados en su elaboración.

¿Cuáles son las implicaciones para la salud y el bienestar de los consumidores en relación al consumo de boquitas a base de malanga?

¿Qué estrategias se pueden implementar para aumentar la conciencia y la información sobre la calidad nutricional y el impacto ambiental de las boquitas a base de malanga?

2. Justificación

Destacando la importancia de investigar el consumo de boquitas a base de malanga. Esto se puede hacer resaltando la relevancia de la malanga como un cultivo agrícola en el país y la falta de aprovechamiento de su potencial en la producción de productos terminados. Además, se puede mencionar la necesidad de promover opciones de alimentos saludables y sostenibles en la industria de las boquitas.

Al resaltar los posibles beneficios que podrían derivarse de la investigación de mercado. Esto incluye la identificación de oportunidades de negocio en la producción y comercialización de boquitas a base de malanga, así como la promoción de opciones de alimentos más saludables y sostenibles para los consumidores.

En enfatizar las implicaciones para la salud y el bienestar de los consumidores. Esto implica resaltar la necesidad de comprender la calidad nutricional de las boquitas a base de malanga y la forma en que son preparadas, para evitar un consumo excesivo de alimentos poco saludables. Además, se puede mencionar la importancia de promover opciones de alimentos nutritivos y equilibrados para mejorar la salud de la población.

En considerar el impacto ambiental de la producción y consumo de boquitas a base de malanga. Esto implica resaltar la importancia de utilizar ingredientes locales y naturales, así como prácticas agrícolas sostenibles, para reducir el impacto ambiental de la industria de las boquitas. Además, se puede mencionar la necesidad de promover opciones de alimentos que sean respetuosas con el medio ambiente.

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

- Investigar el nivel de aceptación sobre el consumo de boquitas a base de malanga y sus productos derivados de acuerdo al mercado de consumo.

3.2. Objetivos específicos

- Realizar encuestas de estudio de mercado sobre el porcentaje de consumo de producto a desarrollar.
- Identificar las preferencias del mercado de acuerdo a la demanda en el sector de snack.
- Conocer los cambios de consumos en los consumidores de acuerdo a las tendencias del mercado actual.

4. Investigación de mercado

4.1. Segmento de mercado

La segmentación según Philip es un proceso por el cual se divide el mercado en un grupo de clientes. (Lovelock, C. Y Wirtz, J, 20009:163).

Nuestro segmento de mercado es en la ciudad de Managua, del distrito I a ciudadanos de ingresos de 9 ,500 entre los rangos de edades de 15 a 45 años, incluyendo hombres y mujeres. Que en los fines de semana les gusta compartir snacks con sus amistades en reuniones sociales.

Hombres de: 15 a 45 años

Datos demográficos

Edad: Público en general

Género: Hombres y mujeres

Segmento de mercado

Segmento	Edad
Jóvenes	15 – 25 años
Adultos	26 – 45 años

Datos geográficos

País: Nicaragua

Departamento: Managua

Población: 1,061,050 habitantes

Densidad Poblacional: 3,971 habitantes por km²

Muestra poblacional: n=118.554765

Parámetro	Valor	
N	1,061,050	N: tamaño de la población
Z	1.960	p: posibilidad de que ocurra un evento, $p = 0,5$ q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, $q = 0,5$
P	50.00%	E: error, se considera el 9%; $E = 0,09$
Q	50.00%	Z: nivel de confianza, que para el 95%, $Z = 1,96$
e	9.00%	

4.2. Demanda

Procomer (4 de abril 2023) Costa Rica exportó \$4 millones de dólares de la categoría de snack a base de malanga. ([Oportunidades de crecimiento para la categoría de snacks - Procomer Costa Rica](#))

Esto nos indica el crecimiento y el aprovechamiento sobre las ofertas y demandas sobre la comercialización y exportación de snack saludables y naturales y el aprovechamiento de los cultivos que ha tenido Costa Rica en emprender en los mercados de consumo masivo.

La demanda de snacks saludables y naturales en Nicaragua está en aumento. Existe una creciente preferencia por productos que sean innovadores, naturales y saludables, lo cual refleja una mayor conciencia sobre la importancia de una alimentación equilibrada y nutritiva. Los consumidores están buscando opciones de snacks que estén hechos con ingredientes naturales y que sean beneficiosos para su salud y bienestar.

Esta tendencia hacia los snacks saludables y naturales se observa a nivel global, con un mercado en constante crecimiento, impulsado por la preferencia de los consumidores por hábitos alimenticios saludables y la creciente demanda de alimentos saludables y convenientes.

4.3. Buyer de persona


Ilustración 1. Buyer de persona

	NOMBRE DEL BUYER PERSONA	¿QUIEN?
	Daniel Ezequiel Gaytán Laínez	
		<p>Es un dibujante arquitectónico de una empresa estatal, casado con 1 hijo (8 años)</p> <p>35 años salario de C\$ 16,000.00 Vive en Managua Distrito III barrio Colonia la Centroamérica</p>
	INFORMACION DEMOGRAFICA	
	IDENTIFICADORES	<ul style="list-style-type: none"> • Es un líder de familia, responsable y amable • El utiliza los medios de comunicación como correo electrónico y WhatsApp • Cuida la alimentación de sus hijos • Le gusta hacer yoga • Cuida a los animales y el medio ambiente
	<p>TRATO</p> <p>PERSONALIDAD</p> <p>COMO PREFIERE COMUNICAR</p>	

Fuente: elaboración propia

BOQUITAS “DELIGHTS”


Ilustración 2. Buyer de persona

	NOMBRE DEL BUYER PERSONA	¿COMO?
<u>MENSAJE DE MARKETING</u>	<ul style="list-style-type: none">• Alimento sin sal o agregados químicos, beneficioso incluso para los que padecen diabetes y hipertensión	
<u>MENSAJE DE VENTAS</u>		<ul style="list-style-type: none">• Ven y prueba Boquitas Delights son perfectas para cualquier ocasión

Fuente: elaboración propia

BOQUITAS “DELIGHTS”

Ilustración 3. Buyer de persona

		¿POR QUE?
COMENTARIOS	<ul style="list-style-type: none">• Cuidar mi salud es de prioridad porque muchas personas de mi edad sufren alguna enfermedad• Compro cosas que me llaman la atención o derivados del mismo• Me gusta probar cosas nuevas en el área de comestibles	
QUEJAS COMUNES	<ul style="list-style-type: none">• Paso mucho tiempo ocupado en el trabajo• Los precios a veces sufren incrementos• Soy intolerante a productos con muchas sales	

Fuente: elaboración propia

4.4. Instrumento metodológico

Boquitas Delights se basa en un enfoque cuantitativo porque los gustos, opiniones y conocimiento sobre el producto se pueden estandarizar en medida de que cuantas personas aceptan, comparten y ven confiable un producto nuevo lanzado al mercado.

Mediante una encuesta obtendremos datos sobre lo antes mencionado para que sea más fácil y rápido información sobre cómo se sienten las personas u opinan sobre esta idea.

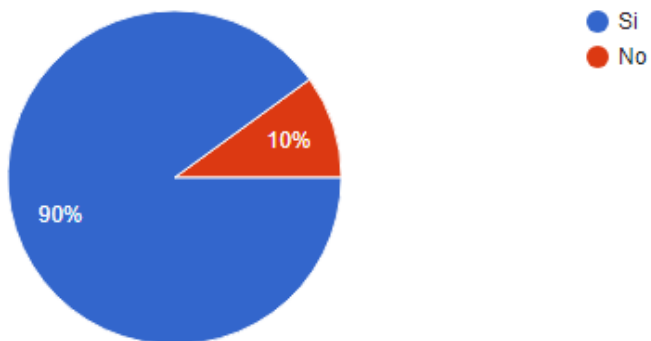
Las fuentes información son primarias ya que se obtienen los datos directamente de un estudio previo como base para la argumentación.

4.5. Resultado y análisis de encuestas

Grafico 1. Resultado de encuesta Boqitas Delights

Usted conoce la malanga ?

20 respuestas



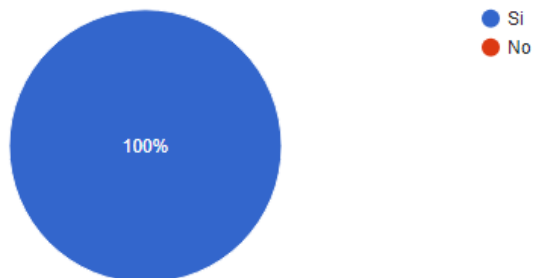
Fuente: elaboración propia

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta tenemos el 90% de las personas encuestadas, si conocen la malanga de los cuales tenemos una aceptación óptima.

Grafico 2. Resultado de encuesta Boqitas Delights

Te gustaria probar Boqitas a base de malanga ?

20 respuestas



Fuente: elaboración propia

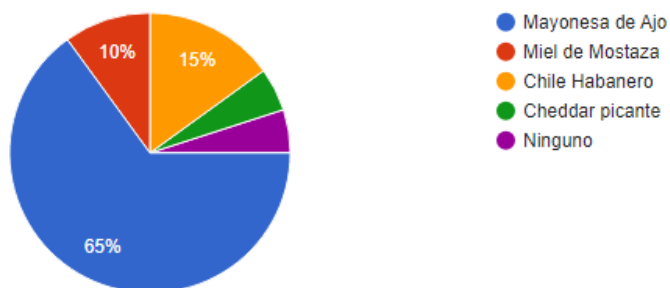
BOQUITAS “DELIGHTS”

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta tenemos el 100% de aceptación de las personas que les gustaría probar boquitas a base de malanga, de los cuales nos demuestra una aceptación clave en nuestro producto a ofrecer.

Grafico 3. Resultado de encuesta Boquitas Delights

Que tipos de salsas te gustaria ver disponible en tus boquitas de malanga ?

20 respuestas



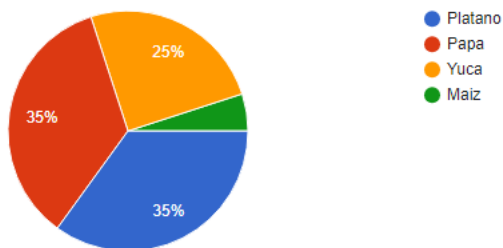
Fuente: elaboración propia

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta tenemos: 65% de aceptación de los encuestados en preferir sus boquitas a base de malanga con salsa de mayonesa de ajo de los cuales nos demuestra la aceptación de las boquitas con complemento único.

Grafico 4. Resultado de encuesta Boquitas Delights

Compras actualmente algún tipo de boquitas ?

20 respuestas



Fuente: elaboración propia

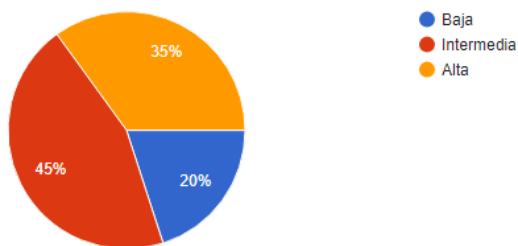
BOQUITAS “DELIGHTS”

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta tenemos un 35% de consumos de boquitas a base de plátano y de papa, son los 2 productos sustitutos de consumos fuerte en el mercado de snacks.

Grafico 5. Resultado de encuesta Boquitas Delights

Cual es el nivel de frecuencia en compra de boquitas ?

20 respuestas



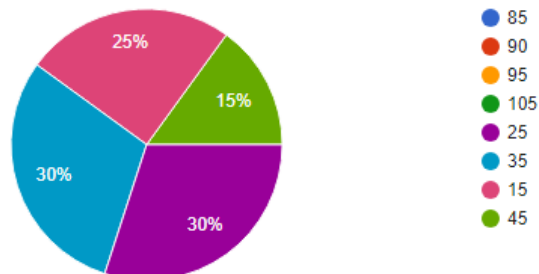
Fuente: elaboración propia

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta tenemos un consumo de frecuencia intermedia de consumo de boquitas del 45%, de los cuales nos indica un amplio crecimiento de consumos de snacks en vía de crecimiento continuo.

Grafico 6. Resultado de encuesta Boquitas Delights

Que precio considera justo para las boquitas a base de malanga ?

20 respuestas



Fuente: elaboración propia

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta tenemos el precio de aceptación de nuestros clientes prefieren para nuestras boquitas a base de malanga con un 30%

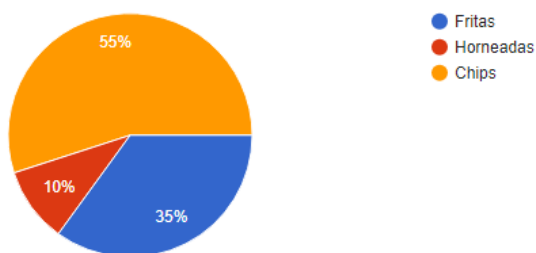
BOQUITAS “DELIGHTS”

de aceptación del precio a C\$ 85, de los cuales nos indica una aceptación optima de consumo al precio introducción al mercado.

Grafico 7. Resultado de encuesta Boquitas Delights

Cuales de las siguientes presentaciones de boquitas te resultaría mas atractiva :

20 respuestas



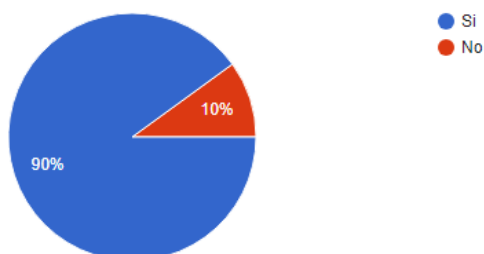
Fuente: elaboración propia

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta tenemos una aceptación de las presentaciones de nuestras boquitas un 55% en chips de los cuales nuestros consumidores prefieren la forma del producto tradicional para el consumo.

Grafico 8. Resultado de encuesta Boquitas Delights

Considera que las boquitas de malanga es una opción mas saludables en comparación con otros snack ?

20 respuestas



Fuente: elaboración propia

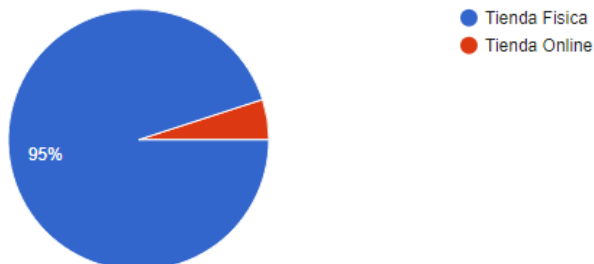
De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta tenemos el 90% de nuestros encuestados en considerar que las boquitas a base de malanga son unas opciones más saludables en comparación de otros snacks.

BOQUITAS “DELIGHTS”

Grafico 9. Resultado de encuesta Boquitas Delights

Donde prefiere comprar tus boquitas ?

20 respuestas



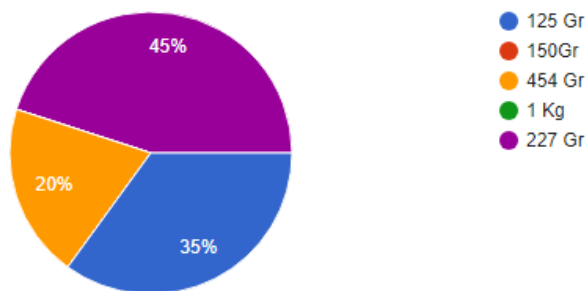
Fuente: elaboración propia

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta tenemos una aceptación de los clientes que prefieren ventas de las boquitas a base de malanga en tiendas físicas con 95% de aceptación, de la cual estaremos en los canales de distribución de supermercados, mercados y tiendas tradicionales.

Grafico 10. Resultado de encuesta Boquitas Delights

Que tipo de presentación te gustaria tus boquitas :

20 respuestas



Fuente: elaboración propia

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta tenemos una preferencia en las presentaciones de las boquitas del 45% en 150 gr, de la cual será nuestra presentación primordial en el mercado de introducción.

4.6. Recomendaciones y conclusiones del análisis

4.6.1. Recomendaciones del análisis

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta, se pueden destacar las siguientes recomendaciones:

- **Conocimiento de la malanga:** El 90% de las personas encuestadas afirmaron conocer la malanga, mientras que el 10% restante no la conocía. Esto indica que existe un buen nivel de conocimiento sobre este ingrediente.
- **Aceptación de probar boquitas a base de malanga:** El 100% de las personas encuestadas manifestaron su interés en probar boquitas a base de malanga. Esto demuestra una aceptación clave hacia el producto que se desea ofrecer.
- **Preferencias de salsa:** Según los datos obtenidos, el 65% de los encuestados prefieren sus boquitas a base de malanga con salsa de mayonesa de ajo, seguido por un 15% que prefiere salsa chile habanero, un 10% que prefiere salsa miel de mostaza, un 5% que prefiere queso cheddar y un 5% que no prefiere ninguna salsa. Estas preferencias indican la aceptación de boquitas con complementos únicos y variados.
- **Frecuencia de consumo:** Los datos revelan que el 45% de los encuestados tiene un consumo de frecuencia intermedia de boquitas, mientras que el 35% tiene un consumo bajo y el 20% tiene un consumo alto. Esto proporciona información sobre los hábitos de consumo de los encuestados.
- **Preferencias de precios:** Según los resultados de la encuesta, se observa que el 30% de los encuestados acepta un precio de C\$ 35, otro 30% acepta un precio de C\$ 25, el 25% acepta un precio de C\$ 15 y el 15% acepta un precio de C\$ 45. Estas preferencias de precios pueden ayudar a establecer una estrategia de fijación de precios adecuada.
- **Percepción de salud:** El 90% de los encuestados considera que las boquitas a base de malanga son opciones más saludables en comparación con otros

snacks, mientras que el 10% piensa lo contrario. Esta percepción de salud puede ser un punto clave para resaltar en la promoción del producto.

- **Preferencias de presentación:** Según los datos obtenidos, el 55% de los encuestados prefiere las boquitas en formas, el 35% las prefiere fritas y el 10% las prefiere horneadas. Estas preferencias de presentación pueden influir en la forma en que se elaboran y presentan las boquitas.
- **Canales de venta:** La mayoría de los encuestados (95%) prefiere adquirir las boquitas a base de malanga en tiendas físicas, mientras que un 5% prefiere comprarlas en tiendas en línea. Esto indica la importancia de tener una presencia física en el mercado.
- **Preferencias de presentación de las boquitas:** Según los datos obtenidos, el 45% de los encuestados prefiere una presentación de 150 gr, el 35% prefiere una presentación de 125 gr y el 20% prefiere una presentación de 454 gr. Estas preferencias pueden ayudar a determinar las opciones de tamaño de las boquitas.

4.6.2. Conclusión del análisis de la encuesta

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta, se pueden obtener las siguientes conclusiones de los datos obtenidos en la encuesta realizada:

Contra

- El 90% de las personas encuestadas conocen la malanga, mientras que el 10% no la conocen.

Aceptar

- El 100% de las personas encuestadas están interesadas en probar boquitas a base de malanga, lo que demuestra una aceptación clave en el producto ofrecido.

Preferir

BOQUITAS “DELIGHTS”

- El 65% de los encuestados prefiere las boquitas a base de malanga con salsa de mayonesa de ajo, lo que demuestra la aceptación de las boquitas con un complemento único.
- El 15% prefiere salsa de chile habanero.
- El 10% prefiere salsa de miel de mostaza.
- El 5% prefiere queso cheddar.
- El 5% no prefiere ninguna salsa.

Frecuencia de consumo de boquitas:

- El 45% de los encuestados tiene un consumo de frecuencia intermedia de boquitas.
- El 35% tiene un consumo bajo.
- El 20% tiene un consumo alto.

Preferir

- El 30% de los encuestados prefiere un precio de C\$ 85 para las boquitas a base de malanga.
- El 30% prefiere un precio de C\$ 25.
- El 25% prefiere un precio de C\$ 15.
- El 15% prefiere un precio de C\$ 45.

Por

- El 90% de los encuestados considera que las boquitas a base de malanga son opciones más saludables en comparación con otros snacks, mientras que el 10% no lo piensa así.

Preferir

- El 55% de los encuestados prefiere las boquitas a base de malanga en formas.
- El 35% prefiere las boquitas fritas.
- El 10% prefiere las boquitas horneadas.

Preferencias de ventas:

- El 95% de los clientes prefiere comprar las boquitas a base de malanga en tiendas físicas, mientras que el 5% prefiere comprar en tiendas en línea.
- Preferencias de presentación de las boquitas:
- El 45% de los encuestados prefiere una presentación de 150 gr.
- El 35% prefiere una presentación de 125 gr.
- El 20% prefiere una presentación de 454 gr.

5. Desarrollo del producto o servicio

NatureSnack comercializa boquitas de malanga son un tipo de snack o aperitivo elaborado a base de malanga, de las cuales ofrecemos snacks saludables y naturales.

Algunas marcas de boquitas de malanga ofrecen variedades con sabores adicionales, como queso, chile, jalapeño, entre otros. Estos snacks son populares por su versatilidad y se pueden disfrutar solos como un bocadillo o acompañados de salsas o aderezos.

5.1. Descripción producto/servicio

Ingredientes: malanga, aceite vegetal (aceite de palma y / o aceite de girasol) sal.

5.2. Características y atributos

Los atributos de boquitas Delights se basa en las necesidades del consumidor:

- **Valor nutritivo:** La malanga es un alimento rico en nutrientes, como vitaminas, minerales y fibra. Esto la convierte en una opción saludable para aquellos consumidores que buscan alimentos nutritivos y equilibrados en su dieta diaria.
- **Sabor y textura:** Las boquitas de malanga ofrecen un sabor único y una textura crujiente. Estas características atractivas satisfacen el deseo de los

consumidores de disfrutar de alimentos sabrosos y con una experiencia sensorial agradable.

- **Variedad de presentaciones:** Las boquitas de malanga se pueden encontrar en diferentes presentaciones, como chips, galletas o snacks. Esto permite a los consumidores elegir la opción que mejor se adapte a sus preferencias y necesidades de consumo.
- **Libre de gluten:** Para aquellos consumidores que siguen una dieta libre de gluten, las boquitas de malanga son una excelente opción. Al ser un producto sin gluten, pueden ser disfrutadas por personas con intolerancia o sensibilidad al gluten.
- **Disponibilidad y accesibilidad:** Las boquitas de malanga están ampliamente disponibles en tiendas y supermercados, lo que facilita su acceso para los consumidores. Esto satisface la necesidad de conveniencia y disponibilidad de productos alimenticios.

5.3. Oferta del producto o servicio

La oferta del producto de boquitas a base de malanga puede variar según el contexto y las preferencias culinarias:

- **Boquitas fritas:** Estas son boquitas a base de malanga que se fríen en aceite caliente hasta que estén crujientes. Pueden ser en forma de chips, palitos o bolitas.
- **Boquitas horneadas:** Estas son boquitas a base de malanga que se hornean en lugar de freírse. Esto puede hacer que sean más saludables y ligeras.
- **Boquitas rellenas:** Estas son boquitas a base de malanga que se rellenan con otros ingredientes, como queso, carne, vegetales u otros sabores.
- **Boquitas condimentadas:** Estas son boquitas a base de malanga que se sazonan con diferentes condimentos y especias para agregar sabor y variedad.

5.4. Marca y sus elementos

5.4.1. Psicología del color

- El blanco se asocia con sentimientos de limpieza, pureza y seguridad. Se puede utilizar para proyectar la ausencia de color o neutralidad. El espacio en blanco ayuda a despertar la creatividad, ya que puede percibirse como una pizarra limpia e inalterada, el color de todo el empaque.
- Verde: representa lo natural y ecológico del producto y se dice que también refiere a las buenas acciones y es agradable.

5.4.1.1. Diseñar marca del producto

Para diseñar la marca de un producto de boquitas de malanga, es importante considerar varios aspectos:

Nombre de la marca: Delights

Logotipo: Crea un logotipo que represente visualmente el producto y la marca. Puedes utilizar elementos como la malanga, colores llamativos y tipografías que reflejen la naturaleza del producto.

Envase: usaremos caja, embalaje ecológico reciclaje con la ODS 12.

Mensaje de la marca: Define un mensaje claro y convincente que comunique los valores y beneficios del producto. **El toque único que conquista tu paladar.**

5.4.1.2. Tipo de logo

Figura 1. Logo de Boquitas NatureSnack



Fuente: elaboración propia

Logotipo

5.4.1.3. Lema o eslogan

El toque único que conquista tu paladar

El eslogan "El toque único que conquista a tu paladar" transmite la idea de que las boquitas de malanga tienen un sabor especial y distintivo que deleitará a los consumidores. Este mensaje sugiere que, al probar estas boquitas, los sabores únicos y deliciosos conquistarán el paladar de aquellos que las prueben.

BOQUITAS “DELIGHTS”

5.4.1.4. Diseño de etiqueta

Figura 2. Diseño de etiqueta de Boquitas Delights



Fuente: elaboración propia

5.4.1.5. Código de barra

Figura 3. Diseño de etiqueta de Boquitas Delights



Fuente: elaboración propia

6. Objetivo de plan de marketing

6.1. Objetivo general

- Realizar un plan de mercadeo para la introducción de NatureSnack posicionando las boquitas a base de malanga en el mercado actual.

