



UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA
FACULTAD DE DESARROLLO RURAL

Trabajo de Graduación

Plan de Negocios

Establecimiento de una panadería en la comunidad de
Santa Isabel, Somoto, Madriz, 2016-2020

AUTORAS

Br. Martha Elisa Laguna Coronado

Br: Kenia Jarixa Salgado Lanzas

ASESOR

Lic. MSc. José Francisco Bravo M.

Managua, Nicaragua, Marzo 2016

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA

FACULTAD DE DESARROLLO RURAL

Trabajo de graduación

Plan de negocio

Establecimiento de una panadería en la comunidad de
Santa Isabel, Somoto, Madriz, 2016-2020

Trabajo sometido a consideración por el honorable tribunal
examinador de la Facultad de Desarrollo Rural de la
Universidad Nacional Agraria para optar al grado de:

Licenciatura en Agronegocios

Autoras:

Br. Kenia Jarixa Salgado Lanzas

Br: Martha Elisa Laguna Coronado

ASESOR

Lic. MsC. José Francisco Bravo M.

Managua, Nicaragua, Marzo 2016

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR

Este trabajo de graduación fue evaluado y aprobado por el honorable tribunal examinador designado por la decanatura de la Facultad de Desarrollo Rural como requisito parcial para optar al título profesional de Licenciatura en Agronegocios.

Miembros del tribunal examinador

Lic. Msc. Pedro Noel Torrez Rodríguez
Presidente

Lic. Msc. Adriana Montenegro
Secretaria

Lic. Ileana Castellón
Vocal

Asesor Lic. Msc. Francisco Bravo

Lugar y Fecha (día/mes/año): _____

ÍNDICE DE CONTENIDO

SECCIÓN	PÁGINA
DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTOS.....	iii
ÍNDICE DE CUADROS	v
ÍNDICE DE FIGURAS	vii
ÍNDICE DE ANEXO.....	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. OBJETIVOS DEL PLAN DE NEGOCIO	3
III. METODOLOGÍA.....	4
3.1. Ubicación del área de estudio.....	4
3.1.1. Ubicación del mercado de la panadería comunidad de Santa Isabel	4
3.2. Recopilación de la información.....	4
3.3. Variables principales.....	5
3.4. Diseño metodológico.....	6
IV. CONTENIDO DEL PLAN DE NEGOCIO.....	7
4.1. Naturaleza de la empresa.....	7
4.1.1. Nombre de la empresa.....	7
4.1.2. Logotipo.....	7
4.1.3. Lema	7
4.1.4. Colores	7
4.1.5. Giro del negocio	7
4.1.6. Análisis FODA	8
4.1.7. Declaración de misión	10
4.1.8. Declaración de la visión.....	10
4.1.9. Objetivos del negocio.....	11
4.1.10. Ventajas competitivas.....	12
4.1.11. Modelos de negocio.....	13
4.2. Plan de Marketing	15
4.2.1. Objetivos del plan Marketing.....	15
4.2.2. Investigación de Mercado	16

4.2.3. Proceso de investigación.....	17
4.2.4. Estrategias de mercado.	27
4.2.4.1. Descripción de los productos	27
4.2.4.2. Políticas de precio.	28
4.2.5. Competencia.....	29
4.2.6. Canal de comercialización	29
4.2.7. Plan de publicidad del negocio	30
4.2.8. Proyecciones de demanda	31
4.2.9. Cobertura de la demanda que cubre la panadería ESTRELLAS GONZALEZ	32
4.2.10. Proyecciones de venta.....	32
4.3. Plan de Producción.....	34
4.3.1. Objetivo	34
4.3.2. Proceso de producción.....	35
4.3.3. Flujograma de Procesos para la elaboración de pan.....	36
4.3.4. Maquinaria y Equipos.....	37
4.3.5. Remodelación de infraestructura	39
4.3.6. Proveedores	39
4.3.7. Diseño de la planta.....	41
4.4. Plan organizativo	42
4.4.1. Objetivos.....	42
4.4.2. Estructura Organizacional.	43
4.4.3. Descripción de cargos.....	44
4.4.4. Plan de capacitación del personal	46
4.5. Plan de Financiero	47
4.5.1. Objetivos.....	47
4.5.2. Presupuestos de costos, gastos e inversiones	48
4.5.3. Plan global de inversión	48
4.5.4. Tabla de origen y destino de fondos.....	48
4.5.5. Presupuesto de inversión fija.....	49
4.5.6. Presupuesto de Capital de Trabajo.....	52
4.5.7. Presupuesto consolidado de los costos directos.....	53
4.5.8. Presupuesto de costo total de producción.....	53
4.5.9. Flujo de efectivo	54
4.5.10. Estado de resultado	55

4.5.11. Balance general C\$	56
4.5.12. Cálculos de los indicadores financieros VAN Y TIR.....	57
4.6. Análisis Ambiental.....	58
4.6.1. Objetivos.....	58
V. CONCLUSIONES	62
VI. RECOMENDACIONES	64
VII. LITERATURA CITADA	65
VIII. ANEXOS.....	66

DEDICATORIA

Dedico este trabajo primeramente a Dios, porque me ha dado la vida, inteligencia, sabiduría y entendimiento para alcanzar las metas que me he propuesto.

A mis padres; María Jesús Lanzas y Sabino Salgado, que juntos han luchado por sacarme adelante, además de brindarme su apoyo moral y económico

A cada uno de mis hermanos que de una u otra manera me han ayudado a alcanzar mis metas.

A mi hermana mayor Jesenia salgado, quien siempre ha estado a mi lado brindándome su apoyo y ha sido para mí, un ejemplo a seguir.

A la universidad Nacional Agraria (UNA), por abrirme las puertas y recibir de ella todas los aprendizajes.

Bra. Kenia Jarixa Salgado Lanzas

DEDICATORIA

Dedico esta tesis primeramente a Dios por darme vida, fortaleza para alcanzar este logro.

A mi padre Plácido Laguna Valle (q, e, p, d), a mi madre Graciela Coronado García, a mi hermano Carlos Gustavo Laguna C, que sus consejos me han ayudado a afrontar los retos que se me han presentado a lo largo de mi vida, a mis hermanas Gloria Alba Laguna C y Nelly Isabel Laguna C, a mi prima Karla Lara quienes me apoyaron moral y económicamente para continuar cuando parecía que me iba a rendir.

A la universidad Nacional Agraria (UNA), por abrirme las puertas y recibir de ella todas los aprendizajes.

Bra. Martha Elisa Laguna Coronado

AGRADECIMIENTOS

Agradezco primeramente a Dios, nuestro padre por la vida, salud, la sabiduría e inteligencia y permitir terminar mi trabajo de graduación y ser una profesional.

A mis padres y hermanos, ya que siempre estuvieron, están y estarán conmigo, guiándome por el buen camino.

A todas las personas que me ayudaron moral y económicamente.

Agradezco de una manera especial a Doña Martha Sequeira por abrirme las puertas de su hogar durante todo este tiempo y portarse como una madre.

A mis profesores por el aprendizaje que me brindaron y paciencia que tuvieron conmigo

A mis amigos(as) compañeros(as) de clase que de una u otra manera me ha brindado su amistad y el apoyo.

A mi compañera Martha, ya que juntas hemos trabajado con mucho esfuerzo, perseverancia y entusiasmo.

A la universidad Nacional Agraria (UNA) por abrirme las puertas y formarme como profesional.

A mi asesor Lic. MsC. José Francisco Bravo M, por la paciencia que ha tenido en todo el transcurso del trabajo por el apoyo profesional que me ha dado.

Bra. Kenia Jarixa Salgado Lanzas

AGRADECIMIENTO

En primer lugar doy infinitamente gracias a Dios, por darme fuerza y valor para culminar esta etapa de mi vida.

A mis padres y hermanos (as) que Dios los bendiga siempre, por confiar en mí, y tener esa paciencia de guiarme.

A mi compañera Kenia, quien fue un gran apoyo durante la elaboración de tesis.

A nuestro asesor Lic. MsC José Francisco Bravo M, por todo el apoyo brindado, por su calidad humana, por instruirnos y guiarnos a realizar este trabajo de graduación.

A mis profesores, que me impartieron clases durante la carrera, quienes nunca desistieron al enseñarme, que continuaron depositando su esperanza en mí.

A la Universidad Nacional Agraria (U.N.A), por abrirme las puertas y formarme como profesional.

Gracias a todos los que me brindaron su ayuda en el transcurso de elaboración de la tesis.

Bra. Martha Elisa Laguna Coronado

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro	pagina
Cuadro 1.Diseño metodológico	6
Cuadro 2. Matriz FODA.....	8
Cuadro 3.Modelo de negocios CANVAS.....	13
Cuadro 4.Lógica del proceso productivo de la panadería ESTRELLAS GONZALEZ.....	14
Cuadro 5.Pan Pico	27
Cuadro 6.pan simple.....	27
Cuadro 7. Pan Empanada.....	28
Cuadro 8. Pan Polvorón.....	28
Cuadro 9. Análisis de competidores.....	29
Cuadro 10. Canal de comercialización.....	30
Cuadro 11. Plan de publicidad.....	30
Cuadro 12.Proyecciones de la demanda actual	31
Cuadro 13.Proyecciones de la demanda actual	31
Cuadro 14. Proyecciones de la demanda potencial	31
Cuadro 15. Porcentaje de la demanda cubierta.....	32
Cuadro 16. Proyecciones de venta.....	32
Cuadro 17. Proyecciones de venta a cinco años.....	33
Cuadro 18. Proyecciones de ingreso por venta en unidades monetarias.....	33
Cuadro 19. Enseres y muebles del negocio	37
Cuadro 20.Programacion de producción semanal	37
Cuadro 21. Equipo de trabajo.....	37
Cuadro 22. Mobiliario y equipo de trabajo.....	38
Cuadro 23. Equipo de protección y seguridad.....	38
Cuadro 24. Equipo de reparto.....	38
Cuadro 25. Remodelación de infraestructura	38
Cuadro 26.Area de remodelación de taller de la panadería.....	39
Cuadro 27. Estudio de los proveedores de la materia prima	39
Cuadro 28. Proyecciones de producción	41
Cuadro 29. Descripción del cargo del encargado del negocio	44
Cuadro 30. Descripción del cargo del panadero.....	44
Cuadro 31. Descripción del cargo del ayudante del panadero	45
Cuadro 32. Descripción del cargo del vendedor	45
Cuadro 33. Plan de capacitación.....	46
Cuadro 34. Plan global de inversión.....	48
Cuadro 35. Tabla original de aplicación de fondos	48
Cuadro 36. Presupuesto de inversión fija.....	49
Cuadro 37. Presupuesto de enseres de muebles de trabajo	49
Cuadro 38. Presupuesto de equipo de trabajo	50
Cuadro 39. Presupuesto de mobiliario y equipo de oficina.....	50
Cuadro 40. Presupuesto de equipo de la panadería	51

Cuadro 41. Presupuesto de infraestructura de la panadería.....	51
Cuadro 42. Presupuesto de gastos operativos.....	51
Cuadro 43. Presupuesto de capital de trabajo.....	52
Cuadro 44. Proyecciones consolidadas de la materia prima	52
Cuadro 45. Presupuesto consolidado de la Mano de Obra	53
Cuadro 46. Presupuesto consolidado de los costos directos en C\$	53
Cuadro 47. Presupuesto consolidado de costos totales de producción C\$	53
Cuadro 48. Presupuesto consolidado de gastos operativos C\$.....	54
Cuadro 49. Flujo de efectivo proyectado (ingresos -egresos) C\$.....	54
Cuadro 50. Estado de resultado proyectado C\$.....	55
Cuadro 51. Balance general C\$	56
Cuadro 52. Flujo neto efectivo (2016-2020) C\$.....	57
Cuadro 53. Indicadores financieros VAN, TIR Y B/C.....	57
Cuadro 54. Criterios utilizados para la evaluacion de los impactos	59
Cuadro 55. Resumen de valoracion de impacto ambiental (Matriz de Impactos Relevantes) ..	60
Cuadro 56 . Medidas de prevención y mitigación ambiental	61

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura	Página
Figura 1.Ubicación del mercado del negocio	4
Figura 2. Logotipo.....	7
Figura 3.Vende el producto pan.	18
Figura 4.Variedades de pan que ofrecen las pulperías	18
Figura 5.Tamano del pan que compran las pulperías	19
Figura 6.precios que adquiere la bolsa de pan pequeño	19
Figura 7.Frecuencia que compra el producto pan	20
Figura 8. Porcentaje que compra cada variedad de pan	20
Figura 9.Lugares que compra el producto pan	21
Figura 10.Le gustaría que exista una panadería en la comunidad de santa Isabel	22
Figura 11.Compraría los productos que la panadería ofrece.....	22
Figura 12.Variedades de pan que le gustaría comprar	23
Figura 13.Tamano que compraría este producto	23
Figura 14.Frecuencia que le gustaría comprar las variedades de pan	24
Figura 15.Cantidad de bolsas de pan que estaría dispuesto a comprar	24
Figura 16.Cantidad de bolsas de pan simple que estaría dispuesto a comprar a la panadería.....	25
Figura 17.Cantidad de bolsas de pan pico que estaría dispuesto a comprar a la panadería	25
Figura 18.Cantidad de bolsas de pan empanada que estaría dispuesto a comprar a la panadería	26
Figura 19.Cantidad de bolsas de pan polvorón que estaría dispuesto a comprar a la panadería	26
Figura 20.flujograma de procedimiento	36
Figura 21.Diseño de la planta.....	41
Figura 22.Organigrama	43

ÍNDICE DE ANEXO

Anexo	Página
Anexo 1. Presupuesto de venta del producto de pan simple	66
Anexo 2. Presupuesto de venta del producto de pan pico	66
Anexo 3. Presupuesto de Ventas del Producto Pan empanada.....	66
Anexo 4. Presupuesto de Ventas del Producto Pan polvorón	66
Anexo 5. Presupuesto de materiales e insumos Directos del pan simple 93, 600 piezas al año.	67
Anexo 6. Presupuesto de materiales e insumos Directos del pan pico 109,200 piezas al año.	67
Anexo 7. Presupuesto de Materiales e Insumos directos del Pan Empanada 93 600 piezas al año	68
Anexo 8. Presupuesto de Materiales e Insumos directos del Pan polvorón 93, 600 piezas al año.....	68
Anexo 9. Consolidado de costo de materiales e insumos del primer año de producción.....	69
Anexo 10. Presupuesto de Remodelación de infraestructura	69
Anexo 11. Presupuesto de Costos indirectos de producción.....	70
Anexo 12. Presupuesto de Mano de Obra Directa (Salarios).....	70
Anexo 13. Presupuesto de salarios del vendedor	71
Anexo 14. Presupuesto de gastos de publicidad.....	71
Anexo 15. Presupuestos de gastos de ventas.....	71
Anexo 16. Presupuesto de gastos de administración.....	71
Anexo 17. Tabla global de depreciaciones anual	72
Anexo 18. Tabla de depreciación de enseres y muebles de trabajo	72
Anexo 19. Tabla de depreciación de equipo de trabajo	72
Anexo 20. Tabla de depreciación mobiliario y equipo de oficina.....	73
Anexo 21. Tabla de depreciación de equipo de reparto	73
Anexo 22. Tabla de depreciación de infraestructura	73
Anexo 23. Tabla de amortización de gastos pre-operatorios	73
Anexo 24. Tabla de amortización	74

RESUMEN

Plan de negocios

Establecimiento de una panadería en la comunidad santa Isabel Somoto, Madriz en el periodo 2016 - 2020

Br. Kenia Jarixa salgado Lanzas y Martha Elisa Laguna Coronado Lic. MsC José Francisco Bravo

El presente documento contiene información sobre el establecimiento de una panadería en la comunidad de Santa Isabel, del municipio de Somoto, dicha información fue recolectado durante un voluntariado que organizo, RALEIGH Internacional, con el apoyo INPRU y en el que participaron dos jóvenes estudiantes de la carrera de Agronegocios de la UNA, Las estudiantes diseñaron un plan de negocios a través de la metodología CANVAS, este se proyectó a cinco años y su objetivo es establecer una panadería para producir y comercializar pan en la comunidad por medio de las pulperías locales. El plan de negocio lo componen; La naturaleza del negocio, en el que se muestran elementos que identifican al negocio, y se determinan a través de la matriz FODA el entorno en que se desarrolla la ejecución del plan, el plan de marketing, contiene el estudio de mercado, la demanda de pan se estima en 15,860 bolsas de pan simple; 20, 280 de pico; 13,520 de empanada 6,760 de polvorón. Para la recolección de datos se aplicó una encuesta a los dueños de las pulperías, a través de una muestra tipo razonada. la definición de los productos, sus precios, y las proyecciones de ventas, en el plan de producción, se especifican los aspectos y requerimientos para llevar a cabo la elaboración de diferentes variedades de pan, en el plan organizacional están diseñados la estructura organizacional y los cargos y funciones del personal (trabajadores del negocio serán los jóvenes emprendedores propietarios del mismo) y en el plan financiero se determina la inversión inicial del negocio la que se estima en C\$ 44,520 córdobas, con una TIR del 43% y un VAN de C\$ 20,011.19, demostrándose la rentabilidad del negocio, el documento finaliza con un plan ambiental en el que se expresan la acciones de mitigación que se ejecutaran para contribuir a mantener el ambiente.

Palabras claves: Plan de negocio, marketing, producción, organizacional, plan financiero, viabilidad, factibilidad y rentabilidad.

ABSTRACT

Business plan

Establishment of a bakery in the holy community Isabel Somoto, Madriz in the period 2016 – 2020.

Br. Kenya Yaritza Spears Salgado and Martha Elisa Laguna Coronado Lic. MsC José Francisco Bravo

This document contains information on the establishment of a bakery in the community of Santa Isabel, municipality of Somoto, such information was collected during volunteer that I organize, RALEIGH International, supported IMPRU and involving two young students studying Agribusiness of one, the students designed a business plan through the KEDS methodology, This was projected to five years and its goal is to establish a bakery to produce and sell bread in the community through local grocery stores, the business plan make it up; The nature of business, in which elements that identify the business are shown, and are determined through the SWOT matrix the environment in which the implementation of the plan is developed, the marketing plan contains market research, demand for bread is estimated at 15,860 bags simple bread; 20, 280 peak; 13,520 6,760 Polvoron pie. For data collection, survey applies to owners of grocery stores, through a reasoned sample type. The definition of products, prices, and sales projections in the production plan, aspects and requirements are specified to carry out the production of different varieties of bread, in the organizational plan are designed organizational structure and staff positions and functions (business workers will be young entrepreneurs owners thereof) and the financial plan business the initial investment is determined which is estimated at C \$ 44.520 Cordoba, with an IRR of 43% and NPV of C\$20,011.19, Demonstrating the profitability of the business, the paper concludes with an environmental plan in which the mitigation actions to be executed to help keep the environment are expressed.

Keywords: business plan, marketing, production, organizational, financial plan, feasibility, feasibility and profitability.

I. INTRODUCCIÓN

El presente plan de negocio, contiene información sobre el establecimiento de una panadería en la comunidad de Santa Isabel del municipio de Somoto, Madriz, que surge durante la ejecución del programa de Servicio Ciudadano Internacional (ICS), implementado por Raleigh Internacional y en el que participan como voluntarios estudiantes de origen británico, costarricenses, jóvenes universitarios de Nicaragua y jóvenes con espíritu emprendedor habitantes de la comunidad mencionada, a quienes se les capacitó sobre emprendedurismo y se les colaboró con en la elaboración de un plan de negocios con el modelo CANVAS, que se considera una herramienta especial para diseñar modelos de negocios de forma muy sencilla que permite recolectar la información necesaria para diseñar un plan de negocio. Mediante este voluntariado cuatro jóvenes de esta comunidad decidieron establecer panadería, lo que representa una oportunidad para iniciar su propio negocio y contribuir a mejorar el nivel de vida y el de la familia de cada uno de los jóvenes emprendedores.

Raleigh Internacional es una organización sin fines de lucro para el desarrollo sostenible enfocada en jóvenes. Esta organización trabaja en alianza con el Instituto de Promoción Humana de Somoto (INPRHU Somoto). Estas organizaciones trabajan con jóvenes para desarrollar las capacidades y habilidades, creando planes de negocio, estableciendo grupos de jóvenes que contribuyan al desarrollo de la comunidad a través de la promoción y participación de la juventud en temas relevantes y de necesidad para la comunidad. Ofrecen a las comunidades y organizaciones asociadas la información que necesitan para tomar decisiones.

