



**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA**

**U.N.A**

**FACULTAD DE DESARROLLO RURAL**

**F.D.R**

**Trabajo de Graduación**

**Plan de Negocios**

**Establecimiento de una panadería en la comunidad  
Los Copales en Somoto, Madriz, 2016-2020**

**AUTORA**

**Br. Reyna Blandón Fajardo.**

**ASESOR**

**Lic. MsC. José Francisco Bravo M.**

**Managua, Nicaragua**

**Octubre, 2016**

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA**

**U.N.A**

**FACULTAD DE DESARROLLO RURAL**

**F.D.R**

**Trabajo de Graduación**

**Plan de Negocios**

**Establecimiento de una panadería en la comunidad  
Los Copales en Somoto, Madriz, 2016-2020**

**AUTORA**

**Br. Reyna Blandón Fajardo.**

**ASESOR**

**Lic. MsC. José Francisco Bravo M.**

**Managua, Nicaragua**

**Octubre, 2016**

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA**

**FACULTAD DE DESARROLLO RURAL**

**Trabajo de graduación**

**Plan de negocio**

Establecimiento de una panadería en la comunidad Los  
Copales en 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

**AUTORA**

Br. Reyna Blandón Fajardo.

**ASESOR**

Lic. MsC. José Francisco Bravo M.

Managua, Nicaragua

Octubre, 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**

---

**Presidente**

**Lic. MsC. Pedro Noel Torrez Rodríguez**

---

**Secretaria**

**Lic. MsC. Adriana Montenegro M.**

---

**Vocal**

**Lic. Ileana Castellón Rodríguez**

**Lugar y Fecha (día/mes/año): Managua, jueves 22 de septiembre 2016.**

## INDICE DE CONTENIDO

CONTENIDO	PÁGINA
DEDICATORIA .....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
INDICE DE CUADROS .....	iii
INDICE DE FIGURAS .....	v
INDICE DE ANEXOS .....	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	ix
ABSTRACT .....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. OBJETIVOS .....	3
III. METODOLOGÍA.....	4
3.1 Ubicación del área de estudio.....	4
IV. NATURALEZA DEL NEGOCIO.....	6
4.1 Nombre del negocio.....	6
4.2 Logotipo .....	6
4.3 Lema .....	6
4.4 Colores.....	6
4.5 Mascota .....	6
4.6 Cuadro 1. Análisis FODA .....	7
4.7. Declaración de Misión.....	8
4.8 Declaración de Visión.....	8
4.9 Valores.....	8
4.10 Ventajas competitivas .....	8
4.11 Ubicación del negocio.....	8
4.12 Descripción del negocio.....	9
V. PLAN DE MERCADO.....	12
5.1 OBJETIVOS.....	12
5.2 Investigación de mercado .....	13
5.3 Resultados de la encuesta aplicada a los consumidores finales.....	15
5.5 Descripción de los productos.....	29

## INDICE DE CONTENIDO

CONTENIDO	PAGINAS
<b>V. PLAN DE MERCADO (CONTINUACION)</b>	
5.6 Canales de comercialización.....	32
5.7 Distribución o puntos de ventas.....	34
5.8 Proyecciones.....	35
<b>VI. PLAN DE PRODUCCIÓN .....</b>	<b>39</b>
6.1 OBJETIVOS.....	39
6.2 Especificaciones de los productos .....	40
6.3 Proceso de producción de los productos.....	40
6.3.1 Actividades necesarias para elaborar el producto.....	40
6.3.2 Tiempos requeridos para desarrollar cada actividad.....	40
6.4 Diagrama de Procedimiento y Flujograma del proceso productivo del pan.....	41
6.5 Maquinarias y Equipos.....	42
6.6 Capacidad instalada.....	45
6.6.1 Diseño de la planta.....	45
<b>VII. PLAN DE ORGANIZACIÓN .....</b>	<b>46</b>
7.1 OBJETIVOS.....	46
7.2 Estructura organizacional de la panadería.....	47
7.3 Descripción de cargos.....	48
<b>VIII. PLAN FINANCIERO .....</b>	<b>52</b>
8.1 OBJETIVOS.....	52
8.2 Presupuestos de costos, gastos e inversiones.....	53
<b>IX. PLAN AMBIENTAL.....</b>	<b>65</b>
9.1 OBJETIVOS.....	65
9.2 Análisis ambiental .....	65
<b>X. CONCLUSIONES .....</b>	<b>68</b>
<b>XI. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>69</b>
<b>XII. LITERATURA CITADA.....</b>	<b>70</b>
<b>XIII ANEXOS.....</b>	<b>71</b>

## **DEDICATORIA**

Dedico mi trabajo de tesis principalmente a Dios porque me ha brindado salud, sabiduría, perseverancia, para la culminación de mi carrera; Lic. En Agronegocios.