6.2. Objetivo específico

Corto plazo:

- Incrementar el reconocimiento de la marca NatureSnack y las boquitas de malanga entre el público objetivo.

Mediano plazo:

- Aumentar la cuota de mercado de NatureSnack como una opción preferida dentro del segmento de boquitas saludables a base de malanga.

Largo plazo:

- Establecer a Delights como la marca líder en el segmento de boquitas saludables a base de malanga, logrando una sólida participación de mercado y un reconocimiento amplio de la marca

7. Mix de marketing

7.1. Precio

Mediante los resultados de la encuesta la mayoría de personas están dispuestas a pagar de C\$ 84.47 córdobas por las boquitas a base de malanga, de la cual será una estrategia de precio orientado a la competencia.

De la cual estará ligada a dinámicas comerciales de posicionamiento de la marca Delights, en el mercado de snacks con promociones continúa ofertándonos en el mercado nacional.

7.2. Plaza

La estrategia de distribución de la cual nos basaremos en los canales de ventas tiendas de conveniencias ampm, super xpress, tiendas pronto y uno, será de manera intensiva en promover las boquitas a base de malanga y se obtendrá el reconocimiento de los clientes al darle la confianza y seguridad al producto que se oferta.

De igual manera en el resultado de las encuestas los encuestados prefieren que se oferten las boquitas en tiendas físicas y de mayores afluencias de compradores.

7.3. Promoción

Se programará en los supermercados dinámicas comerciales de las cuales se darán a conocer la marca Delights al consumidor, de acuerdo con degustaciones en los supermercados de mayores afluencias de clientes y en crear alianzas con distintas empresas para diversificarnos marca sólida.

Se establecerá promociones:

- 30% en las tiendas de conveniencias

BOQUITAS “DELIGHTS”

Nos basaremos del calendario de temporada de las cuales tomaremos mayor fuerza en nuestras ventas en la temporada de veranos en la cual ofreceremos nuestro producto en distintas playas.

De igual manera nos basaremos en crear anuncios en nuestras redes sociales, en creación de contenidos atraíbles a los clientes en crear una necesidad de consumo con el fin de dar a conocer la calidad de la marca, también de que conozcan los puntos en donde se puede adquirir el producto.

Tabla 4. Calendarización de actividades de Boquitas Delgths

abr-24			
DIA		HORA	DESCRIPCION
LUNES	MANAÑA	8:00 A	IMPULSAR VENTAS EN SUPER 7
		12:00	
	TARDE	1:00 A 2:45	ALIANZAS DEGUSTACION EN SUPER XPRESS
	TARDE	3:00 A 5:00	DEGUSTACION EN AMPM
MARTE	MANAÑA	8:00 A	IMPULSAR VENTAS EN MI PUNTO
		12:00	
	TARDE	1:00 A 2:45	ALIANZAS DEGUSTACION EN PRONTO
	TARDE	3:00 A 5:00	DEGUSTACION EN SUPER XPRESS
MIERCOLES	MANAÑA	8:00 A	IMPULSAR VENTAS EN SUPER XPRESS
		12:00	
	TARDE	1:00 A 2:45	ALIANZAS DEGUSTACION EN SUPER 7
	TARDE	3:00 A 5:00	DEGUSTACION EN MI PUNTO
JUEVES	MANAÑA	8:00 A	IMPULSAR VENTAS EN PRONTO
		12:00	
	TARDE	1:00 A 2:45	ALIANZAS DEGUSTACION EN AMPM
	TARDE	3:00 A 5:00	DEGUSTACION EN SUPER XPRESS
VIERNES	MANAÑA	8:00 A	IMPULSAR VENTAS EN AMPM
		12:00	
	TARDE	1:00 A 2:45	ALIANZAS DEGUSTACION EN MI PUNTO
	TARDE	3:00 A 5:00	DEGUSTACION EN SUPER 7
SABADO	MANAÑA	8:00 A	IMPULSAR VENTAS EN SUPER XPRESS
		12:00	
	TARDE	1:00 A 2:45	ALIANZAS DEGUSTACION EN SUPER XPRESS
	TARDE	3:00 A 5:00	DEGUSTACION EN PRONTO

Fuente: elaboración propia

8. Estimaciones económicas

8.1. Calculo de la demanda

Tabla 5. Datos de Investigación de Mercado

Datos de Investigación de Mercado		
#	Categoría	Descripción
1	Demanda Total	1,280,000.00
2	Demanda Potencial	768,000.00
3	Cuota de Mercado	4.50%
4	Demanda Inicial	57,600.00

Fuente: elaboración propia

De acuerdo a los datos obtenidos en la investigación de mercado se encontró una demanda total con una demanda potencial de consumidores sobre el consumo de boquitas de 67,500,000.00. de los cuales poseemos 4.5% de la cuota de mercado, de los cuales nos indica una demanda inicial sobre nuestro producto de 3,037,500 compradores potenciales con aceptación de snacks a base de malanga

8.2. Proyección de ventas 5 años

Tabla 6. Proyección de ventas

Proyección / Años	1	2	3	4	5
Proyección de Ventas en Unidades	57,600.00	60,480.00	63,312.00	64,584.00	65,088.00
Precio de Venta C\$	84.47	84.47	84.47	84.47	84.47
Proyección de Ventas en C\$	4,865,472.00	5,108,745.60	5,347,964.64	5,455,410.48	5,497,983.36

Fuente: elaboración propia

De acuerdo a las proyecciones de ventas en el año 1 poseemos ventas de 57,600 unidades de los cuales será de C\$ 84.47 teniendo un crecimiento económico en la introducción de nuestro producto en el mercado nacional.

9. Plan de marketing

Tabla 7. Plan de Marketing

PLAN DE MERCADEO “BOQUITAS DELIGHTS”		
AÑO 2024	OBJETIVOS	ACCIONES
I Cuatrimestre	1. Posicionar las boquitas NatureSnack en el mercado objetivo de acuerdo al marketing tradicional en las tiendas de conveniencia (super 7) del sector de la ciudad de Managua del distrito I	1. Colocar habladores de la marca y una exhibición puntual que atraiga la atención de los compradores(regalías de tazas personalizadas y productos)
	2. Colocar los productos en los distintas tiendas de conveniencia (super 7) del distrito IV, en la creación de impulso de ventas en las distintas tiendas del sector.	2. Impulsar nuestro productos en los distintos puntos de distribución en las tienda de conveniencia del distrito I de la ciudad de Managua de acuerdo a manejo de objeciones para culminar las ventas.
II Cuatrimestre	1. Expandirnos en las distintas tiendas de conveniencia del distrito VI, clasificando las tiendas como categoría A y B	1. Realizar visitas en los distintas tiendas A y B proporcionando un impulso de la marca de ,manera efectiva recordando los beneficios de los productos.
	2. Diseñar campañas publicitarias a través de medios de publicidad masivos y sobre todo en redes sociales que nos permite ser más conocidos en nuestro mercado meta.	2. Establecer campañas donde realce porque somos únicos y así poder fidelizar a nuestros clientes..
III Cuatrimestre	1. Implementa promociones con regalías en fechas de temporadas, precios atractivos y nuevas presentación en lugares claves de activación de temporada	1. Crear una presentación especial del producto durante días festivos. Con regalías de tazas personalizadas. para poner tus snacks.
	2. Crear dinámicas con los consumidores de acuerdos a sus gustos en los cambios de preferencias de complementos para los snacks	2. Proporcionar a las ventas un pequeño exhibidor de la marca para colocar exclusivamente el producto.

Fuente: elaboración propia

10. Políticas de ventas

Promociones y descuentos:

NatureSnack puede implementar promociones y descuentos especiales para las tiendas de conveniencia. Esto puede incluir ofertas de "compra uno y llévate otro gratis", descuentos por volumen de compra o promociones especiales por tiempo limitado. Estas promociones pueden ayudar a atraer a los clientes y aumentar las ventas.

Exhibición y colocación de productos:

Es importante asegurarse de que los productos de NatureSnack estén ubicados en un lugar destacado dentro de las tiendas de conveniencia. Esto puede incluir la colocación de productos en estanterías o mostradores cercanos a la caja registradora, donde los clientes son más propensos a notarlos y comprarlos. Además, se pueden utilizar exhibidores o carteles llamativos para resaltar los productos de NatureSnack y captar la atención de los clientes.

Muestreo y degustaciones:

Una estrategia efectiva para promover los productos de NatureSnack en las tiendas de conveniencia es ofrecer muestreo y degustaciones gratuitas. Esto permite a los clientes probar los productos y experimentar su sabor y calidad. Las degustaciones pueden ayudar a generar interés y aumentar las ventas al permitir que los clientes prueben los productos antes de comprarlos.

Colaboraciones y alianzas:

NatureSnack puede considerar establecer colaboraciones y alianzas con otras marcas o empresas que también se dirijan al mercado de las tiendas de conveniencia. Esto puede incluir la creación de paquetes promocionales conjuntos o la colocación de productos de NatureSnack junto con otros productos complementarios en las tiendas de conveniencia. Estas colaboraciones pueden ayudar a aumentar la visibilidad de los productos de NatureSnack y atraer a nuevos clientes.

III. PRODUCCIÓN

1. Objetivo

1.1. Objetivo General

- Proponer un snack natural en las tiendas de conveniencias del sector del distrito IV del departamento de Managua, con una producción inicial de 150 unidades de snacks de 150 gr semanal según el estudio de mercado, aumentado cuatrimestralmente el volumen de la venta del producto.

1.2. Objetivo Específico

Objetivo a Corto Plazo

- Producir 336 unidades de snacks de 150 gr según la demanda en la comunidad de las tiendas de conveniencias del distrito IV del municipio de Managua, para el primer cuatrimestre del primer año y 487 unidades en el segundo cuatrimestre.

Objetivo a Mediano Plazo

- Incrementar los niveles de producción a 1,200 unidades de 150 gr durante el primer cuatrimestre del segundo año, abasteciendo las tiendas de conveniencia del distrito VI del municipio de Managua.

Objetivo a Largo Plazo

- Proyectar un nivel de producción tomando en cuenta del primer cuatrimestre del segundo año correspondiente a 1,500 unidades de 150 gr para el mercado potencial de las tiendas de conveniencia de Managua.

2. Especificaciones del producto

ESPECIFICACIONES

PRODUCTO	NATURESNACK (SNACK DE MALANGA CON ESPECIAS Y MAYONESA DE AJO)
PRESENTACION	CAJA (MATERIAL ECO RECICLAJE)
CONTENIDO NETO	150 GR
DESCRIPCION	NATURSANCKS BOTANAS DE MALANGA SAZONADAS CON ESPECIAS Y MAYONES DE AJO , HORNEADAS CON ACEITE VEGETAL (ACEITE DE PALMA / ACEITE DE GIRASOL)
ALMANCEAMIENTO	CONSERVAR EN AMBIENTE SECO Y FRESCO
VIDA UTIL	PARA LA PRESERVACION DE SUS CARACTERISTICAS SE RECOMIENDA CONSUMO ANTES DE LOS 90 DIAS POSTERIOR DE SU ELABORACION

CARACTERISTICAS FISIOQUIMICAS

CARACTERISTICAS	ESPECIFICACIONES
PORCENTAJE DE DESHIDRATACION	50 - 53

CARACTERISTICAS SENSORIALES

OLOR	SABOR	COLOR	APARIENCIA
ESPECIES Y AJO	CARACTERISTICO A MALANGA CON ESPECIES Y MAYONESA CON AJO	GRIS	TORTILLA: CIRCULAR CON BORDES IRREGULARES , DIAMETRO ENTRE 5 CM A 8 CM APROX. CON ESPECIES RESALTAN A LA VISTA

BOQUITAS “DELIGHTS”

La presentación propuesta es de 150 gr se presentará en un empaque de caja bio degradables, la capacidad del empaque es de 454 gr, los snacks estarán dentro de bolsa polipropileno 1.5 3x5 selladas al vacío para mayor conservación.

El producto tendrá una vida útil de 90 días; en bodega bajo condiciones de humedad relativa de 50% y temperatura entre los 16 a 18 °C; en los puestos de venta o anaquel en humedad relativa al 65% y temperatura entre 18 a 27 °C. (Lenntech, 2022)

Figura 4. Empaque



Fuente: elaboración propia

Figura 5. Diseño de tabla de declaración nutricional

Información nutricional	
Tamaño de la porción 1/4 de taza (113 g)	
Porciones por envase 8	
Cantidad por porción	
Calorías 100	Calorías de las grasas 20
% de valor diario*	
Grasa total 2g	3%
Grasas saturadas 1.5g	7%
Grasas trans 0g	
Colesterol 10mg	3%
Sodio 460mg	19%
Total de carbohidratos 4g	1%
Fibra 0g	0%
Azúcares 4g	
Proteína 16g	
Vitamina A 0%	• Vitamina C 0%
Calcio 8%	• Hierro 0%
<small>*Los porcentajes de valores diarios se basan en una dieta de 2.000 calorías</small>	

Fuente: elaboración propia

BOQUITAS "DELIGHTS"

Figura 6. Packing



Fuente: elaboración propia

Figura 7. Ilustración del producto



Fuente: elaboración propia

3. Descripción del proceso de producción

1. Adquisición de ingredientes: En esta etapa, se deben adquirir los ingredientes necesarios para la producción de los snacks, como malanga, especias y otros ingredientes adicionales. Se debe asegurar la calidad y disponibilidad de los ingredientes.

1.1 Lava la malanga: El proceso de lavado de la malanga puede variar dependiendo del contexto en el que se realiza. A continuación, se presenta una descripción general del proceso de lavado de malanga:

1.1.1. Preparación: Antes de comenzar el proceso de lavado, es importante asegurarse de que la malanga esté limpia y libre de tierra u otros residuos. Se recomienda lavarla y pelarla antes de proceder al lavado.

1.1.2. Lavado inicial: Para eliminar la suciedad superficial, se puede sumergir la malanga en agua tibia y frotar suavemente con las manos o un cepillo suave. Esto ayudará a eliminar cualquier residuo suelto.

1.1.3. Lavado a fondo: Para un lavado más profundo, se puede utilizar una lavadora especializada por inmersión y aspersion. Este tipo de lavadora sumerge la malanga en agua y luego la rocía con agua a presión para eliminar cualquier suciedad persistente. Este proceso puede ayudar a garantizar una limpieza más completa de la malanga.

1.1.4. Secado: Después del lavado, es importante secar adecuadamente la malanga antes de su almacenamiento o uso. Se puede utilizar un paño limpio o papel absorbente para secarla suavemente.

1.2. Pela la malanga: El proceso de pelado de la malanga es relativamente sencillo y se puede realizar de la siguiente manera:

1.2.1. Preparación: Antes de comenzar a pelar la malanga, asegúrese de tener un cuchillo afilado y un pelador de vegetales a mano. También es recomendable lavar la malanga para eliminar cualquier suciedad superficial.

1.2.2. Corte de extremos: Comienza cortando los extremos de la malanga con un cuchillo afilado. Esto facilitará el proceso de pelado y eliminará cualquier parte dañada.

1.2.3. Pelado: Utiliza un pelador de vegetales o un cuchillo para pelar la piel externa de la malanga. Puedes hacerlo de arriba hacia abajo, siguiendo la forma del tubérculo. Asegúrese de retirar toda la piel y de eliminar cualquier parte fibrosa o manchada.

1.2.4. Enjuague: Después de pelar la malanga, es recomendable enjuagarla nuevamente para eliminar cualquier residuo de piel o suciedad que pueda haber quedado.

1.3. Corta la malanga en rodajas finas: Para cortar la malanga en rodajas finas, puedes seguir los siguientes pasos:

1.3.1 Preparación: Asegúrese de tener una malanga limpia y pelada. Puedes utilizar un pelador de vegetales o un cuchillo para pelarla antes de comenzar el proceso de corte.

1.3.2. Corte en rodajas: Utilice un cuchillo afilado para cortar la malanga en rodajas finas. Puedes hacerlo de aproximadamente medio centímetro de grosor, aunque puedes ajustar el grosor según tus preferencias.

1.3.3. Cuidado al cortar: Ten cuidado al cortar la malanga para evitar accidentes. Asegúrese de tener un buen control del cuchillo y aplique una presión uniforme al cortar las rodajas.

2. Preparación de la malanga: El proceso de preparación de la malanga es el proceso de lo cual se tiene ya en la parte de cocinarlas, añadiendo las especias y mayonesa de ajo.

3. Condimentación y sazonado: En esta etapa, El proceso de condimentación y sazonado de las malangas en rodajas con especias y mayonesa de ajo puede seguir los siguientes pasos:

b. **Condimentación:** Prepare una mezcla de especias para sazonar las rodajas de malanga. Puedes utilizar una combinación de especias como sal, pimienta, ajo en polvo, pimentón u otras especias de tu

elección. Espolvorea las especias sobre las rodajas de malanga, asegurándote de cubrir todas las rodajas de manera uniforme.

- c. **Preparación de la mayonesa de ajo:** Para hacer la mayonesa de ajo, puedes seguir una receta casera utilizando ingredientes como aceite de oliva suave, huevo, ajo, zumo de limón y sal. Mezcle todos los ingredientes en un procesador de alimentos hasta obtener una mezcla homogénea y cremosa.
 - d. **Sazonado con mayonesa de ajo:** Una vez que las rodajas de malanga estén condimentadas, puedes agregarles una capa de mayonesa de ajo. Puedes extender la mayonesa de ajo sobre cada rodaja de malanga o sumergirlas en la mayonesa para cubrirlas completamente.
 - e. **Cocción:** Para darle un toque crujiente, puedes hornear las rodajas de malanga condimentadas con la mayonesa de ajo en un horno precalentado a una temperatura adecuada hasta que estén doradas y tiernas. El tiempo de cocción puede variar según el grosor de las rodajas y la temperatura del horno.
5. **Enfriamiento:** Después de hornear las rodajas de malanga, se recomienda seguir los siguientes pasos:
- a. Retira las rodajas de malanga del horno y colócalas sobre una rejilla o una bandeja con papel absorbente para que escurran el exceso de grasa.
 - b. Permite que las rodajas de malanga se enfríen completamente antes de servir las o manipularlas. Esto permitirá que se endurezcan un poco y mantengan su textura crujiente.

5. Control de Calidad en la Elaboración de Snack: El control de calidad es esencial para garantizar que el producto final cumpla con los estándares de calidad y seguridad.

6. Empaquetado: Una vez que las rodajas de malanga estén frías, se pueden empaquetar en cajas adecuadas para su almacenamiento y distribución. Las cajas

deben ser lo suficientemente resistentes para proteger las rodajas de malanga durante el transporte.

7. Etiquetado: El proceso de etiquetado de las cajas de snacks a base de malanga en rodajas puede seguir los siguientes pasos:

- 7.1. Diseño de etiquetas:** Se diseña la etiqueta que se colocará en las cajas de los snacks de malanga. Esta etiqueta debe incluir información relevante como el nombre del producto, ingredientes, información nutricional, fecha de caducidad, número de lote y cualquier otra información requerida por las regulaciones aplicables.
 - 7.2. Preparación de las cajas:** Se preparan las cajas que se utilizarán para empaquetar los snacks de malanga. Estas cajas deben ser lo suficientemente resistentes para proteger los snacks durante el transporte y almacenamiento.
 - 7.3. Colocación de las etiquetas en las cajas:** Una vez que las cajas estén listas, se procede a colocar las etiquetas en ellas. Esto se puede hacer de forma manual o utilizando maquinaria especializada de etiquetado.
 - 7.4. Verificación de la información:** Antes de sellar las cajas, se verifica que la información en las etiquetas sea correcta y esté completa. Esto incluye verificar que los ingredientes y la información nutricional sean precisos y cumplan con las regulaciones aplicables.
 - 7.5. Sellado de las cajas:** Una vez que las etiquetas estén colocadas y la información verificada, se sellan las cajas para asegurar que los snacks de malanga estén protegidos y listos para su distribución.
- 8. Almacenamiento:** El proceso de almacenamiento de las cajas a base de snack de malanga puede variar dependiendo del tipo de caja y del fabricante. Sin embargo, en general, se recomienda seguir algunas pautas generales para garantizar la calidad y la frescura del producto.
- 8.1. Almacenamiento en un lugar fresco y seco:** Las cajas de snacks de malanga deben almacenarse en un lugar fresco y seco para evitar la

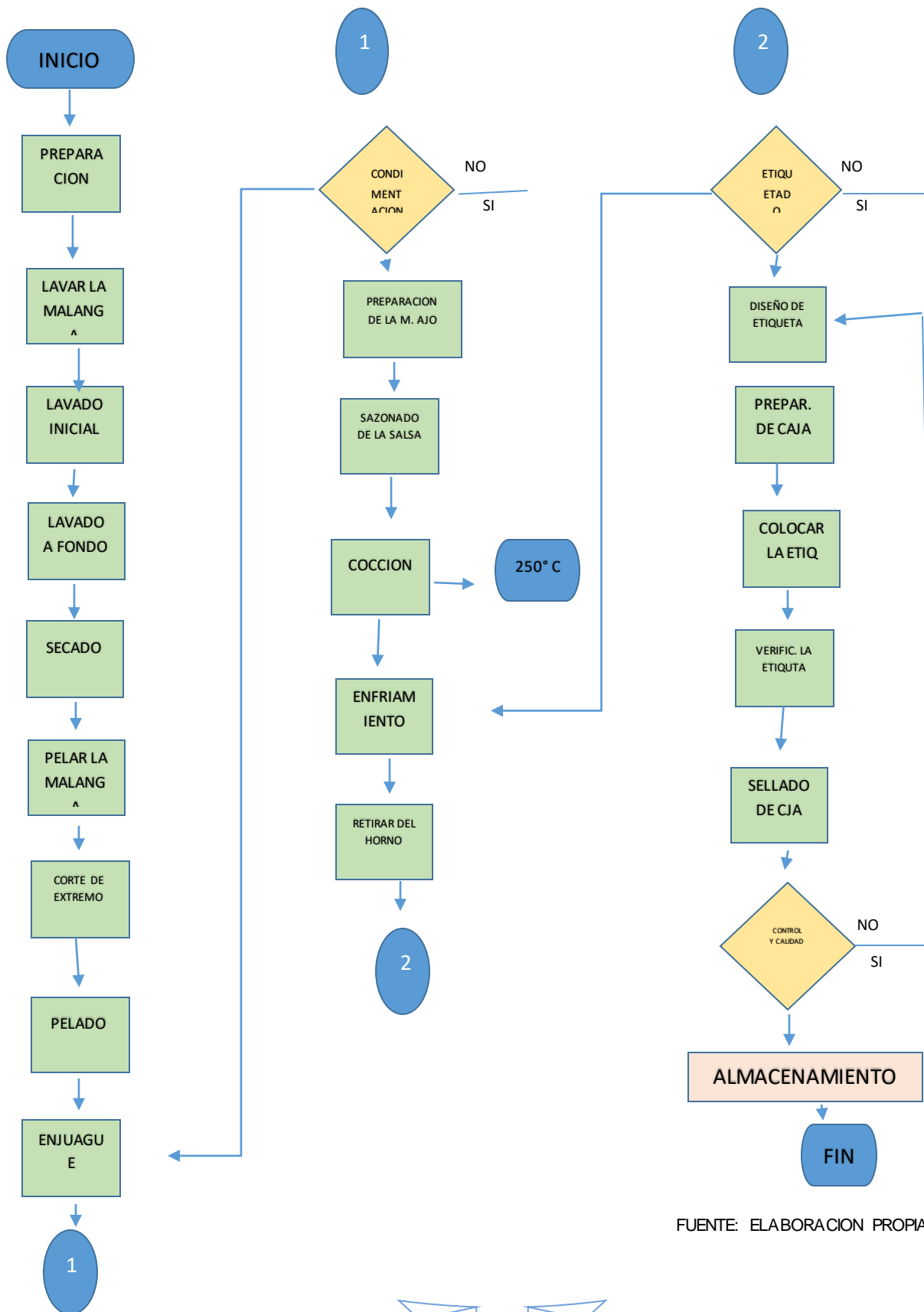
humedad y la formación de moho. Se recomienda evitar la exposición directa a la luz solar y mantener las alejadas de fuentes de calor.

8.2. Evitar el contacto directo con el suelo y las paredes: Las cajas de snacks de malanga no deben estar en contacto directo con el suelo de concreto o las paredes. Se recomienda utilizar estantes o paletas para mantenerlas elevadas y protegerlas de la humedad y la suciedad.

8.3. Rotación frecuente: Para mantener la frescura del producto, se recomienda realizar una rotación frecuente de las cajas de snacks de malanga. Utilizar el método de "primero en entrar, primero en salir" puede ayudar a garantizar que se consuman primero las cajas más antiguas.