En la comunidad de Santa Isabel habitan 2,233 personas, conformando un total de 292 familias, siendo la principal actividad económica a la que se dedican, siembra de granos básicos en la época de invierno, lo que deja pocas opciones laborales en el resto del año. En esta comunidad, el impacto del cambio climático es notable por los fuertes despales reflejados en la existencia de pocas áreas de sombra y pozos de agua secos. Esto ha impactado de manera negativa en los jóvenes quienes no tienen muchas oportunidades de desarrollarse integral y plenamente.

Antecedentes

En el periodo comprendido entre febrero y Abril del año 2015 la Organización no gubernamental RALIHG internacional en coordinación con el Instituto de Promoción Humana de Somoto (INPRHU Somoto) y la universidad nacional agraria, el cual se reunieron todos los voluntarios nicaragüenses, costarricenses y británicos para recibir orientaciones sobre las actividades que se llevaron a cabo en la comunidad. La idea de negocio de la “panadería ESTRELLAS GONZALEZ” se proyecta a partir de la iniciativa de cuatro jóvenes de la comunidad de Santa Isabel, Somoto en el departamento de Madriz, y se concibe como una microempresa panificadora que aportara en la satisfacción de las necesidades de las familias consumidoras y además, a reducir los efectos del desempleo y la crisis económica que sufren los habitantes de la comunidad. El pan se considera como un alimento básico en la dieta de todas las personas, por lo que su consumo es permanente y su demanda creciente, representando para los jóvenes emprendedores la oportunidad de iniciar su propio negocio, esta actividad provocara un cambio de vida en ellos, porque tendrán la posibilidad de generar sus propios empleos y sostenerse económicamente, significando un desarrollo tanto individual como comunitario.

Justificación

El pan artesanal es un producto conocido y demandado en Santa Isabel, para los jóvenes es una oportunidad establecer una panadería y aportar al abastecimiento de la comunidad ya que cuentan con el apoyo de Raleigh, INPRHU a través de asistencia técnica y financiamiento necesario para poner en marcha el negocio. Los jóvenes que participan en el programa ICS Emprende ya tienen una idea de negocio, la cual parte de la identificación de la problemática en la comunidad, dada por la falta de una panadería que permita a las familias obtener los productos de la panadería. En esta comunidad se hace necesaria la existencia de una panadería, debido a que las 13 pulperías existentes que ofertan estos productos como el pan, son abastecidas por las panaderías de la ciudad de Somoto, las que no siempre son constantes en el abastecimiento, provocándoles escasez del producto pero además, la demanda de los productos de la panadería es alta y esto es lo que ha motivado a los jóvenes a tomar la decisión.

II. OBJETIVOS DEL PLAN DE NEGOCIO

Objetivo general

- Establecer un negocio dedicado a la elaboración y comercialización de pan en la comunidad de Santa Isabel del municipio de Somoto departamento de Madriz en el año 2016-2020.

Objetivos específicos

1. Definir los elementos de la naturaleza del negocio.
2. Determinar la viabilidad comercial del negocio a través de un plan de marketing.
3. Determinar la factibilidad técnica del negocio a través de un plan de producción.
4. Elaborar un plan organizacional que defina la estructura organizativa adecuada para el negocio.
5. Elaborar un plan financiero que determine la rentabilidad del negocio.
6. Analizar el impacto ambiental del negocio.

III. METODOLOGÍA

El estudio que se realizó es un plan de negocio, catalogado como un trabajo especial, según el Régimen académico estudiantil de la UNA, capítulo II de la organización de los trabajos de investigación, página 33; el cual requiere de 3 fases de realización: fase inicial, fase intermedia, fase final.

3.1. Ubicación del área de estudio

La panadería estará ubicada en la comunidad de Santa Isabel, Somoto, Madriz (Latitud: 13.4501 Longitud: -86.592), la comunidad de Santa Isabel limita al Norte con Somoto al sur con Uniles al este con quebrada de agua y al oeste con Santa Rosa. Somoto se encuentra ubicado en la coordenada 13° 25' latitud Norte y 86° 35' de longitud oeste a 216 Km al Norte de la ciudad de Managua.

3.1.1. Ubicación del mercado de la panadería comunidad de Santa Isabel

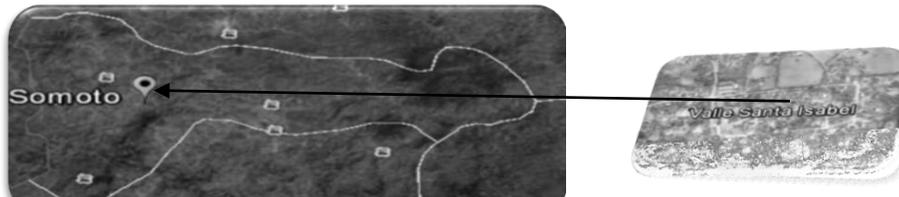


Figura 1. Ubicación del mercado del negocio

3.2. Recopilación de la información

La información requerida es de tipo descriptivo porque se hace recolección de datos en un solo momento, el cual presenta un estado de una o más variables, con el objetivo de realizar el trabajo especial de culminación de estudios que se centra en el diseño del plan de negocio que se titula establecimiento de una panadería en la comunidad de Santa Isabel, Somoto, Madriz, 2016-2020.

3.3. Variables principales

Naturaleza del negocio es lo que el negocio muestra que es ante la sociedad por lo cual está conformada por el nombre del negocio, la descripción del negocio, la misión y visión del negocio, objetivos del negocio, las ventajas competitivas, análisis de la industria, la descripción del producto del negocio y calificaciones para entrar al área. (Alcaraz, 2006a)

Plan de Mercado Es un documento en el que se recogen todos los elementos, estrategias, estudios, objetivos, etc., imprescindibles para delimitar y dar forma a esa hoja de ruta que nos hemos planteado como válida para conseguir llegar a nuestra meta. En las pymes y grandes empresas la necesidad de contar con un buen plan de mercado es equiparable al plan de negocio y ambos conforman un total con el presupuesto anual, al menos. (Vela, 2012)

Plan de Producción “El objetivo del Plan de Producción es detallar cómo se van a fabricar los productos que se ha previsto vender. Se trata de conocer los recursos humanos y materiales que habrá que movilizar para llevar adelante la nueva empresa”. (MEGACONSULTING ASESORES, 2007)

Plan Organizacional es la forma en la que se dispone o se asigna el trabajo entre el personal del negocio, para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos; los objetivos planteados en el plan de organización deben estar en concordancia con los objetivos del negocio, en este plan se deben definir los procesos operativos del negocio, describir los puestos, en qué forma se va a captar y desarrollar el personal y la forma de administración de sueldos y salarios. (Alcaraz, 2006b)

Plan financiero es la expresión en cifras de lo que se espera de la empresa, comprende la fijación de los objetivos, el estudio y selección de las estrategias que se usarán para alcanzarlos, la colocación de metas, etc. (Saabedra, 2006)

3.4. Diseño metodológico

El plan de negocio se realizará a través de la alianza RALIEGH Internacional - INPRU Somoto de en la comunidad de Santa Isabel durante la ejecución del proyecto de ICS Emprende, siguiendo las siguientes etapas de trabajo:

Cuadro 1. Diseño metodológico

Etapa I	Observación
Voluntariado con la organización RALEIGH Redacción de protocolo Inscripción del protocolo	Durante el voluntariado se realizó la búsqueda de emprendedores comunitarios se realizaron capacitaciones a los jóvenes, acompañamientos en la elaboración del modelo CANVAS, luego del voluntariado en la comunidad se procedió a la elaboración del protocolo con la idea de negocio que los jóvenes definieron.
Etapa II	
Elaboración del plan de negocio Elaboración de la naturaleza del negocio Investigación de mercado Plan de producción Plan organizacional Análisis ambiental Plan financiero	Con la información que los jóvenes tienen de la idea de negocio a través del modelo CANVAS se le dio seguimiento a transformarlo en un plan de negocio hasta la VAN y la TIR.
Etapa III	
Se redactaran los resultados finales Finalización del trabajo Revisiones del documento final por el docente. Remodelación del trabajo final de acuerdo a las sugerencias del tutor. Presentación del trabajo final.	En esta etapa se tomaran en cuenta las recomendaciones y sugerencia que se brinden a través de las defensas que se realicen.

IV. CONTENIDO DEL PLAN DE NEGOCIO

4.1. Naturaleza de la empresa

4.1.1. Nombre de la empresa

PANADERIA ESTRELLAS GONZALEZ

4.1.2. Logotipo



Figura 2. Logotipo

4.1.3. Lema

100% calidad y sabor

4.1.4. Colores

Blanco	Paz, pureza y limpieza
Dorado	Pan
Rojo	Iluminación

4.1.5. Giro del negocio

La panadería ESTRELLAS GONZALEZ se dedicara a la elaboración y comercialización del producto pan el cual elaborara 1,500 piezas diario, cinco días a la semana con diferentes variedades como: pan simple, pico, empanada y polvorón para venderlos a las pulperías de la comunidad de Santa Isabel.

4.1.6. Análisis FODA

El Presente **Análisis FODA** permitirá tener un diagnóstico de la situación en la que se desarrollara la ejecución del Plan de negocio de la panadería. Así mismo, conocer las condiciones internas y externas en las que se debe trabajar y para las cuales habrá que diseñar estrategias y acciones específicas que posibiliten el posicionamiento que la panadería se proponen.

Cuadro 2. Matriz FODA

OBJETIVO ESTRATEGICO	OPORTUNIDAD	AMENAZA
Posicionar la panadería ESTRELLAS GONZALEZ el nivel lugar de gustos y preferencias de los consumidores de pan en la comunidad de Santa Isabel.	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a financiamiento. • Acceso a materia prima • Apoyo de organizaciones para capacitar al personal del negocio. • Demandad del producto. • En la comunidad no existe una panadería. • Apoyo de organizaciones ONG en financiamientos. • Ambiente adecuado para el negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fenómenos naturales. • Variabilidad en los precios de materia prima y materiales a utilizar.
FORTALEZAS	ESTRATEGIA (FO)	ESTRATEGIA (FA)
<ul style="list-style-type: none"> • Atención personalizada al cliente • Variedad de panes • Producto con altos estándares de calidad • Se cuenta con un horno artesanal 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar la capacitación que brindan las organizaciones para obtener conocimientos de panadero, organización y administración. • Utilizar los recursos de bajo 	<ul style="list-style-type: none"> • Elevar los estándares de calidad del producto para atraer al cliente. • Diversificar la producción de pan. • Utilizar el canal directo en la comercialización del

<ul style="list-style-type: none"> • 2 jóvenes tienen experiencia en elaboración de pan • jóvenes con un gran espíritu emprendedor • Se cuenta con un local para la panadería. 	<p>costo con lo que disponen en la comunidad (medio ambiente, mano de obra).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestionar programas de capacitación de personal para atención al cliente. • prácticas para la elaboración del pan. • Penetración de mercado. 	<p>producto.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Potencializar los recursos que existen en la comunidad. • Realizar una campaña de reforestación en conjunto con la escuela de la comunidad para disminuir a crear conciencia del impacto de cambio climático. • Implementar un programa de capacitación de Buenas Prácticas de manufactura.
DEBILIDADES	ESTRATEGIA (DO)	ESTRATEGIA (DA)
<ul style="list-style-type: none"> • 2 jóvenes del personal no tienen experiencia en la elaboración de pan. • No hay experiencia en la administración de negocio. • Faltas de condiciones adecuadas para instalación de la panadería • El nivel académico de alguno de los jóvenes es bajo. • No se cuenta con suficiente recursos económicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear alianzas con Raleigh e IMPRHU, para obtener el financiamiento y poder comprar los equipos y herramientas de la panadería. • Establecer alianzas con otras panaderías para intercambiar conocimientos. • Desarrollar el mercado. • Desarrollo del producto. • Mejorar la experiencia de mano de obra del personal a través de las capacitaciones que van a dar las organizaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer mecanismo de control de calidad siempre para establecer precios. • Aumentar la participación en el mercado que corresponde a los productos, por medio de un esfuerzo mayor para la comercialización.

4.1.7. Declaración de misión

Somos una empresa dedicada a la producción y comercialización de pan, en sus diferentes variedades, priorizamos la atención al cliente, apoyados con equipos y herramientas artesanales aplicando normas de higiene en la elaboración de sus productos buscando satisfacer los diferentes gustos y preferencia de nuestros clientes.

4.1.8. Declaración de la visión

Ser una empresa líder en panadería en la comunidad Santa Isabel brindando un producto de calidad, con personal especializado en panificación contribuyendo al crecimiento de nuestro negocio con otros negocios que realicen pedidos especiales, garantizando la higiene del producto elaborado mediante conocimiento, trabajo en equipo compromiso, optimización de los recursos efectividad y mejoramiento continuo.

4.1.9. Objetivos del negocio

A corto plazo

- Establecer un negocio dedicado a la elaboración y comercialización de pan en la comunidad de Santa Isabel del municipio de Somoto departamento de Madriz en el año 2016.
- Elaborar los productos con calidad, higiene, distribución con precios de costo accesible para los clientes en el año 2016.

A mediano plazo

- Diversificar la gama de producción, elaborando otras variedades de pan para el año 2018.
- Incrementar la producción de pan en un 4% elaborando 421,824 piezas de pan para el año 2018.

A largo plazo

- Ampliar el mercado, distribuyendo los productos a otras zonas geográficas para el año 2020.

4.1.10. Ventajas competitivas.

- **Calidad e higiene del producto:** trabajar siempre con las normas de higiene para llevar mayor control con la calidad de los productos a ofrecer.
- **Origen de los productos:** El negocio ofertará productos artesanales los cuales son: pan pico, pan simple, pan empanada, y polvorón.
- **Precios Competitivos:** Ofrecer siempre un precio igual o parecido a la competencia para mayor satisfacción de los clientes.
- **Variedad del producto.** Elaborar diferentes variedades de pan según el gusto que el cliente prefiera.
- **Apoyos de organismos:** cuentan con el apoyo de RALEGH, IMPRHU SOMOTO, y la panadería FANNY.
- **Trabajo en equipo:** tienen una buena coordinación y delegación de funciones.

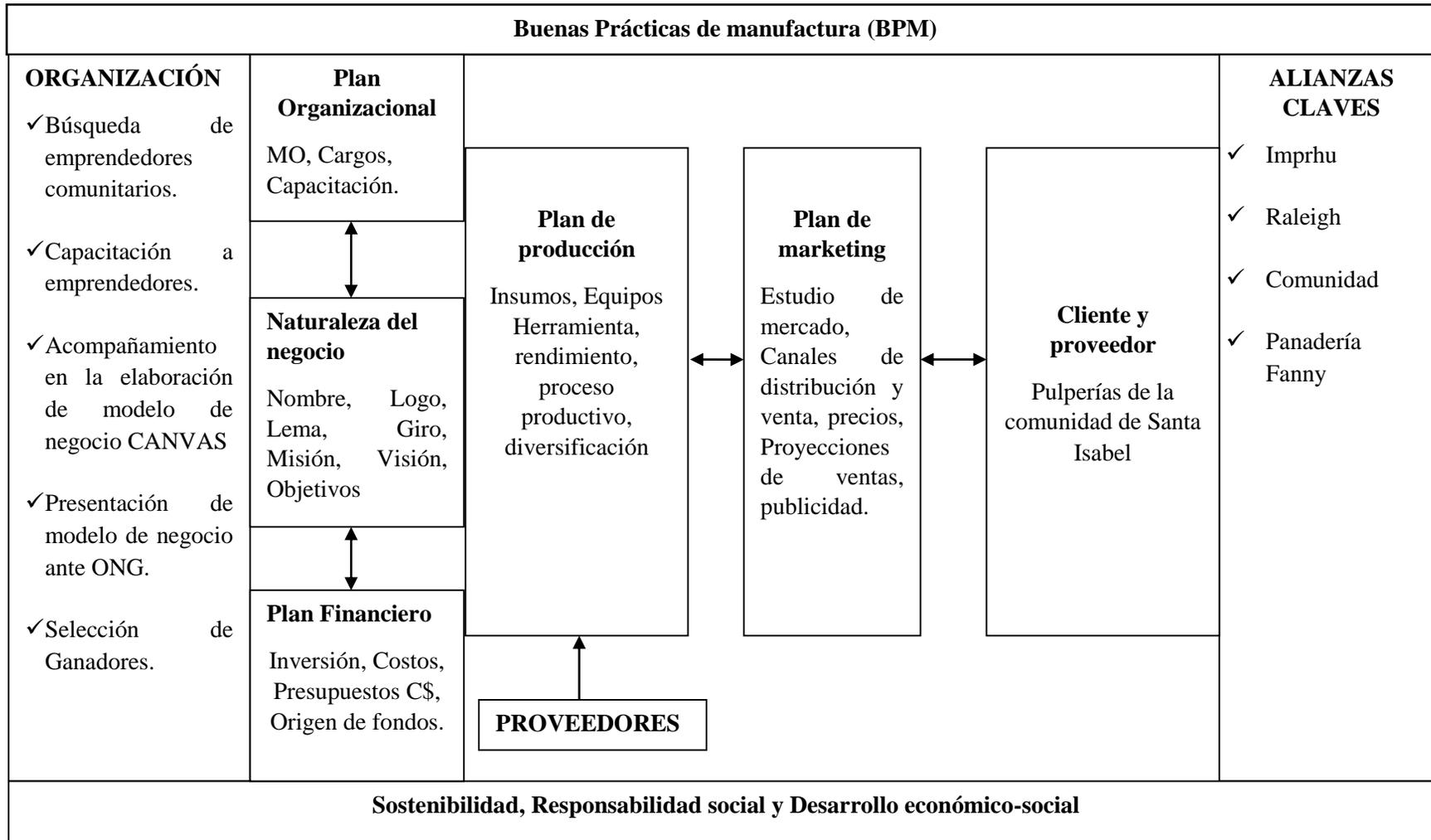
4.1.11. Modelos de negocio

Este es el modelo de negocio CANVAS que realizaron los jóvenes emprendedores de la comunidad de Santa Isabel durante el voluntariado, esta herramienta novedosa muestra los 9 elementos clave para cualquier modelo de negocios.

Cuadro 3. Modelo de negocios CANVAS

Socios claves (2) RALEIGH IMPRHU COMUNIDAD	Actividades claves (4) Producción y comercialización de pan.	Propuesta de valor (3) Diversificación de oferta. Calidad de los productos. Higiene en los productos.	Relación con el cliente (9) Proveedor, comprador	Segmento de clientes (1) Pulperías de la comunidad de santa Isabel.
	Recursos claves (8) materia prima, equipos y horno.		Canales de venta (5) Intermediario (pulperías)	
Estructura de costos (7) Capital de trabajo: C\$25,403.00		Fuentes de ingresos (6) Venta de: pan simple, pico, empanada y polvorón.		

Cuadro 4.Lógica del proceso productivo de la panadería ESTRELLAS GONZALEZ



En el modelo de negocio se describen cada una de las variables del plan, estas se relacionan entre sí, en la naturaleza del negocio se detalla la información del entorno del negocio, en el plan de organización, se describen los cargos para estar mejor organizado, en el plan financiero se detalla el capital que necesitara para los gasto de producción, MDO, equipos y herramientas, además de conocer los proveedores, el plan de marketing refleja el estudio de mercado para conocer la demanda que va a cubrir la panadería, los clientes, los precios competitivos y las proyecciones de venta y producción.

4.2. Plan de Marketing

Desde el aspecto de marketing el negocio es viable debido a la creciente demanda de pan artesanal, pan simple, pico, empanada y polvorón, que presenta la comunidad de Santa Isabel es una oportunidad para que el negocio venda sus productos a un precio que les permita generar ganancia.

4.2.1. Objetivos del plan Marketing

A corto plazo

- Satisfacer un 57.70 % de la demanda de pan de la población de Santa Isabel en el año 2016.
- Distribuir 32,500 bolsas de pan (simple, pico, empanada y polvorón) en las 13 pulperías de la comunidad de Santa Isabel en el año 2016.

A mediano plazo

- Incrementar un 4% en relación del año anterior la oferta de pan en la población de la comunidad de santa Isabel en el año 2017.
- Obtener C\$ 398,623.68 por concepto de ventas de pan (simple, pico, empanada y polvorón) en el año 2018.

A largo plazo

- Aumentar las ventas en un 4% elaborando 456,245 unidades de pan para el año 2020, a través de publicidad, desarrollando el mercado.

4.2.2. Investigación de Mercado

La investigación de mercado es importante porque arroja detalladamente la información que la panadería ESTRELLAS GONZALEZ necesita para determinar la viabilidad del negocio, el precio y los canales de comercialización, puntos de venta, en otra palabras, la Investigación de mercado tiene como propósito medir la percepción, gustos y preferencias de los consumidores, de tal manera que le posibilite al negocio desarrollar una amplia gama de productos.