A la mujer que más quiero en mi vida, mi madre Bernarda Blandón que me ha brindado cariño, apoyo incondicional, sus consejos a cada momento y que nunca me ha dejado sola, gracias mamá por apoyarme incondicionalmente.

A cada uno de mis hermanos que de una u otra manera se han involucrado en mis estudios, brindándome sus consejos, expresándome palabras de motivación y de apoyo incondicional en momentos difíciles.

A mi hija Silma Andreli Martínez Blandón que me motivó para continuar hasta culminar mi carrera para mejorar mis condiciones económicas y brindarle una vida más cómoda, a mi compañero de vida por su apoyo incondicional.

**Br. Reyna Blandón Fajardo**

## **AGRADECIMIENTO**

Primero le agradezco a Dios, por bendecirme, brindándome la oportunidad de finalizar mis estudios y hacer realidad mi sueño de ser profesional.

A mi familia que ha estado conmigo en todo momento apoyándome con consejos que me transmitían fortaleza y seguridad, además del apoyo económico.

También le agradezco a mi asesor de tesis Lic. MsC José Francisco Bravo por su apoyo, su visión crítica, sus consejos, que influyeron en mi formación como persona y como profesional, hasta la finalización de mi trabajo para optar al título de licenciada en la carrera de Agronegocios.

Gracias a cada uno de los maestros que contribuyeron con la transmisión de conocimientos durante los cinco años de la carrera.

A la familia Lara Gómez quienes en el transcurso de mi carrera hasta culminarla me brindaron solidaridad y a cada uno de mis compañeros que de una u otra manera me demostraron su apoyo.

**Br. Reyna Blandón Fajardo**

## INDICE DE CUADROS

CUADRO	PÁGINA
1. Análisis FODA.....	7
2. Modelos del negocio.....	10
3. Modelo de plan de negocios de la panadería artesanal en la comunidad Los Copales.....	11
4. Investigación de mercado.....	13
5. Descripción del Pan simple.....	29
6. Descripción del Pan Polvorón.....	29
7. Descripción del Pan Picos.....	30
8. Descripción del Pan Galletas.....	30
9. Descripción del Pan Punto rojo.....	30
10. Política de precio.....	31
11. Análisis de la competencia.....	31
12. Plan de publicidad del negocio.....	33
13. Proyecciones de la demanda actual.....	35
14. Proyecciones de la demanda real.....	35
15. Proyecciones de la demanda potencial.....	35
16. Proyecciones de venta.....	36
17. Proyecciones de venta a cinco años.....	36
18. Enseres y muebles de panadería.....	42
19. Mobiliario y equipo de oficina.....	42
20. Equipo de protección y seguridad.....	43
21. Equipo de reparto.....	43
22. Proveedores de materia prima e insumos.....	43
23. Ficha de cargo del responsable de la panadería.....	48
24. Ficha de cargo del responsable de producción.....	49
25. Ficha de cargo del operario.....	50
26. Cargo del vendedor.....	50
27. Plan de capacitación del personal.....	51