4. Diagrama de flujo de proceso



Figura 8. Flujograma de proceso














FUENTE: ELABORACION PROPIA

5. Cronograma del proceso de producción

Tabla 8. Cronograma de Proceso de Producción

SIMBOLOGIA	ETAPAS	DESCRIPCION	TIEMPO
	1	ADQUISICION DE INGREDIENTES	1 MINUTOS
	1.1	LAVAR LA MALANGA	2 MINUTOS
	1.1.1	PREPARACION	3 MINUTOS
	1.1.2	LAVADO A FONDO	3 MINUTOS
	1.1.3	SECADO	3 MINUTOS
	1.2.	PELAR LA MALANGA	5 MINUTOS
	1.2.1	PREPARACION	2 MINUTOS
	1.2.2	CORTE DE EXTREMO	2 MINUTOS
	1.2.3	PELADO	2 MINUTOS
	1.2.4	ENJUAGUE	2 MINUTOS
	2	CONDIMENTACION Y SAZONADO	3 MINUTOS
	3	PREPARACION DE LA MAYONESA DE AJO	3 MINUTOS
	3.1	SAZONADO CON MAYONESA DE AJO	5 MINUTOS

BOQUITAS “DELIGHTS”

	3.2.	COCCION	5 MINUTOS
	4	ENFRIAMIENTO	5 MINUTOS
	5	EMPAQUETADO	4 MINUTOS
	6	ETIQUETADO	1 MINUTOS
	6.1	DISEÑO DE ETIQUETAS	1 MINUTOS
	6.2	PREPARACION DE CAJAS	1 MINUTOS
	6.3	COLOCACION DE ETIQUETAS EN LAS CAJAS	2 MINUTOS
	6.4	VERIFICACION DE LA INFORMACION	2 MINUTOS
	6.5	SELLADO DE CAJAS	2 MINUTOS
	6.6	CONTROL DE CALIDAD	5 MINUTOS
	7	ALMACENAMIENTO	1MINUTOS
		TOTAL	60 MINUTOS / 1 HORA

FUENTE: ELABORACION PROPIA

5.1. Diagrama analítico de los procesos

Tabla 9. Diagrama analítico de los procesos.

Diagrama analítico de los procesos						
Descripción	Tiempo (Minutos)	Distancia en metro	Símbolos			
			●	■	◐	➔
Lavar la malanga	2.00	1.00				
Inspeccion de lavado	0.10	0.10				
Secado de malanga	3.00	3.00				
Inspeccion del secado	0.20	0.10				
Pelar la malanga	5.00	2.50				
Inspeccion del pelado	0.20	0.10				
Corte de la malanga	5.00	3.00				
traslado	0.30	6.50				
Enjuague	2.00	1.50				
Condimentacion	11.00	4.50				
Inspeccion de condimentacion	0.20	0.10				
Coccion	5.00	3.50				
Inspeccion de coccion	0.30	0.10				
Enfriamiento	5.00	3.00				
Traslado	0.30	8.00				
Empaquetado	4.00	2.00				
Inspeccion de empaquetado	0.30	5.00				
Etiquetado	1.00	3.00				
Sellado	2.00	2.00				
Inspeccion del sellado	0.30	3.00				
Almacenado	1.00	10.00				
TOTAL	48.2	62 m	45	2.2	0.6	1

FUENTE: ELABORACION PROPIA

6. Equipos e instalaciones

6.1. Equipos

Los equipos necesarios para la elaboración de snacks a base de malanga con especias y mayonesa de ajo en una empresa de comercialización y producción pueden incluir:

BOQUITAS “DELIGHTS”

1. Equipos de procesamiento de alimentos: Esto puede incluir peladoras de malanga, cortadoras, ralladoras, mezcladoras y licuadoras para preparar los ingredientes y obtener la textura y consistencia adecuada para los snacks.
2. Equipos de cocción: Se pueden requerir freidoras u hornos para cocinar los snacks a base de malanga con especias.
3. Equipos de envasado: Para empaquetar los snacks, se pueden necesitar máquinas de envasado, como selladoras de bolsas o máquinas de etiquetado, para asegurar la presentación adecuada de los productos.
4. Equipos de almacenamiento: Es importante contar con equipos de almacenamiento adecuados, como estantes o refrigeradores, para mantener las materias primas, los productos semielaborados y los productos terminados en condiciones óptimas.
5. Equipos de control de calidad: Pueden ser necesarios equipos de laboratorio para realizar pruebas y análisis de calidad en los productos, como medidores de PH, balanzas de precisión y equipos de microbiología

Tabla 10. Equipo y herramienta a utilizar

MAQUINARIA						
No.	EQUIPO	UNIDAD / 1 AÑO	UNIDAD / 2 AÑO	UNIDAD / 3 AÑO	UNIDAD / 4 AÑO	UNIDAD / 5 AÑO
1	Horno Unox	2	2	2	2	2
2	Maquina selladora	2	2	2	2	2
3	refrigeradoras	2	2	2	2	2
TOTAL		6	6	6	3	3
SUMINISTRO DE PRODUCCION						
No.	EQUIPO	UNIDAD / 1 AÑO	UNIDAD / 2 AÑO	UNIDAD / 3 AÑO	UNIDAD / 4 AÑO	UNIDAD / 5 AÑO
1	Cuchillo	6	9	13,5	20,25	30,38
3	Brocha de cocina	6	9	13,5	20,25	30,38
4	Bols de vidrio	6	9	13,5	20,25	30,38
5	Espátulas de 2 pulgadas	6	9	13,5	20,25	30,38
TOTAL		24	36	54	81	121,5

FUENTE: ELABORACION PROPIA

Nota: Se muestra el equipo y herramientas necesarias que utilizará, con sus especificaciones de cantidad, marca y costo unitario.

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

- Internet
- Agua
- Luz-energía
- Combustible
- Gas

6.2. Instalaciones

Las instalaciones necesarias para la elaboración de snacks a base de malanga con especias y mayonesa de ajo en una empresa de comercialización y producción pueden incluir:

1. Área de producción: Se requiere un espacio adecuado para llevar a cabo el procesamiento de los ingredientes y la preparación de los snacks. Esto puede incluir áreas de preparación de alimentos, zonas de cocción y áreas de envasado.
2. Equipos de procesamiento: Además de los equipos mencionados anteriormente, como peladoras, cortadoras y mezcladoras, se necesitarán mesas de trabajo y estaciones de trabajo para llevar a cabo las diferentes etapas de producción.
3. Área de almacenamiento: Es importante contar con un espacio designado para almacenar las materias primas, los productos semielaborados y los productos terminados. Esto puede incluir estanterías, refrigeradores o congeladores, según sea necesario.
4. Área de envasado: Se debe contar con un espacio adecuado para el envasado de los snacks. Esto puede incluir una zona de embalaje y etiquetado, así como equipos de envasado, como selladoras de bolsas.
5. Área de control de calidad: Es importante tener un espacio dedicado para llevar a cabo pruebas y análisis de calidad en los productos. Es fundamental

BOQUITAS “DELIGHTS”

cumplir con las normas y regulaciones de seguridad e higiene alimentaria en todas las áreas de producción y almacenamiento.

6.3. Ubicación de la empresa

NatureSnack ubicado en el sector de Bolonia del canal 2, 2 cuadra $\frac{1}{2}$ este, 1 al sur sobre la pista con las coordenadas N $12^{\circ} 08.413'$, W $086^{\circ} 16.848'$, con una ubicación que se considera ventajosa ya que se encuentra cerca de las tiendas por conveniencias de los cuales nos segmentamos, a tan solo 20 minutos de distancia; esto nos permite ahorro en tiempo de distribución y entrega del producto terminado.

Figura 9. Ubicación de NatureSnack



FUENTE: ELABORACION PROPIA

6.4. Capacidad instalada

NatureSnack tendrá una capacidad instalada con base a los siguientes aspectos como:

- Numero de mano de obra (6 operadores)

BOQUITAS “DELIGHTS”

- Horas y tiempos para laborar (8 horas diarias de lunes a sábado)
- Numero de hornos disponibles (3 máquinas)
- Numero de mula disponible (2 disponibles)
- Numero de herramientas de cocina disponibles (variables)
- Demanda actual de los mercados

NatureSnack contara con una capacidad instalada descrita en periodos de tiempos y cantidad producida por día, semana, mes y año. Se disponen de 8 horas diarias de trabajo de lunes a sábado, durante ese periodo laboral se producirán 15 unidades de snacks en productos terminado obteniendo una producción total a la semana de 90 unidades como lo detalla la siguiente tabla:

Tabla 11. Cantidad a Producir

PERIODO	CANTIDAD DE PRODUCTO
1 día 8 horas	150 unidades
1 semana lunes a sábado 8 horas	1,200 unidades
1 mes (cuatro semanas)	4,800 unidades
1 año (doce meses)	57,600 unidades

FUENTE: ELABORACION PROPIA

La capacidad instalada se refiere a la capacidad máxima de producción que una empresa puede alcanzar en un período de tiempo determinado. En el caso de una empresa productora y comercializadora de snacks a base de malanga con especias y mayonesa de ajo, la capacidad instalada sería la cantidad máxima de snacks que la empresa puede producir y comercializar en un período determinado.

BOQUITAS “DELIGHTS”

Tabla 12. Capacidad de Producción

CAPACIDAD DE PRODUCCION						
INCREMENTO DE LA PRODUCCION CUATRIMESTRAL (1 AÑO)						
PRODUCCION (UNIDAD)	1 CUATRIMESTRE	2 CUATRIMESTRE	3 CUATRIMESTRE			
GRAMO	19,200	19,200	19,200			
INCREMENTO DE LA PRODUCCION ANUAL						
PRODUCCION (UNIDAD)	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO	
GRAMO	57,600	60,480	63,312	64,584	65,088	
CAPACIDAD DE PRODUCCION					CANTIDAD	UNIDAD
CAPACIDAD DE PRODUCCION MAXIMA HORA					18.75 * 150	GRAMO/HORA
CAPACIDAD DE PRODUCCION MAXIMA MES					1,200 * 150	GRAMO/HORA
CAPACIDAD DE PRODUCCION MAXIMA AÑO					57,600 * 150	GRAMO/HORA

FUENTE: ELABORACION PROPIA

7. Diseño y distribución de planta y oficina

Tabla 13. Distribución de áreas por ambientes

Tabla de áreas por ambientes			
No. Ambiente	Ambiente	Area	Volumen
101	PORTICO	15.61 m ²	40.02 m ³
102	RECEPCIÓN	12.52 m ²	33.23 m ³
103	S.S.VISIT.	2.58 m ²	6.39 m ³
104	AREA DE ATENCIÓN	6.18 m ²	15.41 m ³
105	PASILLO	5.30 m ²	14.17 m ³
106	AREA ADMINISTRATIVA	14.15 m ²	35.47 m ³
107	TALLER	29.12 m ²	72.48 m ³
108	ASEO	1.45 m ²	3.60 m ³
109	S.S.PERS.	2.66 m ²	6.61 m ³
110	BODEGA DE MAT. PRIMAS	4.35 m ²	11.15 m ³
111	BOD. DE PRODUCTO FINAL	4.36 m ²	11.33 m ³
Total: 11		98.27 m ²	249.85 m ³

FUENTE: ELABORACION PROPIA

BOQUITAS “DELIGHTS”

Tabla 14. Medidas de las puertas

Tabla de Puertas					
ID.	Count	Ancho	Alto	Materiales	Ubicación
P-1	1	1.16	2.14	Vidrio claro con marco de aluminio	RECEPCIÓN
P-1	1	1.16	2.14	Vidrio claro con marco de aluminio	RECEPCIÓN
P-2	1	0.74	2.13	Plywood con marco de madera de pino	AREA ADMINISTRATIVA
P-2	1	0.74	2.13	Plywood con marco de madera de pino	BODEGA DE MAT. PRIMAS
P-2	1	0.74	2.13	Plywood con marco de madera de pino	BOD. DE PRODUCTO FINAL
P-3	1	1.03	2.10	Plywood con marco de madera de pino	TALLER
P-4	1	0.74	2.13	Plywood con marco de madera de pino	S.S.PERS.
P-4	1	0.74	2.13	Plywood con marco de madera de pino	ASEO
P-4	1	0.74	2.13	Plywood con marco de madera de pino	S.S.VISIT.
P-5	1	1.70	2.10		BODEGA DE MAT. PRIMAS
P-5	1	1.70	2.10		BOD. DE PRODUCTO FINAL
P-5	1	1.70	2.10		TALLER
Total: 12					

FUENTE: ELABORACION PROPIA

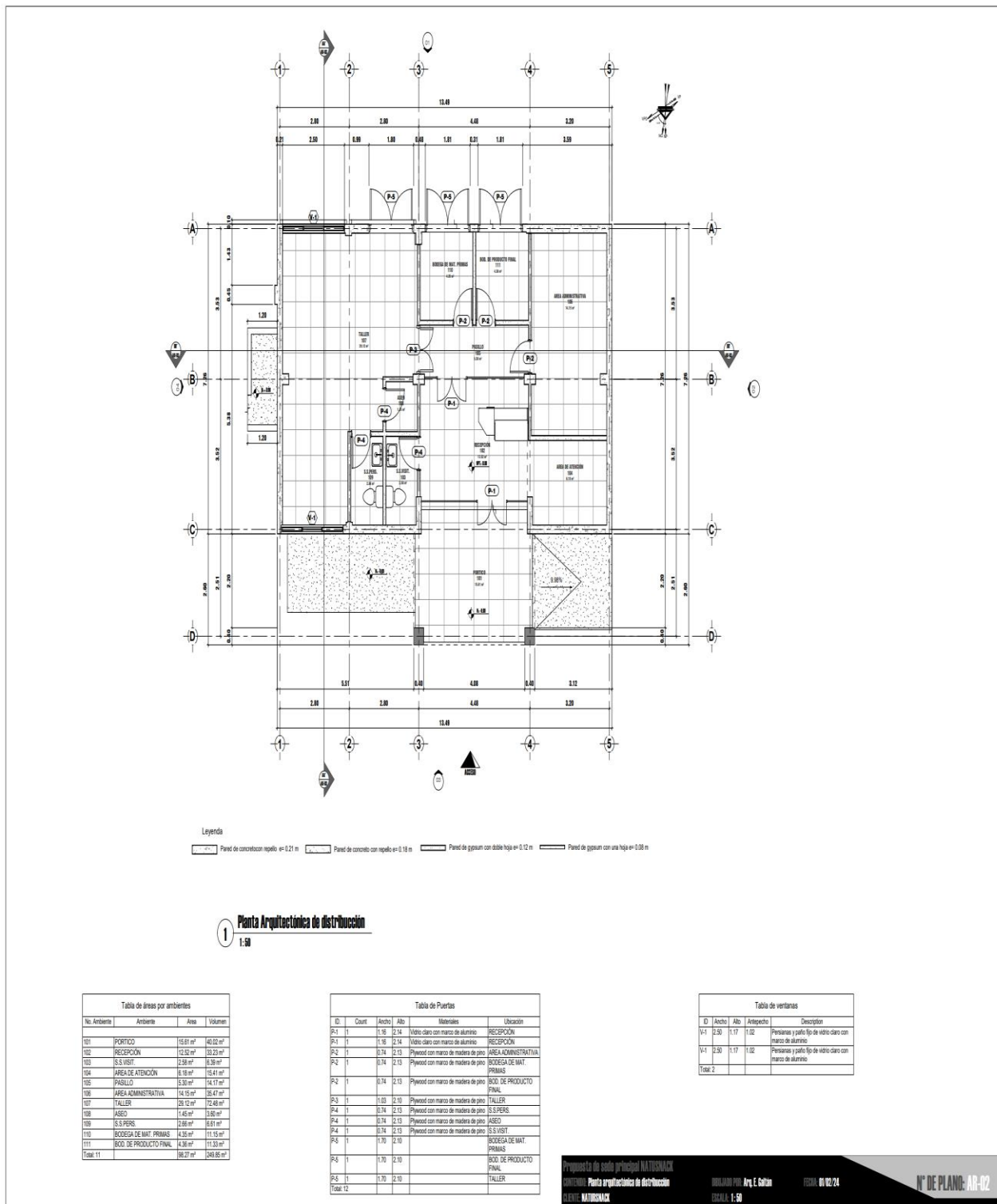
Tabla 15. Medidas de ventanas

Tabla de ventanas				
ID	Ancho	Alto	Antepecho	Description
V-1	2.50	1.17	1.02	Persianas y paño fijo de vidrio claro con marco de aluminio
V-1	2.50	1.17	1.02	Persianas y paño fijo de vidrio claro con marco de aluminio
Total: 2				

FUENTE: ELABORACION PROPIA

BOQUITAS "DELIGHTS"

Figura 10. Plano arquitectónico de la distribución de planta



FUENTE: ELABORACION ARQ DANIEL

8. Materia prima

La materia prima utilizada en la producción de snacks a base de malanga con especias y mayonesa de ajo puede variar dependiendo de la receta específica de la empresa. Sin embargo, algunos posibles ingredientes comunes podrían incluir:

1. Malanga: La malanga es el ingrediente principal de estos snacks. Es un tubérculo similar a la yuca o la papa, y se utiliza como base para la preparación de los snacks.
2. Especias: Las especias se utilizan para dar sabor y realzar el sabor de los snacks. Pueden incluir especias como pimienta, sal, ajo en polvo, cebolla en polvo, pimentón, entre otras.
3. Mayonesa de ajo: La mayonesa de ajo es otro ingrediente clave en estos snacks. Se utiliza para agregar sabor y textura a los productos.

Es importante tener en cuenta que esta información se basa en la descripción general de los snacks a base de malanga con especias y mayonesa de ajo. La receta exacta y los ingredientes utilizados pueden variar según la empresa y la marca.

Tabla 16. Inventario mensual de materia prima

Ítem	Tipo	Materia prima	Cantidad compra mensual
1	Tubérculo	Malanga	528,5
5	Especias	Cebolla	15
6	Especias	Ajo	15
7	Lácteo	Huevo	60
8	Aceite	Olivas	3,78
9	Aceite	Palma	3,78
10	Tubérculo	Ajo	30
11	Vinagre	Vinagre	5
12	Empaque	Cajas	4,800
13	Embalaje	Propopileno	4,800
14	Etiquetado	Etiquetas	4,800

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

8.1. Necesidades de materia prima

Necesidades de materia prima en la operación de una empresa de comercialización y producción.

En la operación de una empresa de comercialización y producción de snacks a base de malanga con especias y mayonesa de ajo, las necesidades de materia prima son fundamentales para garantizar la producción y la calidad de los productos. Aquí hay algunas consideraciones sobre este tema:

- **Identificación de materias primas:** Las materias primas necesarias para la producción de los snacks pueden incluir malanga, especias y mayonesa de ajo, entre otros ingredientes. Es importante identificar proveedores confiables que puedan suministrar estas materias primas en cantidades y calidades adecuadas.
- **Calidad de las materias primas:** La calidad de las materias primas es crucial para garantizar la calidad final de los productos. Es importante establecer estándares de calidad y asegurarse de que los proveedores seleccionados cumplan con estos estándares. Esto puede incluir la verificación de certificaciones de calidad y la realización de pruebas de muestras de las materias primas.
- **Gestión de inventario:** Para asegurar un suministro constante de materias primas, es importante establecer un sistema de gestión de inventario eficiente. Esto implica mantener un registro actualizado de las existencias de materias primas, realizar pedidos a tiempo para evitar escasez y desperdicio, y establecer niveles de inventario óptimos.
- **Relaciones con proveedores:** Mantener una buena relación con los proveedores es esencial para asegurar un suministro constante y confiable de materias primas. Esto puede incluir la negociación de precios y condiciones favorables, establecer acuerdos de suministro a largo plazo y mantener una comunicación abierta y fluida.

8.2. Identificación de proveedores y cotizaciones

En la operación de una empresa de comercialización y producción de snacks a base de malanga con especias y mayonesa de ajo, la identificación de proveedores confiables y la obtención de cotizaciones son aspectos clave para asegurar el suministro de ingredientes y materiales necesarios. Aquí hay algunas consideraciones sobre este tema:

- **Identificación de proveedores:** Es importante realizar una investigación de mercado para identificar proveedores que puedan suministrar los ingredientes y materiales requeridos. Se pueden buscar proveedores especializados en la venta de malanga, especias y mayonesa de ajo, así como aquellos que se enfocan en la industria de alimentos y snacks.
- **Evaluación de proveedores:** Una vez identificados los posibles proveedores, es recomendable evaluar su confiabilidad, calidad de productos, capacidad de suministro y precios competitivos. Se pueden solicitar referencias, revisar la reputación en el mercado y analizar la calidad de los productos ofrecidos.
- **Obtención de cotizaciones:** Para cotizaciones de los proveedores, se puede enviar una solicitud de cotización detallando los ingredientes y materiales necesarios, las cantidades requeridas obtenidas y cualquier otra específica relevante. Esto permitirá comparar precios y condiciones ofrecidas por diferentes proveedores.
- **Negociación de precios y condiciones:** Una vez recibidas las cotizaciones, se puede iniciar la negociación con los proveedores seleccionados. Se pueden discutir aspectos como los precios, plazos de entrega, condiciones de pago y posibles descuentos por volumen. La negociación busca obtener las mejores condiciones para la empresa sin comprometer la calidad de los productos.

BOQUITAS “DELIGHTS”

Tabla 17. Selección de proveedor y cotización

Ítem	Unidad	Materia prima	Proveedor	Precio	Calidad	Proveedor seleccionado
1	Quintal	Malanga	Centro de acopio Teustepe	C\$ 18,00	Buena	X
			Centro de acopio San Lorenzo	C\$ 22,00	Buena	
2	Quintal	Malanga	Centro de acopio Ciudad Darío	C\$ 19,00	Buena	X
3	Quintal	Malanga	Centro de acopio Sebaco	C\$ 23,00	Regular	
			Centro de acopio Somotillo	C\$ 17,50	Buena	X
4	Libra	Especies	Centro de acopio Diriamba	C\$ 19,00	Buena	
			Centro de acopio Rivas	C\$ 24,00	Regular	
5	Galón	Aceite de Palma	DIINSA	C\$ 70,00	Buena	
			Aceitera el Real	C\$ 65,00	Buena	X
			Pricemark	C\$ 120,00	Buena	
6	Galón	Aceite de Olivas	Aceitera el Real	C\$ 115,00	Buena	X
7	MIL	Bolsas de Propileno	Fernández Sera	C\$ 2,50	Buena	
8	Unidad	Cajas	Servicios Gráficos	C\$ 60,00	Buena	X
			Servicios Gráficos	C\$ 86,00	Buena	X
			Servicios Gráficos	C\$ 90,00	Buena	X
9	Unidad	Etiquetas	Servicios Gráficos	C\$ 3,50	Buena	X

FUENTE: ELABORACION PROPIA

8.3 Compras

El manejo de compras en una empresa de comercialización y producción de snacks a base de malanga con especias y mayonesa de ajo implica varias actividades relacionadas con la adquisición de los ingredientes y materiales necesarios para la producción de los productos. A continuación, se presentan algunas consideraciones importantes sobre el manejo de compras en este tipo de empresa:

1. Identificación de proveedores: Es fundamental identificar y seleccionar proveedores confiables y de calidad que puedan suministrar los ingredientes

y materiales necesarios para la producción de los snacks a base de malanga con especias y mayonesa de ajo. Esto puede implicar realizar investigaciones de mercado, solicitar cotizaciones y evaluar la calidad de los productos ofrecidos por los proveedores.

2. Negociación de precios y condiciones: Una vez identificados los proveedores, es importante negociar los precios y las condiciones de compra. Esto puede incluir la negociación de descuentos por volumen, plazos de pago, condiciones de entrega y otros aspectos relevantes para la empresa.
3. Gestión de inventario: El manejo de compras también implica la gestión del inventario de ingredientes y materiales. Es necesario mantener un control adecuado de los niveles de inventario para evitar escasez o exceso de stock. Esto puede implicar el uso de sistemas de inventario y la implementación de políticas de reabastecimiento basadas en la demanda y los tiempos de entrega de los proveedores.
4. Control de calidad: Es importante asegurarse de que los ingredientes y materiales adquiridos cumplan con los estándares de calidad establecidos por la empresa. Esto puede implicar la realización de pruebas y análisis de los productos recibidos, así como la implementación de procesos de control de calidad en la cadena de suministro.
5. Evaluación de proveedores: Regularmente, es recomendable evaluar el desempeño de los proveedores para asegurarse de que siguen cumpliendo con los estándares de calidad y servicio establecidos por la empresa. Esto puede incluir la revisión de indicadores de desempeño, como la puntualidad en las entregas, la calidad de los productos y la capacidad de respuesta ante problemas o reclamos.