4.2.2.1. Proceso de Investigación de Mercados

Problema u Oportunidad: Determinar qué % del mercado consumidor de pan de la comunidad de Santa Isabel estaría dispuesto a comprar los productos de la panadería ESTRELLAS GONZALEZ.

4.2.2.2. Objetivo

Medir la percepción de los consumidores de Pan en relación a su disposición de comprar y consumir los productos de la panadería ESTRELLAS GONZALEZ.

4.2.2.3. Necesidades de información

Conocer el porcentaje de personas que compran pan, que variedad, tamaño, sabor, y presentación del mismo, quien distribuye el producto, la frecuencia de compra y consumo. Además de cuanto es el porcentaje de clientes que estarían dispuestos a comprar el producto de la panadería ESTRELLAS GONZALEZ, la cantidad de pan demandado y el precio que estaría dispuesto a pagar.

4.2.2.4. Fuentes de información

La fuente primaria;

La fuente de información primaria está conformada por 13 representantes de las pulperías que prestan los servicios de comercialización de producto a los 2,233 habitantes de la comunidad de Santa Isabel del municipio de Somoto.

4.2.3. Proceso de investigación

4.2.3.1. Instrumentos de la Investigación

Para la recolección de los datos se utilizó como instrumento, una encuesta conteniendo preguntas dicotómicas, de selección múltiple y abierta, que se les realizara a los representantes de las pulperías ubicadas en la comunidad de santa Isabel del municipio de Somoto, ver anexos 25.

4.2.3.2. Definición de la Muestra

Esta muestra es razonada porque que se seleccionaron 13pulperias que será nuestro mercado del total de la población de la comunidad de santa Isabel de tal forma que la muestra se acerque a la medida de la población, el precio del producto es económico para que lo puedan adquirir.

4.2.3.3.Trabajo de Campo

Se aplicó encuesta a los dueños de las pulperías de la comunidad de Santa Isabel.

4.2.3.4.Tabulación

Se analizaron los datos en Excel para obtener los resultados deseados.

4.2.3.5.Resultados y analices de la encuesta

Se diseñaron gráficos y se procedió a realizar el análisis respectivo, teniendo en cuenta las características condiciones y entorno de los encuestados.

4.2.3.6. Análisis de los resultados del estudio de mercado

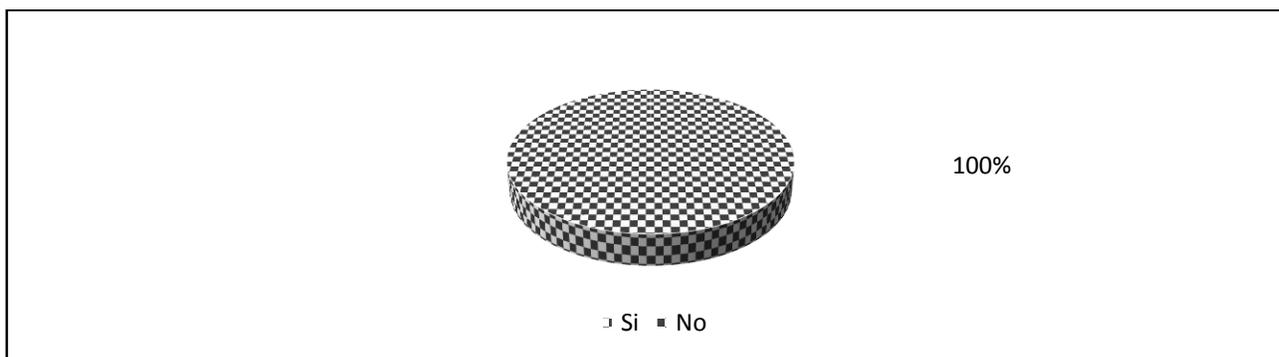


Figura 3. Vende el producto pan.

Los resultados obtenidos de la figura 3 reflejan que el producto de pan es demandado en la comunidad de Santa Isabel ya que el 100% de los encuestados dueños de las pulperías respondieron que si venden el producto de pan.

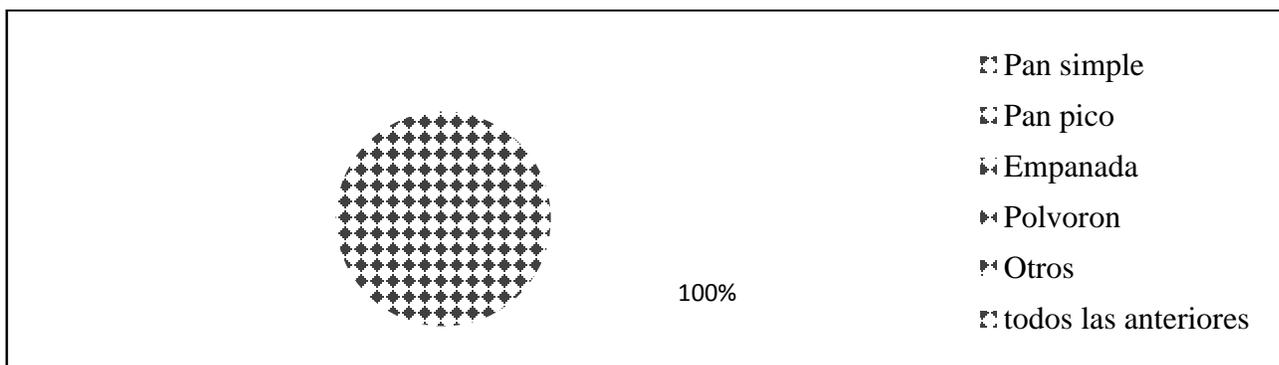


Figura 4. Variedades de pan que ofrecen las pulperías

Los resultados obtenidos por esta grafica 4 indican que las variedades de pan que ofrecen los dueños de las pulperías son: pan pico, pan simple pan empanada, pan polvorón, entre otros, Ya que el 100% de las personas encuestadas dicen comprar pan de estas variedades y otras. Es decir que

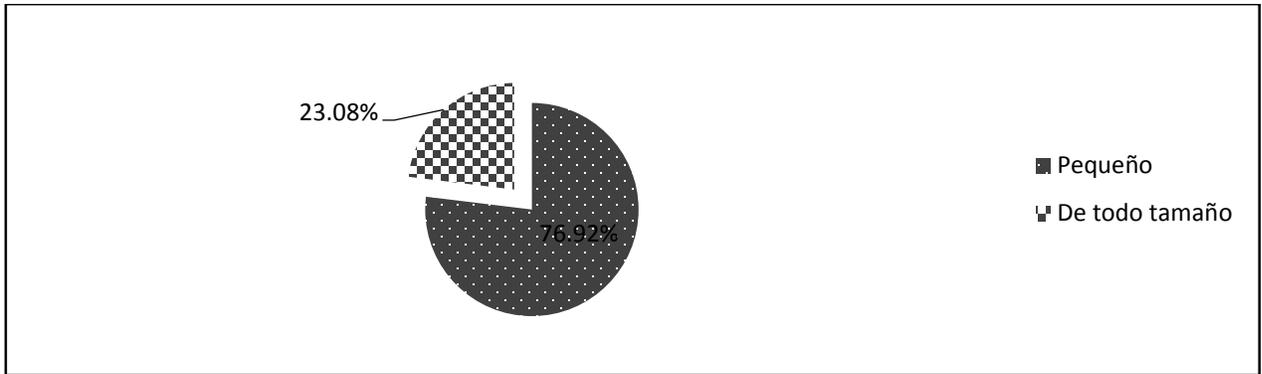


Figura 5. Tamaño del pan que compran las pulperías

En esta grafica se puede apreciar con claridad cuantos dueños de las pulperías prefieren comprar el pan de los diferentes tamaños como: pequeño mediano y grande, se refleja que el 23.08% de los dueños de las pulperías compran el producto de pan de todo tamaño y el 76.92% prefieren comprar el producto de pan en tamaño pequeño.

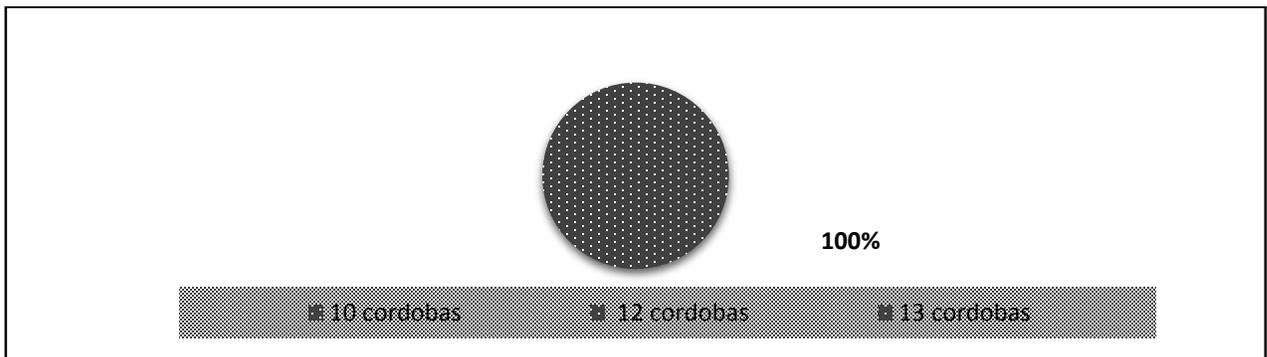


Figura 6. Precios que adquiere la bolsa de pan pequeño

Esta grafica muestra el precios que los dueños de las pulperías adquieren el producto del pan por bolsa de tamaño pequeño, es decir que de los 13 dueños de pulperías encuestadas, el 100% de ellos adquieren un precio de 10 córdoba la bolsa de pan.

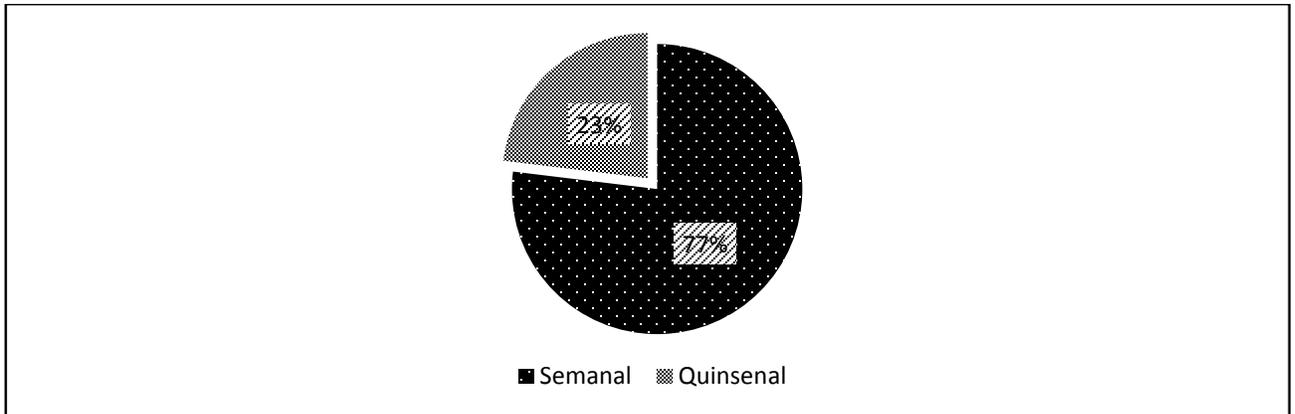


Figura 7. Frecuencia que compra el producto pan

Esta grafica señala que de los 13 dueños de las pulperías encuestados, el 77% de los propietarios de las pulperías compran el producto del pan semanal y el 23% lo compran quincenal.

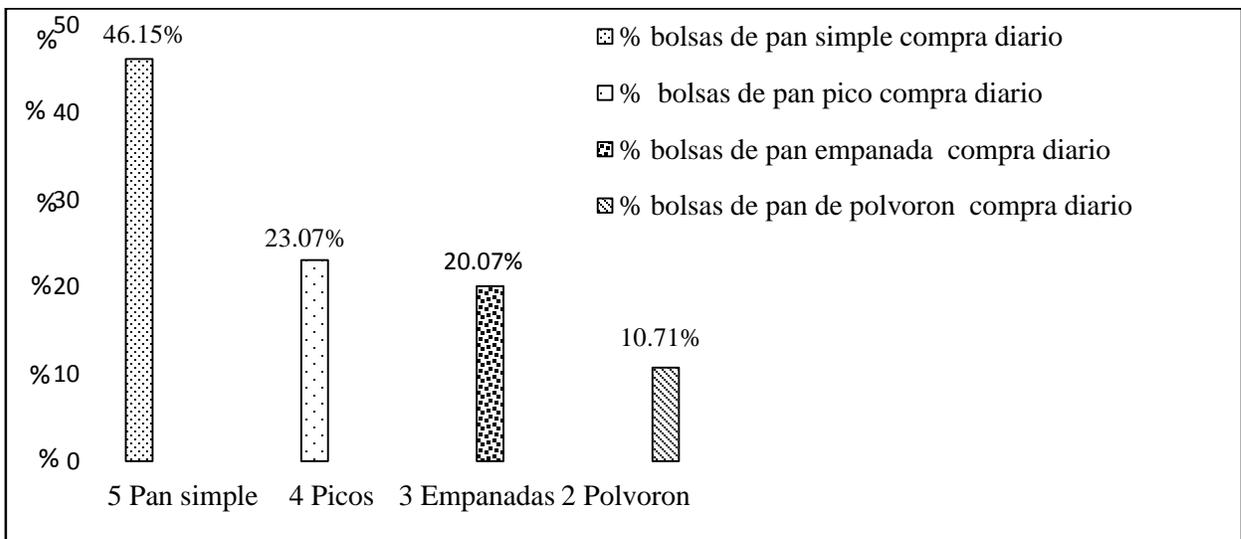


Figura 8. Porcentaje de compra de bolsas por cada tipo de pan

En esta grafica se especifican los porcentajes de compra de bolsas por cada tipo de pan por los dueños de las pulperías,

Como resultados de la gráfica anterior se observa que, el 46.15% representa a la compra de 5 bolsas de pan simple, el 23.07% 4 bolsas de pan pico, el 20.07% 3 bolsas de empanada y el restante del 10.71% 2 bolsas de polvorón. Es decir que el producto de pan más demandado es el pan simple con un porcentaje del 46.15%.

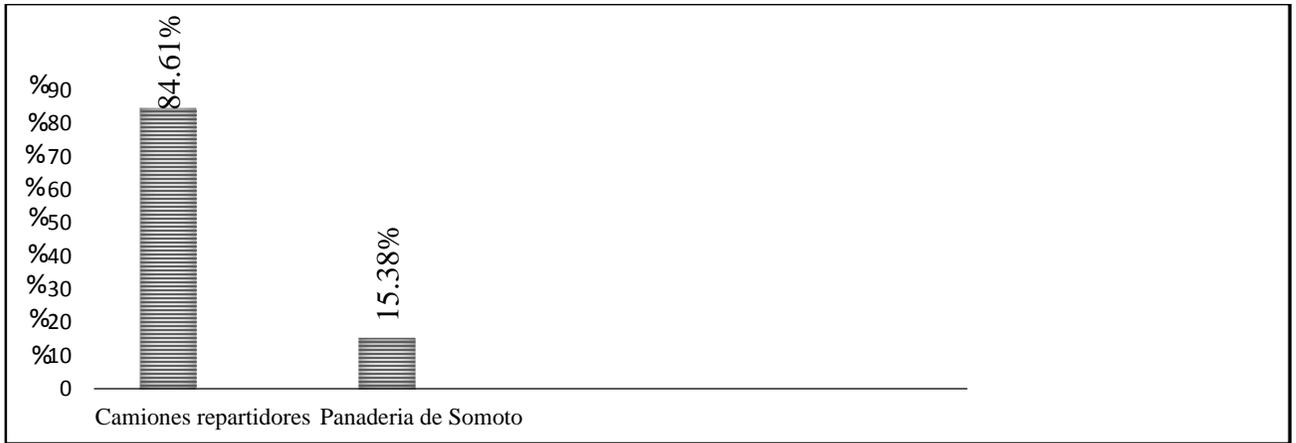


Figura 9. Proveedores de pan a las pulperías.

La figura anterior refleja el tipo de proveedores de pan, que abastecen a las pulperías, siendo el 84.61% de las pulperías abastecidas por camiones repartidores y el 15.38% se abastecen de las panaderías de Somoto.

La tendencia es que las pulperías les compran con mayor frecuencia a los camiones repartidores, porque hacen entrega directa del producto, cumplen con los plazos de entrega y los pulperos se ahorran de viajar hasta la ciudad de Somoto, reduciendo sus gastos de venta.

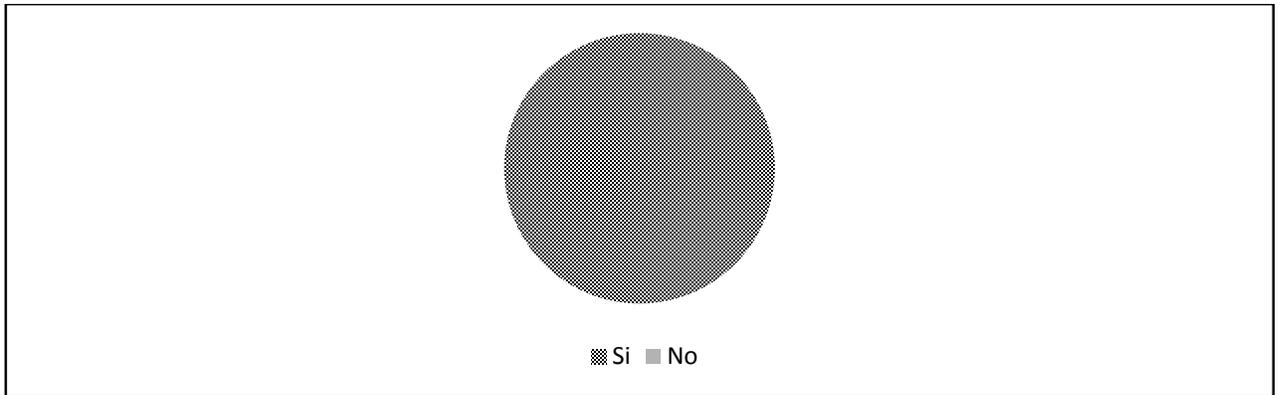


Figura 10. Le gustaría que exista una panadería en la comunidad de santa Isabel

La figura 10 muestra que a los dueños de las pulperías les gustaría que exista una panadería en la comunidad, como se puede observar en la figura el 100% de estas acepta la panadería.

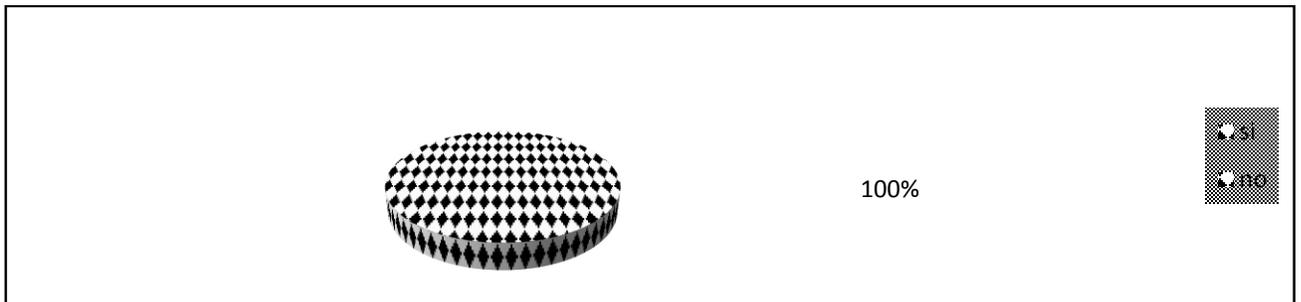


Figura 11. Compraría los productos que la panadería ofrece

En la figura 11 se observa que los dueños de las pulperías están dispuestos a comprar los productos que ofrece la panadería ESTRELLAS GONZALEZ.