## INDICE DE CUADROS

<b>CUADRO</b>	<b>PÁGINA</b>
28. Proyecciones de ingreso por venta de bolsas de pan en unidades monetarias.....	53
29. Plan global de inversión.....	53
30. Tabla de origen y destino de fondos.....	54
31. Presupuesto de inversión fija.....	54
32. Presupuesto de herramientas e implementos de trabajo.....	54
33. Presupuesto de maquinarias y equipos de trabajo.....	55
34. Presupuesto de mobiliario y equipos de oficina.....	55
35. Presupuesto equipo de reparto.....	56
36. Presupuesto de infraestructura.....	56
37. Presupuesto de inversión diferida.....	56
38. Presupuesto de Capital de Trabajo.....	57
39. Consolidado de la materia prima e insumos.....	57
40. Presupuesto consolidado de M.O.D.....	57
41. Consolidado de los costos directos.....	58
42. Presupuesto de costo total de producción.....	58
43. Presupuesto consolidado de Gastos operativos C\$.....	58
44. Flujo de efectivo (ingresos- egresos).....	59
45. Estado de resultado.....	60
46. Balance general C\$.....	62
47. Cálculos de los indicadores financieros VAN Y TIR.....	63
48. Criterios utilizados para la evaluación de los impactos.....	66
49. Resumen de valoración de impacto ambiental (Matriz de Impactos Relevantes).....	67
50. Medidas de prevención y mitigación ambiental.....	67

## INDICE DE FIGURAS

<b>FIGURA</b>	<b>PÁGINA</b>
1. Logotipo.....	6
2. Mascota.....	6
3. Consume pan.....	15
4. Variedades de pan que consumen.....	15
5. Cantidad que compran.....	16
6. Presentaciones que lo compran.....	16
7. Frecuencia que lo compran.....	17
8. Tiempo que lo consumen.....	17
9. Precio.....	18
10. Establecimiento que lo compran.....	18
11. Estado del pan que consumen.....	19
12. Preferencia del pan.....	19
13. Factores que valoran en el pan.....	20
14. Comprarían pan de una nueva marca.....	20
15. Variedad de pan que les gustaría que se les ofertara.....	21
16. Cantidad que compraría.....	21
17. Frecuencia que compraría pan.....	22
18. Compran pan artesanal.....	22
19. Variedad de pan que se vende con más frecuencia.....	23
20. Cantidad que compran.....	23
21. Presentación que lo compra.....	24
22. Frecuencia que lo compran.....	24
23. Precio que lo compra.....	25
24. Establecimiento que compra el pan que vende en el negocio.....	25
25. Forma de adquisición del pan.....	26
26. Compraría de una nueva marca.....	26
27. Tipo de pan que le gustaría que se le ofertara.....	27
28. Cantidad que comprarían.....	27
29. Frecuencia que comprarían el pan.....	28

## INDICE DE FIGURAS

<b>FIGURA</b>	<b>PÁGINA</b>
30. Presentación que le gustaría el pan.....	28
31. Canales de comercialización.....	32
32. Distribución o puntos de ventas.....	34
33. Diagrama de Procedimiento y Flujograma del proceso productivo del pan.....	41
34. Diseño de la planta .....	45
35. Organigrama de la panadería.....	47

## INDICE DE ANEXOS

ANEXO	PÁGINA
Anexo 1, Cuadro 1. Presupuesto de venta del producto de pan simple.....	72
Anexo 2, Cuadro 2. Presupuesto de venta del producto de pan pico.....	72
Anexo 3, Cuadro 3. Presupuesto de Ventas del Producto Polvorón.....	72
Anexo 4, Cuadro 4. Presupuesto de Ventas del Producto Pan Galletas.....	72
Anexo 5, Cuadro 5 Presupuesto de Ventas del Producto Pan Punto Rojo.....	72
Anexo 6, Cuadro 6. Presupuesto de materiales e insumos Directos del pan simple 130,000 piezas al año.....	73
Anexo 7, Cuadro 7. Presupuesto de materiales e insumos Directos del pan pico 117,000 piezas al año.....	73
Anexo 8, Cuadro 8. Presupuesto de Materiales e Insumos directos del Pan Polvorón 130,000 piezas al año.....	73
Anexo 9, Cuadro 9. Presupuesto de Materiales e Insumos directos del Pan Galletas 91,000 piezas al año.....	74
Anexo 10, Cuadro 10. Presupuesto de Materiales e Insumos directos del Pan punto rojo 91,000 piezas al año.....	74
Anexo 11, Cuadro 11. Presupuesto de Costos indirectos de producción.....	75
Anexo 12, Cuadro 12 Consolidado de CIF.....	75
Anexo 13, Cuadro 13. Presupuesto de Mano de Obra Directa (Salarios).....	76
Anexo 14, Cuadro 14 Presupuesto de salarios del vendedor.....	76
Anexo 15, Cuadro 15 Presupuesto de salarios del responsable del negocio.....	76
Anexo 16, Cuadro 16. Presupuesto de gastos de publicidad.....	76
Anexo 17, Cuadro 17. Presupuestos de gastos de ventas.....	76
Anexo 18, Cuadro 18. Presupuesto de gastos de administración.....	77
Anexo 19, Cuadro 19 Consolidado de gastos de operación.....	77
Anexo 20, Cuadro 20 Tabla global de depreciaciones anual.....	77
Anexo 21, Cuadro 21 Tabla de depreciación de herramientas e implementos de trabajo.....	78
Anexo 22, Cuadro 22. Tabla de depreciación de equipo de trabajo.....	78