BOQUITAS “DELIGHTS”

Tabla 18. Compras proyectadas a 5 años

Ítem	Tipo	Materia prima	Medidas	Cantidad compra mensual	Cantidad de compras 1 año	Cantidad de compras 2 año (5)	Cantidad de compras 3 año (5%)	Cantidad de compras 4 año (5%)	Cantidad de compras 5 año (10%)
1	Tubérculo	Malanga	Quintal	528,5	6.342,00	6.659,10	6.992,06	7.341,66	8.075,82
2	Especies	Cebolla	Libra	15	180,00	189,00	198,45	208,37	229,21
3	Especies	Ajo	Libra	15	180,00	189,00	198,45	208,37	229,21
4	Lácteo	Huevo	Unidades	60	720,00	756,00	793,80	833,49	916,84
5	Aceite	Olivas	Litro	3,78	45,36	47,63	50,01	52,51	57,76
6	Aceite	Palma	Galón	3,78	45,36	47,63	50,01	52,51	57,76
7	Tubérculo	Ajo	Libra	30	360,00	378,00	396,90	416,75	458,42
8	Vinagre	Vinagre	Litro	2	24,00	25,20	26,46	27,78	30,56
9	Empaque	Cajas	Unidades	4800	57.600,00	60.480,00	63.960,00	66.686,40	73.382,40
10	Embalaje	Propopileno	Unidades	4800	57.600,00	60.480,00	63.960,00	66.686,40	73.382,40
11	Etiquetado	Etiquetas	Unidades	4800	57.600,00	60.480,00	63.960,00	66.686,40	73.382,40
TOTAL				15.058,06	180.696,72	189.731,56	200.586,13	209.200,64	230.202,78

FUENTE: ELABORACION PROPIA

9. Manejo de inventarios

El manejo de inventarios en una empresa de comercialización y producción de snacks a base de malanga con especias y mayonesa de ajo es crucial para garantizar un flujo eficiente de productos y evitar problemas como la escasez o el exceso de inventario. A continuación, se presentan algunas consideraciones importantes para el manejo de inventarios en este tipo de empresa:

Control de inventarios:

- Es fundamental llevar a cabo un control preciso de los productos disponibles en el inventario. Esto implica registrar las entradas y salidas de productos, así como mantener actualizada la información sobre las existencias disponibles.
- Se pueden utilizar diferentes métodos de valoración de inventarios, como el método ABC (jerarquía de productos según su valor), el método PEPS (priorización de productos según su fecha de entrada) y otros métodos específicos según las necesidades de la empresa.

BOQUITAS “DELIGHTS”

- El uso de software especializado en control de inventarios puede facilitar la gestión y el seguimiento de los productos. Algunas herramientas recomendadas incluyen RightControl Lite y Crol.

Rotación de inventarios:

- La rotación de inventarios es esencial para garantizar la frescura y la calidad de los productos. Se debe seguir el principio de "primero en entrar, primero en salir" para asegurarse de que los productos más antiguos se consuman antes.
- Realizar un seguimiento regular de las fechas de vencimiento de los productos es importante para evitar la venta de productos caducados o de baja calidad.

Almacenamiento adecuado:

- Los productos deben almacenarse en un lugar fresco, seco y limpio para preservar su calidad. Se recomienda evitar la exposición directa a la luz solar y mantenerse alejados de fuentes de calor.
- Es importante proteger los productos contra roedores y plagas. Se pueden utilizar envases a prueba de roedores y plagas para evitar daños y contaminación.

10. Mano de obra requerida

La mano de obra requerida en la operación de una empresa NatureSnack tendrá horario de lunes a sábado de 8:00 a.m. a 5:00 p.m. Sin embargo, en general, se pueden identificar algunos roles comunes en este tipo de empresas:

- Trabajadores de producción: Estos son los empleados encargados de la fabricación de los snacks a base de malanga con especias y mayonesa de ajo. Su labor puede incluir la preparación de los ingredientes, el procesamiento de la malanga, la adición de especias y la producción de los snacks en sí.
- Personal de empaque y etiquetado: Estos trabajadores se encargan de empaclar los snacks en bolsas o envases adecuados, así como de etiquetarlos

correctamente con la información requerida, como la fecha de caducidad y los ingredientes.

- Personal de control de calidad: Este equipo se encarga de verificar la calidad de los productos terminados, asegurándose de que cumplan con los estándares establecidos y estén en condiciones óptimas para su comercialización.
- Personal de logística y distribución: Estos empleados se encargan de coordinar el transporte y la distribución de los snacks a los puntos de venta o a los clientes finales. Esto puede incluir la gestión de inventario, la planificación de rutas de entrega y la coordinación con los proveedores de servicios de transporte.

Tabla 19. Mano de obra proyectada a 5 años

MANO DE OBRA REQUERIDA	N° DE PERSONAL	N° DE PERSONAL	N° DE PERSONAL	N° DE PERSONAL	N° DE PERSONAL
ADMINISTRACION GENERAL	2,00	3,00	3,00	3,00	3,00
CONTABILIDAD Y FINANZAS	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00
PRODUCCION	4,0	9,00	9,00	9,00	9,00
MERCADEO Y PUBLICIDAD	-	4,00	7,00	7,00	8,00

FUENTE: ELABORACION PROPIA

11. Planes de mejora continua

Los planes de mejora continua son fundamentales para optimizar la operación de una empresa de comercialización y producción de snacks a base de malanga con especias y mayonesa de ajo. Aquí hay algunos aspectos a considerar en estos planos:

1. Análisis de procesos: Realizar un análisis detallado de los procesos de producción y comercialización es esencial para identificar áreas de mejora. Esto implica evaluar la eficiencia de los procesos, identificar posibles cuellos de botella y buscar formas de optimizarlos.

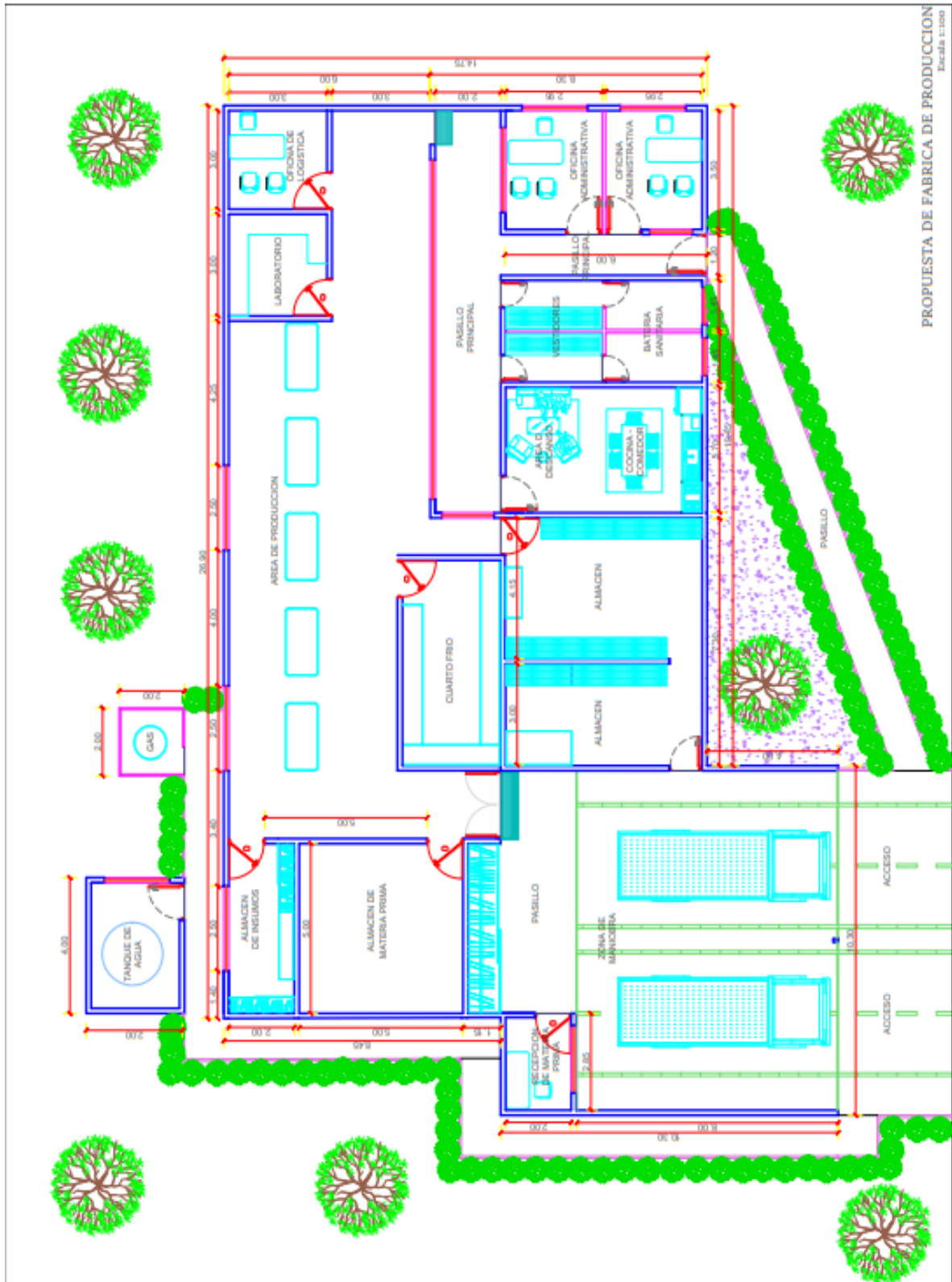
BOQUITAS “DELIGHTS”

2. Gestión de la calidad: Implementar un sistema de gestión de la calidad, como el estándar ISO 9001, puede ayudar a mejorar la calidad de los productos y garantizar la satisfacción del cliente. Esto implica establecer procedimientos de control de calidad, realizar auditorías internas y externas, y buscar constantemente formas de mejorar la calidad de los productos.
3. Capacitación del personal: Brindar capacitación regular a los empleados es esencial para mejorar la eficiencia y la calidad en la operación. Esto puede incluir capacitación en técnicas de producción, manejo de equipos, normas de seguridad alimentaria y servicio al cliente. Un personal capacitado estará mejor preparado para enfrentar los desafíos y contribuir al éxito de la empresa.
4. Innovación y desarrollo de productos: Buscar constantemente nuevas formas de mejorar los productos y desarrollar nuevas variedades puede ayudar a mantener la competitividad en el mercado. Esto implica realizar investigaciones de mercado, estar al tanto de las tendencias y preferencias de los consumidores, y buscar formas de diferenciar los productos de la competencia.
5. Optimización de la cadena de suministro: Evaluar y mejorar la eficiencia de la cadena de suministro puede ayudar a reducir costos y mejorar la disponibilidad de los insumos necesarios para la producción. Esto implica establecer relaciones sólidas con proveedores confiables, optimizar los procesos de adquisición y almacenamiento de materias primas, y buscar formas de reducir los tiempos de entrega.
6. Uso de tecnología: Implementar tecnología adecuada puede ayudar a mejorar la eficiencia y la precisión en la operación. Esto puede incluir el uso de sistemas de gestión de inventario, software de planificación de la producción, automatización de procesos y herramientas de análisis de datos. La tecnología puede agilizar los procesos y proporcionar información valiosa para la toma de decisiones.

De acuerdo al crecimiento a largo plazo se irá mejorando la infraestructura de la empresa y de la localidad para sustentar la oferta y la demanda.

BOQUITAS "DELIGHTS"

Figura 11. Plano arquitectónico sobre mejoras de planes continua



FUENTE: ELABORACION ARQ DANIELA

12. Políticas de calidad

Políticas de calidad en la operación de una empresa de comercialización y producción de snack a base de las políticas de calidad son fundamentales para garantizar la excelencia en la operación de una empresa de comercialización y producción de snacks a base de malanga con especias y mayonesa de ajo.

A continuación, se presentan algunas políticas de calidad que se pueden implementar:

1. Cumplimiento de normas y regulaciones: Es importante asegurarse de que la empresa cumpla con todas las normas y regulaciones aplicables en la producción y comercialización de alimentos. Esto incluye cumplir con los estándares de seguridad alimentaria, etiquetado adecuado y requisitos de calidad establecidos por las autoridades competentes.
2. Control de calidad en todas las etapas: Implementar un sistema de control de calidad en todas las etapas del proceso de producción y comercialización es esencial. Esto implica realizar pruebas y análisis de calidad en las materias primas, supervisar los procesos de producción, realizar inspecciones de calidad en los productos terminados y establecer procedimientos de control de calidad en el almacenamiento y distribución.
3. Capacitación y concientización del personal: Es importante capacitar al personal en temas de calidad y concientizarlos sobre la importancia de cumplir con los estándares de calidad establecidos. Esto incluye brindar capacitación en buenas prácticas de fabricación, higiene personal, manipulación segura de alimentos y control de calidad.
4. Mejora continua: Establecer un enfoque de mejora continua es esencial para mantener y mejorar constantemente la calidad de los productos. Esto implica realizar análisis de datos, recopilar retroalimentación de los clientes, identificar áreas de mejora y tomar medidas correctivas y preventivas para garantizar la calidad en todo momento.
5. Gestión de proveedores: Establecer relaciones sólidas con proveedores confiables y de calidad es fundamental para garantizar la calidad de las materias primas utilizadas en la producción. Esto implica establecer criterios

BOQUITAS “DELIGHTS”

de selección de proveedores, realizar auditorías de calidad y mantener una comunicación constante para asegurar el suministro de materias primas de alta calidad.

VI. ORGANIZACIÓN

1. Objetivo

1.1. Objetivo general

- Establecer políticas de comportamientos social entre los colaboradores creando un ambiente de trabajo que facilite el cumplimiento de nuestras metas.

1.2. Objetivos específicos

- Crear una estructura organizada de acuerdo a un manual de procedimientos, asegurando una gestión adecuada de las actividades de la empresa a través de la realización de un organigrama de trabajo.
- Establecer un manual de valores éticos empresariales creando un clima estable.
- Asegurar el cumplimiento de las actividades programadas buscando así la mejora de la empresa en sus procesos organizativos a través de la evaluación del desempeño de nuestros colaboradores.

2. Gestión legal

La elección de una sociedad anónima para la elaboración de snacks a base de malanga con mayonesa de ajo puede ofrecer libertad, protección y flexibilidad a los socios, en la manera de ampliarnos poder entrar en otros segmentos de comercios de los cuales darle la seguridad de que somos una compañía estable.

Nuestra inversión inicial es de C\$ 360,000.00 de los cuales costo de los trámites legales es del 1% del capital inicial dependiendo cuantos socios este en su constitución inicial.

3. Constitución de la sociedad

ESCRITURA PÚBLICA NÚMERO (Nº. 26) CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA Y ESTATUTOS SOCIALES. - En la ciudad de Managua, a las 10:11 de la mañana del día 23 de febrero del dos mil veinte y cuatro, ANTE MI: Francisco Javier Flores ES, mayor de edad, soltero, Abogado y Notario Público, con domicilio en la ciudad de Managua, e identificada con cédula de identidad nicaragüense número dos cero uno guion uno cero cero dos ocho cinco guion cero cero cero tres J (201-100285-0003J) y carné de la Corte Suprema de Justicia número dos, tres, seis, nueve, cero (23690), comparecen los señores: José David Silva Reyes , mayor de edad, estado civil soltero , Licenciado en Contabilidad Publica y Finanzas, quien se identifica con cedula de identidad número cero cero uno guion uno dos uno uno nuevo cuatro guion cero cero seis seis B (001-121194-0066B) y Daniel Ezequiel Gaitan Lainez mayor de edad, soltero, Arquitecto, titular de la cedula de identidad Ciudadana cero cero uno guion uno dos uno uno ocho ocho guion cero cero ocho cuatro B (01121188-0084B).- Doy fe de que los comparecientes se han identificados correctamente y de que a mi juicio tienen la capacidad civil legal necesaria para obligarse y contratar, y en especial para el presente acto.- Hablan los comparecientes conjuntamente y dicen: CLAUSULA PRIMERA: (DENOMINACION): La sociedad se denominará “NatureSnack S.A” o abreviadamente “NS S.A”.- CLAUSULA SEGUNDA: (DOMICILIO): La sociedad tendrá su domicilio en la ciudad de Managua departamento de Managua, la que cita con la siguiente dirección canal 2, 2 cuadra ½ este, 1 al sur y podrá establecer sucursales y agencias en otras poblaciones dentro y fuera del territorio de Nicaragua.- CLAUSULA TERCERA: (CAPITAL): El capital social de la sociedad ANONIMA cada una todas estas Acciones serán comunes o iguales en privilegios y prerrogativas y serán extendidas a nombre del suscriptor o sean nominativas. No se emiten acciones remunerativas. Las acciones nominativas deberán ser suscritas por los directores que determinen los estatutos y emitidas de acuerdo con el artículo doscientos veintiséis del código de comercio. Los certificados singulares o múltiples de las acciones se numerarán correlativamente. Mientras tanto no sea expedido los títulos definitivos representativos del capital, se entregarán

BOQUITAS “DELIGHTS”

resguardados provisionales de una o más acciones, las cuales serán canjeadas en su día por los títulos definitivos. El capital Social podrá aumentar por acuerdo de la Junta General De Accionistas previo al cumplimiento de las disposiciones estatutarias y legales vigentes, siendo facultad de la propia Junta General tomar todos los acuerdos referentes a las condiciones de la nueva emisión. En todos los casos de ampliación de Capital, los que sean accionistas tendrán derecho preferente a suscribir todas las acciones que se emitan, proporcionalmente a las que cada uno posea, en el plazo que la junta Directiva lo determine y que no podrá ser inferior a treinta días. En caso de no ejercitarse este derecho antiguos accionistas, bien por renuncia expresa o por el mero transcurso del tiempo señalado para la suscripción preferente, las acciones se sacarán a la suscripción pública. El socio que pretenda transmitir Inter vivos sus acciones a otras personas, aunque tenga la condición de accionista deberá comunicarlo por escrito a la Junta Directiva. Dicha junta notificara este propósito a todos los demás accionistas de cualquier forma fehaciente y en el término de diez días, haciendo constar en que la Junta Directiva recibió la oferta, fecha que servirá de punto de partida para el cómputo de los diversos plazos en que estos párrafos se establecen. Los accionistas podrán optar a la compra de las acciones ofrecidas dentro de los diez días siguientes a aquel en que haya expirado el plazo para notificaciones señalado en el párrafo precedente. Si fueran varios los que pretendieran la adquisición de las acciones en venta se distribuirán entre los solicitantes a prorrata de las que cada cual previamente tuviera. Cuando número de acciones no permita el prorrateo, se adjudicarán al solicitante titular del mayor número de acciones, si hubiese dos o más solicitantes con igual números de títulos, se sorteará entre ellos quien ha de ser el comprador. Las mismas reglas -adjudicación al mayor accionista o, en su caso el sorteo- se aplicarán cuando después del prorrateo quede algún resto de accionista susceptibles de reparto proporcional. Finalizando los veinte días sin que ningún accionista haya hecho uso del derecho de adquisición preferente de las acciones ofrecidas, la sociedad podrá adquirirlas en el término de veinticinco días para amortizarlas con la consiguiente reducción del capital social. Transcurrido este último plazo de veinticinco días sin que la Sociedad haya ejercitado el derecho a su favor establecido, el accionista vendedor quedara en

libertad para transmitir sus acciones en forma y modo a la persona que tenga por conveniente. Al utilizarse el derecho de adquisición que se establece en el primer término a favor del accionista en segundo lugar a la sociedad, el precio de venta, en caso de discrepancia, será fijado por un perito designado de común acuerdo por el vendedor de un lado y el comprador o compradores por el otro; y no habiendo acuerdo en la designación del perito único, la valoración se hará por tres de ellos, designados uno por cada parte y el tercero por el juez. Se exceptúa de lo dispuesto anteriormente, las transmisiones de las acciones que efectúen los fundadores a favor del cónyuge, ascendientes o descendientes a fines hasta el cuarto grado de consanguinidad, las cuales podrán realizarle libremente. Se consideran nulas y sin valor frente a la sociedad las transmisiones Inter vivos de acciones cuando no se hayan cumplidos los requisitos en los artículos anteriores. Las acciones son indivisibles con respecto a la Sociedad, la cual no reconocerá más que un propietario por cada acción. Por tanto, en el supuesto de que una acción perteneciera proindiviso a varias personas, estas deberán nombrar de entre ellas a una sola que las represente, quien será reconocida por la Sociedad como propietario, a todos los efectos. Si de entre los comuneros hubiese accionistas de la Sociedad, en alguno de estos habrá de recaer la representación aludida. En el caso de prenda de acciones, corresponderá al propietario de estas el ejercicio de los derechos de accionistas igual derecho corresponderá nudo propietario en el caso de usufructo de las acciones. La posesión de una o más acciones implica la absoluta conformidad del accionista con los presentes estatutos y con todo lo que acuerde la Junta Directiva legalmente constituidos. Para los efectos de orden legal se considerarán los accionistas como domiciliados en la localidad donde tenga la Sociedad su domicilio social y sujetos, por tanto, a la jurisdicción de los tribunales de tal domicilio, con renuncia a su propio fuero, si lo tuvieran.- CLAUSULA CUARTO: (OBJETO): EL objeto, general de la sociedad será la comercialización de ropa y electrodomésticos, desarrollando actividades de importación, comercialización en el territorio nacional y exportación de mercancía.- El objeto descrito no podrá considerarse como la actividad única de la sociedad, o como limitante para realizar otras actividades en el mercado permitidas, por la ley.- La junta directiva deberá solicitar la autorización para realizar otras

BOQUITAS “DELIGHTS”

operaciones no enumeradas en esta cláusula.- CLAUSULA QUINTA: (DURACION): La duración de la Sociedad será de Noventa y Nueve Años, contados desde el día de la inscripción de este instrumento y sus estatutos en el Registro Mercantil correspondiente, pero su existencia podrá prorrogarse si durante el último año de su duración la Junta General de Accionistas no hubiere resuelto a disolverla y liquidarla con votos de accionistas, que represente por lo menos las dos cuartas partes del Capital Social. CLAUSULA SEXTA: (JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS): La junta General de Accionistas, constituye la suprema autoridad de la Sociedad y celebrara sus asambleas extraordinarias en el domicilio de la sociedad o en cualquier lugar dentro del país. La junta General de Accionistas se considerará legalmente constituida con en ella estén presentes o representados socios que represente cuando menos el sesenta por ciento del Capital Social, salvo cuando se trate de Reformas al Pacto Social y estatutos, su disolución y liquidación, para la cual se requiere las dos cuartas partes del Capital Social. Las Asambleas o Juntas Extraordinarias, también podrán celebrarse fuera del país, pero en este caso se considerará constituida si a ella concurrieron socios que representen la totalidad del Capital social. La junta General de Accionistas será convocada por la junta directiva o por socios que representan al menos el Sesenta por ciento del Capital Social, todo de conformidad a la ley, debiendo hacerse por anuncios insertos en la Gaceta, Diario Oficial de la Republica o en un Diario de mayor circulación en la capital, donde este domiciliada la Sociedad, treinta días antes, por lo menos, del señalado para la reunión. La junta General de Accionistas quedara válidamente constituida en primera convocatoria, cuando concorra a ella la mayoría de los socios o cualquiera que sea el número de estos, si los concurrentes representan, por lo menos las dos quintas partes del Capital desembolsado. Cuando se trate de acordar la emisión de obligaciones, el aumento y la disminución del Capital social; y en general, cualquier modificación de los estatutos sociales, habrá de concurrir a la primer Junta, en primera convocatoria, las dos cuartas partes del capital desembolsado, y en segunda convocatoria bastara la representación de las dos quintas partes del capital desembolsado. Los Accionistas pueden en las Juntas Generales delegar su presentación en cualquier persona, sea accionista, mediante, la autorización escrita

BOQUITAS “DELIGHTS”

y Especial para cada junta, que quedara en poder de la sociedad. Las posteriores Asambleas que se iniciaren si acaso no se verificare la Asamblea, se convocaran con Díez días de anticipación. Cuando la Asamblea o las Asambleas se efectúen con la representación de todos los Accionistas no habrá necesidad de citación previa. La Junta General de Accionistas tendrá lugar el treinta de julio de cada año, o dentro de los noventa días subsiguientes a la fecha en que termine el ejercicio comercial de la Sociedad, o cierre anual de cuentas, o el día, hora y lugar que señale la Junta Directiva. La Junta General Extraordinaria se convocará cuando lo estime conveniente la Junta Directiva o cuando lo soliciten los socios que representen al menos a las dos cuartas partes del Capital Social, con expresión del objeto y motivo. Los acuerdos y resoluciones de las juntas Ordinarias o Extraordinarias se tomarán con más de la mitad de los votos presentes y serán obligatorios para todos los accionistas, aun para los disidentes y ausentes, salvo para aquellos casos, que la ley requiera mayor porcentaje. Cada acción da derecho a un voto y los accionistas podrán hacerse representar en las La Juntas Generales por medio de un poder, radiogramas, carta poder, telegramas, telefax o por cualquier otro medio que acredite su representación. CLAUSULA SEPTIMA: (JUNTA DIRECTIVA): La Sociedad será dirigida y administrada por una Junta Directiva, se distribuirán los cargos PRESIDENTE, SECRETARIO y TESORERO; cuando los directores fueren mayores de cuatro se designarán como directores Vocales. Las vacantes temporales del presidente serán llenadas por el Tesorero y en su defecto por el secretario, por el vocal o vocales, si los hubiere por su orden a si no por accionista o por accionistas que asigne la mayoría de los directores presentes y la vacante definitiva de los mismos directores serán llenados por la Junta General de Accionistas, la cual deberá ser convocada inmediatamente que se operará la vacante. Los directores que integran las Juntas Directivas serán electos por mayoría de votos en la Junta General de Accionistas y por un periodo de cuatro años, pudiendo ser electos y si al vencerse el periodo de cuatro años no se nombraren nuevos directores, aquellos seguirán en sus funciones, hasta que se nombren los nuevos directores, pero no podrán ejercer en esa forma sus funciones por más de diez años. En caso de alguna Sociedad fuere designada miembro de la Junta Directiva, ejercerá su cargo por medio de su