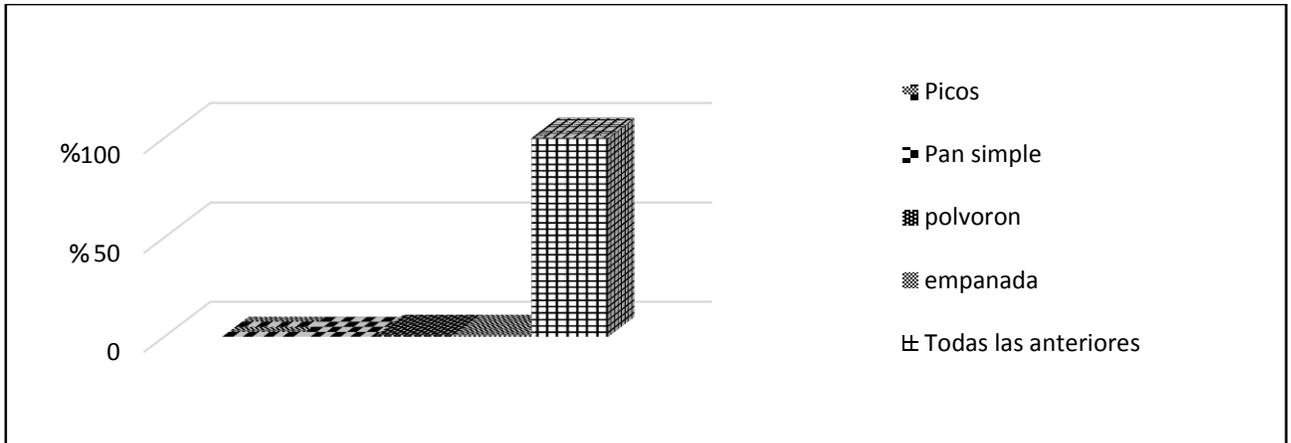


Figura 12. Variedades de pan que le gustaría comprar

En la figura 12 se muestran resultados que se obtuvieron a través de la encuesta realizada a dueños de pulperías, sobre la variedad de pan que estarían dispuesto a comprar; el 100% de estos, estarían dispuestos a comprar todas las variedades de pan que ofrecerá la panadería. Es decir que los productos son demandados por las pulperías.

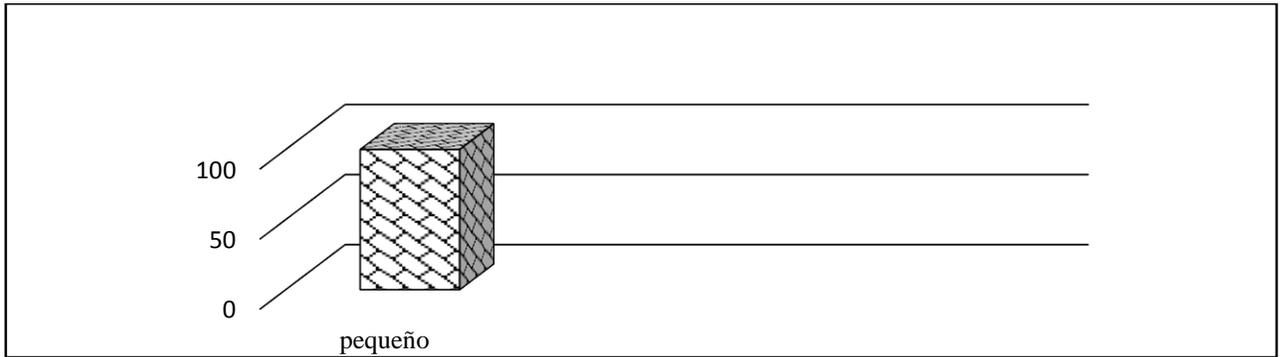


Figura 13. Tamaño de pan que comprarían las pulperías.

La figura 13 refleja detalles de los resultados, sobre el tamaño del pan que les gustaría comprar a los dueños de las pulperías, como respuesta de esto se obtuvo que el 100% de los encuestados prefieren comprar el pan de tamaño pequeño, entre mediano y grande, ya que su precio es más accesible para los consumidores.

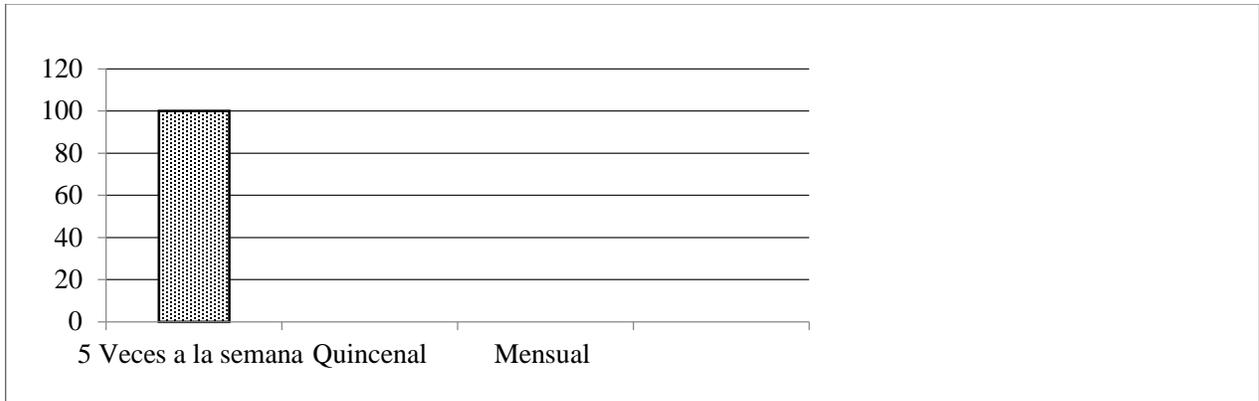


Figura 14. Frecuencia de compra de las variedades de pan

La figura 14 muestra información sobre la frecuencia que a los dueños de las pulperías les gustaría comprar las diferentes variedades de pan (simple, pico, empanada y polvorón) que ofrecerá la panadería, como resultado de esto, el 100% de los encuestados indicaron que les gustaría comprar el pan 5 veces a la semana es decir de lunes a viernes, todas las variedades de pan que ofrece la panadería.

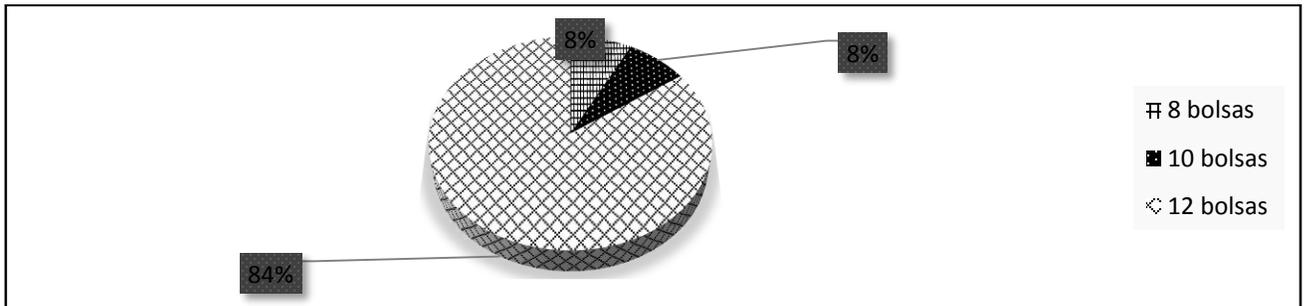


Figura 15. Cantidad de bolsas de pan que estaría dispuesto a comprar diario

Con respecto a la figura anterior se observa la cantidades de bolsas de pan que los dueños de las pulperías estarían dispuesto a comprar diario, como resultado se obtuvo que el 84% de los encuestados prefieren comprar 12 bolsas de pan cada día, un 8% comprarían 10 bolsas y otro 8% están dispuesto a comprar 8 bolsas de pan, esto permite conocer cuánto será la producción de pan que la panadería cubrirá en la comunidad.

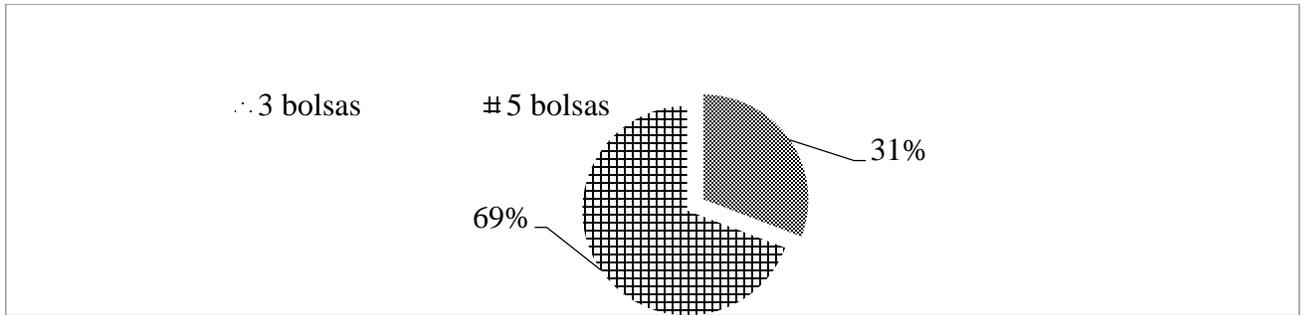


Figura 16. Cantidad de bolsas de pan simple que estaría dispuesto a comprar a la panadería

En la figura anterior se puede observar que el 69% de los dueños de las pulperías encuestadas prefieren comprar 5 bolsas de pan simple y el 31% 3 bolsas diario, esto demuestra que el pan simple lo consume la mayoría de la población y que existe una demanda creciente en este producto.

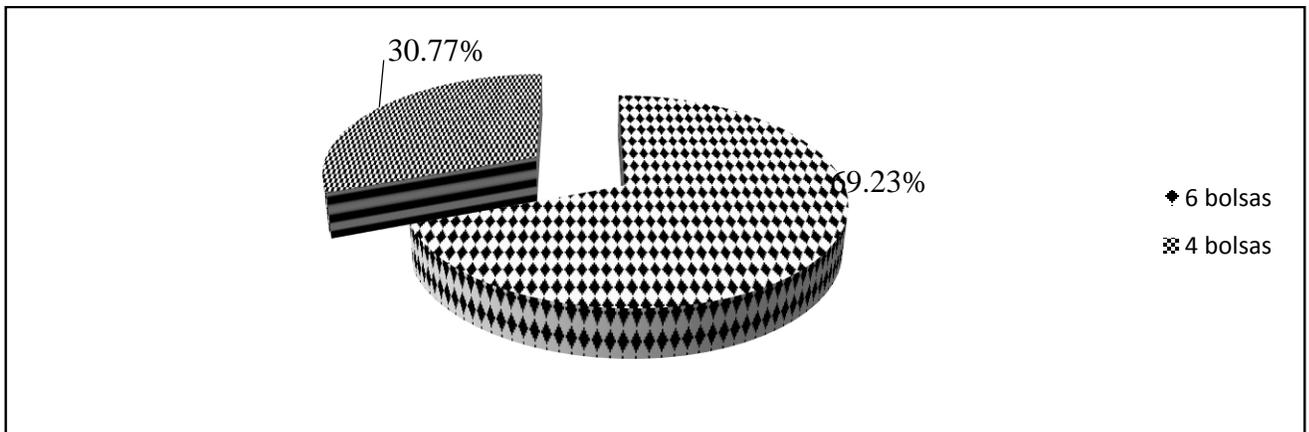


Figura 17. Cantidad de bolsas de pan pico que estaría dispuesto a comprar a la panadería

La figura 17 presenta los resultados de la cantidad de pan pico que los dueños de las pulperías estarían dispuestos a comprar a la panadería, como respuesta se determinó que el 69.23 de los propietarios de las pulperías, comprarían 6 bolsas de pan pico cada día y el 30.77% 4 bolsas, es decir que de cada 13 pulperías el 70% compran 6 bolsas de pico.

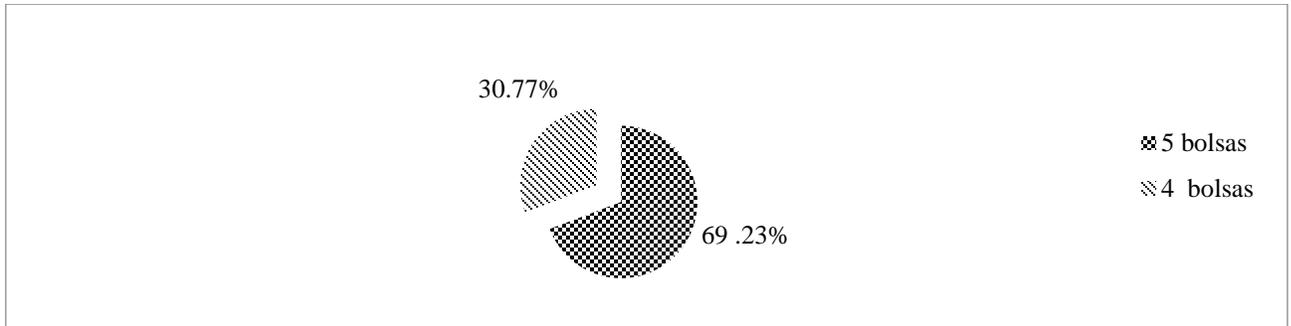


Figura 18.Cantidad de bolsas de pan empanada que estaría dispuesto a comprar a la panadería

La figura 18 se reflejan resultados, sobre la cantidad de bolsas de pan empanada que los dueños de las pulperías estarían dispuesto a comprar a la panadería, el 69.23 prefieren comprar 5 bolsas de pan diario y el 30.77% comprarían 4 bolsas, es decir que el mayor porcentaje de las pulperías están dispuesta a comprar 5 bolsas de pan diario.

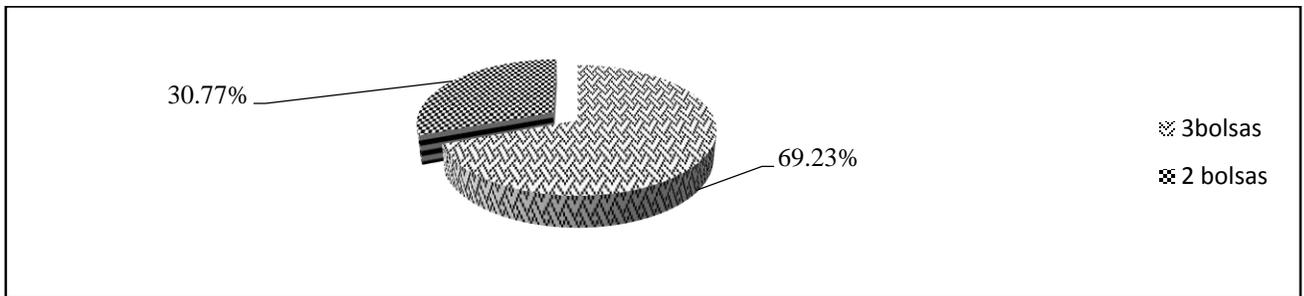


Figura 19.Cantidad de bolsas de pan polvorón que estaría dispuesto a comprar a la panadería

La figura 19 refleja los resultados, sobre la cantidad de bolsas de pan polvorón que los dueños de las pulperías estarían dispuestos a comprar a la panadería, el 69.23% de los elementos muestrales respondieron que compraría 3 bolsas y el 30.77% comprarían 2 bolsas.

4.2.3.7.Conclusiones del estudio realizado

Los resultados obtenidos a través de las encuestas, la mayoría de los dueños de las pulperías comprarían las diferentes variedades de pan (simple, pico, empanada y polvorón) que ofrecerá la panadería Estrellas González. Cada pulpería, según sus representantes, estaría dispuesta a comprar aproximadamente 10 bolsas de pan al día. Los productores proyectan la elaboración de pan 5 veces a la semana cubriendo un 57.70% de la demanda potencial de la comunidad.

El producto pan de tamaño pequeño, es el de mayor demanda por su bajo precio al consumidor.

4.2.4. Estrategias de mercado.

4.2.4.1.Descripción de los productos

Cuadro 5.Pan Pico

Nombre del producto.	Pan Simple
Utilización.	Consumo Humano
Materiales con los que está elaborado.	Harina, Levadura, azúcar, manteca, huevo.
Características físicas (peso, color, tamaño, olor sabor etc).	Color Dorado, forma cilíndrica.
Empaque. Etiqueta, Embalaje	Bolsas plásticas transparente,
Tiempo de duración	8 días
Ventajas y beneficios.	Que es un pan elaborado con higiene, calidad, presentación, distribución accesibles, con un precio de costo accesible para los clientes.
Desventajas y perjuicios que pueda causar	Impacto negativo al medio ambiente por el uso de leña para el horno, la panadería está establecida en un lugar alejado del casco urbano.
Observaciones	Serán elaborados con mucha higiene, calidad y precios accesibles.

Cuadro 6.pan simple

Nombre del producto.	Pan Pico
Utilización.	Consumo Humano
Materiales con los que está elaborado.	Harina, Levadura, azúcar, canela, agua, queso, manteca, huevo.
Características físicas (peso, color, tamaño, olor sabor etc.)	Color Dorado, Forma Triangular y sabor Dulce
Empaque. Etiqueta, Embalaje	Bolsas plásticas transparente,.
Tiempo de duración	8 días
Ventajas y beneficios.	Que es un pan elaborado con higiene, calidad, presentación, distribución accesibles, con un precio de costo accesible para los clientes.
Desventajas y perjuicios que pueda causar	Impacto negativo al medio ambiente por el uso de leña para el horno, la panadería está establecida en un lugar alejado del casco urbano.
Observaciones	Serán elaborados con mucha higiene, calidad y precios accesibles.

Cuadro 7. Pan Empanada

Nombre del producto.	Pan Empanada
Utilización.	Consumo Humano
Materiales con los que está elaborado.	Harina, azúcar, canela, manteca, levadura, huevo.
Características físicas (peso, color, tamaño, olor sabor etc.)	Color Dorada y sabor Dulce y forma ovalada a media
Empaque. Etiqueta, Embalaje	Bolsas plásticas transparente,
Tiempo de duración	8 días
Ventajas y beneficios.	Que es un pan elaborado con higiene, calidad, presentación, distribución accesibles, con un precio de costo accesible para los clientes.
Desventajas y perjuicios que pueda causar	Impacto negativo al medio ambiente por el uso de leña para el horno, la panadería está establecida en un lugar alejado del casco urbano.
Observaciones	Serán elaborados con mucha higiene, calidad y precios accesibles.

Cuadro 8. Pan Polvorón

Nombre del producto.	Pan Polvorón
Utilización.	Consumo Humano
Materiales con los que está elaborado.	Harina, Levadura, azúcar, manteca, huevo, dulce.
Características físicas (peso, color, tamaño, olor sabor etc.)	Color café oscuro, Forma redondo y sabor dulce
Empaque. Etiqueta, Embalaje	Bolsas plásticas transparente,
Tiempo de duración	5 días
Ventajas y beneficios.	Que es un pan elaborado con higiene, calidad, presentación, distribución accesibles, con un precio de costo accesible para los clientes.
Desventajas y perjuicios que pueda causar	Impacto negativo al medio ambiente por el uso de leña para el horno, la panadería está establecida en un lugar alejado del casco urbano.
Observaciones	Serán elaborados con mucha higiene, calidad y precios accesibles.

4.2.4.2. Políticas de precio.

- **Precio de penetración de mercado.** La panadería ESTRELLAS GONZALEZ iniciara su penetración de mercado ofreciendo sus productos a un precio igual al de la competencia.

La fijación de precio para el producto que ofrecerá la panadería se regirá por el tipo de política de precio que establecerá los dueños de la panadería al precio competitivo el cual está fijado a 10 córdobas por bolsa de pan.

4.2.5. Competencia

En la comunidad de santa Isabel no existe competencia porque no hay panaderías, pero fuera de la comunidad sí, estas serían, las panaderías de Somoto que distribuyen sus productos a las pulperías de la comunidad.

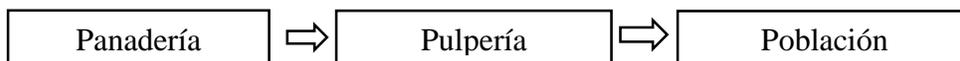
Cuadro 9. Análisis de competidores

Competidor	Ubicación	Principales Ventajas	Principales Desventajas
Panadería Luis Zeledón	frente al parque – Somoto	Que cuenta con clientes fijos, tiene 8 años de experiencia en el mercado.	Carece de sabor, no es demandado.
Panadería Fanny	Frente al pali-Somoto	5 años de estar posicionado en el mercado, tiene trabajadores capacitados cuenta con buena infra estructura, cuenta con vehículo propio para la distribución. Además ofrece repostería.	Los precios son muy altos. La distancia para la distribución. El tiempo de entrega.

En el cuadro 9 presenta algunos datos de las panaderías competidoras ubicadas en el municipio de Somoto. La panadería competirá con base a calidad, precios competitivos, sabor y tiempo de entrega.