## INDICE DE ANEXOS

<b>ANEXO</b>	<b>PÁGINA</b>
Anexo 23, Cuadro 23. Tabla de depreciación de mobiliario y equipo de oficina.....	78
Anexo 24, Cuadro 24. Tabla de depreciación de equipo de reparto.....	79
Anexo 25, Cuadro 25. Tabla de deprecación de infraestructura.....	79
Anexo 26, Cuadro 26. Tabla de amortización de gastos pre-operatorios.....	79
Anexo 27, Cuadro 27. Tabla de amortización de financiamiento.....	80
Anexo 28, Encuesta dirigida a los (as) consumidores de pan.....	81
Anexo 29, Encuesta dirigida a los (as) dueños de pulperías actuales.....	86
Anexo 30- Departamento de Madriz.....	90

## RESUMEN EJECUTIVO

### Plan de negocios

**Establecimiento de una panadería en la comunidad Los Copales del municipio de Somoto, Madriz en el periodo 2016 – 2020.**

**Autora: Br. Reyna Blandón Fajardo; Asesor: Lic. MsC. José Francisco Bravo.**

El presente documento contiene información sobre el establecimiento de una panadería en la comunidad Los Copales, del municipio de Somoto, dicha información fue recolectado durante el voluntariado que organizo, RALEIGH Internacional con el apoyo de INPRU Somoto, en el estuvieron involucrados estudiantes de la carrera Lic. en Agronegocios de la UNA, en el que tuve la oportunidad de participar y diseñar un plan de negocios bajo el modelo CANVAS, este se proyectó a cinco años y su objetivo fue establecer una panadería para producir y comercializar pan en las pulperías de las comunidades Los Copales y Santa Rosa, El plan de negocio está compuesto por; La naturaleza del negocio, en la que se muestran elementos que identifican a la panadería, el plan de marketing, contiene el estudio de mercado, la demanda de pan se estima en 10,833 bolsas de pan simple; 9,750 de pico; 10,833 de Polvorón, 7,583 de pan galletas y 7,583 de punto rojo. Como parte de la metodología utilizada se efectuó la recolección de datos, para ello se aplicó una encuesta a los consumidores de las comunidades o población meta, y una entrevista a los dueños (as) de las pulperías, que formaban parte de una muestra tipo razonada. En él también se muestra 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, los cargos y funciones del personal y en el plan financiero se determina la inversión inicial del negocio la que se estima en C\$ 16,224 córdobas, con una TIR del 396.15% y un VAN de C\$ 130,960.59 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 Los Copales community in the municipality of Somoto, Madriz in the period 2016-2020.**

**Author: Br Reyna Blandon Fajardo; Assessor: Lic. MSc. José Francisco Bravo.**

This document contains information on the establishment of a bakery in the Los Copales, municipality of Somoto, community such information was collected during volunteer that I organize, RALEIGH International with the support of INPRU Somoto in were involved students studying Lic . Agribusiness UNA, where I had the opportunity to participate and develop a business plan under the CANVAS model, this is projected to five years and its goal was to establish a bakery to produce and sell bread at the grocery stores of communities the Copales and Santa Rosa, the business plan is composed of; The nature of business, in which elements that identify the bakery is, the marketing plan contains market research, demand for bread is estimated at 10,833 bags simple bread; 9,750 peak; 10,833 of Polvorón, bread and biscuits 7,583 7,583 red dot. As part of the methodology used data collection it was carried out for this purpose a survey of consumers of communities or target population, and an interview with the owners (as) of the grocery stores, which were part of a reasoned type sample was applied . In it the definition of the products is also shown, 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 the organizational structure, duties and functions of the staff and the financial plan initial business investment is determined which is estimated at C \$ 16.224 cordobas, with an TIR of 396.15% and a VAN of C \$ 130,960.59 demonstrating profitability 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 se ha elaborado con la finalidad de establecer una panadería en la comunidad Los Copales para abastecer la demanda de pan de sus habitantes y los de la comunidad de Santa Rosa del municipio de Somoto.