BOQUITAS “DELIGHTS”

representante legal o por medio de su apoderado especial, las resoluciones de la Junta Directiva serán tomadas por mayoría de votos. Los Directores de la Sociedad podrán ejercer personalmente cualquier otro tipo de negocios, pero no en el mismo giro de la sociedad, salvo si son autorizados por la Junta General de Accionistas.- CLAUSULA OCTAVA: (REPRESENTACION): El presidente de la Junta Directiva será el representante legal de los Directores y tendrán en juicio o fuera de todas las facultades de un Apoderado Generalísimo, salvo para vender, dar o tomar unos bienes inmuebles en arrendamiento o de cualquier índole participaciones sociales y acciones en otras sociedades, contraer obligaciones en contra de la Sociedad, para lo cual necesitara autorización de la Junta Directiva, además tendrá las facultades siguientes: pedir y absolver posiciones en sentido Asertivo, transigir, desistir y aceptar desistimientos; recibir cantidades de dinero o especie; comprometer decisiones al conocimiento de árbitros o arbitradores; acusar criminalmente por delito o falta, librar cheques, libranzas, pagares o cualquier otro título de crédito, gestionar ante las autoridades administrativas y Aduaneras, otorgar poderes especiales y Poderes Generales y Judiciales. También tendrá las facultades de ejecutar todos los acuerdos y resoluciones que dictare la Junta Directiva, la que podrá también otro director para su ejecución o al Gerente. - CLAUSULA NOVENA: (GERENTE): La parte ejecutiva y el manejo directo de los negocios de la Sociedad, podrán estar a cargo de un Gerente General nombrado por una Junta Directiva, quien podrá ser director, Socio o persona ajena a la Sociedad. El Gerente General, tendrá las facultades y Poderes que le otorgue la Junta Directiva. - CLAUSULA DECIMA: (VIGILANCIA): Habrá un vigilante que será electo por mayoría de votos al mismo tiempo que la Junta Directiva, y podrá ser miembro de la Sociedad o persona extraña a ella. El vigilante durará en sus funciones cuatro años, podrá ser reelecto la Junta General de Accionistas, podrá revocar el nombramiento en cualquier tiempo. Si al terminar un periodo de su nombramiento la Junta General de Accionistas nombrare un nuevo vigilante, este seguirá sus funciones, hasta que la Junta haga el nuevo nombramiento. - CLAUSULA DECIMA PRIMERA: (CONTABILIDAD Y EJERCICIO ECONOMICO): La Sociedad llevara los libros de contabilidad de acuerdo con lo establecido en el código de Comercio; pudiendo adoptar los procedimientos modernos de contabilidad. El

ejercicio Económico de la Sociedad terminara cada treinta de junio de cada año, para la Junta General de Accionistas podrá variar la fecha de cierre del Ejercicio Económico, dictando para el lazo intermedio las providencias que estime convenientes. Al finalizar el Ejercicio se practicara inventario General de los Bienes Sociales, valorando para tal fin bienes inmuebles y muebles con sus depreciaciones de acuerdo a la ley; y las acciones bienes, bonos, cédulas y cualquier título de crédito con valor de adquisición o menor, el más bajo que fuere en el mercado; los derechos o participaciones sociales se valoraran ya sea en su monto o de acuerdo con el criterio de la Junta Directiva; los bienes se depreciaran a su máximo si fuere necesario o darles un valor mínimo cuando estos fueren obsoletos y los bienes subjetivos serán valuados de acuerdo con su importancia para el desarrollo de la Sociedad . De acuerdo con el Inventario General de los Bienes Sociales y los resultados de la contabilidad, se formulará el balance General con un estado de pérdidas y ganancias para ser sometido a la consideración de la Junta General de Accionistas. El balance deberá reflejar claramente la situación Financiera de la Sociedad al cierre del ejercicio respectivo, utilizando para ello los principios de Contabilidad Generales aceptados y todo aquello que aconseje una sana practica contable. El proyecto de liquidación de utilidades, también deberá ser aceptado por la Junta General de Accionistas. Las utilidades que se obtengan en los negocios de la sociedad, una vez deducida la contabilidad requerida para el fondo de reserva se aplicaran en la forma que decidan la Junta General de Accionistas, por mayoría de votos, en concepto que cuando la Junta General resuelva hacer una distribución se hará entre los accionistas en proporción al capital enterado, según el número de acciones que cada uno posea. La Junta General de Accionistas en cada periodo de ejercicio económico de la Sociedad podrá decretar bonificaciones a favor de los directores, Gerentes y empleados de la Sociedad. - CLAUSULA DECIMA SEGUNDA: (FONDOS DE RESERVAS): La Sociedad deberá formar un fondo de reservas y a tal efecto o al final de cada periodo social, se separa la tercera parte de las utilidades para destinarlas a fortalecer la RESERVA LEGAL, hasta que dicho monto sea igual a la quinta parte del Capital Social. Ese fondo de Reservas habrá de reintegrarse cuantas veces se haya reducido por cualquier causa. Además, la reserva legal antes

BOQUITAS “DELIGHTS”

dicha por mandato de la Junta General de Accionistas o de la Junta Directiva, podrá formularse otros fondos de reservas Voluntarios para los fines específicos que se estimen convenientes. CLAUSULA DECIMATERCERA: (DISOLUCION): Son causas de la disolución de esta Sociedad: a) El acuerdo tomado en ese sentido por la Junta General de Accionistas, por socios que representen al menos las dos cuartas partes del Capital; y, b) Los demás casos que señale la ley. Disuelta la Sociedad la liquidación se practicará por la misma Sociedad. A estos efectos la Junta General de Accionistas, una vez tomado del acuerdo de disolución, designara con el voto de accionista propietario las acciones conformes, que representan un cincuenta y uno por ciento del Capital Social, una junta de dos o más personas que lleve a efecto las operaciones necesarias para la realización de los bienes sociales y su conversión a efectivo o valores negociables. Una vez hecho esto la Junta Liquidadora deberá formular la distribución del haber Social entre los Accionistas, de conformidad con las regulaciones y esta distribución deberá ser sometida al conocimiento de la Junta General de Accionistas, para su aprobación. La liquidación y expresada distribución deberá ser hecha y determinada dentro del plazo que para tal efecto señale la Junta General de Accionistas, en sus funciones la junta Liquidadora tendrá las facultades y deberes que señale la ley o la Junta General de Accionistas.- CLAUSULA DECIMA CUARTA: (SUSCRIPCION DE ACCIONES): Los otorgantes suscriben y pagan las acciones de la siguiente forma: Semestral,; se declaran reunidos en ASAMBLEA EXTRAORDINARIA DE ACCIONISTAS, con el objeto de aprobar los ESTATUTOS de la misma nombrando la Junta directiva y el Organismo Vigilante. Por designación de los Accionistas preside la sesión Lic. Lucia Arroliga, quien declara abierta y puesta en discusión los estatutos para la Sociedad, son aprobados en la forma que expresa el siguiente acuerdo: LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE “NatureSnack” RESUELVE: Adoptar los siguientes ESTATUTOS: UNO: (ASIENTO DE OPERACIONES Y DOMICILIO): El nombre; Capital Social, objeto y duración de la sociedad han quedado determinadas en la cláusula primera, tercera, cuarta y quinta del Pacto Social. El asiento de operaciones y domicilio de la Sociedad será en la Ciudad de Managua departamento de Managua, donde radicara la dirección de sus negocios y representación de la Sociedad y sus oficinas Principales que cita con la

BOQUITAS “DELIGHTS”

siguiente dirección del gimnasio hercules 2 cuaras al norte y podrá establecer sucursales o Agencias dentro y fuera de la Republica de Nicaragua.- DOS: (ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS Y SUS JUNTAS O ASAMBLEAS): Las Asambleas o Junta Generales deben ser presididas por el presidente de la junta directiva, o por uno de los Directores a quien específicamente para tal fin escojan con el nombre del presidente, por el que haga sus veces o por la persona que en falta de uno u otro designen las Acciones presentes. La Junta General de Accionistas podrá celebrar en cualquier lugar dentro o fuera de la Republica, pero en este último caso deberán estar presentes todos los socios o sus representantes en dichas Asambleas; será válida la Asamblea sin necesidad de citación cuando en ella se encuentran presentes y representados la totalidad del capital social. Todo acuerdo tomado legalmente de conformidad con el Pacto Social por la Junta General será obligatorio para todos los Accionistas aun para los disidentes y los ausentes ya que se establece entre los mismos accionistas, la sumisión al voto de la mayoría de los presentes. Para ser válido todo acuerdo deberá constar en el acta de la sesión respectiva que se asentará en el libro de actas que para ese efecto llevará la Sociedad debidamente Legalizada. Las actas serán firmadas y legalizadas por lo menos de la mayoría del Capital Social que en ella estuvo presentes, pero en todo caso deberá ser siempre firmada por el presidente o el secretario de la Junta Directiva o los que hagan sus veces en las reuniones. Por los Accionistas, pueden actuar en la Sociedad quienes tengan representación legal suficiente de acuerdo a los Estatutos y Escrituras Social. La asamblea general ordinaria, además de sus facultades de electora que le confiere la ley y el Pacto Social, conocerá de los informes económicos, de los planes de distribución de dividendos, bonificaciones y reservas que le someta la Junta Directiva para su aprobación. Conocerá también el informe del Organismo vigilante. La asamblea General extraordinaria convocada legalmente, conocerá todo lo expuesto por la junta Directiva incluyendo la disolución anticipada de la sociedad proroga de su duración, fusión con otra sociedad, reducción del Capital Social, reintegración o aumento del mismo Capital Social, cambio del objeto de la Sociedad y toda otra modificación del pacto Constitutivo. Así mismo conocerá de las anomalías que le pusiere de manifiesto el Organismo vigilante. - TRES: (JUNTA DIRECTIVA): La junta

BOQUITAS “DELIGHTS”

Directiva se compondrá de dos Directores por lo mínimo o de siete por lo máximo, de acuerdo con el pacto social y entre ellos se repartirán sus respectivas funciones, pudiendo sus miembros ser reelectos.- CUATRO: (INTEGRACION): La junta Directiva se considerará legalmente reunida cuando se encuentren la mayoría de votos. Sus sesiones las podrá celebrar en su domicilio o en cualquier lugar de la república o fuera del país, pero en este último caso deberán estar presentes todos los Directores que integren la junta directiva.- CINCO: (CONVOCATORIA): La Junta Directiva se reunirá cada vez que fuere convocado por el presidente o el Gerente General de la Sociedad.- SEIS: (REPRESENTACION): Para los negocios Sociales el Presidente de la Junta Directiva o el Director que este designe, tendrán ordinariamente en representación de la Sociedad las atribuciones de un Apoderado Generalísimo con todas las facultades y limitaciones que le confiere el Pacto Social, pero la Junta Directiva podrá limitar sus facultades, cuando lo creyere conveniente. La falta temporal del Presidente ejercerá la representación del Tesorero con las facultades que le otorgue la Junta Directiva.- SIETE: (ATRIBUCIONES): Corresponde a la Junta Directiva: a) Dictar los reglamentos de sus oficinas y planteles, b) Aumentar los gastos y nombrar a los empleados y trabajadores, pudiendo autorizar al Gerente General para que lo haga, c) Presentar a la Junta General un informe anual de los actos de administración, estado y curso de los negocios y de las cuentas y liquidación de las garantías.- OCHO: (FACULTADES): La Junta Directiva además de las facultades de nombrar al Gerente General, podrá nombrar uno o varios Gerentes; fijándoles sus atribuciones, deberes, facultades y poderes que crean conveniente, pero estos Gerentes deberán estar supeditados en sus funciones al Gerente General.- NUEVE (GERENTE): La parte ejecutiva de la gerencia estará a cargo de un Gerente General quien además de las facultades que el Pacto Social le confiere, este debe ceñirse estrictamente a los actos administrativos que acuerde la Junta Directiva y de todas sus actuaciones deberá informar a la Junta Directiva. Cualquier otro Gerente que se le confiera facultades administrativas estará supeditado al Gerente General, quien vigilara sus actuaciones para la buena marcha de los negocios sociales. El Gerente General y los demás Gerentes estarán estrictamente bajo la vigilancia de la Junta Directiva y del Organismo Vigilante, debiendo este último

BOQUITAS “DELIGHTS”

informar a la Junta Directiva de cualquier anomalía que comprobara en el órgano de la Gerencia. ONCE: (EMISION DE TITULOS): Los títulos y certificados de las acciones, serán extendidos por el Presidente y el secretario de la Junta o por los Directores que designare la Junta Directiva expresando el carácter Nominativo de las acciones y demás requisitos legales. Cada título podrá comprender a voluntad del interesado una o varias acciones y podrán cambiarse cuando así lo quiera el tenedor del Título, pero el Título original deberá archivarse haciéndose en el Registro de Anotaciones respectivas.- ONCE: (REGISTRO): El registro de Accionistas o Acciones no se perfeccionará sino por su anotación en el Registro por el Secretario o el que haga sus veces, mientras se expiden los títulos de las acciones, cualquier accionista podrá ceder sus derechos sociales por medio de sus documentos privados o públicos, con previa autorización de la Junta Directiva, tal documento deberá ser presentado al Secretario para su registro. DOCE: (TRASPASOS): Los traspasos o endosos deberán hacerse constar en el propio Título, sin legalización cuando la firma del cedente o endosante fuere conocida del encargado del Registro; y este se hubiere convencido de su legitimidad. Pude hacerse también por instrumento público cuando el Título se hubiere perdido o extraviado, pero en este caso, en dicho instrumento se hará constar dicha circunstancia.- TRECE: (EJERCICIO ECONOMICO, LIQUIDACIONES DE UTILIDADES, FONDOS DE RESERVAS Y DISTRIBUCION DE DIVIDENDOS): Sujeto a la obtención de los permisos de las autoridades correspondientes que en caso fueren necesarios se hará anualmente el treinta de junio de cada año una liquidación, general de utilidades reservándose la tercera parte de las utilidades liquidadas para el fondo ordinario de Reservas, hasta que dicho fondo sea igual a la quinta parte del capital Social. El resto de las utilidades serán aplicadas en la forma que decida la Junta General de Accionistas, por mayoría de votos, en concepto que cuando la Junta General resuelva hacer alguna distribución de utilidades se hará entre los accionistas en proporción al capital enterado, según el número de acciones que cada uno posea.- CATORCE: (DERECHO DE ACCIONISTAS): Cualquier accionista propietario del veinticinco por ciento o más del capital social, podrá examinar en cualquier tiempo los libros de contabilidad de la sociedad, los que deberán llevarse de acuerdo con la ley. El vigilante u organismo

vigilante, podrá examinarlos en todo tiempo.- QUINCE: (LA JUNTA DE VIGILANCIA U ORGANISMO VIGILANTE): El organismo vigilante estará integrado únicamente por un vigilante quien podrá ser socio de la Sociedad o persona extraña a ella. Podrá en cualquier tiempo revisar los libros de contabilidad de la sociedad y al encontrar anomalías dará parte a la junta directiva, para que corrija dichas anomalías y si este no lo hiciere convocara a la junta general extraordinaria, para que conozca el asunto.- DIECISEIS: (CLAUSULA COMPROMISORIA): Cuando en la relación de la Sociedad surja algún a diferencia en que, la Sociedad siguiendo los puntos de vista adoptados por la Junta General está en conflicto con las pretensiones de algún Accionista, con derechos legales que reclamar y persista la diferencia, esta no podrá ser sometida a las Autoridades de la Justicia corriente, sino a la decisión sin ningún recurso de un arbitrador que será nombrado por unanimidad de la Junta General.- DIECISIETE: (NOMBRAMIENTO DE LA JUNTA DIRECTIVA): Se nombra a los Directores que integraran la junta Directiva en su primer periodo así. PRESIDENTE y TESORERA: Neysi Espinoza -, SECRETARIA: Margarita Arauz, Se nombra vigilante de la Sociedad al Señor Maximiliano Silva, mayor de edad, casado, licenciado en contabilidad pública y finanzas, de este domicilio, identificado con cédula de identidad número: 001-250620-0036M”. De esta forma quedan aprobados los estatutos; quedando los nombrados en posesión de sus respectivos cargos y se levanta la Asamblea. Impuse a los otorgantes el valor y trascendencia legal de este acto de las clausulas especiales que contiene, de las estipulaciones implícitas y explícitas que se han hecho y de las clausulas generales que aseguran su validez y de la necesidad de inscribir el testimonio que libre de esta escritura en los competentes Registros. Leí todo este instrumento a los otorgantes, la encontraron conforme, lo aprueban, ratifican y firmamos sin hacerle ninguna modificación, ni alteración alguna. Doy fe de todo lo relacionado.

4. Obligaciones tributarias de la empresa

Registro de la Empresa NATURESNACKS en las Instituciones y Organismos

4.1. Registro mercantil

- Escritura de constitución de sociedad, en original. NatureSnack.
- Solicitud de inscripción como comerciante original en papel sellado, firmada por el propietario (si la solicitud es firmada por un apoderado especial, se debe relacionar el poder que lo acredita y adjuntar original).
- Fotocopia de la cedula de identidad o pasaporte de la persona que firma la solicitud de comerciante.
- Libros contables de la empresa: S.A. (Diario, Mayor, Actas y Acciones).
- Poder General de Administración, en papel sellado con timbres fiscales.

4.2. Registro Ante Dirección General de Ingresos: Toda Persona Jurídica para efectos de su inscripción debe acudir a la administración de renta más cercana al domicilio donde realizara su actividad económica, presentar carta de solicitud de inscripción dirigida al administrador de renta y completar el formulario de inscripción proporcionado gratuitamente, adjuntándole los siguientes requisitos:

- Fotocopia certificada de acta constitutiva y estatutos debidamente inscritos en el registro mercantil.
- Documentos de identificación del representante legal de la persona jurídica que se inscribe.
- Documento que hace constar el domicilio fiscal del representante legal y de la empresa que se inscribe pudiendo ser al menos una de las siguientes facturas de servicios básicos: agua, luz, teléfono o bien el contrato de arriendo del inmueble.
- Fotocopia de cedula de identidad de los miembros de la sociedad.
- Pago de arancel del 1 % sobre el capital social mayor. NatureSnack.
- Si la inscripción la realiza una tercera persona, deberá presentar original y copia de poder especial y fotocopia de cedula de identidad donde se muestra declaración DGI y número RUC.

4.3. Registro Ante Alcaldía

- Fotocopia de cédula ruc y cédula de identidad del contribuyente.
- Carta poder (si actúa en representación del contribuyente).
- Fotocopias de cédulas de identidad del representante legal o de la persona autorizada para realizar el trámite.
- Fotocopia de la inscripción de los libros diarios y mayor.
- Copia de las primeras páginas de los libros contables diario y mayor debidamente inscritos ante el registro mercantil del departamento de Managua.
- Anticipo de Matrícula (posteriormente será acreditado al efectuarse la matrícula definitiva).
- Copia del acta de constituyente de la sociedad, debidamente inscrita en el registro mercantil de Managua. Trámites con modalidad registros contables:
 - Formularios de apertura de matrícula.
 - Las personas naturales que poseen negocio deberán pagar un anticipo de matrícula, al realizar la confirmación de su matrícula dentro de los dos meses subsiguientes a su apertura, se establecerá el valor que debe complementar. NatureSnack.
 - El valor de la matrícula de negocio para las personas jurídicas equivale al 1% de su capital social o individual, donde se muestra constancia de matrícula de la alcaldía.

4.4. Registro ante ministerio de fomento, industria y comercio: La solicitud de registro de una marca, nombre comercial, emblema o señal de propaganda y cualquier otra solicitud, se presenta ante la secretaría del registro de la propiedad intelectual, en el formulario correspondiente, todo de conformidad al art. 9 de la ley 380 (Ley de marcas y otros signos distintivos). Este formulario debe incluir:

- Nombre y dirección del solicitante.
- Lugar de constitución o domicilio del solicitante, cuando fuese una persona jurídica.
- Nombre del representante legal cuando fuese el caso.

BOQUITAS “DELIGHTS”

- Nombre y dirección del apoderado en el país, cuando se hubiera designado.
- Denominación de la marca o nombre comercial, cuyo registro se solicita, si fuese denominativa sin grafía, forma, ni color especial.
- Etiquetas con la reproducción de la marca, emblema o señal de publicidad, cuando tuviera grafía, forma o colores especiales, o fuese figurativa, mixta, tridimensional con o sin color.
- Señalar si el interesado reivindica derecho de prioridad.
- Una lista de productos o servicios para los cuales se desea registrar la marca, agrupados por clases conforme a la clasificación internacional de productos y servicios. NatureSnack, En caso de ser nombre comercial o emblema el giro de actividades de la empresa o establecimiento comercial.
- La firma del solicitante o de su apoderado. Adjunto al Formulario correspondiente se debe presentar.
- El poder para registro de propiedad intelectual, que acredite la representación, cuando el interesado lo hiciera a través de apoderado. En caso de aceptar la solicitud de registro de marca, nombre comercial, emblema o señal de publicidad, el registro de la propiedad intelectual expedirá un certificado. Emisión de certificado: En este certificado se hace contar la titularidad y vigencia de la marca registrada, el que se publicará en la gaceta diario oficial o en el medio de publicación oficial del registro de la propiedad intelectual, el certificado debe contener, entre otros, lo siguiente:
 - El número de registro de la marca, nombre comercial, emblema o señal de publicidad.
 - La fecha de la resolución por la cual se concedió el registro.
 - La fecha de vencimiento del registro de la marca, que se determinará a partir de la fecha de resolución por la cual se concedió el registro de marca.
 - El nombre y la dirección del titular.
 - El lugar de constitución y domicilio del titular, cuando fuese una persona jurídica, así como el nombre del apoderado en el país, cuando lo hubiera.
 - El número y la fecha de la solicitud de registro de marca, nombre comercial, emblema o señal de publicidad. NatureSnack.

- La marca registrada cuando fuese denominativa, sin grafía, forma ni colores especiales.
- Reproducción de la marca registrada cuando fuese denominativa corografía, forma, colores especiales, figurativa, mixta, tridimensional, con o sin color.
- La lista de los productos y servicios para los cuales se usa o se usara la marca, agrupados por clases conforme a la clasificación internacional de productos y servicios, con indicación del número de cada clase.
- La fecha de inscripción de la marca en el registro respectivo y la firma autógrafa del registrador o del registrador suplente en su caso, del secretario, el sello del registro y timbres de ley. de formato de inscripción de marca en MIFIC.

4.5. Registro ante instituto nacional de seguridad social facultativo integral

En este régimen las prestaciones que el INSS otorga a asegurados son integrales de corto, mediano y largo plazo, incluyéndose prestaciones por atención médica, exceptuando aquellas derivadas de accidentes laborales, por no calificar en este régimen. El porcentaje a cotizar es de 22.25 % del ingreso declarado por el asegurado (salario mínimo establecido). En este régimen el INSS otorga prestaciones integrales de corto, mediano y largo plazo, se incluyen prestaciones por asistencia médica, así como subsidios otorgados a asegurados por diferentes causas.

- Menos de 50 trabajadores: porcentaje patronal: 21.50% porcentaje laboral: 7%
 - Más de 50 trabajadores: porcentaje patronal: 22.50% porcentaje laboral: 7%
- NatureSnack Para Inatec una vez realizada en el INSS, automáticamente queda registro en Inatec.

4.6. Registro de la marca patente: El registro de una marca requiere cumplir con varios requisitos y seguir ciertos pasos establecidos por la oficina de registro de la propiedad intelectual (RPI). A continuación, se detallan los requisitos y el procedimiento general:

BOQUITAS “DELIGHTS”

- Solicitud de registro: debe completarse y presentarse el formulario oficial de solicitud de marca.
- Datos del solicitante: informacion completa del solicitant, incluyendo nombre, direccion y si es una empresa del representante legal.
- Descripcion de la marca:
- Nombre o logotipo a regostrar.
- ✓ Descripcion cliara de los elementos distintivos de la marca.
- ✓ Traduccion y transliteracion si la marca contiene palabra en idioma extranjero.
- Clase de productos o servicios: especificar la clase según la clasificacion internacional de Niza a la que pertenece la marca.
- Poder notarial: si el tramite lo realiza un represnetante, se debe presentar un poder notarial debidamene autenticado.
- Comprobante de pago: recibo de pago de las tasas correspondientes al registro.
- Muestra de la marca: ejemplo del diseño de la marca (en caso de logotipo, se requiere presentar imágenes en formato especifico).