4.2.6. Canal de comercialización

El canal de comercialización que la panadería ESTRELLAS GONZALEZ utilizara el nivel uno, en este caso, el producto será dirigido a los intermediario que serán las pulperías y estas lo distribuirán a los consumidores finales, que será la población de la comunidad de Santa Isabel



Cuadro 10. Canal de comercialización

Preguntas	Respuestas
¿Qué medios de comercialización (canales de distribución) utilizará para la venta de su producto? (venta directa al consumidor final, intermediarios, mayoristas, minoristas, punto de venta propio, etc.)	Del productor y del intermediario al consumidor,
¿Qué medios de transporte se utilizará para la distribución de su producto?	Bicicleta.

4.2.7. Plan de publicidad del negocio

La publicidad más efectiva será la que realizaran los clientes que se sentirán satisfechos con la calidad de la atención personalizada que recibirán de los colaboradores del negocio y la que transmitirá a otros nuevos clientes, pero además de esta también se ubicara una manta, el personal utilizara camiseta y gorras con el nombre de la panadería.

Cuadro 11. Plan de publicidad

Medio de comunicación	Horario de presentación	No. de veces	Costo	Observación
Manta	Todo el tiempo	Diario	C\$ 600.00	Contendrá el nombre del negocio, las variedades de pan, numero de celular y ubicación del negocio.
Gorras y camisetas al personal	Diario	Diario	C\$ 480.00	Un medio de publicidad para dar a conocer el negocio de la panadería.

4.2.8. Proyecciones de demanda

4.2.8.1. Proyecciones de demanda Actual o real diaria de pan de las pulperías de la comunidad de Santa Isabel

Cuadro 12. Proyecciones de la demanda actual

Demanda Actual o Real			
Producto	Cantidad/ bolsas	Pulperías	Total /bolsas
Pan simple	3	13	39
Pan pico	5	13	65
Pan empanada	4	13	52
Pan polvorón	3	13	39
Total	15		195

El cuadro 12 presenta información de la demanda actual diaria de bolsas de pan que las pulperías ofrecen a diario.

4.2.8.2. Proyecciones de demanda Actual anual de pan de las pulperías de la comunidad de Santa Isabel

Cuadro 13. Proyecciones de la demanda actual

Producto	Bolsas por día	Semana	Anual	Total
pan simple	39	5	52	10,140
pan pico	78	5	52	20,280
pan empanada	52	5	52	13,520
pan polvorón	26	5	52	6,760
Total	195	5	52	50,700

El cuadro 13 presenta información de la demanda actual de pan de las pulperías.

4.2.8.3. Proyecciones de la demanda potencial de pan de las pulperías de la comunidad para la panadería ESTRELLAS GONZALEZ

Cuadro 14. Proyecciones de la demanda potencial

Producto	Bolsas de pan/ día	Días/semana	Semanas/anual	total
Pan simple	61	5	52	15,860
pan pico	68	5	52	17,680
pan empanada	55	5	52	14,300
pan polvorón	35	5	52	9,100
Total	219	5	52	56,940

El cuadro 14 presenta información de la demanda potencial anual que la panadería ESTRELLAS GONZALEZ va a cubrir en cantidades de pan.

4.2.9. Cobertura de la demanda que cubre la panadería ESTRELLAS GONZALEZ

Cuadro 15. Porcentaje de la demanda cubierta

Demanda Actual de pan de las pulperías		Demanda Potencial de pan de las pulperías		Producción del negocio en bolsas de pan		%cobertura de la demanda de pan de la panadera	
Producto	Cantidad	Producto	Cantidad	Producto	Cantidad	Producto	%
Pan simple	10,140	Pan simple	15,860	Pan simple	7,800	Pan simple	49.18
Pan pico	20,280	Pan pico	17,680	Pan pico	9,100	Pan pico	51.47
Pan empanda	13,520	Pan empanda	14,300	Pan empanda	7,800	Pan empanda	54.54
Pan polvorón	6,760	Pan polvorón	9,100	Pan polvorón	7,800	Pan polvorón	85.71
Total	50,700	Total	56,940	Total	32,500	Total	57.70

El cuadro 15 presenta información del porcentaje de pan que la panadería ESTRELLAS GONZALEZ va a cubrir a la población de la comunidad de Santa Isabel.

4.2.10. Proyecciones de venta

Cuadro 16. Proyecciones de venta

Producto	Producción diaria	Días de trabajo a la semana	Semanas a trabajar en el año	Producción anual
Pan simple	360 Unid	5 días	52 Semanas	93,600 U
Pico	420 Unid	5 días	52 Semanas	109,200 U
Empanada	360 Unid	5 días	52 Semanas	93,600 U
Polvorón	360 Unid	5 días	52 Semanas	93,600 U
Total	1500 Unid	5 días	52 Semanas	390,000 U

En el cuadro 16 se describen la unidades de pan a elaborar diario y anual correspondiente al año I.

Cuadro 17. Proyecciones de venta a cinco años

Producto pan	Proyecciones de venta por unidad físicas de pan				
	Año 1	Año 2	Año 3	año 4	año 5
simple	93,600	97,344	101,238	105,287	109,498
pico	109,200	113,568	118,111	122,835	127,749
empanada	93,600	97,344	101,238	105,287	109,499
polvorón	93,600	97,344	101,238	105,287	109,499
sub total/unidad	390,000	405,600	421,824	438,697	456,245
unid/bolsas	12	12	12	12	12
sub total/ bolsas	32,500	33,800	35,152	36,558	38,020
precio/bolsa C\$	10	10.65	11.34	12.08	12.87
Total C\$	325,000.00	359,970.00	398,623.68	441,621.61	489,322.29

Para calcular las proyecciones de venta se tomó en cuenta el porcentaje de 4% según el incremento de la población de la comunidad de santa Isabel.

Cuadro 18. Proyecciones de ingreso por venta en unidades monetarias

Concepto	Años				
	1	2	3	4	5
pan simple	78,000.00	86,393.00	95,670.00	105,989.19	117,437.12
pan pico	91,000.00	100,791.60	111,608.28	123,654.05	137,010.32
pan empanada	78,000.00	86,392.80	95,669.68	105,989.19	117,437.42
pan polvorón	78,000.00	86,392.80	95,669.68	105,989.19	117,437.42
Total	325,000.00	359,970.00	398,617.00	441,621.61	489,322.29

El volumen de ventas aumentaran en un 4% según el incremento de la población en la comunidad de Santa Isabel y los precios se incrementaran en un 6.50% según la inflación. En los Anexos 1; 2; 3; 4; se presentan las proyecciones de ventas década uno de los 4 tipos de panes que producirá y comercializara la panadería ESTRELLAS GONZALEZ.

Conclusiones del plan de marketing

El plan de marketing, muestra que el establecimiento de la panadería, es viable desde el punto de vista comercial debido a que existe una demanda insatisfecha con intención de compra de pan del 100% de la demanda total de pulperías de la comunidad de Santa Isabel, además que las pulperías están dispuestas a comprar todas las variedades pan que ofrecerá la panadería a un precio establecido de 10 cordobas por bolsa en tamaño pequeño.

4.3. Plan de Producción

4.3.1. Objetivo

A corto plazo.

- Producir 32,500 bolsas de pan (simple, pico, empanada, polvorón) en el primer año.
- Trabajar con infraestructura y tecnología adecuada para el 2016.

A mediano plazo

- Producir 405,600 unidades de pan (simple, pico, empanada, polvorón) anual, invirtiendo más, para mejorar infraestructura, los equipos de trabajo y diversificando los productos.

A largo plazo

- Producir 456,245 piezas de pan anual en año 2020, incrementando la producción a través del desarrollo del producto, realizando ferias campesinas degustaciones en la comunidad para dar a conocer nuevos productos.

4.3.2. Proceso de producción.

4.3.2.1. Determine los tiempos requeridos para desarrollar cada actividad.

Harina

- Se mide la harina. 5 minutos
- Se le agregan los productos hasta que de punto. 5 minutos
- Lavar las cazuelas y mesón tiempo 30 minutos
- Elaboración 2 hora

4.3.2.2. Procesamientos para la elaboración del producto

- Limpieza de equipos, establecimiento y el horno así como todos los utensilios. 45 minutos
- Pesar y medir todo los ingredientes harina, levadura, azúcar agua. 20 minutos
- Incorporar, azúcar, margarina otros. 5 minutos
- Elaboración del pan ya preparado se deja fermentar 30 min.
- Meter las cazuelejas de pan al horno 5 minuto
- Deja coser el pan en el horno
- Sacar el pan del horno 5 minutos
- Dejar que el pan se enfríe 10 minutos
- Empacar el producto 30 minutos

4.3.3. Flujograma de Procesos para la elaboración de pan

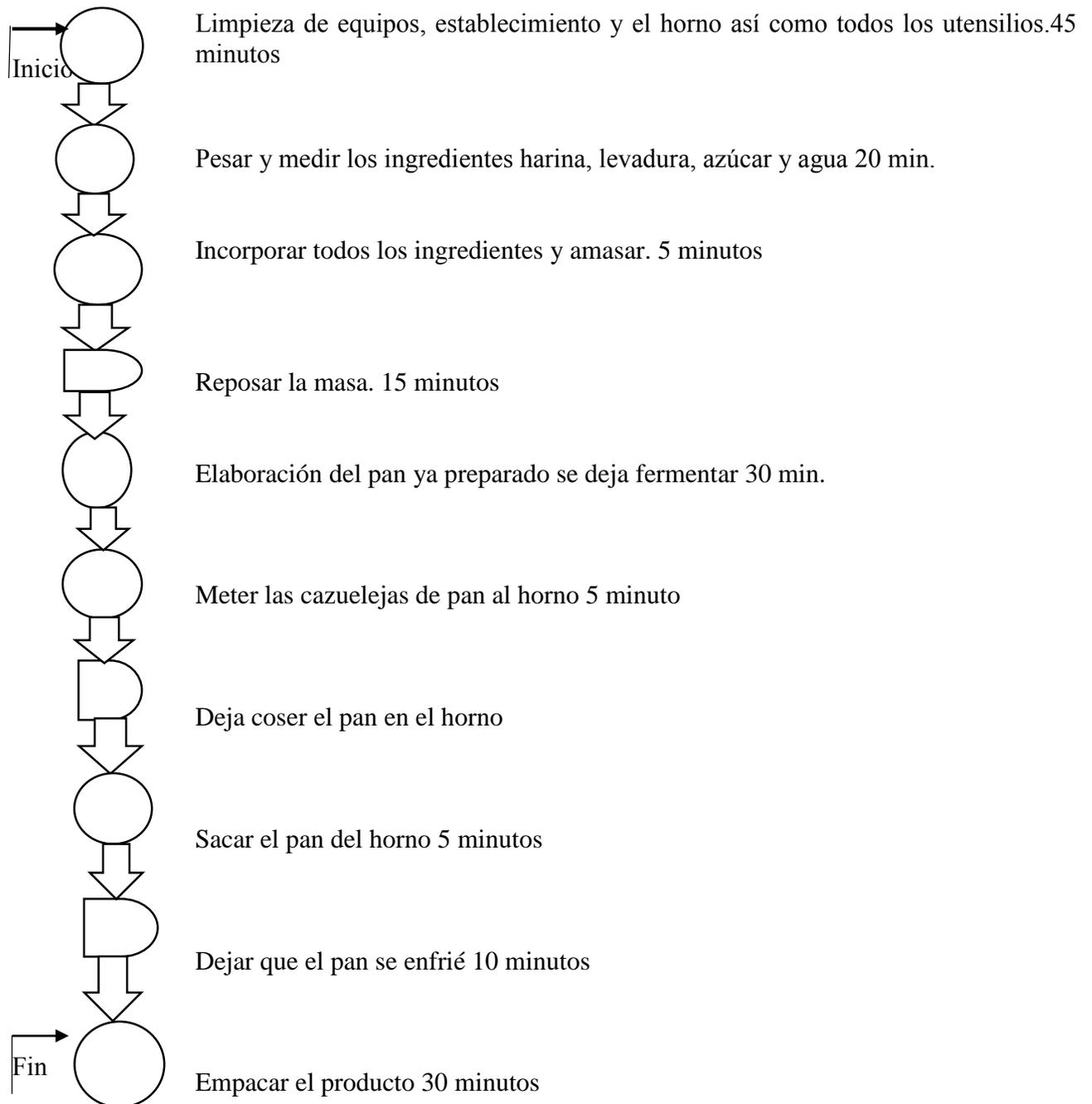


Figura 20. flujograma de procedimiento

4.3.4. Maquinaria y Equipos

Cuadro 19. Enseres y muebles del negocio

Nº	Descripción	Cantidad
1	Horno artesanal	1
2	Pala de Madera	1
3	Bandejas de aluminio	15
4	Mesa de acero inoxidable	1
5	Panas grandes de plástico	2
6	baldes de plástico	2
7	Panas pequeñas	2
8	Cuchara de medida	6
9	Cuchillos	2
13	Manteles	2
14	Canasta	1
15	Taza de medidas	3

El cuadro 19 muestra detalles de los enseres y muebles de trabajo que se utilizaran en la panadería.

Cuadro 20. Programación de producción semanal

Productos	Días de la Semana a Trabajar				
	L	M	M	J	V
Pan simple	X	X	X	X	X
Pico	X	X	X	X	X
Empanada	X	X	X	X	X
Polvorón	X	X	X	X	X

El cuadro 20 refleja los días y la variedad de pan que se elaborara a la semana.

Cuadro 21. Equipo de trabajo

Nº	Descripción	Cantidad
1	Estantes de madera	1
2	Balanza de pesa de materia prima	1

En el cuadro 21 se presenta el listado de equipo de trabajo que utilizara la panadería.

Cuadro 22. Mobiliario y equipo de trabajo

N°	Descripción	Cantidad
1	Mesa con gaveta de madera	1
2	Silla de madera	2
3	Libreta o libro diario	1
4	Lápiz cero	1

En el cuadro 22 se presentan detalles de los mobiliarios o equipos de oficina que utilizara la panadería.

Cuadro 23. Equipo de protección y seguridad

N°	Descripción	Cantidad
1	Gabacha	4
2	Gorro	4

En el cuadro 23 se presenta el listado del equipo de protección que utilizara el personal de la panadería.

Cuadro 24. Equipo de reparto

N°	Descripción	Cantidad
1	Bicicleta	1

En el cuadro 24 se muestra detalles del equipo de reparto, que se utilizara como medio de transporte para distribuir el producto en las pulperías.

Cuadro 25. Remodelación de Infraestructura

N°	Descripción	U/M	Cantidad
1	Cemento holcin	Bolsas	15
2	Arena	Metro	3
3	Zinc	Unidad	20
4	Alfajillas	Docenas	1
5	Clavos	Libra	3

El cuadro 25 presenta el listado de los materiales que se utilizaran para la remodelación de techo y embaldosado del local de la panadería.

4.3.5. Remodelación de infraestructura

Cuadro 26. Área de remodelación de taller de la panadería

Nº	Descripción	Dimensiones	Área	Materiales Requeridos
1	Bodega de Almacenes de Materia Prima	04.10 M de ancho x 04.10 M de largo	16.81 M.2	Arenas, Cemento, zinc, alfajillas, clavos.
2	Área de procesamiento del pan	04.10 M de ancho x 04.10 M de largo	16.81 M.2	Arenas, Cemento, clavos, piedra zinc, alfajillas.
03	Área de Hornear pan	04.10 M de ancho x 04.10 M de largo	16.81 M.2	Arenas, Cemento, clavos, zinc, alfajillas.
04	Mano de obra			C\$ 600.00

El cuadro 26 muestra los requerimientos para remodelación en el área de la panadería, se realizara embaldosado y techo en el área que estará ubicada la panadería.

4.3.6. Proveedores

Cuadro 27. Estudio de los proveedores de la materia prima

Materia Prima	Proveedor	Plazo de entrega	U /M	Precio C\$	Plazo pago	Disponibilidad
Harina	Distribuidora Henry padilla ubicada en la ciudad de Somoto.	Inmediata	Qq	750.00	inmediato	Existencia suficiente
	Distribuidora Sandoval ubicada en Somoto	Inmediata	Qq	750.00	Inmediato	Existencia suficiente
	AGRICORP distribuidora de harina rusa	Inmediata	Qq	750.00	Inmediata	Existencia
Azúcar	Distribuidora Henry padilla de Somoto.	Inmediata	Qq	800.00	inmediato	Existencia suficiente
	Distribuidora Sandoval ubicada en Somoto	Inmediata	Qq	800.00	Inmediato	Existencia suficiente
	MONTE ROSA Distribuidora de azúcar en Somoto.	Inmediata	Qq	800.00	Inmediato	Existencia insuficiente
Manteca	Distribuidora Henry padilla de Somoto.	Inmediata	Caja	340.00	inmediato	Existencia suficiente
	Distribuidora Sandoval ubicada en Somoto	Inmediata	Caja	340.00	Inmediato	Existencia suficiente
	Clover distribuidora de manteca en Somoto.	Inmediata	Caja	340.00	inmediato	Existencia suficiente

Estudio de los proveedores de la materia prima (continuación)

Materia Prima	Proveedor	Plazo de entrega	U /M	Precio C\$	Plazo pago	Disponibilidad
Levadura	Distribuidora Henry padilla de Somoto.	Inmediata	Lb	11.00	inmediata	Existencia suficiente
	Fleshman distribuidor de harina	inmediata	Lb	11.00	inmediata	Existencia suficiente
	Distribuidora Sandoval ubicada en Somoto	Inmediata	Lb	11.00	Inmediato	Existencia suficiente
Queso	Distribuidora Henry padilla ubicada en Somoto.	Inmediata	Lb.	45.00	inmediata	Existencia suficiente
	Distribuidora Sandoval ubicada en Somoto	Inmediata	Lb	45.00	Inmediato	Existencia suficiente
Huevos	Distribuidora Henry padilla de Somoto.	Inmediata	Unidad	3.00	inmediata	Existencia suficiente
	Distribuidora Sandoval ubicada en Somoto	Inmediata	Unidad	3.00	Inmediato	Existencia suficiente
	Huevos ESTRELLAS distribuidor de huevos en Somoto	Inmediata	Unidad	3.00	Inmediato	Existencia suficiente
	Luis Gonzales habitante del sector 3 la comunidad de santa Isabel.	Inmediata	Unidad	3.00	Inmediato	Existencia suficiente
Leña	Néstor Gutiérrez, productores de la comunidad de santa Isabel	Inmediata	Raja o unidad	4	Inmediata	Existencia suficiente
Sal	Distribuidora Henry padilla de Somoto	inmediata	@	75	inmediata	Existencia suficiente
	Distribuidora Sandoval ubicada en Somoto	inmediata	@	75	inmediata	Existencia suficiente
	Paramar distribuidor de sal	inmediata	@	75	inmediata	Existencia suficiente

Cuadro 28. Proyecciones de producción

Producto	Proyecciones de producción por unidades pan anual				
	Año 1	Año 2	Año 3	año 4	año 5
Pan Simple	93,600	97,344	101,238	105,287	109,498
Pan Pico	109,200	113,568	118,111	122,835	127,749
Pan Empanada	93,600	97,344	101,238	105,287	109,499
Pan Polvorón	93,600	97,344	101,238	105,287	109,499
Total/unidad	390,000	405,600	421,824	438,697	456,245
Unid/bolsas	12	12	12	12	12
Total/bolsas	32,500	33,800	35,152	36,558	38,020

El cuadro 28 presenta las proyecciones de producción de los 5 años, en el primer año se producirán 390,000 piezas de pan equivalentes a 32,500 bolsas, para los restantes años se considera un incremento del 4%, de acuerdo al incremento de la población de la comunidad, según la alcaldía del municipio de Somoto.

4.3.7. Diseño de la planta

Diseño de la planta

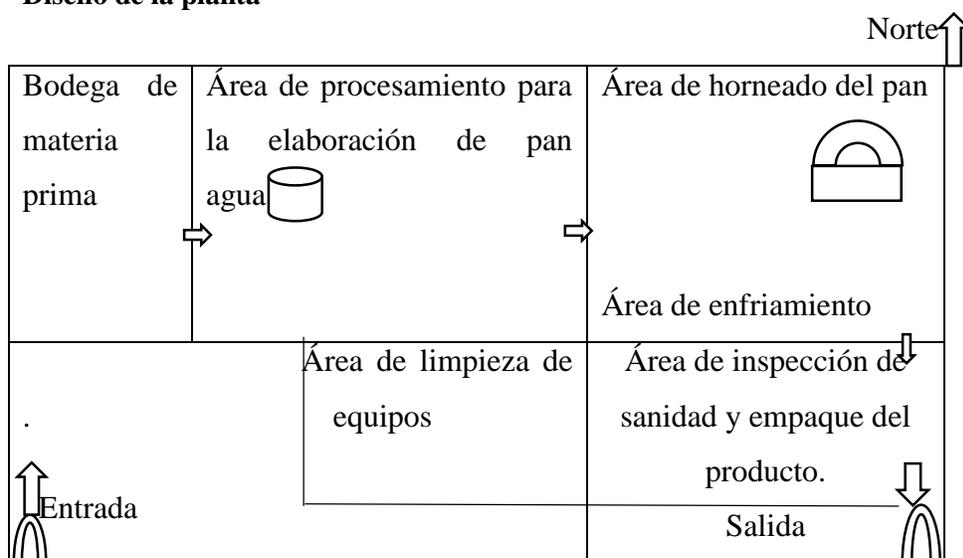


Figura 21. Diseño de la planta

La figura 21 presenta el diseño del local de la panadería, cada uno de los procedimientos donde estarán ubicados los procesos de la elaboración del producto.