La idea de establecer una panadería artesanal en la zona surge por la necesidad y la gran demanda existente de los productos derivados de esta actividad, ya que no existe un establecimiento que se dedique a esta labor, se debe mencionar que, desde tiempos antiguos los pobladores del municipio de Somoto, se han dedicado a la elaboración de rosquillas. Cabe destacar, que en su mayoría la mano de obra que labora en la producción de estos bienes habita en las zonas rurales del municipio y estas emigran a la ciudad para trabajar y dar sustento a sus familias.

Somoto se encuentra ubicado en la coordenada 13° 25 latitud Norte y 86° 35 de longitud oeste en el departamento de Madriz a 216 Km al Norte de la ciudad de Managua y a 18 Km de la frontera con Honduras y tiene una altura de 1,375 km<sup>2</sup>, un municipio predominantemente rural, Sus principales actividades económicas son; la agricultura y la ganadería. Este cuenta con un relieve variado y unas precipitaciones anuales menores de 1,000 mm.

Los Copales y Santa Rosa se localizan en el departamento de Madriz, La comunidad Los Copales está ubicada a 4 Km del municipio de Somoto y Santa Rosa a 6 Km. Existen dos carreteras en buen estado que atraviesan las comunidades, la entrada de vehículos es accesible para abrir nuevas rutas de distribución y comercialización de pan.

Teniendo en cuenta que el pan es un alimento importante por su valor nutricional para el organismo y que ha constituido la base de la alimentación de todas las civilizaciones debido a sus características nutritivas, la sencillez de la utilización de su materia prima, y el precio moderado de este producto, a la familia Díaz le resulta factible la implementación de este negocio.

El plan de negocio está compuesto por: La naturaleza de la empresa, el plan de mercado, el plan de producción, el plan de organización, el plan financiero y el plan de impacto ambiental.

## **Antecedentes**

En el periodo comprendido entre febrero y abril del año 2015 la Organización no gubernamental RALEIGH internacional en coordinación con el Instituto de Promoción Humana de Somoto (INPRHU-Somoto), llevaron a cabo proyectos de emprendedurismo juvenil para las comunidades rurales del municipio de Somoto en donde participaron jóvenes de la Universidad Nacional Agraria, voluntarios Nicaragüenses, Costarricenses y Británicos.

El voluntariado de RALEIGH, con el apoyo de INPRHU-Somoto llevaron a cabo capacitaciones para que jóvenes emprendedores elaboraran un plan de negocio bajo la metodología del modelo CANVAS, es en este contexto, que uno de los integrantes de la familia Díaz decidió plasmar en un documento escrito su idea de negocio sobre una panadería en la comunidad, teniendo en cuenta que el pan es un producto que siempre mantendrá una demanda creciente, para la familia Díaz y jóvenes emprendedores representa una oportunidad, ya que no cuentan con recursos, ni financiamiento para establecer sus negocios.

## **Justificación**

El sector de la panificación es importante ya que se constituye como uno de los alimentos básicos en la dieta y canasta familiar de la población. Los productos de panadería son comprados por los diferentes estratos sociales y a cualquier hora del día, gracias a su precio accesible, su valor nutricional y a la costumbre de su consumo.

La instalación de la panadería traerá beneficios tanto, a la familia Díaz como, a los habitantes y dueños de pulperías de las comunidades Los Copales y Santa Rosa, ya que, contarán con un producto fresco y a un precio accesible. Este negocio, tendrá un impacto positivo para los dueños de pulperías y para los consumidores de ambas comunidades al reducir sus gastos de transporte debido a que no tendrán que viajar a la ciudad de Somoto a comprar el producto porque la panadería se encargara de la distribución del mismo.