Procedimiento:

- Presentacion de solicitud: la solicitud, junto con los documentos requeridos, debe de presentarse en la oficina de registro de la propiedad intelectual
- Examen de forma: la oficina revisa que todos los documentos y requisitos esten completos y en orden.
- Publicacion en la gaceta: una vez aprobada la solicitud, la marca se publica en la gaceta diario oficial para permitir que terceros presenten oposiciones si consideran que la marca puede infringir sus derechos.
- Periodo de oposicion: existen 60 dias habiles para que presenten oposiciones a la marca registrada.
- Examen a fondo: la oficina realiza un analisis de fondo para verificar la distintividad y que no exitan conflictos con marcas previamente registradas.

- Resolución: se no hay oposiciones o estas se resuelven favorablemente y si el examen de fondo es satisfactorio, se procede al registrar la marca.
- Emisión del título de registro: finalmente se emite el certificado de registro de marca, otorgando al titular los derechos exclusivos sobre la misma

5. Estructura de la empresa

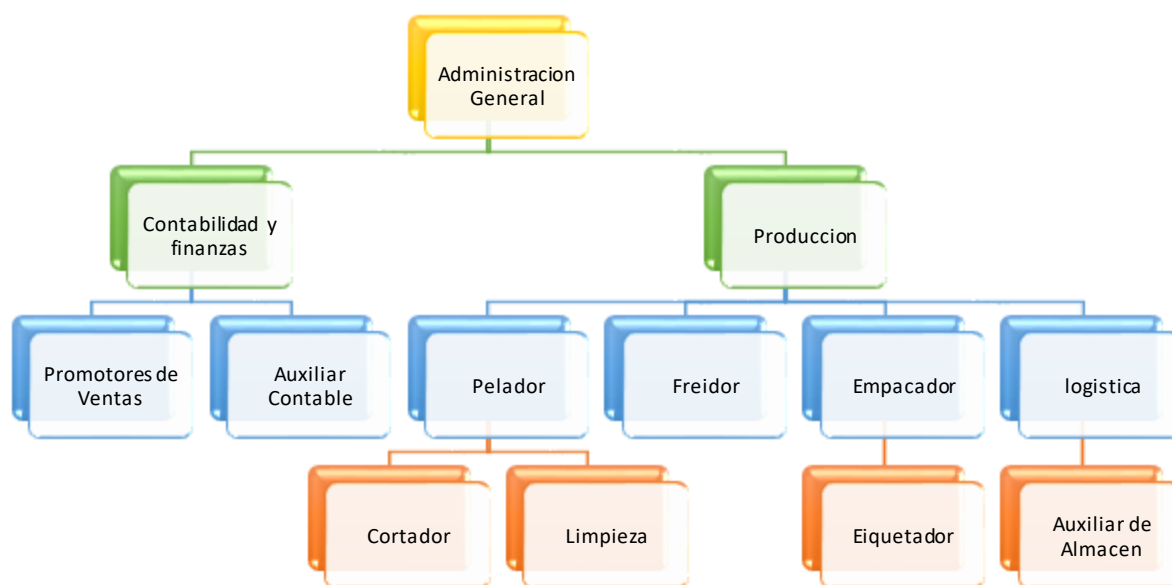
Contamos con una estructura organizativa funcional ya que permite observar por áreas las distintas funciones de la empresa, basándonos en el proceso de fabricación y comercialización. NatureSnack Con este tipo de estructura se cuenta con ciertas ventajas como:

- Maximizar la especialización: Esta estructura logra aumentar las capacidades y la eficiencia de todos en la organización, ya que permite a cada área concentrarse total y únicamente sobre su proceso de trabajo y sus funciones.
- Mejor supervisión: Se logra una mejor supervisión porque se realiza de forma más rápida y directa, lo que hace que se distorsione menos y sea más efectiva.
- Separar y delegar funciones: permite la separación de funciones como la planeación, el control y la ejecución de cada una de las responsabilidades asignadas a nuestros trabajadores.

6. Organigrama de la empresa

NatureSnack muestra un esquema de estructura organizativas de las áreas:

Grafico 11. Organigrama de la empresa



FUENTE: ELABORACION PROPIA

Nuestro organigrama de NatureSnack es de área por funciones, ya que nos permite visualizar la estructura organizacional por funciones y su distribución jerárquica, de igual manera las diferentes áreas funcionales con las cuales se desempeñarán las tareas que se requieren para el funcionamiento adecuado de nuestro emprendimiento. Contamos con 4 niveles jerárquicos con un total de 16 trabajadores detallados así:

- Administración General. (Administración y Contratación): 2 trabajadores.

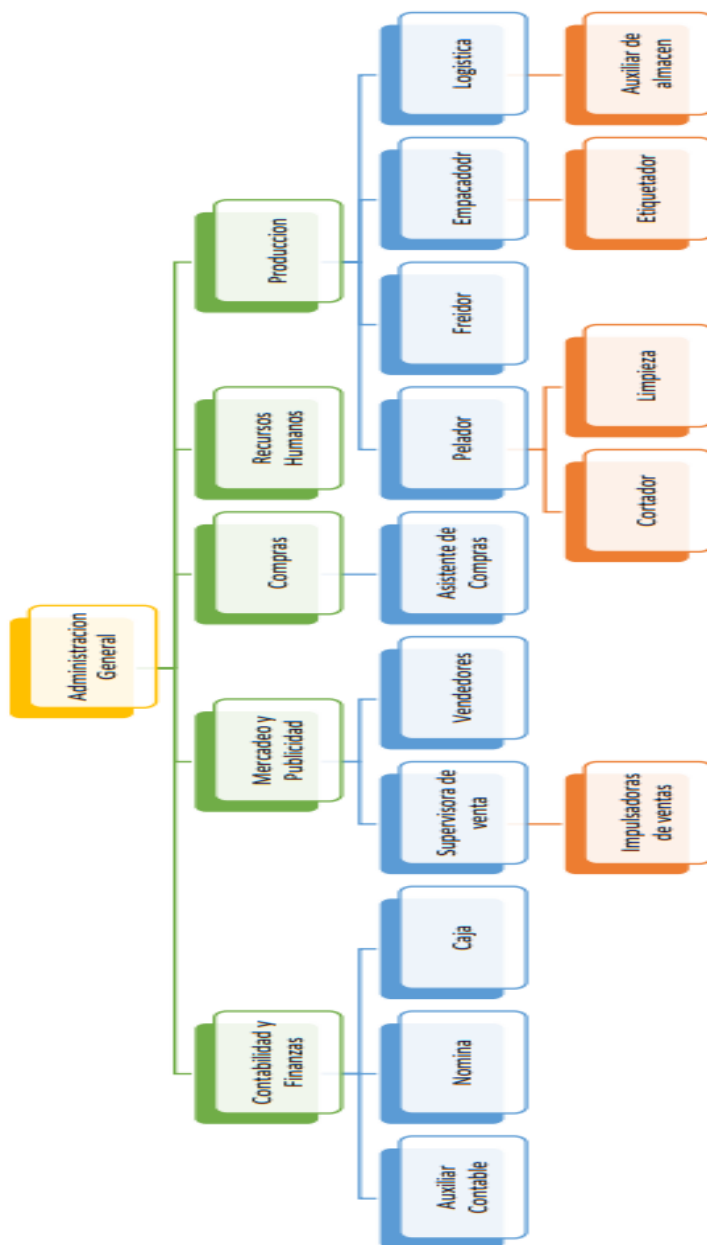
BOQUITAS “DELIGHTS”

- Contabilidad y Finanzas. (Finanzas, Publicidad, Ventas, Presupuesto): 4 trabajadores.
- Producción (Producción, Empaque, etiquetado, logística y distribución): 10 trabajadores.

Total, de 16 colaboradores tendrá de NatureSnack tendrá en su comienzo, de acuerdo a la oferta y demanda, de los cuales nuestros colaboradores es uno de nuestros activos fundamental para funcionamiento de la empresa.

6.1. Organigrama proyectado en 5 años

Grafico 12. Organigrama proyecto



FUENTE: ELABORACION PROPIA

Nuestro organigrama de NatureSnack es de área por funciones, ya que nos permite visualizar la estructura organizacional por funciones y su distribución jerárquica, de igual manera las diferentes áreas funcionales con las cuales se desempeñarán las

tareas que se requieren para el funcionamiento adecuado de nuestro emprendimiento. Contamos con 4 niveles jerárquicos con un total de 50 trabajadores detallados así:

- Administración General. (Administración): 2 trabajadores.
- Contabilidad y Finanzas. (Finanzas, Caja, Nomina, Presupuesto): 6 trabajadores.
- Producción (Producción, Empaque, etiquetado, logística y distribución): 25 trabajadores.
- Mercadeo y Publicidad (Ventas, Publicidad): 15 trabajadores.
- Recursos Humanos (Bienestar Labora): 2 trabajadores.

Total, de 50 colaboradores tendrá de NatureSnack tendrá en su comienzo, de acuerdo a la oferta y demanda, de los cuales nuestros colaboradores es uno de nuestros activos fundamental para funcionamiento de la empresa

7. Método de selección y contratación de la empresa

7.1. Captación de Personal

El proceso de captación de personal en NatureSnack es fundamental para asegurar la incorporación de talento que se alinee con las necesidades de la empresa. Aquí hay algunos pasos clave que se pueden considerar en este proceso:

Análisis de las necesidades de la empresa: Antes de iniciar el proceso de captación, es crucial comprender las necesidades específicas de la empresa en términos de habilidades, experiencia y cultura organizacional.

Reclutamiento de personal: Una vez identificadas las necesidades de personal, se inicia el reclutamiento. Este puede ser pasivo, esperando que los candidatos envíen sus currículums, o activo, utilizando herramientas 2.0 para buscar proactivamente candidatos.

Utilización de herramientas online: Las herramientas de reclutamiento 4.0 permiten a las empresas anticiparse a sus necesidades futuras de personal, centrándose en la captación de talento. Esto incluye el uso de portales de empleo, páginas

profesionales como LinkedIn y la creación de una imagen de marca atractiva a través de una web de empleo corporativa.

Selección: Una vez que se han captado los candidatos, se procede a la selección. Este proceso debe ser cuidadosamente planeado y ejecutado, utilizando herramientas y técnicas adecuadas para identificar al candidato más idóneo para el puesto.

7.1.1. Reclutamiento

El proceso de reclutamiento de personal de la empresa NatureSnack busca obtener los mejores candidatos, lo que a su vez influye en el proceso de selección. Además, un buen reclutamiento de personal permite incrementar la motivación de los trabajadores y mejorar los indicadores de recursos humanos y el branding de la empresa.

El reclutamiento externo es una opción, de encontrar candidatos colocando ofertas laborales en CompuTrabajo, LinkedIn, Tecoloco y Encuentra 24, para cubrir los puestos vacantes. Al elegir fuentes de reclutamiento externo, se deben considerar aspectos como el tipo de necesidades de personal, la localización de los posibles candidatos, las épocas en las que se debe realizar el proceso completo de reclutamiento, sueldos y demás ventajas que se ofrecen, coste de la fuente de reclutamiento y su calidad, rapidez de la fuente en función del tiempo disponible, y si las expectativas de los candidatos se corresponden con la realidad.

Además de las plataformas laborales mencionadas, el uso de redes sociales como Twitter, Facebook o LinkedIn puede ser una herramienta efectiva para conocer a posibles candidatos de manera más activa y para expandir la marca de la empresa, mostrando a los candidatos la cultura organizacional. La actividad en las redes sociales también puede ayudar a atraer a los mejores talentos y hacerlos partícipes de la marca representada.

7.1.2. Selección

NatureSnack es una empresa de fabricación y producción de snack natural al reclutar nuestro personal, teniendo siempre en cuenta los perfiles del puesto de trabajo. El proceso de selección de personal consta de varias etapas, que incluyen la detección y análisis de necesidades, la definición del perfil del candidato, el reclutamiento, la recepción de candidaturas, la preselección, la selección, la evaluación, la toma de decisión, la oferta y la incorporación del nuevo empleado. Cada una de estas etapas es crucial para identificar al candidato más adecuado para el puesto.

En este proceso, se utilizan diversas técnicas de selección, como entrevistas, assessment center, pruebas de habilidades y evaluación de competencias. Estas técnicas permiten evaluar aspectos relacionados con la ejecución y las cualidades de los candidatos, lo que contribuye a la selección del personal más idóneo para la empresa.

La selección de nuestro personal será bajo los siguientes procesos:

1. Al momento de que los aspirantes ven el anuncio en las páginas de empleo se les hace 4 preguntas de las cuales se le pide su número de teléfono y de cual se, les solicita que brinden su currículum u hoja de vida.
2. Luego de haber captado la atención de un cierto número de candidatos se selecciona a aquellos que cumplen con el perfil solicitado.
3. Posteriormente se les agenda una cita previa para la entrevista, esta se hace de forma telefónica, donde verificamos sus datos brindados en la hoja de vida.
4. Luego de este punto agendamos una entrevista personal donde valoramos sus habilidades y si tiene experiencia en el puesto que deseamos cubrir.

7.1.3. Contratación

El proceso de contratación de personal en NatureSnack es crucial para garantizar un acuerdo justo y beneficioso tanto para el trabajador como para la empresa. La compañía ofrece dos tipos de contratos: determinados e indefinidos, los cuales se seleccionan y firman de acuerdo a las necesidades y circunstancias específicas.

Los contratos determinados se utilizan para trabajos específicos con una duración predefinida, mientras que los contratos indefinidos no tienen límite de tiempo establecido.

Es esencial que el área encargada de la contratación elabore minuciosamente los contratos laborales y esté al tanto de los diferentes tipos de contratación que existen. Esto garantiza que se cumplan las normativas legales y que se establezcan las condiciones laborales de manera clara y precisa.

En el caso de los contratos determinados, es importante especificar la naturaleza del trabajo que se va a realizar, así como la causa que le dio origen. Por otro lado, los contratos indefinidos no establecen límites de tiempo en la prestación de servicios y pueden ser verbales o escritos, dependiendo de las circunstancias, se hace lectura del contrato describiendo su contenido a continuación:

2. Descripción del contrato
3. Objeto del contrato
4. Régimen laboral
5. Lugar de trabajo
6. Acuerdo de voluntades
7. Jornada y horario de trabajo
8. Salario, forma, periodo y lugar de pago
9. Asignación de medios de trabajo
10. Deberes, obligaciones y prohibiciones
11. Terminación del contrato
12. Firma de las partes.

7.1.4. Inducción

El proceso de inducción del personal contratado en NatureSnack es crucial para garantizar un acuerdo justo y beneficioso tanto para el trabajador como para la empresa. La compañía ofrece dos tipos de contratos: determinados e indefinidos, donde a la hora de contratar y firmar el mismo, se deben considerar las necesidades específicas de la empresa y del trabajador. La inducción es fundamental para familiarizar al nuevo empleado con la cultura empresarial, los procedimientos y políticas, así como las expectativas del rol. Esto contribuye a una integración exitosa y a un rendimiento óptimo a largo plazo. El proceso de inducción es esencial para garantizar que el nuevo empleado adquiera rápidamente las habilidades necesarias para su puesto y se sienta apoyado en su integración a la empresa.

7.1.5. Desarrollo de personal

El desarrollo del personal contratado en NatureSnack es crucial para garantizar un acuerdo justo y beneficioso tanto para el trabajador como para la empresa. La compañía ofrece dos tipos de contratos: determinados e indefinidos. Es fundamental que el proceso de revisión de contratos sea meticuloso, garantizando su exactitud, cumplimiento y adecuación a las intenciones de las partes. Esto implica un análisis sistemático de los términos, condiciones, derechos y responsabilidades del contrato, a menudo realizado por profesionales del derecho

8. Tabla de puestos y funcione

Puesto: Gerente administrativo.

Nivel: 1 nivel.

Escolaridad: Maestría en administración de negocio, licenciado en ciencias económicas.

Experiencia laboral: 10 años

Salario: 24,000

Descripción del puesto: El gerente administrativo en NatureSnack, desempeña un papel crucial en la gestión eficaz de la organización. Algunas de las responsabilidades clave que podrían formar parte de su función incluyen:

- Gestión de recursos: El gerente administrativo es responsable de administrar los recursos disponibles, incluyendo tiempo, dinero y personal, para garantizar la eficiencia y el buen funcionamiento de la empresa.
 - Supervisión de actividades administrativas: Esto puede incluir la supervisión de nóminas, recursos humanos, contabilidad y otras funciones administrativas para garantizar que las operaciones de la oficina funcionen sin problemas.
 - Elaboración y gestión del presupuesto: El gerente administrativo puede estar a cargo de gestionar el presupuesto de la empresa, incluyendo la elaboración de informes financieros y la garantía de su exactitud.
 - Colaboración interdepartamental: Trabajar con varios departamentos dentro de la organización para garantizar un flujo de trabajo eficiente en toda la empresa
 - Contratación: seleccionar y contratar al personal indicador para los puesto y funciones a desarrollar
-

BOQUITAS “DELIGHTS”

Puesto: Contador general.

Nivel: 2 nivel.

Escolaridad: licenciado en ciencias económicas, Posgrado de Impuestos.

Experiencia laboral: 8 años.

Salario: 18,500

Descripción del puesto: El contador general tiene responsabilidades fundamentales para garantizar la integridad financiera y el cumplimiento normativo de NatureSnack

Las funciones incluyen:

- Gestión financiera: El contador general es responsable de la gestión financiera de la empresa, incluyendo la elaboración de estados financieros, auditorías financieras y asesoramiento financiero.
 - Elaboración de informes financieros y tributarios: Preparar informes financieros y tributarios para cumplir con las obligaciones legales y fiscales de la empresa.
 - Análisis y registro de contabilidad: Analizar, interpretar y registrar la contabilidad para presentar informes basados en los estados financieros a la gerencia y accionistas, contribuyendo a la toma de decisiones en pro de la sostenibilidad de la organización
 - Elaboración de estados financieros: Preparar los estados financieros para garantizar la salud financiera de la empresa.
 - Auditorías financieras: Realizar auditorías financieras para asegurar la precisión y transparencia de los registros contables.
 - Asesoría financiera: Proporcionar asesoramiento financiero para apoyar la toma de decisiones estratégicas.
 - Elaboración de informes financieros y tributarios: Preparar informes financieros y tributarios para cumplir con las obligaciones legales y fiscales de la empresa.
 - Gestión de presupuestos: Realizar presupuestos financieros y controlar los ingresos y egresos de la empresa.
-

BOQUITAS “DELIGHTS”

Puesto: Encargado de producción.

Nivel: 2 nivel.

Escolaridad: Ingeniero Industrial.

Experiencia laboral: 5 años.

Salario: 14,500

Descripción del puesto: es un puesto clave que requiere habilidades específicas y experiencia en el campo de la producción.

Funciones del encargado de producción:

El encargado de producción en Naturesnack tiene la responsabilidad de organizar y controlar el proceso de producción en la empresa. Debe asegurar que los productos se realicen con las especificaciones correctas, estén listos a tiempo y dentro del presupuesto establecido:

-
- Funciones Estratégicas: Diseñar y desarrollar el Plan de Producción de acuerdo a la línea de acción del departamento marcada en el Plan Estratégico de la organización. Estimar la capacidad productiva disponible o futura en la empresa.
 - Funciones Tácticas: Realizar el Plan Agregado de Producción (PAP), el Plan Maestro de Producción (PMP) y la Planificación de los Recursos de Producción.
-

Requisitos y competencias:

Para desempeñar estas funciones, se requiere una serie de requisitos específicos. Además de necesitar cierta experiencia laboral en el sector de la empresa, es fundamental una buena formación en logística y Supply Chain, de la que puedan partir todas las competencias y aptitudes precisas. También se le ha otorgado a esta figura un rol más vinculado a los Recursos Humanos, por lo que se requiere ciertas características en su personalidad, como la empatía, la sensibilidad, el liderazgo o la capacidad de asumir con determinación los problemas que puedan surgir.

BOQUITAS “DELIGHTS”

Experiencia y formación:

La experiencia necesaria para trabajar como encargado de producción varía en función de la tipología de la empresa y de la responsabilidad que se ejerce. Normalmente, se requiere una experiencia mínima de entre dos y tres años realizando tareas similares en entornos industriales productivos de alto nivel, valorándose la responsabilidad en producción o logística en industrias químicas o manufactureras y entornos ISO o GMP. Además, se necesita contar con conocimientos del proceso de fabricación, del producto y del proceso de acondicionamiento.

BOQUITAS “DELIGHTS”

Puesto: Logística

Nivel: 2 nivel.

Escolaridad: Ingeniero industrial.

Experiencia laboral: 5 años.

Salario: 11,000

Descripción del puesto: El puesto de encargado de logística en Naturesnack es fundamental para la gestión eficiente de la cadena de suministro y la distribución de productos.

Funciones del encargado de logística:

- El encargado de logística en Naturesnack tiene la responsabilidad de supervisar las operativas de la cadena de suministro, desde la manipulación y almacenaje de la mercancía hasta la entrega a los puntos de venta o al cliente final. Entre sus funciones destacan:
 - Seleccionar proveedores y mantener una estrecha relación con el departamento de compras para satisfacer las necesidades del negocio en términos de calidad y efectividad en la producción.
 - Coordinar procesos y sincronizar todas las operaciones a través del talento humano.
 - Manejar software específico en almacén y distribución, así como estar al tanto de la normativa regulatoria interna y externa del sector.
 - Liderar y gestionar equipos, tomar decisiones directas, coordinar jornadas diarias de trabajo y resolver problemas con clientes y proveedores.
-

Requisitos y competencias:

Para desempeñar estas funciones, se requiere una combinación de habilidades duras y blandas, así como cierta experiencia y formación específica. Algunos requisitos y competencias incluyen:

BOQUITAS “DELIGHTS”

- Conocimientos adquiridos de forma constante sobre las tendencias en la industria logística, capacidad para aportar soluciones innovadoras y mantener a la empresa a la vanguardia.
 - Habilidad para interpretar información con el fin de mejorar la eficiencia de la empresa, capacidad para ser un buen líder, habilidad comunicativa para crear alianzas y resolver problemas con clientes.
 - Fluidez en un segundo idioma, conocimientos de comercio exterior y habilidades en la gestión de recursos humanos.
-

BOQUITAS “DELIGHTS”

Puesto: Auxiliar contable

Nivel: 3 nivel.

Escolaridad: licenciado contabilidad pública.

Experiencia laboral: 3 años.

Salario: 10,000

Descripción del puesto: El puesto de auxiliar contable en Naturesnack implica una serie de responsabilidades y requisitos específicos.

Funciones del auxiliar contable:

- El auxiliar contable en Naturesnack se encarga de tareas como el mantenimiento de la información contable, la realización de asientos contables y conciliaciones, así como el apoyo en el departamento de contabilidad dentro de la empresa. Sus funciones incluyen:
 - Mantenimiento de la información contable, actualización de libros contables y cuentas anuales.
 - Realización de asientos contables, seguimiento continuo de la información contable y financiera, y corrección de errores y desajustes.
 - Estas funciones son fundamentales para garantizar la precisión y fiabilidad de la información financiera de la empresa.
-

Requisitos y competencias:

- Para desempeñar el rol de auxiliar contable, se requiere formación profesional en administración de empresas, contabilidad, economía o administración y dirección de empresas. Además, es importante contar con habilidades en el uso de software contable, conocimientos de contabilidad básica y principios financieros, así como capacidad para realizar un seguimiento eficaz de la información contable.
-

BOQUITAS “DELIGHTS”

Puesto: Promotor de ventas

Nivel: 3 nivel.

Escolaridad: Licenciado carrera afine.

Experiencia laboral: 2 años.

Salario: 9,500

Descripción del puesto: El puesto de promotor de ventas en Naturesnack implica una serie de responsabilidades y tareas específicas.

Funciones del promotor de ventas:

El promotor de ventas en Naturesnack se encarga de promover la venta de productos de la empresa, dar demostraciones, proporcionar información a los clientes sobre las características del producto, resolver dudas, asesorar sobre su uso y alcanzar los objetivos de ventas establecidos por la compañía. Sus funciones incluyen:

-
- Representar a la empresa promoviendo la venta de productos en distintos puntos.
 - Dar demostraciones y proporcionar información a los clientes sobre las características del producto.
 - Resolver dudas y asesorar sobre el uso del producto.
 - Alcanzar los objetivos de ventas establecidos por la empresa.
-

Requisitos y competencias:

-
- Para desempeñar el rol de promotor de ventas, se valora la capacidad de persuasión, iniciativa, orientación al logro de resultados, habilidades comerciales, así como aptitudes para la comunicación verbal. No hay requisitos específicos de estudios, pero se valoran habilidades relacionadas con el marketing, las ventas y la comunicación.
-

BOQUITAS “DELIGHTS”

Puesto: Auxiliar de almacén

Nivel: 3 nivel.

Escolaridad: Bachiller o estudiante universitario.

Experiencia laboral: 2 años.

Descripción del puesto: El puesto de auxiliar de almacén en Naturesnack implica una serie de responsabilidades y tareas específicas.