4.3.8. Conclusiones del plan de producción.

El plan de producción demuestra que el establecimiento de la panadería en la comunidad de santa Isabel-Somoto es factible debido a que existe infraestructura adecuada, además ampliara la capacidad actual, se trabajara con la tecnología adecuada y la capacitación permanente del personal.

4.4. Plan organizativo

4.4.1. Objetivos

Objetivos a corto plazo.

- Lograr que el 100% del personal tenga las capacitaciones necesarias para cumplir eficientemente sus funciones.

A mediano plazo.

- Gestionar un plan de capacitación en administración y técnicas de ventas para todo el personal de trabajo.

A largo plazo.

- Actualizar la estructura organizativa con una estructura flexible y dinámica.
- Certificación de buenas prácticas de manufactura.
- Organizar redes de distribución.

4.4.2. Estructura Organizacional.

La panadería ESTRELLAS GONZALEZ posee una estructura organizacional sencilla de tipo horizontal que va acorde a su tamaño, con este tipo de estructura el negocio logra establecer su nivel jerárquico y subordinación de manera gráfica en cada puesto de trabajo obteniendo una mayor fluidez en la información y en la ejecución de las decisiones tomadas por los jóvenes dueños del negocio. De forma general el negocio contiene dos niveles necesarios para este tipo de estructura como son: nivel táctico (Responsable de la panadería), nivel operativo (panadero, ayudante y vendedor).

Las 4 plazas laborales existentes en el negocio serán ocupadas de forma rotativa, por los jóvenes emprendedores de Santa Isabel que están desarrollando su idea en un negocio, los cuales se contratarán para realizar cada una de las actividades necesarias para el funcionamiento del mismo, este tipo de contratación de la mano de obra se debe a que se iniciará como un negocio pequeño el cual no cuenta con la capacidad de contratar un personal de forma permanente.

Organigrama de la panadería ESTRELLAS GONZALEZ

En la figura 22, se observa gráficamente la estructura organizacional que describe la funcionalidad de cada puesto de trabajo del negocio.

Estructura Organizacional

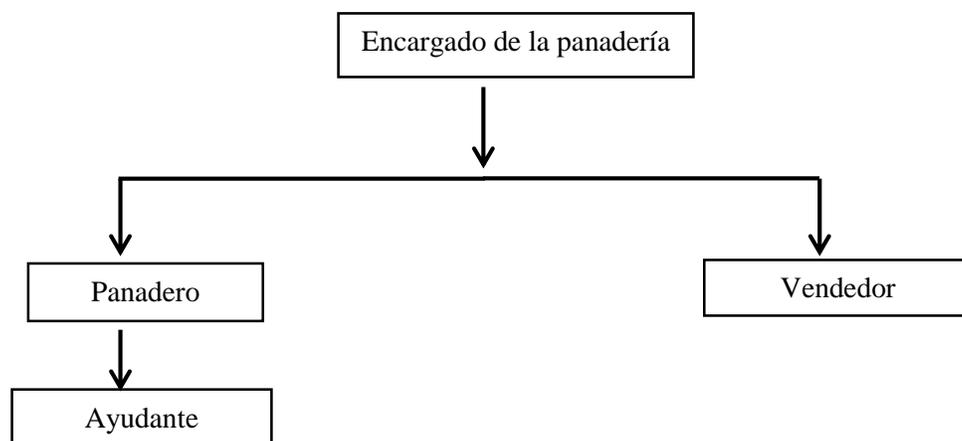


Figura 22. Organigrama

4.4.3. Descripción de cargos

Cuadro 29. Descripción del cargo del encargado del negocio

Nombre del puesto	Encargado del negocio		N° de personas: 1
Ubicación	Comunidad de Santa Isabel		
Superior	-		
Personal a cargo	Panadero, Ayudante, Vendedor		
Horario de trabajo	De 6 am a 3pm	Salario	C\$ 1,600.00
Objetivos del puesto	Administrar de manera adecuada la panadería solicitado por los clientes y diferentes centros de consumo cumpliendo los estándares de calidad.		
Funciones del puesto	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dirige y controla todas las actividades de la panadería. 2. Selecciona al personal requerido en la panadería. 3. Compra de la materia prima. 4. Registra y controla los ingresos y egresos del negocio 5. Revisa inventario de los productos. 6. Pago de planilla. 		
Requisitos del puesto	<ol style="list-style-type: none"> 1. –Edad: mayor de edad 2. –Sexo f o M 3. –Estudios: secundaria o primaria y universidad 4. –Conocimiento: 		

El cuadro 29 presenta los requerimientos y funciones que tendrá el administrador.

Cuadro 30. Descripción del cargo del panadero

Nombre del puesto	Panadero		N° de personas: 1
Ubicación	Comunidad de Santa Isabel		
Superior	Encargado del negocio		
Personal a cargo	Ayudante, vendedor		
Horario de trabajo	De 4am a 2pm	Salario	C\$ 1,600.00
Objetivos del puesto	Elaborar de manera adecuada los productos de pan de la panadería. Solicitado por los clientes, cumpliendo los diferentes estándar de calidad.		
Funciones del puesto	<ol style="list-style-type: none"> 1. Responsable al elaborar, los diferentes tipos de panes, solicitados por los clientes. 2. Planificar y disminuir el trabajo de sus áreas básicas. 3. Elabora y supervisa la elaboración del producto, con fines que la panadería, este aplicando técnicas a elaborar y atender en la panadería 4. Elaboración y armado de las diferentes masas y panes 		
Requisitos del puesto	<ul style="list-style-type: none"> -Edad: 18 a 25 -Sexo: F o M -Estudios: secundaria -Conocimiento: en elaborar pan 		

El cuadro 30 presenta los detalles sobre las funciones que realizara el panadero.

Cuadro 31. Descripción del cargo del ayudante del panadero

Nombre del puesto	Ayudante		N° de personas:1
Ubicación	Comunidad de Santa Isabel		
Superior	Panadero		
Personal a cargo	-		
Horario de trabajo	4 am – 2 pm	Salario	C\$1600
Objetivos del puesto	Ayudar en todas las actividades activa y eficientemente de la panadería.		
Funciones del puesto	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar productos 2. Encender el horno 3. Barrer el horno 4. Lavar cazuelas 5. Hacer mandados de compra. 		
Requisitos del puesto	<ul style="list-style-type: none"> -Edad: 19 -Sexo: Masculino -Estudios: secundaria -Conocimiento: de elaborar pan -Competencias/cualidades: que sea joven que tenga disponibilidad para el trabajo que tenga conocimientos en cosas de horno. 		

El cuadro 31 presenta detalles sobre las actividades que realizara el ayudante.

Cuadro 32. Descripción del cargo del vendedor

Nombre del puesto	Vendedor		N° de personas: 1
Ubicación	Comunidad de Santa Isabel		
Superior	Panadero		
Personal a cargo	-		
Horario de trabajo	9am a5pm	Salario	C\$1,600.00
Objetivos del puesto	Buena atención al cliente, que sea una persona creativa dinámica en las ventas consiente que el cliente es la base del negocio.		
Funciones del puesto	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entrega de pedidos 2. Ventas en la comunidad de Santa Isabel 3. Decepciona el efectivo 4. Entrega el efectivo al encargado del negocio 5. Promociona el producto 		
Requisitos del puesto	<ul style="list-style-type: none"> -Edad: 20 años -Sexo: masculino -Estudios: Secundaria -Conocimiento: En distribuir y vender 		

En el cuadro 32 se presentan detalles sobre las funciones que realizara el vendedor.

4.4.4. Plan de capacitación del personal

Como parte de los objetivos de la organización del negocio panadería ESTRELLAS GONZALEZ se contempla la capacitación del personal en cursos impulsados por la panadería Fanny ubicada en el municipio de Somoto y las organizaciones INPRHU y RALIEGH, los cursos de capacitación.

Cuadro 33. Plan de capacitación

No.	Nombre del Curso	Participantes	Período y duración del Curso	Impartido por:
1	Seguridad e Higiene Ocupacional.	Todos los Trabajadores	Entre ciclos de Producción 10 horas	Panadería Fanny
2	Elaboración de pan	Todos los trabajadores	Entre ciclos de producción 10 horas.	Panadería Fanny
3	Técnicas de Ventas	Vendedor	Entre Ciclos de producción 20 horas	INPRHU
4	Almacenamiento en frio.	Panadero y ayudante	Entre ciclos de producción 10 horas	Panadería Fanny
5	Emprendimiento	Todo el personal	Antes de empezar en negocio 15 horas.	RALIEGH
6	Manejo de negocio	Encargado del negocio	Entre el ciclo de producción y antes de empezar el negocio 10 horas.	Panadería Fanny RALIEGH INPRHU
7	Relaciones humanos	Todo el personal	Entre el ciclo de producción 15 horas en 7 días.	INATEC
8	Gerencia	Encargado del negocio y vendedor.	Entre el ciclo de producción 10 horas en 5 días.	INATEC

En este plan se presentan los cursos de capacitación que recibirán los jóvenes dueño de la panadería el cual las organizaciones que impartirán estas capacitaciones son organizaciones ONG y no gubernamentales por lo que estos cursos no tendrán ningún costo que asuman los jóvenes.

4.4.5.1. Conclusión del plan organizacional

En el plan organizacional se constituyeron los cargos y funciones a cada uno de los jóvenes dueños del negocio diseñados en el organigrama, también se estableció un plan de capacitación para que los jóvenes tengan más conocimientos sobre manejo de negocios.

4.5. Plan de Financiero

4.5.1. Objetivos

A Corto plazo

- Estimar una inversión fija de 44,520.00 Córdobas en el primer año

A Mediano plazo

- Generar ingresos por conceptos de ventas de pan, con un valor de C\$ 359,970 y de C\$398,617.33 para los años 2017 y 2018 respectivamente.

A Largo plazo

- Alcanzar un Valor Actual Neto de C\$20,011.19córdobas. Al finalizar el año 5to de operaciones.
- Lograr una Tasa Interna de Retorno de 43% a lo largo de los próximos 5 años
- Obtener una relación beneficio/costo de 6.83 por cada cien córdobas invertidos.

4.5.2. Presupuestos de costos, gastos e inversiones

En el presente plan financiero se expresan los presupuestos de forma anual, proyectados a un periodo de 5 años, además se considera un imprevisto del 6.50% en cada presupuesto, se retomó dicho porcentaje debido a la tasa de inflación del año 2014 que presentó el país, así como un porcentaje de aumento en los precios de insumos, productos, servicios y mano de obra.

4.5.3. Plan global de inversión

Cuadro 34. Plan global de inversión

No.	Descripción	Monto total C\$
1	Inversión fija	44,520.00
2	Inversión en Gastos Pre-Operatorios	2,450.00
3	Capital de Trabajo	12,000.00
	Total	58,970.00

El cuadro 34 muestra detalles del monto de Inversión fija que se registra, el plan global de inversión representa el 75.50%, (44,520.00 Córdobas), la inversión en gastos pre-operativos representa el 4.15% y la inversión en el capital de trabajo del 20.35%.

4.5.4. Tabla de origen y destino de fondos

Cuadro 35. Tabla original de aplicación de fondos

No	Destino \ Origen	Financiamiento			
		Privado C\$	Transf. C\$	Préstamo C\$	Total C\$
1	Inversión fija	0.00	0.00	44,520.00	44,520.00
2	Inv. en Gtos Pre-Operatorios	2,450.00	0.00	0.00	2,450.00
3	Capital de trabajo	0.00	12,000.00	0.00	12,000.00
	Total	2,450.00	12,000.00	44,520.00	58,970.00

El fondo privado que será aportado por los jóvenes dueños del negocio representa el 4.15 %, la transferencia de Raleigh representa el 20.34% y el préstamo que se gestionara corresponde al 75.49% del total del financiamiento.

4.5.5. Presupuesto de inversión fija

Cuadro 36. Presupuesto de inversión fija

Nº	Descripción	Costo total C\$
1	Presupuesto de Enseres y Muebles de Trabajo	8,550.00
2	Presupuesto Equipo de Trabajo	2,600.00
3	Presupuesto de Mobiliario y Equipo de Oficina	1,895.00
4	Presupuesto de Equipo de reparto	1,900.00
5	Presupuesto de infraestructura de la Panadería.	29,575.00
	Total	44,520.00

El cuadro 36 presenta detalles del presupuesto de inversión fija, la infraestructura de la panadería, representa el 66.43% de la inversión fija, el de enseres y muebles el 19.20 %, al presupuesto de equipo de trabajo le corresponde el 5.84%, al de equipo de reparto le corresponde el 4.26 %, y el presupuesto de mobiliario y equipo de oficina tiene una participación del 4.25 % en la inversión fija.

4.5.5.1. Presupuesto de enseres y muebles de trabajo

Cuadro 37. Presupuesto de enseres de muebles de trabajo

Nº	Descripción	Cantidad	Precio Unitario C\$	Costo total C\$
1	Horno artesanal	1	2,920.00	2,920.00
2	Mesón acero inoxidable 30"	1	2,740.00	2,740.00
3	Cazuelas de Aluminio	15	120.00	1,800.00
4	Pala de Horno 3 vrs y ½	1	100.00	100.00
5	Panas grandes de plástico	2	120.00	240.00
6	Panas mediana plástica	2	50.00	100.00
7	Baldes plásticos de 20 litros	2	100.00	200.00
8	Canasta grande de carrizo	1	150.00	150.00
	Sub-Total			8,550.00
	Imprevisto 6.50%			555.75
	Total			9,105.75

El cuadro 37 presenta la información sobre los enseres y muebles que utilizara la panadería en su proceso de producción, en este, el horno representa un 34.15% del total, el mesón de acero inoxidable, que representa el 32.04%, y el restante 33.81% lo comprenden a los otros enseres y muebles, el cambio del dólar para la fecha 13 de agosto del 2015 es de 27.41 córdobas.

4.5.5.2. Presupuesto de equipo de trabajo

Cuadro 38. Presupuesto de equipo de trabajo

N°	Descripción	Cantidad	Precio Unitario C\$	Costo total C\$
1	Estantes de madera	2	1,000.00	2,000.00
2	Pesa de reloj	1	600.00	600.00
	Subtotal			2,600.00
	Imprevisto 6.50%			169.00
	Total			2,769.00

El cuadro 38 presenta información del presupuesto de Equipo de Trabajo, el que está compuesto por 2 Estantes de madera y representa el 77%, el restante 23% corresponde a una Pesa de reloj, el cambio del dólar para la fecha 13 de agosto del 2015 que es de 27.41.

4.5.5.3. Presupuesto de mobiliario y equipos de oficina

Cuadro 39. Presupuesto de mobiliario y equipo de oficina

N°	Descripción	Cantidad	Precio Unitario C\$	Costo total C\$
1	Mesas con gavetas	1	1,200.00	1,200.00
2	Sillas plásticas	3	150.00	450.00
	Subtotal			1,895.00
	Imprevisto 6.50%			123.18
	Total			2018.18

El cuadro 39 muestra la lista de mobiliarios y equipo de oficina en ella se incluye; una mesa con gaveta cuyo precio se estima en C\$ 1,200.00 córdobas, para un porcentaje del 63.32% y 36.68% restante lo abarcan las tres sillas plásticas cuyo precio estimado es de 450.00 córdobas para un total de 1,895.00 córdobas, el cambio del dólar para la fecha 13 de agosto del 2015 que es de 27.41 córdobas.

4.5.5.4. Presupuesto equipos de reparto

Cuadro 40. Presupuesto de equipo de la panadería

No	Descripción	U/M	Precio unitario C\$	Costo total C\$
1	Bicicleta	1	1,900.00	1,900.00
	Subtotal			1,900.00
	Imprevisto 6.50%			123.50
	Total			2,023.50

El cuadro 40 presenta requerimientos del presupuesto del equipo de reparto, que será la bicicleta y servirá como medio de transporte para distribuir el producto a los clientes, las pulperías, tipo de cambio del dólar para esta fecha 13 de agosto del 2015 que es de 27.41.

4.5.5.5. Presupuesto de infraestructura de la panadería

Cuadro 41. Presupuesto de infraestructura de la panadería

Nº	Descripción	Cantidad	Precio Unitario C\$	Costo total C\$
1	Remodelación	1	0.00	9,575.00
2	Infraestructura	1	0.00	20,000.00
	Subtotal			29,575.00
	Imprevisto 6.50%			1,922.38
	Total			31,497.38

Para la infraestructura se tomó en cuenta la casa de uno de los jóvenes emprendedores, los dueños del negocio decidieron realizar una remodelación del piso y techo a la parte que estará ubicada la panadería para estar en mejor estado, para más detalles ver anexo 10. El tipo de cambio del dólar para esta fecha 13 de agosto del 2015 que es de 27.41.

4.5.5.6. Presupuesto de gastos operativos

Cuadro 42. Presupuesto de gastos operativos

Nº	Descripción	Costo total C\$
1	Instalación de agua potable	750.00
2	Instalación de Energía Eléctrica	900.00
3	Registro en la Alcaldía	350.00
4	Registro sanitario	450.00
	Subtotal	2,450.00
	Imprevisto 6.50%	256.03
	Total	2,706.03

En el cuadro 42 se detallan los gastos operativos que representan los costos de la instalación del agua potable que es de un 30.61% y la energía eléctrica del 36.73% los otros costos tienen un

costo menor con un total de 2,450 córdobas, el tipo de cambio del dólar para esta fecha 13 de agosto del 2015 que es de 27.41.

4.5.6. Presupuesto de Capital de Trabajo

Cuadro 43. Presupuesto de capital de trabajo

Nº	Descripción	Costo total C\$
1	Presupuesto de Materiales e Insumos	163,265.50
2	Presupuesto de Mano de Obra Directa	41,600.00
3	Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación	48,797.00
4	Presupuesto de Gastos de Ventas	27,305.00
5	Presupuesto de Gastos de Administración	21,545.00
	Subtotal	302,512.50
	Presupuesto para 2 semanas requerido para operar	11,635.10

El cuadro 43 presenta información sobre el presupuesto del capital de trabajo, se determinó un monto de C\$ 11,635.10 Córdobas necesario para las primeras 2 semanas de operaciones. Parte de este capital fue otorgado por REALIGH internacional en calidad de donación para los jóvenes emprendedores y la cantidad exacta fue de C\$12,000.00 Córdobas Netos, es por ello que el en plan global de inversión y en la tabla de origen y aplicación de fondos aparece esta cantidad, los presupuestos de materiales e insumos se presentan datos relevantes en los anexos 5, 6, 7, 8; el cambio del dólar para esta fecha 13 de agosto del 2015 que es de 27.41.

4.5.6.1. Proyecciones consolidadas de la materia prima

Cuadro 44. Proyecciones consolidadas de la materia prima

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pan simple	33,766.50	37,399.78	41,423.99	45,881.21	50,818.03
Pico	46,382.00	51,372.70	56,900.41	63,022.89	69,804.15
Empanada	45,466.50	52,373.04	58,008.38	64,250.08	71,163.39
Polvorón	37,650.50	43,369.76	48,036.35	53,205.06	58,929.92
Total	C\$ 163,265.50	C\$ 184,515.28	C\$ 204,369.13	C\$ 226,359.25	C\$ 250,715.50

El cuadro 44 muestra la información relacionada con los costos de materiales e insumos proyectados para los 5 años, en ello se consideran un incremento de la producción por el crecimiento natural de la población que se estima en un 4%. Así mismo se considera un incremento del 6.50% por la tasa de inflación del año 2014 en el anexo 9 muestra datos por un año.