El establecimiento y funcionamiento de la panadería, contribuirá a mejorar la calidad de vida de los pobladores de las comunidades de Los Copales y Santa Rosa, al poner su disposición un producto recién elaborado, contrario al producto que adquieren en el comercio de la ciudad de Somoto, el que en ocasiones tiene hasta 2 o 3 días.

Teniendo en consideración que el joven Díaz como emprendedor tiene capacidad y experiencia en esta actividad y que la panadería se perfila como un negocio rentable, se ha considerado que la oportunidad de realizarlo es excelente, partiendo de la considerable aceptación y alta demanda insatisfecha existente en las comunidades de Los Copales y Santa Rosa.

## **II. OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

- ❖ Establecer una panadería en la comunidad Los Copales del municipio de Somoto en el periodo 2016-2020 si el plan de negocio determina su viabilidad, factibilidad y rentabilidad.

### **Objetivos específicos**

- ❖ Determinar la naturaleza de la empresa.
- ❖ Realizar el plan de mercado para el establecimiento de la panadería.
- ❖ Elaborar el plan de producción de la panadería.
- ❖ Diseñar un plan de organización empresarial que defina la estructura organizativa óptima del negocio.
- ❖ Elaborar un plan financiero que determine la rentabilidad de la inversión.
- ❖ Elaborar un estudio de impacto ambiental para el resguardo del medio ambiente.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Ubicación del área de estudio**

El estudio se llevó a cabo en la comunidad Los Copales y Santa Rosa del municipio de Somoto en el departamento de Madriz, Los copales limita al Norte con carretera panamericana, al sur con Santa Rosa, al este con las Minitas y Somoto, al oeste con Aguas Calientes.

Santa Rosa limita al norte con los copales, al sur con la Susuba, al este con Apatule y al oeste con río Inalí y Zapotillo.

#### **3.2 Estudio realizado**

El estudio realizado 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 4 fases de realización: fase inicial, fases intermedias y fase final.

#### **3.3 Fases metodológicas**

##### **Fase I:**

1. Realización de un diagnóstico situacional para conocer el nivel socio-económica de las familias de las comunidades, a través de una encuesta.
2. Identificación de emprendedores con ideas potenciales de negocio.( en edades de 15-25 años)
3. Realización de reuniones grupales para la planeación de talleres.
4. Ejecución de talleres de capacitación para los emprendedores.
5. Selección y delimitación del tema.
6. Culminación de talleres sobre el plan de negocio con la metodología (CANVAS)
7. Selección del plan de negocio a investigar.

**Nota:** Cada uno de los puntos mencionados en la primera fase fueron realizados en las comunidades Los Copales y Santa Rosa del municipio de Somoto.

##### **Fase II:**

1. Recopilación de información secundaria la cual radica en la revisión de estudios anteriores que estuvieran relacionados a la problemática a estudiar, se realizó por medio de libros y página electrónica.
2. Para la recolección de información primaria: se aplicaron dos instrumentos: La encuestas dirigida a los consumidores y la entrevista dirigida a dueños(as) de las pulperías de las comunidades.
3. Se diseñó la naturaleza del negocio, la que contempla el nombre, el logotipo, los colores, el mensaje, la mascota, la misión y visión del negocio.

### **Fase III:**

1. Se diseñó un modelo para el registro y procesamiento de datos en SPSS.
2. Se creó la base de datos con la información recolectada de la encuesta y entrevista aplicada.
3. Se realizó un análisis estadístico de los datos por medio de gráficas, tabla de frecuencia y contingencia.
4. Exposición de resultados logrados.

### **Fase IV**

1. Se trabajó mediante la metodología del modelo CANVAS.
2. Elaboración de cada componente de la estructura del plan negocio bajo el régimen académico de la U.N.A.
3. Finalización del trabajo realizado.
4. Revisión del documento final.
5. Incorporación de sugerencias a documento final.

## IV. NATURALEZA DEL NEGOCIO

### 4.1 Nombre del negocio

Panadería “EL BUEN GUSTO”

### 4.2 Logotipo



**Figura 1. Logotipo**

Suavecito, Tostadito, y Rico pan “BUEN GUSTO”.