Salario: 7,500

Funciones del auxiliar de almacén:

El auxiliar de almacén en Naturesnack se encarga de actividades como recibir, revisar, organizar y despachar materiales y equipos, con el objetivo de asegurar la entrega oportuna y adecuada de las unidades de la empresa. Sus funciones incluyen:

- Recibir proveedores, cargar y descargar mercancía, mantener el almacén ordenado para realizar inventarios y registrar entradas y salidas de mercancía.
 - Controlar el inventario, incluyendo la gestión de las primeras entradas y salidas (PEPS) y el manejo de inventarios.
 - Mantener el almacén ordenado, actualizando sistemas de registros y supervisando la selección, clasificación y organización de la mercancía.
 - Realizar y coordinar inventarios, controlar la contabilidad de las requisiciones y reportar diariamente la entrada y salida de material del almacén.
-

Requisitos y competencias:

- Para desempeñar el rol de auxiliar de almacén, se valora la capacidad de organización, control de inventario, manejo de mercancía y equipos de almacén, así como habilidades para trabajar en equipo. No se requieren estudios específicos, pero se valoran habilidades relacionadas con la gestión de almacenes y el control de inventarios.
-

BOQUITAS “DELIGHTS”

Puesto: Pelador

Nivel: 3 nivel.

Escolaridad: Bachiller o técnico medio.

Experiencia laboral: 2 años.

Salario: 7,500

Descripción del puesto: El puesto de pelador en Naturesnack, snack a base de malanga, implica la tarea de pelar finamente la piel de la malanga para aprovechar bien su carne. Además, permite realizar otras utilidades como cortar y laminar. Este rol es fundamental en el proceso de preparación de los snacks de malanga, asegurando que se utilice eficientemente la materia prima para obtener un producto de calidad.

Puesto: Cortador

Nivel: 4 nivel.

Escolaridad: Bachiller o técnico medio.

Experiencia laboral: 2 años

Salario: 7,000

Descripción del puesto: El puesto de cortador en Naturesnack, snack a base de malanga, implica la tarea de preparar y cortar la malanga para la elaboración de los snacks.

Las funciones clave para este puesto incluyen:

- Preparar y cortar la malanga en finas láminas para su posterior procesamiento en la elaboración de los snacks.
 - Asegurar que las porciones de malanga cortadas cumplan con los estándares de calidad y tamaño requeridos para la producción de los snacks.
 - Colaborar con el equipo de producción para garantizar un flujo eficiente de malanga cortada para la elaboración de los snacks.
 - Mantener un entorno de trabajo limpio y seguro, siguiendo las normas de higiene y seguridad alimentaria.
-

BOQUITAS “DELIGHTS”

Puesto: Freidor

Nivel: 3 nivel.

Escolaridad: Bachiller o técnico medio.

Experiencia laboral: 2 años

Salario: 7,000

Descripción del puesto: implica la tarea de freír las láminas de malanga para la elaboración de los snacks.

Las funciones clave para este puesto incluyen:

-
- Freír las láminas de malanga en aceite caliente, asegurando una cocción uniforme y controlando el tiempo de fritura para obtener un producto de calidad.
 - Mantener la limpieza y el orden en el área de trabajo, siguiendo estrictamente las normas de higiene y seguridad alimentaria.
 - Colaborar con el equipo de producción para garantizar un flujo eficiente de malanga frita para la elaboración de los snacks.
 - Controlar la temperatura y calidad del aceite de fritura para asegurar un producto final óptimo.
-

BOQUITAS “DELIGHTS”

Puesto: Empacador

Nivel: 3 nivel.

Escolaridad: Bachiller o técnico medio.

Experiencia laboral: 2 años

Salario: 7,000

Descripción del puesto: El puesto de empacador en Naturesnack, snack a base de malanga, implica una serie de responsabilidades y tareas específicas.

Las funciones clave para este puesto incluyen:

- Preparar los artículos para el envío, incluyendo el etiquetado y empaque de los productos de manera cuidadosa y eficiente.
 - Pesar, etiquetar y empaquetar los productos en contenedores de envío, asegurando que se cumplan los estándares de calidad y presentación.
 - Mantener un entorno de trabajo limpio y ordenado, siguiendo estrictamente las normas de higiene y seguridad alimentaria.
 - Colaborar con el equipo de producción para garantizar un flujo eficiente de productos empacados.
-

Puesto: Etiquetador

Nivel: 4 nivel.

Escolaridad: Ingeniero sistema o técnico.

Experiencia laboral: 2 años

Salario: 8,500

Descripción del puesto: El puesto de etiquetador en Naturesnack implica la responsabilidad de crear etiquetas precisas y completas para los productos de snack a base de malanga. Esto incluye asegurarse de que las etiquetas cumplan con las normativas de etiquetado de alimentos, proporcionando información clara y precisa sobre los ingredientes, la composición del producto y cualquier información relevante para la salud de los consumidores.

Funciones del Puesto:

- Creación de etiquetas: El etiquetador es responsable de diseñar y redactar las etiquetas de los snacks a base de malanga, asegurándose de incluir toda la información obligatoria y relevante para los consumidores.
 - Cumplimiento normativo: Debe garantizar que las etiquetas cumplan con las regulaciones nacionales y de la Unión Europea en cuanto a la información obligatoria, como la lista de ingredientes, la protección de la salud de los consumidores y el uso seguro del alimento.
 - Claridad y precisión: Es fundamental que las etiquetas sean claras y precisas, proporcionando información veraz sobre los ingredientes, aditivos, alérgenos y cualquier otra información relevante para los consumidores.
 - Conocimiento de normativas: El etiquetador debe estar al tanto de las normativas vigentes en cuanto al etiquetado de alimentos, incluyendo el Reglamento (UE) N 1169/2011 y el Real Decreto 126/2015, para asegurar el cumplimiento de las mismas.
-

BOQUITAS “DELIGHTS”

Puesto: Limpieza.

Nivel: 4 nivel.

Escolaridad: Bachiller.

Experiencia laboral: 2 años:

Salario: 7,000

Descripción de Puesto: El puesto de limpieza en Naturesnack, enfocado en la producción de snacks a base de malanga, implica diversas responsabilidades relacionadas con el mantenimiento de un entorno limpio y seguro para la elaboración de los productos.

Funciones del Puesto:

- Limpieza general: Realizar la limpieza diaria y programada de las áreas asignadas, incluyendo la limpieza de suelos (barrido, fregado) y muebles (quitar polvo, pasar el trapo).
 - Cumplimiento de normativas: Asegurar el cumplimiento de los estándares de limpieza y seguridad, así como de las normativas de higiene y saneamiento pertinentes para la producción de alimentos.
 - Mantenimiento: Realizar actividades rutinarias de mantenimiento e inspección, así como llevar a cabo tareas de limpieza profunda y proyectos especiales.
 - Comunicación y colaboración: Colaborar con el resto del personal, reportar cualquier problema o daño, y notificar la gestión de deficiencias o necesidad de reparaciones.
-

V. FINANZAS

1. Introducción

NatureSnack es una empresa dedicada a la comercialización de boquitas elaboradas a base de malanga. La empresa se enfoca en ofrecer productos diferenciados, innovadores y únicos, y comenzó su producción de manera innovadora, distribuyendo sus productos en tiendas de conveniencias. Permite registrar, clasificar, resumir e interpretar los datos financieros de la empresa, lo cual es esencial para conocer la situación del negocio, evaluar los progresos de la administración y analizar los resultados obtenidos durante un período determinado

En el presente trabajo se define el plan financiero del emprendimiento NATURESNACK, con el objetivo de alcanzar la rentabilidad a corto, mediano y largo plazo. Se evaluará el plan de negocio y se mostrará el análisis de las proyecciones financieras para tomar decisiones acertadas que beneficien a la empresa. Se establecerán las inversiones iniciales, los costos y gastos del proyecto, y se buscará optimizar el flujo de caja. Además, se valorará la rentabilidad de la comercialización de snacks a base de malanga y se analizarán las generalidades financieras que determinarán el futuro y la viabilidad del emprendimiento. El estudio financiero completo permitirá enfocar a la empresa hacia una meta segura y cumplir con las estrategias establecidas en el plan financiero, asegurando el crecimiento económico de NATURESNACK.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

- Evaluar la rentabilidad financiera del plan de negocio “NATURESNACK”, mediante el análisis financiero en conformidad con las normativas contables vigentes.

2.2. Objetivos específicos

- Determinar la inversión inicial de NATURESNACK para su funcionamiento y su impacto en los flujos de efectivo futuros.
- Elaborar proyecciones de flujo de efectivo a través de un análisis completo de los ingresos y egresos, facilitando la evaluación de la rentabilidad de NATURESNACK.
- Establecer una base sólida de los estados financieros, maximizando las posibilidades de éxito a largo plazo.

3. Identificadores de los principales gastos y costo

3.1. Construcción general de costos

El ciclo de producción de Naturesnack incluye costos y gastos esenciales que son críticos para su elaboración y comercialización. Para calcular los costos del proyecto, se han identificado las cantidades necesarias de materiales directos durante el período contemplado, junto con sus respectivos precios.

Los costos directos son los necesarios para obtener el producto, como las materias primas, partes o componentes complementarios y la mano de obra de los trabajadores del área de producción. Estos costos afectan directamente la determinación del precio de un producto, el cual tendrá que ser recuperado a través de la determinación de su precio de venta al público y por las ventas del mismo en el mercado para el cual se destinó.

Por otro lado, existen los costos indirectos de producción, que son todos los materiales que no son identificables en la producción de un producto. Estos costos incluyen varios insumos que contribuirán al proceso productivo de forma indirecta.

Además de los costos directos e indirectos de producción, también se deben considerar los servicios básicos, como la distribución de consumo de energía eléctrica y agua.

Al elaborar la matriz de costos de la empresa NATURESNACK, es esencial considerar la calidad de los ingredientes, la sostenibilidad y la eficiencia en la producción para garantizar la rentabilidad y el éxito a largo plazo.

BOQUITAS “DELIGHTS”

Tabla 20. Estructura de costo

ESTRUCTURA DE COSTO							
NATURESNACK							
CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL	RESUMEN	COSTO POR MES
MANO DE OBRA						MANO DE OBRA	158,000.00
ENCARGADO ADMINISTRATIVO	1		28,000.00	28,000.00	336,000.00	MATERIA PRIMA	75,867.60
ASISTENTE ADMON	1		9,500.00	9,500.00	114,000.00	COSTOS INDIRECTOS	8,000.00
JEFE DE CONTABILIDAD	1		18,000.00	18,000.00	216,000.00	COSTOS FIJOS	34,027.87
AUXILIAR CONTABLE	1		10,000.00	10,000.00	120,000.00	TOTAL	275,895.47
JEFE DE PRODUCCION	1		14,000.00	14,000.00	168,000.00		
AGENTE DE VENTAS	2		9,500.00	19,000.00	228,000.00		
OPERARIOS	4		8,000.00	32,000.00	384,000.00	RESUMEN	COSTO ANUAL
LIMPIEZA	1		7,500.00	7,500.00	90,000.00	MANO DE OBRA	1,896,000.00
ENCARGADO DE LOGISTICA	1		12,000.00	12,000.00	144,000.00	MATERIA PRIMA	910,411.20
AUXILIAR DE ALMACEN	1		8,000.00	8,000.00	96,000.00	COSTOS INDIRECTOS	96,000.00
TOTAL DE MANO DE OBRA				158,000.00	1,896,000.00	COSTOS FIJOS	408,334.39
MATERIA PRIMA						TOTAL	3,310,745.59
Malanga	528.5	Libra	18.00	9,513.00	114,156.00		
Cebolla	15	Libra	10.00	150.00	1,800.00		
Ajo	15	Libra	10.00	150.00	1,800.00		
Huevo	60	Unidad	6.00	360.00	4,320.00		
Olivas	3.78	Galón	110.00	415.80	4,989.60		
Palma	3.78	Galón	60.00	226.80	2,721.60		
Ajo	30	Libra	20.00	600.00	7,200.00		
Vinagre	2	Litro	66.00	132.00	1,584.00		
Propopileno	4800	Unidad	0.30	1,440.00	17,280.00		
Cajas	4800	Unidad	12.20	58,560.00	702,720.00		
Etiquetas	4800	Unidad	0.90	4,320.00	51,840.00		
TOTAL DE MATERIA PRIMA				75,867.60	910,411.20		
COSTOS INDIRECTOS							
PUBLICIDAD			8,000.00	8,000.00	96,000.00		
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS							
COSTOS FIJOS							
AGUA	150	Litro	13.00	1,950.00	23,400.00		
LUZ	480	Kilowatts	4.78	2,296.22	27,554.59		
GASOLINA				8,000.00	96,000.00		
INTERNET				1,355.00	16,260.00		
ARRIENDO				18,312.15	219,745.80		
GAS	200	Libra	10.57	2,114.50	25,374.00		
TOTAL DE COSTOS FIJOS				34,027.87	408,334.39		

Fuente: Elaboración propia.

BOQUITAS “DELIGHTS”

Nota: Nuestra matriz de costos, está conformada por Costos directos e indirectos, detallando cada una de las cuentas que le corresponden donde se refleja el costo total mensual y anual

3.2. Calculo del punto de equilibrio

El punto de equilibrio representa el nivel de ventas necesario para alcanzar un estado donde no se generen ni pérdidas ni ganancias. En este punto, las ventas de la empresa son suficientes para cubrir todos los costos totales.

Se necesitan vender 1,638 unidades para lograr el punto de equilibrio. Al vender esa cantidad NATURESNACK obtendría C\$ 138,361.86 en ingresos. Al vender 4,200 unidades, la empresa gana C\$ 185,834.00 al mes.

Punto de equilibrio en unidades
Costos fijos / (Precio de venta - Costo de
venta)
C\$186,531.79

16.36

1,638

4. Cálculo de precio (en base a costo)

El precio ejerce una influencia determinante en la percepción de valor que los clientes tienen del producto, lo que a su vez puede incidir en la demanda y la competitividad en el mercado. Además, resulta crucial para preservar la imagen de la marca y para establecer una posición favorable frente a la competencia.

NATURESNACK, se menciona que el snack Delights de 150 gramos tendrá un precio de venta de C\$ 84.47 córdobas. Este precio ha sido determinado considerando tanto los costos unitarios como otros factores relevantes para la empresa.

Tabla 21. Estructura de precio

Liquidación de la Orden N° 001	
Materiales Directo	36.09
Mano de Obra Directa	9.77
Costos Indirectos de Fabricación	15.80
Total Costos	61.66
Unidades Producidas	1.00
Costo Unitario	61.66
Precio de Venta	84.47
Margen de Utilidad	22.81

Fuente: Elaboración propia.

BOQUITAS “DELIGHTS”

Tabla 22. Estructura de costo por producto

Hoja de Costos por Producto						
Producto	BOQUITAS DELIGHTS					
Descripción	Snack a base de Malanga con Mayonesa de Ajo					
Orden de producción	v1					
Fecha de Inicio de producción	25 al 30 de marzo					
Material Directo						
Unidad	Materia Prima	Precio	Costo	Unidades a elaborar	Material Utilizado	Costo total
		Unitario				
120	Malanga	0.26	31.2			31.20
4	Cebolla	0.09	0.36			0.36
11	Ajo	0.24	2.64			2.64
1	Huevo	0.167	0.167			0.17
1	Olivas	1.15	1.15			1.15
1	Palma	0.1	0.1			0.10
3	Ajo	0.13	0.39			0.39
1	Vinagre	0.078	0.078			0.08
Total Material Directo						36.09
Mano de Obra		Tiempo	Costo			
Tiempo de elaboración			9.77	1		9.77
Total Mano de Obra Directa						9.77
Costos Indirectos						
Unidad	Materiales	Precio Unitario	Costo	Unidades a elaborar	Material Utilizado	Costo total
1	empaque de caja	12.20			1.00	12.20
1	bolsa de Propopileno	0.36			1.00	0.36
1	etiquetas	0.90			1.00	0.90
						-
						-
Total Material Indirecto						13.46
	Luz Eléctrica, Agua				2.34	2.34
Total Costos Indirectos de Fabricación						2.34
Total Costo por producto						61.66

Fuente: Elaboración propia.

5. Calculo de financiamiento externo

El monto que corresponde al préstamo bancario asciende a C\$ 755,792.52 el mismo que será solicitado con una tasa referencial del 15%. El capital de la deuda se amortizará en cuotas mensuales de C\$ 17,980.25; incluidos sus respectivos intereses. Los pagos se realizarán durante sesenta meses, empezando desde el primer mes de operaciones

Tabla 23. Tabla de préstamo (Financiamiento externo)

Valor del préstamo	755,792.52
TNA (30/360)	15%
Años	5
Frecuencia de Pago	Mensual
Interés equivalente	1.250%
N° de pagos por año	12
N° Total de Cuotas	60
CUOTA A PAGAR	C\$ 17,980.25

Fuente: Elaboración propia.

Resumen:	
Valor préstamo	C\$ 755,792.52
Suma de Cuotas	C\$1,078,815.07
Suma de Interés	C\$ 323,022.55

6. Flujo de efectivo de la empresa NATURESNACK

Tabla 24. Flujo de caja

NATURESNACK														
FLUJO DEL EFECTIVO														
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2023														
EXPRESADO EN CÓRDOBAS NICARAGUENSES														
CONCEPTO	MES 0	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
INGRESOS DE VENTAS CONTADO		405,456.00	405,456.00	405,456.00	405,456.00	405,456.00	405,456.00	405,456.00	405,456.00	405,456.00	405,456.00	405,456.00	405,456.00	4,865,472.00
APORTACION DE LOS SOCIOS	350,000.00													350,000.00
FINANCIAMIENTO EXTERNO	755,792.52													-
EGRESO		387,164.84	383,314.85	383,314.85	383,314.85	383,314.85	383,314.85	385,814.85	383,314.85	383,314.85	383,314.85	383,314.85	383,314.85	4,606,128.19
MATERIA PRIMA		75,867.60	75,867.60	75,867.60	75,867.60	75,867.60	75,867.60	75,867.60	75,867.60	75,867.60	75,867.60	75,867.60	75,867.60	910,411.20
GASTO ALMA 1% ANTICIPO DE DGI		4,054.56	4,054.56	4,054.56	4,054.56	4,054.56	4,054.56	4,054.56	4,054.56	4,054.56	4,054.56	4,054.56	4,054.56	48,654.72
SALARIO		158,000.00	158,000.00	158,000.00	158,000.00	158,000.00	158,000.00	158,000.00	158,000.00	158,000.00	158,000.00	158,000.00	158,000.00	1,896,000.00
VACACIONES		13,166.67	13,166.67	13,166.67	13,166.67	13,166.67	13,166.67	13,166.67	13,166.67	13,166.67	13,166.67	13,166.67	13,166.67	158,000.04
INDENIZACION		13,166.67	13,166.67	13,166.67	13,166.67	13,166.67	13,166.67	13,166.67	13,166.67	13,166.67	13,166.67	13,166.67	13,166.67	158,000.04
AGUINALDO		13,166.67	13,166.67	13,166.67	13,166.67	13,166.67	13,166.67	13,166.67	13,166.67	13,166.67	13,166.67	13,166.67	13,166.67	158,000.04
INSS PATRONAL		33,970.00	33,970.00	33,970.00	33,970.00	33,970.00	33,970.00	33,970.00	33,970.00	33,970.00	33,970.00	33,970.00	33,970.00	407,640.00
INATEC		3,160.00	3,160.00	3,160.00	3,160.00	3,160.00	3,160.00	3,160.00	3,160.00	3,160.00	3,160.00	3,160.00	3,160.00	37,920.00
ARRIENDO SERVICIOS BASICOS		18,312.15	18,312.15	18,312.15	18,312.15	18,312.15	18,312.15	18,312.15	18,312.15	18,312.15	18,312.15	18,312.15	18,312.15	219,745.80
AGUA		1,950.00	1,950.00	1,950.00	1,950.00	1,950.00	1,950.00	1,950.00	1,950.00	1,950.00	1,950.00	1,950.00	1,950.00	23,400.00
LUZ		2,296.22	2,296.22	2,296.22	2,296.22	2,296.22	2,296.22	2,296.22	2,296.22	2,296.22	2,296.22	2,296.22	2,296.22	27,554.64
INTERNET		1,355.00	1,355.00	1,355.00	1,355.00	1,355.00	1,355.00	1,355.00	1,355.00	1,355.00	1,355.00	1,355.00	1,355.00	16,260.00
OTROS GASTO														
GASOLINA		8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	96,000.00
GAS COMPRA DE HERRAMIENTAS		2,114.50	2,114.50	2,114.50	2,114.50	2,114.50	2,114.50	2,114.50	2,114.50	2,114.50	2,114.50	2,114.50	2,114.50	25,374.00
COMPRA DE PAPELERIA Y UTILES DE OFICINA		1,350.00	1,350.00	1,350.00	1,350.00	1,350.00	1,350.00	1,350.00	1,350.00	1,350.00	1,350.00	1,350.00	1,350.00	1,350.00
COMPRA DE INSUMO DE LIMPIEZA		3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	42,000.00
PUBLICIDAD Y CAMAPANA DE PROMOCIONES		1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	14,400.00
GASTO LEGAL		2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	5,000.00
PAGO DE FINANCIAMIENTO EXTERNO		17,980.25	17,980.25	17,980.25	17,980.25	17,980.25	17,980.25	17,980.25	17,980.25	17,980.25	17,980.25	17,980.25	17,980.25	215,763.00
FLUJO NETO	1,105,792.52	18,291.16	22,141.15	22,141.15	22,141.15	22,141.15	22,141.15	19,641.15	22,141.15	22,141.15	22,141.15	22,141.15	22,141.15	22,141.15

Fuente: Elaboración propia.

La estimación de flujos de efectivo es crucial para la evaluación de inversiones, ya que la precisión de esta proyección afecta directamente la viabilidad y rentabilidad del proyecto. En este caso, se muestra una estimación de un flujo efectivo mensual de C\$ 22,141.15, lo que indica que los ingresos son mayores a los gastos. Esto demuestra la rentabilidad y el crecimiento de NATURESNACK

6.1. Flujo de efectivo proyectado

La estimación de flujos de efectivo proyectados es crucial para evaluar inversiones, ya que la precisión de esta proyección afecta directamente la viabilidad y rentabilidad del proyecto. Al realizar una proyección de flujo de efectivo, se estima el movimiento de ingresos y gastos en un período determinado, ya sea mensual o anual. Esto permite tener una idea de cuándo se pueden esperar mayores ingresos o posibles problemas de insolvencia económica, lo que a su vez ayuda a determinar si se necesitará financiamiento adicional o si se tendrá suficientes recursos para realizar inversiones que impulsen el crecimiento del proyecto.

En el caso específico de NATURESNACK, se menciona que muestra rentabilidad de crecimiento, lo cual indica que los ingresos son mayores que los gastos. Esto es una señal positiva, ya que indica que el proyecto es rentable y está experimentando un crecimiento.

Es importante destacar que la proyección de flujo de efectivo anual debe considerar todos los factores que pueden cambiar a corto plazo o en el futuro, como aumentos en la producción, venta de nuevos productos, modificaciones en la infraestructura, entre otros. También se deben tener en cuenta los costos fijos, que son los pagos más importantes para la operatividad del negocio. Una buena organización y cálculos precisos son fundamentales para evitar problemas financieros y asegurar la estabilidad de la empresa

BOQUITAS “DELIGHTS”

Tabla 25. Flujo de caja proyectado

NATURESNACK ESTADO DE FLUJO DEL EFECTIVO PROYECTADO EXPRESADO EN CÓRDOBAS NICARAGUENSES					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
VENTAS DE CONTADO	4,865,472.00	5,108,745.60	5,347,964.64	5,455,410.48	5,497,983.36
APORTACION DE LOS SOCIOS					
FINANCIAMIENTO EXTERNO					
EGRESO	4,606,128.19	4,730,549.74	4,974,357.38	5,107,892.14	5,298,251.39
MATERIA PRIMA	910,411.20	955,931.76	1,003,728.35	1,053,914.77	1,159,306.24
GASTO ALMA 1%	48,654.72	51,087.46	53,479.65	54,554.10	54,979.83
ANTICIPO DE 1% DGI	48,654.72	51,087.46	53,479.65	54,554.10	54,979.83
SALARIO	1,896,000.00	1,933,920.00	2,049,955.20	2,090,954.30	2,132,773.39
VACACIONES	158,000.04	161,160.00	170,829.60	174,246.19	177,731.12
INDENIZACION	158,000.04	161,160.00	170,829.60	174,246.19	177,731.12
AGUINALDO	158,000.04	161,160.00	170,829.60	174,246.19	177,731.12
INSS PATRONAL	407,640.00	415,792.80	440,740.37	449,555.18	458,546.28
INATEC	37,920.00	38,678.40	40,999.10	41,819.09	42,655.47
ARRIENDO	219,745.80	219,745.80	219,745.80	219,745.80	219,745.80
SERVICIOS BASICOS					
AGUA	23,400.00	24,570.00	25,798.50	27,088.43	28,442.85
LUZ	27,554.64	28,932.37	30,378.99	31,897.94	33,492.83
INTERNET	16,260.00	17,073.00	17,926.65	18,822.98	19,764.13
OTROS GASTO					
GASOLINA	96,000.00	100,800.00	105,840.00	111,132.00	116,688.60
GAS	25,374.00	26,642.70	27,974.84	29,373.58	30,842.26
COMPRA DE HERRAMIENTAS	1,350.00	2,025.00	3,037.50	4,556.25	6,834.38
COMPRA DE PAPELERIA Y UTILES DE OFICINA		42,000.00	44,100.00	46,305.00	48,620.25
COMPRA DE INSUMO DE LIMPIEZA	14,400.00	15,120.00	15,876.00	16,669.80	17,503.29
PUBLICIDAD Y CAMPAÑA DE PROMOCIONES		96,000.00	100,800.00	105,840.00	111,132.00
GASTO LEGAL	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00
PAGO DE FINANCIAMIENTO EXTERNO	215,763.00	215,763.00	215,763.00	215,763.00	215,763.00
FLUJO NETO	259,343.81	378,195.86	373,607.26	347,518.34	199,731.97

Fuente: Elaboración propia.