4.5.6.2. Presupuesto consolidado de Mano de Obra

Cuadro 45. Presupuesto consolidado de la Mano de Obra

Nº	Puesto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
2	Panadero	20,800.00	22,464.00	24,261.12	26,202.01	28,298.17
3	Ayudante	20,800.00	22,464.00	24,261.12	26,202.01	28,298.17
Total		C\$ 41,600.00	C\$ 44,928.00	C\$ 48,522.24	C\$ 52,404.02	C\$ 56,596.34

El cuadro 45 muestra detalles del salario del personal que trabajara en la panadería, se le pagara al día 80 córdobas como mínimo en los siguiente años se seguirá incrementando según el salario mínimo será el 8%, su salario es poco ya que los que laboraran en esta panadería serán los mismos jóvenes emprendedores dueño del negocio en el anexo 12 se muestras el salario por día y año.

4.5.7. Presupuesto consolidado de los costos directos

Cuadro 46. Presupuesto consolidado de los costos directos en C\$

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pres. De MP. e Insumos	163,265.50	184,515.28	204,369.13	226,359.25	241,072.60
Pres. de MOD	41,600.00	44,928.00	48,522.24	52,404.02	56,596.34
Total	204,865.50	229,443.28	252,891.37	278,763.27	297,668.94

En el cuadro 46 se presenta información del presupuesto del costo de la materia prima y de la mano de obra de los trabajadores por año tomando en cuenta el 8% del incremento del salario mínimo por año esto se llevó a un acuerdo con los jóvenes emprendedores dueño del negocio, la materia prima se tomó en cuenta el porcentaje de la inflación del 6.50% del año 2014.

4.5.8. Presupuesto de costo total de producción

Cuadro 47. Presupuesto consolidado de costos totales de producción C\$

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pres de CD	204,865.50	229,443.28	252,891.37	278,763.27	297,668.94
Pres de CIF en Ef.	48,797.00	51,968.81	55,346.78	58,944.32	62,775.70
Subtotal en efe	253,662.50	281,412.09	308,238.15	337,707.58	360,444.64
+ Dep. Y Amort.	7,159.16	7,159.16	7,159.16	6,342.48	6,342.48
Total	260,821.66	288,571.25	315,397.31	344,050.06	366,787.13

El cuadro 47 presenta información del presupuesto consolidado de costos totales de producción, en el cual se identifican las cantidades de los costos directos y los CIF proyectados a cinco años, para calcular se tomó en cuenta el 6.50% que corresponde a la inflación, también se incluye la depreciación y amortización que corresponden a los costos

indirectos de fabricación en los años 4 y 5 no se toma en cuenta la amortización de Gastos Pre-operativos es por esto que en estos años bajan estas cantidades.

4.5.8.1. Presupuesto consolidado de Gastos operativos C\$

Cuadro 48. Presupuesto consolidado de gastos operativos C\$

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Presp de Gast de vent.	27,305.00	29,079.83	30,970.01	32,983.06	35,126.96
Presp de Gast de Admón.	21,545.00	22,945.43	24,436.88	26,025.27	27,716.91
Subtotal	48,850.00	52,025.25	55,406.89	59,008.34	62,843.88
Dep. De Gastos de ventas.	380.00	380.00	380.00	380.00	380.00
Dep. De Gastos de admón.	390.00	390.00	390.00	390.00	390.00
Subtotal	770.00	770.00	770.00	770.00	770.00
Total	49,620.00	52,795.25	56,176.89	59,778.34	63,613.88

El cuadro 48 refleja información sobre los gastos operativos que comprenden los gastos de ventas y administración, el incremento que percibieran estos gastos, estiman en un 6.50% para los años posteriores, se exceptúan las depreciaciones por ser cargos fijos, estas aparecen en los anexos 15 y 16.

4.5.9. Flujo de efectivo

Cuadro 49. Flujo de efectivo proyectado (ingresos -egresos) C\$

Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
Ventas de contados	325,000.00	359,970.00	398,617.33	441,621.61	489,140.09
Aportación Privada	2,450.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Préstamo	44,520.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Transf. REALIHG	12,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total de ingresos	383,970.00	359,970.00	398,617.33	441,621.61	489,140.09
EGRESOS					
Inversiones Fijas	44,520.00	0.00	345.00	2,669.99	4,275.00
Inversión Diferido	2,450.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Ctos de Producción	253,662.50	281,412.09	308,238.15	337,707.58	360,444.64
Gtos de Admón.	21,545.00	22,945.43	24,436.88	26,025.27	27,716.91
Gtos de Ventas	27,305.00	29,079.83	30,970.01	32,983.06	35,126.96
Amort. de prestamos	0.00	19,843.14	24,676.86	0.00	0.00
Pago de Intereses	0.00	7,872.24	3,038.52	0.00	0.00
Pago de Impuestos	0.00	0.00	0.00	0.00	11,337.97
Total de egresos	349,482.50	361,152.73	391,705.42	399,385.90	438,901.48
F.N.E.	34,487.50	-1,182.73	6,911.91	42,235.71	50,238.61
F.N.E. Acumulado	34,487.50	33,304.77	40,216.68	82,452.39	132,691.00

Los datos reflejan que el negocio obtiene mayores ingresos que egresos en efectivo durante la mayoría de los años, exceptuando el segundo año los egresos superan a los ingresos, debido al

monto de las utilidades repartidas, sin embargo el flujo neto acumulado del 2016 le permite al negocio solventar este flujo negativo del año 2017 para presentar un flujo acumulado positivo.

4.5.10. Estado de resultado

Cuadro 50. Estado de resultado proyectado C\$

Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Totales	325,000.00	359,970.00	398,617.33	441,621.61	489,140.09
-Costo de lo Vendido	260,821.66	288,571.25	315,397.31	344,050.06	366,787.13
= Utilidad Bruta	64,178.34	71,398.75	83,220.02	97,571.55	122,352.96
Gastos de Operación					
+Gastos de Administración	21,935.00	23,335.43	24,826.88	26,415.27	28,106.91
+Gastos de Ventas	27,685.00	29,459.83	31,350.01	33,363.06	35,506.96
+Gatos Financieros intereses	7,872.24	3,038.52	0.00	0.00	0.00
Total Gastos de Operación	57,492.24	55,833.78	56,176.89	59,778.33	63,613.87
Utilidad en Operación	6,686.10	15,564.97	27,043.13	37,793.22	58,739.09
Pagos de Impuestos 30%	0.00	0.00	0.00	11,337.97	17,621.72
Utilidad Neta	6,686.10	15,564.97	27,043.13	26,455.25	41,117.37
Utilidad Retenida	6,686.10	22,251.07	49,294.20	75,749.45	116,866.82

El Cuadro 51 refleja los cálculos del estado de resultado del negocio, considerando el pago de impuestos 30% por renta en los años 4 y 5.

4.5.11. Balance general C\$

Cuadro 51. Balance general C\$

Proyecciones de los Periodos 2016-2020 panadería ESTRELLAS GONZALEZ					
	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
ACTIVOS					
Activos Circulantes					
Caja	34,487.50	33,304.77	40,216.68	82,452.39	132,691.00
Total Activos Circulantes	34,487.50	33,304.77	40,216.68	82,452.39	132,691.00
Activos Fijos					
Enseres y Muebles de Trabajo	8,550.00	8,550.00	8,895.00	11,414.99	15,689.99
Dep. Acum. de ens y mue de To	2,864.99	5,729.98	8,594.97	11,459.96	14,324.95
Equipo de Trabajo	2,600.00	2,600.00	2,600.00	2,600.00	2,600.00
Dep. Acum. de equipo de To	520.00	1,040.00	1,560.00	2,080.00	2,600.00
Mobiliario y Equipo de Oficina	1,895.00	1,895.00	1,895.00	2,045.00	2,045.00
Dep. Acum. de Mov y eq de of	390.00	780.00	1,170.00	1,560.00	1,950.00
Equipo de reparto	1,900.00	1,900.00	1,900.00	1,900.00	1,900.00
Dep. Acum. de equipo de reparto	380.00	760.00	1,140.00	1,520.00	1900.00
Infraestructura de la Panadería.	29,575.00	29,575.00	29,575.00	29,575.00	29,575.00
Dep de inf de la panadería	2,957.50	5,915.00	8,872.50	11,830.00	14,787.5
Total Activos Fijos	37,407.51	30,295.02	23,527.53	19,085.03	16,247.54
Gastos pre-operativos	2,450.00	2450.00	2450.00	0.00	0.00
Amort acum de gastos pre-oper	816.67	1,633.34	2450.00	0.00	0.00
Total Activos Diferidos	1,633.33	816.66	0.00	0.00	0.00
Total Activos	73,528.34	64,416.45	63,744.20	101,537.42	148,938.54
PASIVOS					
Pasivos a corto plazo					
Prestamo a C/P	19,843.14	24,676.86	0.00	0.00	0.00
Interés por pagar a C/Plazo	7,872.24	3,038.52	0.00	0.00	0.00
Impuesto por pagar	0.00	0.00	0.00	11,337.97	17,621.72
Total Pasivos a Corto plazo	27,715.38	27,715.38	0	11,337.97	17,621.72
Pasivos a Largo plazo					
Prestamo a L/P	24,676.86	0.00	0.00	0.00	0.00
Amort. Acum. De prest. L/P	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total Pasivos a Largo plazo	24,676.86	0.00	0.00	0.00	0.00
Total Pasivos	52,392.24	27,715.38	0.00	11,337.97	17,621.72
Capital Social	2,450.00	2,450.00	2,450.00	2,450.00	2,450.00
Donacion	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00
Utilidades o Perdidas	6,686.10	22,251.07	49,294.20	75,749.45	116,866.82
Total Capital	21,136.10	36,701.07	63,744.20	101,537.42	160,276.51
Total Pasivos + Capital	73,528.34	64,416.45	63,744.20	101,537.42	148,938.54

4.5.12. Cálculos de los indicadores financieros VAN Y TIR.

Cuadro 52. Flujo neto efectivo (2016-2020) C\$

Años	0	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	saldos
Ingresos		383,970.00	359,970.00	398,617.33	441,621.61	489,140.09	2,073,319.03
Egresos		349,482.50	361,152.73	391,705.42	399,385.90	438,901.48	1,940,628.03
Flujo Ne E.	-44520	34,487.50	-1,182.73	6,911.91	42,235.71	50,238.61	132,691.00
Saldo inic		34,487.50	34,487.50	33,304.77	40,216.68	82,452.39	0
Saldo final		34,487.50	33,304.77	40,216.68	82,452.39	132,691.00	0

En el cuadro 52 se detallan los datos retomados del flujo de efectivo para calcular los indicadores financieros.

Cuadro 53. Indicadores financieros VAN, TIR Y B/C

Tasa 22%		Se acepta la inversión, arriba del 22% si hay un excedente de	
VAN	C\$ 20,011.19	Máximo retorno de la Inversión.	
TIR	43%	Por cada córdoba invertido se obtiene	0.068375288
B/C	1.068375288	Por cada C\$100 invertidos se obtiene	6.837528777

El cuadro 53 muestra información de los indicadores financieros del negocio, expresan que la decisión de invertir los C\$44,520.00, les generará un valor actual neto de C\$ 20,011.19, por lo que se considera más beneficioso invertir para implementar el negocio que depositar como ahorro en una entidad bancaria o prestar a una tasa del 22% esa misma cantidad de dinero, ya que según la tasa interna de retorno del 43% que refleja el negocio este genera 21% más en ganancias comparando con la tasa del préstamo u ahorro, logrando obtener un beneficio costo de C\$ 0.068 por cada córdoba que se invierta, lo cual deja un buen escenario financiero para los inversores del negocio.

4.6. Análisis Ambiental

4.6.1. Objetivos

- Proponer alternativas de actividad para la mitigación y cuidado ambiental para los años 2016- 2017.
- Realizar actividades para la mitigación del impacto ambiental para los años 2016-2020.

Análisis ambiental

Toda actividad económica tiene un impacto – positivo o negativo - en el ambiente debido a la utilización de materia prima, insumos y otros recursos que contribuyen a la generación de bienes y servicios consumidos y/o usados por las personas, la actividad panificadora artesanal, no es ajena a esta situación, en la producción de pan de forma artesanal se hace uso de hornos, cuya temperatura son elevadas por medio transformación térmica del material energético (leña), en el desarrollo de este proceso de combustión el material energético desprende partículas de sustancias que contaminan el ambiente, como monóxido de carbono, óxidos de nitrógeno, bióxido de azufre y partículas sólidas.

El uso de estos últimos materiales como combustible genera emisiones de gases altamente tóxicos y cancerígenos como óxidos de azufre (SOx), óxidos de nitrógeno (NOx), compuestos orgánicos volátiles (COV), etc., estos elementos y compuestos provocan irritación a la piel, ojos y membranas mucosas, trastornos en las vías respiratorias, en el sistema nervioso central, depresión y eventualmente cáncer; características que los hacen inaceptables para ser utilizados con este fin.

Es por eso que los socios de la panadería han decidido combatir este problema realizando campañas de concientización en las escuelas y centros de salud, limpiezas en la comunidad, reforestaciones como siembra de árboles a los alrededores de los pozos de agua en el centro de estudios en otros lugares de la comunidad, también el personal utilizara equipo especial para prevenir enfermedades en ellos como las antes mencionas y de esta manera la panadería está comprometida con el medio ambiente, a continuación se mostraran criterios utilizados para evaluar el impacto ambiental.

Cuadro 54. Criterios utilizados para la evaluación de los impactos

Intensidad	Extensión	Duración	Reversibilidad	Riesgo	Puntaje
Alta	General	Permanente	Irreversible baja capacidad o irrecuperable	Alto	6- 10
Media	Local	Larga	Mediana irreversible a largo plazo	Medio	3- 5
Baja	Puntual	Corta	Reversible a corto plazo	Bajo	2- 3

Fuente: IICA, 1995.

- a. CATEGORIA I Beneficioso al ambiente, impactos ambientales positivos.
- b. CATEGORIA II Neutral al ambiente, impactos ambientales inocuos.
- c. CATEGORIA III Impactos ambientales negativos moderados, existiendo Soluciones apropiadas o alternativas tecnológicas. (3^a5)
- d. CATEGORIA IV Impactos ambientales negativos severos y significativos

Resultados mayores (6 a 10 Puntos) se tiene que hacer medidas de corrección, prevención o mitigación para contrarrestar los efectos negativos del proyecto.

A continuación se presenta el cuadro 55 el que contiene un resumen de la valoración del Impacto Ambiental. En la primera columna se describen los impactos clasificados de acuerdo al medio natural o social y en las filas se agrega cada criterio con su total VIA y promedios respectivos en la primera columna según cuadro 54.

Cuadro 55. Resumen de valoración de impacto ambiental (Matriz de Impactos Relevantes)

Componente	Actividad	Descripción Impactos	Intensidad	Extensión	Duración	Reversibilidad	Riesgo	VIA
Producción	Elaboración de pan	Humo y desechos de construcción	2(.20)	2(.20)	3(.20)	2(.20)	4(.20)	
		Total VIA	0.40	0.40	0.60	0.40	0.80	2.60
	Compra de materia prima.	Recursos energéticos.	1.50(.20)	2(.20)	3(.20)	2(.20)	3(.20)	
		Total VIA	0.30	0.40	0.60	0.40	0.60	2.30
	Lavados de utensilios.	Recursos energéticos, aguas residuales.	1(.20)	0.50(.20)	0(.20)	1(.20)	0.5(.20)	
		Total VIA	0.20	0.10	0	0.20	0.10	0.60
Comercialización	Oferta del producto	Recursos energéticos.	2.50(.20)	2(.20)	3(.20)	2(.20)	3(.20)	
		Total VIA	0.50	0.40	0.60	0.40	0.60	2.5

El cuadro 55 presenta los resultados de la evaluación de impacto ambiental de los componentes considerados, dichos resultados se ubican en la categoría II, esta categoría expresa que los resultados son neutrales al ambiente, generando impactos ambientales inocuos. Sin embargo, el proyecto de negocio considera realizar acciones de prevención y preservación ambiental tales como fosas para recolectar los residuos líquidos y sólidos, reforestación y capacitación para contribuir a la cultura del cuidado al medio ambiente. IICA, 1995.

Cuadro 56 . Medidas de prevención y mitigación ambiental

N°	Descripción	U.M	Cant	Costo total C\$	Periodo	Observaciones
1	Elaboración de fosas	M	3	300.00	2 día	La elaboración de estas fosas la realizaran los mismos dueños de la panadería con el propósito de resección de agua, y residuos sólidos.
2	Reforestación	Plantas	60	130.00	3 días	Las plantas serán aportadas por parte de la alcaldía de Somoto, lo cual no se generara costo por parte de la panadería, serán plantas frutales y maderables.
3	Campañas de concientización.	Camp.	4	0.00	4 días	Estas campañas las realizaran los dueños del negocio a toda la comunidad en general, en las escuelas y centros de salud, también se realizaran recolectas de basuras, etc.

V. CONCLUSIONES

Una vez analizada la información recopilada en los diferentes planes; el de: mercado, producción, organización y financiero se demuestra que el negocio es viable, factible detallando a continuación cada una de ellos:

El plan de negocios es viable desde el punto de vista comercial debido a que existe una demanda insatisfecha con intención de compra de pan, la cual será satisfecha en un 57.70%, con un mercado intermediario conformada por 13 pulperías que distribuirán el producto a la población de la comunidad.

El plan de producción demuestra que el negocio es factible técnicamente debido a que la infraestructura y tecnología descrita es adecuada facilitando la puesta en marcha de todos los procesos para el funcionamiento de la panadería. El negocio tiene la capacidad de producir en su primer año 93,600 unidades de pan simple, 109,200 picos, 93,600 empanadas y 93,600 Polvoron y además proyecta aumentar las cantidades producidas, sumado a la disponibilidad de los insumos, equipos y herramientas, maquinarias, mobiliario e infraestructura, y localización necesaria para lograr los volúmenes productivos esperados producción.

Eficaz desde el punto de vista organizacional por que cuenta con un organigrama con tres niveles estratégico, táctico y operativo, tres fichas de los cargos y los recursos humanos necesarios de acuerdo al tamaño del negocio.

El plan de negocio demuestra que el negocio es rentable, considerando que la inversión se recupera en el periodo establecido y un Valor Actual Neto de C\$ 20,011.19 córdobas a una tasa del 22% y una tasa interna de retorno de 43% siendo ésta el mayor rendimiento de la inversión en un periodo de 5 años.

El plan de negocios constituye una alternativa al crecimiento y desarrollo económico y social de los jóvenes dueños del negocio y a la comunidad, al ser viable comercialmente aprovecha las oportunidades de mercado, en lo económico se dinamiza la actividad generando ingresos y empleo estables para más jóvenes.

Se realizó medidas de prevención y mitigación para contrarrestar el impacto ambiental que causara la panadería, debido a que según la metodología utilizada para esta evaluación se considera de categoría II, esta categoría expresa que los resultados que son neutrales al ambiente, generando impactos ambientales inocuos. Sin embargo, el proyecto de negocio considera realizar acciones de prevención y preservación ambiental tales como fosas para recolectas los residuos líquidos y sólidos, reforestación y capacitación para contribuir a la cultura del cuidado al medio ambiente

VI. RECOMENDACIONES

- ✓ Establecer alianzas con proveedores de materia prima que le garantice un constante abastecimiento de estas.
- ✓ Establecer alianzas con instituciones gubernamentales y no gubernamentales para la gestión de posibles fuentes de financiamiento y la obtención de capacitaciones y asistencia técnica por parte de estos.
- ✓ Una vez iniciado el negocio tomar en cuenta las estrategias FO, FA, DO, DA, para que de forma estratégica logren superar las debilidades y amenazas que se le presenten.
- ✓ Aplicar las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).
- ✓ Intercambiar conocimientos con otras panaderías de Somoto, para tener mejor experiencia en la elaboración de los productos.
- ✓ Realizar promociones de forma permanente para captar nuevos clientes.
- ✓ Diversificar los productos, elaborando otras variedades como: reposterías, pedidos especiales en eventos de boda, celebraciones, etc.
- ✓ Ampliar el mercado, distribuyendo los productos a otras zonas geográficas, como a comunidades aledañas.
- ✓ Realizar ferias campesinas y degustaciones del producto en la comunidad para dar a conocer nuevas variedades de pan.
- ✓ Mantener siempre una estructura organizacional acorde al tamaño del negocio.
- ✓ Producir pan toda la semana, para superar a la competencia.

VII. LITERATURA CITADA

Documento

Alcaraz Rafael. 2006, Emprendedor éxito, libro, publicado en Mexico, pag 41, 42.

IICA (1995). Evaluación y seguimiento de impactos ambiental en proyectos de inversión para el desarrollo agrícola y rural San José Costa Rica 1995.