### 4.4 Colores

Crema

Dorado

Blanco

Rojo

### 4.5 Mascota



**Figura 2. Mascota**

#### 4.6 Cuadro 1. Análisis FODA

	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<b>OBJETIVO ESTRATEGICO:</b> Establecer un negocio de panadería en la comunidad Los Copales del municipio de Somoto, Madriz.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Demanda creciente e insatisfecha de productos panaderos.</li> <li>2. Posibilidades a optar a financiamiento.</li> <li>3. Apoyo de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Posible presencia de nuevas competencia en el sector.</li> <li>2. Robo de materiales e insumos.</li> <li>3. Inseguridad ciudadana.</li> <li>4. Desastre natural.</li> <li>5. Desestabilidad económica.</li> </ol>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>ESTRATEGIA ( FO)</b>	<b>ESTRATEGIA (FA)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ubicación estratégica.</li> <li>2. Mano de obra calificada.</li> <li>3. Se cuenta con local propio</li> <li>4. Espíritu emprendedor y creativo.</li> <li>5. Atención personalizada al cliente.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear alianzas con organismos para participar en programas de capacitación en la elaboración del producto para diversificarlo y ofertar una gran variedad de pan.</li> <li>• Participar en ferias para realizar degustaciones del producto dentro y fuera del municipio de Somoto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abrir nuevas rutas de distribución y designar a un vendedor que se encargue de realizar visitas personalizadas para levantar pedidos de los productos y entrega de los mismos, manteniendo así un ambiente de confianza entre el cliente y el negocio.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>ESTRATEGIA ( DO)</b>	<b>ESTRATEGIA ( DA)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bajo poder adquisitivo.</li> <li>2. Carencia de tecnología.</li> <li>3. Publicidad limitada.</li> <li>4. Falta de medio de transporte para distribuir el producto.</li> <li>5. Poca experiencia en el área de administración.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear alianzas con financieras para Adquirir préstamos a una tasa de interés bajo.</li> <li>• Implementar campañas de divulgación y promoción continuas para penetrar en el mercado y mantener publicidad continua para seguir ofertando el producto.</li> <li>• Invertir en un medio de transporte adecuado para distribuir el pan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar periódicamente a la competencia, mediante instrumentos cuantitativos y cualitativos.</li> <li>• Realizar acciones que permitan reducir los costos de producción (producir altos volúmenes de productos, ahorro de energía, establecimiento de rutas para la distribución del producto).</li> </ul>

#### **4.7. Declaración de Misión**

Somos un negocio innovador y en crecimiento, dedicado a producir y comercializar productos panaderos de excelente calidad utilizando técnicas artesanales, satisfaciendo las necesidades de los consumidores de las comunidades Los Copales y Santa Rosa. Brindándoles confianza y bienestar social en el entorno laboral.

#### **4.8 Declaración de Visión**

Ser una panadería líder en la zona, comprometidos en brindar calidad y lealtad a nuestros clientes logrando así, el liderazgo en este sector, siendo posible gracias a la motivación de nuestro talento humano que nos ayudan a satisfacer los gustos y preferencia de los clientes.

#### **4.9 Valores**

Panadería “EL BUEN GUSTO” contara con valores que identifiquen al negocio, valores que hagan que sus clientes siempre nos visiten entre estos tenemos:

- Ñ Honestidad
- Ñ Dedicación
- Ñ Optimismo
- Ñ Creatividad
- Ñ Calidad
- Ñ Productividad

#### **4.10 Ventajas competitivas**

- Ubicación geográfica estratégica.
- Proceso productivo eficiente.
- Excelente relación con los proveedores.
- Precios competitivos.

#### **4.11 Ubicación del negocio**

Panadería “EL BUEN GUSTO” estará ubicada a 75 varas al oeste de la iglesia cristiana fuentes de agua viva. Un lugar estratégico en donde transitan habitantes de las comunidades aledañas entre están: Aguas Calientes, Santa Rosa y el Aguacate.

#### **4.12 Descripción del negocio**

Panadería “EL BUEN GUSTO”, tiene como objetivo elaborar y distribuir productos panaderos para abastecer diferentes pulperías de las comunidades Los Copales y Santa Rosa, se elaboraran algunas variedades de pan tales como: pan simple, pan dulce en sus diferentes presentaciones, galletas, picos, polvorones, pan punto rojo, entre otros. De acuerdo a la demanda también se podrán elaborar rosquillas y rosquetes.