7.2. Balance general proyectado

Tabla 27. Balance general proyectado

BALANCE GENERAL					
PROYECTADO					
(Expresado en Córdoba)					
	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
ACTIVOS					
CORRIENTE					
Caja	9,730.94	10,217.49	10,695.93	10,910.82	10,995.97
Bancos	4,855,741.06	5,098,528.11	5,337,268.71	5,444,499.66	5,486,987.39
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	4,865,472.00	5,108,745.60	5,347,964.64	5,455,410.48	5,497,983.36
NO CORRIENTE					
Maq	109,000.00	141,700.00	196,200.00	250,700.00	305,200.00
Equipo de Oficina	139,000.00	111,200.00	83,400.00	55,600.00	27,800.00
Equipo de Reparto	421,179.45	336,943.56	252,707.67	168,471.78	84,235.89
Depre Acum	-	-	-	-	-
	133,835.89	144,735.89	155,635.89	166,535.89	177,435.89
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	535,343.56	445,107.67	376,671.78	308,235.89	239,800.00
TOTAL ACTIVO	5,400,815.56	5,553,853.27	5,724,636.42	5,763,646.37	5,737,783.36
PASIVOS CORRIENTES					
Proveedores	910,411.20	955,931.76	1,003,728.35	1,208,005.20	1,311,794.99
IR salario	72,057.98	73,499.14	77,909.09	79,467.27	81,056.62
IR por pagar	657,445.68	507,002.45	524,373.97	537,905.28	482,976.04
Provisiones de beneficios de trabajadores	919,590.00	937,951.20	994,228.27	1,014,112.84	1,034,395.09
Alquiler	219,745.80	219,745.80	219,745.80	219,745.80	219,745.80
TOTAL PASIVO CORRIENTE	2,779,250.66	2,694,130.35	2,819,985.48	3,059,236.39	3,129,968.54
PASIVO NO CORRIENTES					
Préstamo x pagar L/P	755,792.52	724,198.42	577,380.60	406,961.16	209,146.03
TOTAL DE PASIVO NO CORRIENTES	755,792.52	724,198.42	577,380.60	406,961.16	209,146.03
TOTAL DE PASIVO	3,535,043.18	3,418,328.77	3,397,366.08	3,466,197.55	3,339,114.56
CAPITAL CONTABLE					
Capital social	350,000.00	350,000.00	350,000.00	350,000.00	350,000.00
Utilidades Retenidas	-	664,639.60	815,851.89	1,161,418.45	1,192,991.53
Utilidad del ejercicio	1,515,772.38	1,120,884.91	1,161,418.45	1,192,991.53	1,064,823.29
TOTAL CAPITAL CONTABLE	1,865,772.38	2,135,524.51	2,327,270.34	2,704,409.98	2,607,814.82
TOTAL PASIVO + CAPITAL	5,400,815.56	5,553,853.27	5,724,636.42	5,763,646.37	5,737,783.36
Total Activo - Pasivo : Capital	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Fuente: Elaboración propia.

BOQUITAS “DELIGHTS”

Nota: En el 2 año se utilizó el 56.1518 % de la utilidad del ejercicio del año 1 mediante la cual se ha incrementado tanto los ingresos como los egresos, en el año 3 se utilizó de la utilidad 27.21359% de la utilidad del ejercicio del año 2.

7.3. Estado de resultado proyectado

Como se observa en el estado de resultado, se proyecta un aumento del 5% en las ventas para el segundo y tercer año y un incremento del 2.01% a partir del cuarto año.

Tabla 28. Estado de resultado proyectado

NATURESNACK					
ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO					
EXPRESADO EN CÓRDOBAS NICARAGUENSES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	4,865,472.00	5,108,745.60	5,347,964.64	5,455,410.48	5,497,983.36
COSTO DE VENTAS					
Costo de ventas	1,275,434.45	2,061,939.36	2,135,610.62	2,366,467.36	2,497,565.74
UTILIDAD BRUTA	3,590,037.55	3,046,806.24	3,212,354.02	3,088,943.12	3,000,417.62
GASTOS OPERATIVOS					
Gastos de Ventas	96,000.00	100,800.00	105,840.00	111,132.00	116,688.60
Gastos de Administración	1,231,339.00	1,242,567.17	1,340,385.51	1,318,519.73	1,405,081.98
Gasto Financiero	97,309.44	102,174.91	106,959.29	109,108.21	109,959.67
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	1,424,648.44	1,445,542.08	1,553,184.80	1,538,759.94	1,631,730.24
UTILIDAD OPERATIVA	2,165,389.11	1,601,264.15	1,659,169.22	1,550,183.19	1,368,687.38
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	2,165,389.11	1,601,264.15	1,659,169.22	1,550,183.19	1,368,687.38
IMPUESTO IR 30%	649,616.73	480,379.25	497,750.77	465,054.96	410,606.21
UTILIDAD O PERDIDA	1,515,772.38	1,120,884.91	1,161,418.45	1,085,128.23	958,081.16

Fuente: Elaboración propia.

8. Determinación de indicadores financieros básicos

8.1. Valor actual neto

Se calculó el indicador financiero VAN de la inversión de la empresa NATURESANCK, dando así un resultado de C\$235,018.00 siendo este un valor positivo en el cálculo de valor actual Neto.

VAN 235,018

Tabla 29. Indicadores financieros

CONCEPTOS FINANCIEROS	FACTOR	Años	FLUJO
		0	-
			1,210,397.05
		1	259,343.81
COSTO DEL CAPITAL	2.50%	2	378,195.86
		3	373,607.26
VAN	235,018	4	347,518.34
		5	199,731.97
		TOT.FLUJO	348,000.19
		VAL.RESIDUAL	1,051,029.45

Fuente: Elaboración propia.

8.2. Tasa interna de retorno

Se calculó el indicador financiero TIR de la inversión de la empresa NATURESANCK, dando un porcentaje de beneficio del 9.34% siendo este un valor positivo en el cálculo de la tasa interna de retorno.

TIR 9.34%

8.3. Análisis de costo beneficio

Se calculó el indicador financiero costo beneficio de la empresa NATURESNACK, dando un resultado de 1.06 siendo este un resultado positivo para el proyecto.

RELACION COSTO BENEFICIO 1.06

9. Análisis de razones financieras

Las razones financieras proporcionan información detallada sobre la eficacia de la gestión de la empresa, su capacidad para generar ganancias, su uso de los activos y su solidez financiera. Nuestro índice de solvencia es de 1.75 de los cuales se ve que tenemos un promedio aceptable de pago sobre nuestra deuda y de lo cual nuestra rotación de activo es de 0.90 lo que afirma que nuestra rotación de activo es aceptable.

RAZONES DE LIQUIDEZ				
CAPITAL NETO DE TRABAJO				
Capital neto de trabajo = Activo Corriente - Pasivo Corriente	A.C	4,865,472.00	2,086,221.34	
	P.C	2,779,250.66		
ÍNDICE DE SOLVENCIA				
Índice de solvencia = Activo Corriente ÷ Pasivo Corriente	A.C	4,865,472.00	1.75	
	P.C	2,779,250.66		
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO				
RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO				
Nivel de endeudamiento =	TOTAL PASIVO	T.P	3,535,043.18	0.65
	TOTAL ACTIVO	T.A	5,400,815.56	
RAZÓN PASIVO CAPITAL				
Razón Pasivo Capital =	Pasivo no Corriente	P. no C.	755,792.52	0.09
	Capital Contable	Capital	1,865,772.38	
RAZONES DE RENTABILIDAD				
MARGEN BRUTO DE UTILIDAD				
Margen Bruto de Utilidad =	Ventas - Costo de Ventas	Ventas	3,590,037.55	0.36
	Ventas	C.V	4,865,472.00	
ROTACIÓN DE ACTIVOS				
Rotación de Activos =	Ventas	Ventas	4,865,472.00	0.90
	Total Activos	T.A	5,400,815.56	

Fuente: Elaboración propia.

10. Valoración económica general del plan

La valoración económica general del plan de finanzas para NATURESNACK es positiva. Los indicadores financieros arrojaron un valor actual neto sobre la inversión de C\$ 235,018, lo que representa un resultado positivo para la inversión y creación de la empresa. Además, la tasa interna de retorno se evaluó en un 9.34%, lo que indica un porcentaje de beneficio para el proyecto. El análisis costo beneficio del proyecto también dio un resultado positivo de 1.06, lo que significa que el proyecto es rentable según este criterio

Se realizaron razones financieras para analizar la viabilidad del proyecto. La razón de liquidez mostró un resultado de 14.82, lo que indica que la empresa cuenta con suficiente activo corriente para cubrir los pasivos a corto plazo. La razón de pago inmediato dio un resultado de 3.45, lo que indica que el proyecto cuenta con el efectivo suficiente para cubrir 3 veces los pasivos corrientes. Además, la razón de capital de trabajo dio un resultado de C\$1,745,338.48, lo que indica que la empresa cuenta con un capital de trabajo amplio después de cubrir los pasivos a corto plazo del proyecto.

En cuanto al análisis de rentabilidad, la razón de margen de utilidad dio un resultado del 8%, lo que implica que la empresa obtiene un 8% de utilidad de las ventas totales, representando C\$282,360.75 de utilidades netas. Es importante destacar que la valoración económica general del plan de finanzas para NATURESNACK es positiva, lo que sugiere que el proyecto es financieramente viable y rentable.

11. Conclusión

Se realizó el plan financiero de NatureSnack, con la identificación de los principales costos y gastos, esto se realizó para armar la matriz de costos y gastos de la empresa donde se detallaron las cuentas en concepto de costos directos e indirectos del proyecto, los gastos de administración, gastos de venta y gastos financieros del proyecto.

Costos directos e indirectos:

Los costos directos e indirectos son elementos clave en la estructuración de los gastos de un proyecto. Los costos directos son aquellos relacionados directamente con la producción o servicio, como las materias primas, mientras que los costos indirectos incluyen gastos generales de la empresa que no están directamente ligados a la actividad de producción, como los gastos administrativos o financieros.

Cálculo del financiamiento externo:

El cálculo del financiamiento externo para la operación de la empresa NatureSnack fue de C\$ 755,792.52 con una tasa del 15% de interés, a pago de un año en el banco BAC.

Flujo de efectivo:

El flujo de efectivo de la empresa NatureSnack se construyó con los ingresos y egresos totales de la empresa y se proyectó a un año, donde se obtuvo un resultado final de C\$ 259,343.81.

Estudios de indicadores financieros:

Se realizaron estudios de indicadores financieros, como el valor actual neto que tuvo un resultado de C\$ 235,018; una tasa interna de retorno del 9.34% y una relación costo-beneficio de 1.06

VI. Referencias bibliográficas

Alcaraz, R. (2011) El Emprendedor de Éxito. 4ª. ed. México: MacGraw-Hill

Weinberger, K. (2009) Plan de Negocios. Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. USAID/Perú/PYME Competitiva

Banco Mundial. (2014) Resumen del Libro: El emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación

Centros Europeos de Empresas Innovadoras. Cómo Diseñar tu Modelo de Negocio. Modelo CANVAS. Valencia, España

Centros Europeos de Empresas Innovadoras. La Innovación como Factor Clave de la Competitividad. Valencia, España

Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana CEEI CV (2011) Manual 01 Estudios de Mercado. Valencia, España

Ministerio de Economía Familiar Comunitaria Cooperativa y Asociativa (22 de agosto de 2022), Crece producción de yuca, malanga y quequisque de enero a julio 2022, <https://www.economiafamiliar.gob.ni/websitemefcca-mvc/noticia-crece-produccion-yuca-malanga-quequisque-enero-julio-2022/649>

Ministerio de Economía Familia. (22 de agosto de 2022). Producción de Malanga en Nicaragua [Archivo de Video]. Youtube <https://youtu.be/maNQ6fwROKBT>.

Okdiario (20 de enero de 2019), Receta de malanga frita, <https://okdiario.com/recetas/receta-malanga-frita-3602104>

Anexos

Anexo 1. Mapa de propuesta de valor



Fuente: Elaboración propia

Anexo 2. Link de encuesta

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc90-j_FlwwM0_S_Y4mDFsHyEgF1EwSAW-81ciBH30711Pyg/viewform?usp=sf_link

Fuente: Elaboración propia

BOQUITAS “DELIGHTS”

Anexo 3. Inversión de NatureSnack

RUBROS DE INVERSION	MONTO	%
INVERSION ACTUAL (15/03/24)		
MEJORA CONTINUA	C\$ 80,000.00	7.23
Divisiones de Oficinas	C\$ 45,000.00	4.07
Sistema eléctrico	C\$ 35,000.00	3.17
MOBILIARIO Y EQUIPAMIENTO	C\$ 669,179.45	60.52
Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$ 139,000.00	12.57
Camión de Reparto	C\$ 421,179.45	38.09
Maquinaria	C\$ 109,000.00	9.86
INSTRUMENTOS	C\$ 1,350.00	0.12
Instrumento de Cocina	C\$ 1,350.00	0.12
CARGOS DIFERIDOS	C\$ 79,367.60	7.18
Gastos Legales	C\$ 3,500.00	0.32
Gastos Pre operativos	C\$ 75,867.60	6.86
CAPITAL DE TRABAJO	C\$ 275,895.47	24.95
TOTAL DEL PLAN DE INVERSIONES	C\$ 1,105,792.52	100.00
CAPITAL SOCIAL	C\$ 350,000.00	
PRESTAMO	C\$ 755,792.52	

Fuente: Elaboración propia.

BOQUITAS “DELIGHTS”

Anexo 4. Depreciación de NatureSnack

RUBROS DE INVERSION	MONTO	%	Años	FACTOR	1	2	3	4	5	TOTAL
INVERSION ACTUAL (30/09/23)										
MOBILIARIO Y EQUIPAMIENTO	669,179.45	63.67	5	133,835.89	133,835.89	144,735.89	155,635.89	166,535.89	177,435.89	778,179.45
Camión de Reparto	421,179.45	40.07	5	84,235.89	84,235.89	84,235.89	84,235.89	84,235.89	84,235.89	421,179.45
Mobiliario y Equipo de Oficina	139,000.00	13.23	5	27,800.00	27,800.00	27,800.00	27,800.00	27,800.00	27,800.00	139,000.00
Maquinaria	109,000.00	10.37	5	21,800.00	21,800.00	32,700.00	43,600.00	54,500.00	65,400.00	218,000.00
INSTRUMENTOS	1,350.00	0.13	1	1,350.00	1,350.00	2,025.00	3,037.50	4,556.25	6,834.38	19,153.13
Instrumento de Cocina	1,350.00	0.13	1	1,350.00	1,350.00	2,025.00	3,037.50	4,556.25	6,834.38	19,153.13
CAPITAL DE TRABAJO	380,500.00	36.20	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL DE DEPRECIACION Y AMORTIZ.	1,051,029.45	100.00	0.00	135,185.89	135,185.89	146,760.89	158,673.39	171,092.14	184,270.27	797,332.58

Fuente: Elaboración propia.

BOQUITAS "DELIGHTS"

Anexo 5. Nómina de NatureSnack

No.	Nombre del colaborador	Area	Sueldo Mensual	Sueldo Quincenal Devengado	Inss lab 7%	IR	Total	Neto a	Inss Patronal 21.50%	Inatec 2%
							Deducciones	Recibir C\$		
1	Maximiliano José Silva	Administrador	28,000.00	14,000.00	980.00	1,562.34	2,542.34	11,457.67	6,020.00	560.00
2	Neysi Espinoza	Asistente Administrativa	9,500.00	4,750.00	332.50	37.63	370.13	4,379.88	2,042.50	190.00
3	Luisa Margarita	Contadora General	18,000.00	9,000.00	630.00	632.34	1,262.34	7,737.67	3,870.00	360.00
4	Dennis Lopez	Auxiliar Contable	10,000.00	5,000.00	350.00	72.50	422.50	4,577.50	2,150.00	200.00
5	Yara Nazareth Cruz	Ejecutiva de Ventas	9,500.00	4,750.00	332.50	37.63	370.13	4,379.88	2,042.50	190.00
6	Wendy del Socorro Cruz	Ejecutiva de Ventas	9,500.00	4,750.00	332.50	37.63	370.13	4,379.88	2,042.50	190.00
	Jose Antonio Guido	Jefe de Produccion	14,000.00	7,000.00	490.00	351.50	841.50	6,158.50	3,010.00	280.00
7	Bryant Alberto Soza	Encargado de Logistica	12,000.00	6,000.00	420.00	212.00	632.00	5,368.00	2,580.00	240.00
8	Margarita del Rosario Perez	Pelador	8,000.00	4,000.00	280.00	-	280.00	3,720.00	1,720.00	160.00
9	Enrique Josue Reyes	Auxiliar de Almacen	8,000.00	4,000.00	280.00	-	280.00	3,720.00	1,720.00	160.00
10	JorgeAntonio Lainez	Empacador	8,000.00	4,000.00	280.00	-	280.00	3,720.00	1,720.00	160.00
11	Lucia Margarita Arroliga Escobar	Etiquetador	8,000.00	4,000.00	280.00	-	280.00	3,720.00	1,720.00	160.00
12	Auxiliadora Pérez	Cortador	8,000.00	4,000.00	280.00	-	280.00	3,720.00	1,720.00	160.00
13	Juana Castro	Limpieza	7,500.00	3,750.00	262.50	-	262.50	3,487.50	1,612.50	150.00
Total			158,000.00	79,000.00	5,530.00	2,943.55	8,473.55	70,526.46	33,970.00	3,160.00

Fuente: Elaboración propia.

BOQUITAS “DELIGHTS”

Anexo 6. Proyección de ventas mensual de NatureSnack

EXPRESADO EN CÓRDOBAS NICARAGUENSES

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
INGRESOS													
VENTAS DE CONTADO		405,456.00	405,456.00	405,456.00	405,456.00	405,456.00	405,456.00	405,456.00	405,456.00	405,456.00	405,456.00	405,456.00	405,456.00
INGRESOS POR TIENDAS													
AMPM	16,218.24	16,218.24	16,218.24	16,218.24	16,218.24	16,218.24	16,218.24	16,218.24	16,218.24	16,218.24	16,218.24	16,218.24	194,618.88
SUPER 7	121,636.80	121,636.80	121,636.80	121,636.80	121,636.80	121,636.80	121,636.80	121,636.80	121,636.80	121,636.80	121,636.80	121,636.80	1,459,641.60
SUPER XPRESS	194,618.88	194,618.88	194,618.88	194,618.88	194,618.88	194,618.88	194,618.88	194,618.88	194,618.88	194,618.88	194,618.88	194,618.88	2,335,426.56
Mi PUNTO	24,327.36	24,327.36	24,327.36	24,327.36	24,327.36	24,327.36	24,327.36	24,327.36	24,327.36	24,327.36	24,327.36	24,327.36	291,928.32
PRONTO	48,654.72	48,654.72	48,654.72	48,654.72	48,654.72	48,654.72	48,654.72	48,654.72	48,654.72	48,654.72	48,654.72	48,654.72	583,856.64

Fuente: Elaboración propia.

BOQUITAS “DELIGHTS”

Anexo 7. Cuota del préstamo de NatureSnack

Número de Cuota	CUOTA A PAGAR	INTERÉS	CAPITAL AMORTIZADO	CAPITAL VIVO	Número de Cuota	CUOTA A PAGAR	INTERÉS	CAPITAL AMORTIZADO	CAPITAL VIVO
1	17,980.25	9,447.41	8,532.84	747,259.68	31	17,980.25	5,593.86	12,386.39	435,122.40
2	17,980.25	9,340.75	8,639.51	738,620.17	32	17,980.25	5,439.03	12,541.22	422,581.17
3	17,980.25	9,232.75	8,747.50	729,872.67	33	17,980.25	5,282.26	12,697.99	409,883.19
4	17,980.25	9,123.41	8,856.84	721,015.83	34	17,980.25	5,123.54	12,856.71	397,026.48
5	17,980.25	9,012.70	8,967.55	712,048.27	35	17,980.25	4,962.83	13,017.42	384,009.06
6	17,980.25	8,900.60	9,079.65	702,968.63	36	17,980.25	4,800.11	13,180.14	370,828.92
7	17,980.25	8,787.11	9,193.14	693,775.48	37	17,980.25	4,635.36	13,344.89	357,484.03
8	17,980.25	8,672.19	9,308.06	684,467.43	38	17,980.25	4,468.55	13,511.70	343,972.33
9	17,980.25	8,555.84	9,424.41	675,043.02	39	17,980.25	4,299.65	13,680.60	330,291.73
10	17,980.25	8,438.04	9,542.21	665,500.80	40	17,980.25	4,128.65	13,851.60	316,440.13
11	17,980.25	8,318.76	9,661.49	655,839.31	41	17,980.25	3,955.50	14,024.75	302,415.38
12	17,980.25	8,197.99	9,782.26	646,057.05	42	17,980.25	3,780.19	14,200.06	288,215.32
13	17,980.25	8,075.71	9,904.54	636,152.52	43	17,980.25	3,602.69	14,377.56	273,837.76
14	17,980.25	7,951.91	10,028.34	626,124.17	44	17,980.25	3,422.97	14,557.28	259,280.48
15	17,980.25	7,826.55	10,153.70	615,970.47	45	17,980.25	3,241.01	14,739.25	244,541.23
16	17,980.25	7,699.63	10,280.62	605,689.85	46	17,980.25	3,056.77	14,923.49	229,617.75
17	17,980.25	7,571.12	10,409.13	595,280.72	47	17,980.25	2,870.22	15,110.03	214,507.72
18	17,980.25	7,441.01	10,539.24	584,741.48	48	17,980.25	2,681.35	15,298.90	199,208.81
19	17,980.25	7,309.27	10,670.98	574,070.50	49	17,980.25	2,490.11	15,490.14	183,718.67
20	17,980.25	7,175.88	10,804.37	563,266.13	50	17,980.25	2,296.48	15,683.77	168,034.90
21	17,980.25	7,040.83	10,939.42	552,326.70	51	17,980.25	2,100.44	15,879.81	152,155.09
22	17,980.25	6,904.08	11,076.17	541,250.54	52	17,980.25	1,901.94	16,078.31	136,076.78
23	17,980.25	6,765.63	11,214.62	530,035.92	53	17,980.25	1,700.96	16,279.29	119,797.48
24	17,980.25	6,625.45	11,354.80	518,681.11	54	17,980.25	1,497.47	16,482.78	103,314.70
25	17,980.25	6,483.51	11,496.74	507,184.38	55	17,980.25	1,291.43	16,688.82	86,625.88
26	17,980.25	6,339.80	11,640.45	495,543.93	56	17,980.25	1,082.82	16,897.43	69,728.46
27	17,980.25	6,194.30	11,785.95	483,757.98	57	17,980.25	871.61	17,108.65	52,619.81
28	17,980.25	6,046.97	11,933.28	471,824.70	58	17,980.25	657.75	17,322.50	35,297.31
29	17,980.25	5,897.81	12,082.44	459,742.26	59	17,980.25	441.22	17,539.03	17,758.27
30	17,980.25	5,746.78	12,233.47	447,508.79	60	17,980.25	221.98	17,758.27	0.00

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 8. Proyección de ventas anual de NatureSnack

EXPRESADO EN CÓRDOBAS NICARAGUENSES					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
VENTAS DE CONTADO	4,865,472.00	5,108,745.60	5,347,964.64	5,455,410.48	5,497,983.36
INGRESOS POR TIENDAS					
AMPM	194,618.88	218,946.24	210,837.12	243,273.60	267,600.96
SUPER 7	1,459,641.60	1,581,278.40	1,520,460.00	1,603,578.48	1,621,824.00
SUPER XPRESS	2,335,426.56	2,270,553.60	2,432,736.00	2,465,172.48	2,530,045.44
Mi PUNTO	291,928.32	267,600.96	291,928.32	364,910.40	713,602.56
PRONTO	583,856.64	770,366.40	892,003.20	778,475.52	364,910.40

Fuente: Elaboración propia