Sitio web

BCN (Banco Central de Nicaragua), tipos de cambio oficial del córdoba con respecto al USD (En línea). Consultado el 16 de septiembre 2015. Disponible en: http://www.bcn.gob.ni/estadisticas/mercados_cambiarioros/tipo_cambio/cordoba_dolar/index.php.

BCN (Banco Central de Nicaragua), informe mensual de la inflación IPC 2014. (En línea). Consultado el 15 de septiembre 2015. Disponible en: http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/mensual/inflacion/2014/inflacion_noviembre.pdf

MEGACONSULTING ASESORES, S.L. 2007. Plan de producción. Recuperado el 6 de Mayo del 2015, de plan de producción: http://www.megaconsulting.com/herramientas/planenpresas/5_produccion.htm.

Osorio William, El pan frente al impuesto a las ventas noviembre 2010. Consultado el 01 de Marzo del 2016. Disponible en: <http://www.gerencie.com/el-pan-frente-al-impuesto-a-las-ventas-%E2%80%93iva.html>

Saabedra, A. (17 de Noviembre de 2006). plan financiero. Recuperado el 29 de Abril de 2015, de plan financiero: <http://mask.wikidot.com/plan-financiero>

Vela 2012. El Plan de Marketing: qué es y cómo hacerlo. Recuperado el 23 de Abril de 2015, de El Plan de Marketing: qué es y cómo hacerlo: <http://www.socialmediacm.com>.

VIII. ANEXOS

Anexo 1. Presupuesto de venta del producto de pan simple

Conceptos	1	2	3	4	5
% de crecimiento en unidades	0	4%	4%	4%	4%
%de crecimiento en los precios	0	6.50%	6.50%	6.50%	6.50%
Cantidad de bolsas a vender	7,800	8,112	8,436	8,774	9,125
Precio por bolsas	10	10.65	11.34	12.08	12.87
Ingresos por ventas	78,000	86,392.80	95,669.68	105,989.19	117,437.12

Anexo 2. Presupuesto de venta del producto de pan pico

Conceptos	1	2	3	4	5
% de crecimiento en unidades	0	4%	4%	4%	4%
%de crecimiento en los precios	0	6.50%	6.50%	6.50%	6.50%
Cantidad de bolsas a vender	9,100	9,464	9,842	10,236	10,646
Precio por bolsas	10	10.65	11.34	12.08	12.87
Ingresos por ventas	91,000	100,791.60	111,608.28	123,654.05	137,010.32

Anexo 3. Presupuesto de Ventas del Producto Pan empanada

Conceptos	1	2	3	4	5
% de crecimiento en unidades	0	4%	4%	4%	4%
%de crecimiento en los precios	0	6.50%	6.50%	6.50%	6.50%
Cantidad de bolsas a vender	7,800	8,112	8,436	8,774	9,125
Precio por bolsas	10	10.65	11.34	12.08	12.87
Ingresos por ventas	78,000	86,392.80	95,669.68	105,989.19	117,437.42

Anexo 4. Presupuesto de Ventas del Producto Pan polvorón

Conceptos	1	2	3	4	5
% de crecimiento en unidades	0	4%	4%	4%	4%
%de crecimiento en los precios	0	6.50%	6.50%	6.50%	6.50%
Cantidad de bolsas a vender	7,800	8,112	8,436	8,774	9,125
Precio por bolsas	10	10.65	11.34	12.08	12.87
Ingresos por ventas	78,000	86,392.80	95,669.68	105,989.19	117,437.42

Anexo 5. Presupuesto de materiales e insumos Directos del pan simple 93, 600 piezas al año.

Materia prima e Insumos	Medida	Unidades	Costo Unit CS	Total CS
Harina	QQ	26	750	19,500.00
Levadura	Lb	32.5	11	357.5
Huevo	Cajilla	69	90	6,210.00
Manteca	Lb	260	17	4,420.00
Sal	Lb	16	4	64
Azúcar	QQ	4	800	3,200.00
Agua Potable				15
Subtotal				33,766.50
Imprevisto 6.50%				2,194.82
Total				35,961.32

El Cambio del dólar en Nicaragua de la fecha del 13 de agosto del 2015 es de 27.41 según el precio del dólar así varían los precios de la materia prima por fechas, para determinar el imprevisto se tomó en cuenta la inflación de un 6.50%

Anexo 6. Presupuesto de materiales e insumos Directos del pan pico 109,200 piezas al año.

Materia prima e Insumos	Medida	Unidades	Costo unit	Total
Harina	QQ	29	750.00	21,750.00
Azúcar	QQ	7	800.00	5,600.00
Queso	Lb	130	45.00	5,850.00
Manteca	Lb	260	17.00	4,420.00
Huevos	Cajilla	78	90.00	7,020.00
Canela	Unidades	1300	1.00	1,300.00
Levadura	Lb	33	11.00	363.00
Sal	Lb	16	4.00	64.00
Agua Potable				15.00
sub total				46,382.00
Imprevisto (6.5%)				3,014.83
Total				49,396.83

El anexo 6. Muestra el listado de precios de materiales e insumos directos para la elaboración del pan pico, para los precios de estos se tomó en cuenta el tipo de cambio del dólar del 13 de agosto del 2015 que es de 27.41 ya que en esta fechas se realizaron las proformas para conocer los precios de la materia prima para la elaboración de los productos de pan, para determinar el imprevisto se tomó en cuenta el porcentaje de la inflación del año 2014 que fue del 6.50%.

Anexo 7. Presupuesto de Materiales e Insumos directos del Pan Empanada 93 600 piezas al año

Materia prima e Insumos	medida	Unidades	Costo Unit	Total
Harina	QQ	26	750.00	19,500.00
Azúcar	QQ	4	800.00	3,200.00
Levadura	Lb	32.50	11.00	357.5
Queso	Lb	260	45.00	11,700.00
Huevo	Cajilla	69	90.00	6,210.00
Manteca	Lb	260	17.00	4,420.00
Sal	Lb	16	4.00	64.00
Agua Potable				15.00
sub total				45,466.50
Imprevisto 6.5%				2,955.32
Total				48,421.82

El anexo 7 muestra el listado de precios de materiales e insumos directos para la elaboración del pan empanada, Para esto se tomó en cuenta el tipo de cambio del dólar del 13 de agosto del 2015 que es de 27.41 ya que en esta fechas se realizaron las proformas para conocer los precios de la materia prima para la elaboración de los productos de pan, para determinar el imprevisto se tomó en cuenta el porcentaje de la inflación del 6.5% del año 2014.

Anexo 8. Presupuesto de Materiales e Insumos directos del Pan polvorón 93, 600 piezas al año

Materia prima e Insumos	Medida	Unidades	Costo Unit	Total
Harina	QQ	26	750.00	19,500.00
Azúcar	QQ	4	800.00	3,200.00
Dulce	Atado	130	30.00	3,900.00
Levadura	Lb	32.5	11.00	357.50
Huevo	Cajilla	69	90.00	6,210.00
Manteca	Lb	260	17.00	4,420.00
Sal	Lb	16	3.00	48.00
Agua Potable				15.00
Subtotal				37,650.50
Imprevisto 6.50%				2,447.28
Total				40,097.78

El anexo 7 muestra el listado de precios de materiales e insumos directos para la elaboración del pan polvorón, Para esto se tomó en cuenta el tipo de cambio del dólar del 13 de agosto del 2015 que es de 27.41 ya que en esta fechas se realizaron las proformas para conocer los

precios de la materia prima para la elaboración de los productos de pan, para determinar el imprevisto se tomó en cuenta el porcentaje de la inflación del 6.5% del año 2014.

Anexo 9. Consolidado de costo de materiales e insumos del primer año de producción

Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costos totales Anuales
Costos del Pan Pico	93,600	0.36	33,766.50
Costos de pan empanada	109,200	0.42	46,382.00
Costos de Pan Simple	93,600	0.49	45,466.50
Costos de Pan Polvorón	93,600	0.40	37,650.50
Costos Totales	390,000		163,265.50

El anexo 9 presenta información sobre el costo de venta de las diferentes variedades de pan que ofrece la panadería.

Anexo 10. Presupuesto de Remodelación de infraestructura

No	Descripción	U/M	Cantidad	Precio unitario	Costo total
1	Cemento	Bolsa	15	280.00	1,400.00
2	Arena	Metro	3	800.00	2,400.00
3	Zinc	Unid	20	280.00	5,600.00
4	Alfajillas	Docena	1	1,000.00	1,000.00
5	Clavos	Libra	3	25.00	75.00
	Subtotal				9,575.00
	Imprevisto 6.50%				1,000.59
	Total				10,575.59

El anexo 10 muestra los requerimientos de los materiales que se utilizarán para la remodelación de la infraestructura de la panadería.

Anexo 11. Presupuesto de Costos indirectos de producción

No	Descripción	Cantidad	Costo		Costo total Anual
			U/M	unitario	
1	Servicios. de electricidad	-----	-----	50	600.00
2	Servicios de agua potables	-----	-----	10	120.00
3	Leña	15,600	Unidades	2	31,200.00
4	Paste de Lavar Utensilios	52	Unidades	4	208.00
5	Bolsas plásticas de 5 lb	325	Paq. de 100	14	4,550.00
6	Jabón de Lavar Utensilios	52	Unidades	8	416.00
7	Recargas telefónicas	1040	-----	10	10,400.00
8	Toallas pequeña de limpieza	12	Unidades	5	60.00
9	Gorros de tela	3	Unidades	25	75.00
10	Gabacha de tela	3	Unidades	70	210.00
11	Escoba limpieza horno	2	Unidades	20	40.00
12	Cucharas pequeñas	6	Unidades	3	18.00
13	Cuchillos cache de madera	2	Unidades	30	60.00
14	Taza mediana plástica	3	Unidades	5	15.00
15	Manteles de tela	3	Unidades	15	45.00
16	Gastos de transporte	52	Semanas	15	780.00
	Sub-total				48,797.00
17	Depreciación de Enseres y Muebles de Trabajo				2,864.99
18	Depreciación de Equipo de Trabajo				520.00
19	Depreciación de Infraestructura				2,957.50
20	Amortización de Gastos pre- operativos				816.67
	Sub-Total de Depreciaciones y Amortizaciones				7,159.16
	Subtotal				55,956.16
	Imprevisto 6.50%				3,171.81
	Total				59,127.97

Anexo 12. Presupuesto de Mano de Obra Directa (Salarios)

Nº	Descripción del Cargo	No. de Puestos	Cantidad D/H	Salario por día C\$	Salario Semanal	Salario anual total C\$
1	Panadero	1	20	80.00	400.00	20,800.00
2	Ayudante	1	20	80.00	400.00	20,800.00
	Total			160.00	800.00	41,600.00

En el presupuesto de la mano de obra presenta los cálculos por día, semana y año con un pago de 80 córdobas diario por persona esto se acordó con los jóvenes emprendedores dueños del negocio.

Anexo 13. Presupuesto de salarios del vendedor

Nº	Descripción del Cargo	No. de Puestos	Cantida d D/H	Salario por día C\$	Salario Semanal	Salario anual total C\$
1	vendedor	1	20	80.00	400.00	20,800.00
Total						20,800.00

El presupuesto de salarios del vendedor se incluye en gastos de venta.

Anexo 14. Presupuesto de gastos de publicidad

Nº	Medio de comunicación	Unidades	Costo unitario C\$	Costo total C\$
1	Manta	1	600.00	600.00
2	Gorras al personal	4	40.00	160.00
3	Camisetas al personal	4	80.00	320.00
Total				1,080.00

En este presupuesto se muestran los medios de comunicación que utilizara la panadería para dar a conocer los diferentes productos .este presupuesto se incluye en gastos de venta.

Anexo 15. Presupuestos de gastos de ventas

Nº	Descripción	Costo total Anual C\$
1	Salario de Vendedor	20,800.00
2	Bolsas plásticas de 5 Lb.	4,875.00
3	Teléfono celular	500.00
4	Gastos de papelería y útiles de oficina	50.00
5	Publicidad	1,080.00
6	Subtotal	27,305.00
	Depreciación de Equipo de Reparto	380.00
	Total	27,685.00

En el anexo 14 se presentan los datos del presupuesto de la publicidad que va incluida en estos gastos y el anexo 13 presenta el salario del vendedor y anexo 21 la depreciación.

Anexo 16. Presupuesto de gastos de administración

Nº	Descripción	Costo total anual C\$
1	Salario del encargado de la panadería	20,800.00
2	Servicio de teléfonos	500.00
3	Gastos de papelería y útiles de oficina	245.00
	Sub-total	21,545.00
4	Depreciación de mobiliario y equipo de oficina	390.00
	Total	21,935.00

Anexo 17. Tabla global de depreciaciones anual

No.	Activos	Monto
1	Enseres y Muebles de Trabajo	2,864.99
2	Equipo de trabajo	520.00
3	Mobiliario y Equipo de Oficina	390.00
4	Equipo de reparto	380.00
5	Infraestructura	2,957.50
6	Amortización de Gastos Pre-operatorios	816.67
	Total	7,929.16

En esta tabla se presenta las depreciaciones y amortización anual de cada una de las tablas equivalente a 7, 929.16 córdobas netos.

Anexo 18. Tabla de depreciación de enseres y muebles de trabajo

Nº	Descripción	Valor activo	Valor residual	Vida útil (años)	Dep. anual
1	Horno artesanal	2,920.00	0.00	3	973.33
2	Mesón acero inoxidable 30"	2,740.00	0.00	3	913.33
3	Cazuelas de Aluminio	1,800.00	0.00	3	600.00
4	Pala de Horno 3 vrs y ½	100.00	0.00	3	33.33
5	Panas grandes de plástico	240.00	0.00	2	120.00
6	Panas mediana plástica	100.00	0.00	2	50.00
7	Baldes plásticos de 20 litros	200.00	0.00	2	100.00
8	Canasta grande de carrizo	150.00	0.00	2	75.00
	Total				2,864.99

El método utilizado para realizar las depreciaciones de los activo es el método de la línea recta sin valor residual, el 100% de las depreciaciones de enseres y muebles de trabajo se cargaran a los costos indirectos.

Anexo 19. Tabla de depreciación de equipo de trabajo

Nº	Descripción	Valor activo	Valor residual	Vida útil (años)	Dep. anual
1	Estantes de madera	2,000.00	0.00	5	400.00
2	Pesa de reloj	600.00	0.00	5	120.00
	Total				520.00

El método utilizado para realizar las depreciaciones de los activo es el método de la línea recta sin valor residual. El 100% de la depreciación de los equipos de trabajo se cargaran a los costos indirectos.

Anexo 20. Tabla de depreciación mobiliario y equipo de oficina

Nº	Descripción	Valor activo	Valor residual	Vida útil (años)	Dep. anual
1	Mesas con gavetas	1,200.00	0.00	5	240.00
2	Sillas plásticas	450.00	0.00	3	150.00
	Total				390.00

El método utilizado para realizar las depreciaciones de los activo es el método de la línea recta sin valor residual. El 100% de la depreciación de los mobiliarios y equipos de oficina se cargaran a los gastos de administración.

Anexo 21. Tabla de depreciación de equipo de reparto

No	Descripción	Valor activo	Valor residual	Vida útil	Dep. anual
1	Bicicleta	1,900.00	0.00	5	380.00
	Total				380.00

El método utilizado para realizar las depreciaciones de los activo es el método de la línea recta sin valor residual. El 100% de la depreciación de los mobiliarios y equipos de oficina se cargaran a los gastos de ventas.

Anexo 22. Tabla de depreciación de infraestructura

Nº	Descripción	Valor activo	Valor residual	Vida útil (años)	Dep. anual
1	Remodelación de infraestructura	9,575.00	0.00	10	957.50
2	Infraestructura	20,000.00	0.00	10	2,000.00
	Total				2,957.50

El método utilizado para realizar las depreciaciones de los activo es el método de la línea recta sin valor residual. El 100% de la depreciación de la Infraestructura se cargaran a los Costos Indirectos.

Anexo 23. Tabla de amortización de gastos pre-operatorios

Nº	Descripción	Costo total	Años de Amortización	Amortización Anual
1	Instalación de agua potable	750.00	3	250.00
2	Instalación de Energía Eléctrica	900.00	3	300.00
3	Registro en la Alcaldía	350.00	3	116.67
4	Registro sanitario	450.00	3	150.00

Anexo 24. Tabla de amortización

Monto solicitado	C\$44,520.00
Interés anual	22%
Plazo en meses	24
Cuota	(\$2309.62)

Período	Cuota	Interés	Capital	Saldo
0				44,520.00
1	2,309.62	816.20	1,493.42	\$ 43,026.58
2	2,309.62	788.82	1,520.79	\$ 41,505.79
3	2,309.62	760.94	1,548.68	\$ 39,957.11
4	2,309.62	732.55	1,577.07	\$ 38,380.05
5	2,309.62	703.63	1,605.98	\$ 36,774.06
6	2,309.62	674.19	1,635.42	\$ 35,138.64
7	2,309.62	644.21	1,665.41	\$ 33,473.23
8	2,309.62	613.68	1,695.94	\$ 31,777.29
9	2,309.62	582.58	1,727.03	\$ 30,050.26
10	2,309.62	550.92	1,758.69	\$ 28,291.57
11	2,309.62	518.68	1,790.94	\$ 26,500.63
12	2,309.62	485.84	1,823.77	\$ 24,676.86
13	2,309.62	452.41	1,857.21	\$ 22,819.65
14	2,309.62	418.36	1,891.26	\$ 20,928.40
15	2,309.62	383.69	1,925.93	\$ 19,002.47
16	2,309.62	348.38	1,961.24	\$ 17,041.23
17	2,309.62	312.42	1,997.19	\$ 15,044.04
18	2,309.62	275.81	2,033.81	\$ 13,010.23
19	2,309.62	238.52	2,071.09	\$ 10,939.14
20	2,309.62	200.55	2,109.06	\$ 8,830.07
21	2,309.62	161.88	2,147.73	\$ 6,682.34
22	2,309.62	122.51	2,187.11	\$ 4,495.24
23	2,309.62	82.41	2,227.20	\$ 2,268.03
24	2,309.62	41.58	2,268.03	\$ (0.00)

Anexo 25. Preguntas de la encuesta

Encuesta para analizar la oferta y la demanda del producto pan, en función de la elaboración del plan de negocio de panadería en la comunidad de Santa Isabel en el municipio de Somoto Madriz.

El objetivo de la encuesta es estimular los gustos y preferencias que admite al comprar el producto "pan" en su negocio.

Datos generales:

Nombre del negocio: _____

Nombre del o la propietario(a) _____

Edad: _____ sexo: F _____ M _____

1. ¿Usted compra producto pan?

si _____ No _____ Porque ? _____

2. ¿Qué tipo de pan compra?

a. Pan simple b. Picos c. Empanadas d. polvorón

e. Otros i. Todas las anteriores

3. ¿En qué tamaño compra este producto?

a. Pequeño b. Mediano

c. Grande d. Todas las anteriores

4. ¿Precio que adquiere el producto en bolsa en tamaño pequeño?

a. 10 córdoba b. 12 córdobas

5. ¿Cada cuánto tiempo compra este producto?

a. 5 veces a la semana b. Semanal c. Quincenal

6. ¿Qué cantidad compra Diario?

Productos /cantidad	Pan simple	Pan pico	Pan polvorón	Pan empanada
3 bolsas				
4 bolsas				
5 bolsas				

IX. Determinación de factibilidad para el negocio de panadería en la comunidad.

7. ¿Le gustaría que existiera una panadería en la comunidad para ofrecerle el producto pan?

Sí_____ No_____ ¿porque?_____

8. ¿Estaría dispuesto a comprar los productos que la panadería les ofrecerá?

Sí_____ No_____ ¿porque?_____

9. ¿Qué tipos de pan le gusta comprar?

a. Pan simple b. Picos c. Empanadas d. Polvorón e. Todas las anteriores

10. ¿En qué tamaño compra este producto?

a. Pequeño

b. Grande

11. ¿Con que frecuencia compraría las variedades de pan que la panadería les ofrecerá?

a. 5 veces a la semana b. Semanal

12. ¿Qué cantidades de bolsas de pan estaría dispuesto a comprarle a la panadería?

a. 10 bolsas b. 12 bolsas c. 15 bolsas

13. ¿Qué cantidad de pan simple estaría dispuesto a comprar a la panadería?

a. 3 bolsas b. 5 bolsas c. 6 bolsas

14. ¿Qué cantidad de pan empanada estaría dispuesto a comprar a la panadería?

a. 3 bolsas b. 5 bolsas c. 6 bolsas

15. ¿Qué cantidad de pan polvorón estaría dispuesto a comprar a la panadería?

a. 3 bolsas b. 5 bolsas c. 6 bolsas