La tecnología e instrumentos requeridos son pocos y sencillos de manipular, para el buen funcionamiento de la panadería: se requerirá de: un horno, 30 cazuelas, 2 mesones metálicos, además de leña, bolsas, etiqueta y materia prima necesarios para la elaboración del pan.

Una vez elaborado el pan, este será debidamente empacado para su distribución y venta en las comunidades Los Copales y Santa Rosa.

**Cuadro 2. Modelos del negocio**

<b>Alianzas claves</b>	<b>Actividades claves</b>	<b>Propuesta de valor</b>	<b>Relación con los clientes</b>	<b>Segmento de clientes.</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• RALEIHG</li> <li>• IMPRHU Somoto</li> <li>• (EJN) (Somoto)</li> <li>• Proveedores de materia prima</li> <li>• Proveedor de la leña.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producción de pan</li> <li>• Comercialización del pan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Higiene en los productos</li> <li>• Calidad del producto</li> <li>• Producto fresco.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistencia personal</li> <li>• Comunicación con el cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nicho de mercado, los clientes serán las pulperías y los (as) consumidores en general.</li> </ul>
	<b>Recursos claves</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Materia prima</li> <li>• Equipos y herramientas a utilizar</li> <li>• Horno</li> </ul>		<b>Canales de distribución.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El producto será distribuido mediante el transporte de bicicleta.</li> <li>• Intermediario (Pulperías)</li> </ul>	
<b>Estructura de costo</b>		<b>Flujos de ingresos</b>		
Capital de trabajo: C\$ 13,087.94		Ventas directas a los clientes (pulperías)		

**Nota:** Este es el modelo de negocio CANVAS que realizo el joven emprendedor de la comunidad Los Copales durante el voluntariado del primer ciclo del programa ICS-emprende del año 2015. Esta herramienta novedosa muestra 9 elementos claves que componen cualquier modelo de negocios.

**Cuadro 3. Modelo de plan de negocios de la panadería artesanal en la comunidad Los Copales**

<b>Buenas Prácticas de manufactura (BPM)</b>					
<b>ORGANIZACIÓN</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Búsqueda de jóvenes emprendedores en la comunidad.</li> <li>• Capacitación a emprendedores.</li> <li>• Acompañamiento en la elaboración de modelo de negocio CANVAS.</li> <li>• Presentación de modelo de negocio ante ONG.</li> <li>• Selección de Ganadores.</li> </ul>	<b>PLAN ORGANIZACIONAL</b> M.O, Organigrama, Cargos, Capacitación.	<b>PLAN DE PRODUCCIÓN</b> Insumos, Equipos, Herramienta, rendimiento, diversificación, descripción del producto, flujograma de proceso, diseño de la planta.	<b>PLAN DE MARKETING</b> Estudio de mercado, Canales de distribución y venta, precios, Proyecciones de ventas, publicidad.	<b>CLIENTE</b> Pulperías de la comunidad Los Copales.  Consumidores en general.	<b>ALIANZAS CLAVES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• RALEIHG</li> <li>• (EJN) (Somoto)</li> <li>• Proveedores de materia prima.</li> <li>• Proveedor de la leña.</li> </ul>
	<b>NATURALEZA DEL NEGOCIO</b> Nombre, Logo, Lema, Misión, Visión, FODA ventajas.				
	<b>PLAN FINANCIERO</b> Inversión, Costos, Gastos, Presupuestos C\$, Origen de fondos, VAN y TIR.	<b>PROVEEDORES</b> Distribuidoras del municipio de Somoto			
<b>Sostenibilidad, Responsabilidad social y Desarrollo económico-social</b>					

**Nota:** Este es el nuevo modelo de negocios que se está proponiendo al joven emprendedor se realiza con la finalidad de dar una estructura completa, más clara, específica y objetiva del negocio. En el modelo se observa la lógica a nivel interno y las relaciones que tendrán con agentes externos y aliados claves (los proveedores). La novedad que este plan representa, radica en que su implementación se efectúa de una forma más estructurada, facilitando con ello que la venta de pan fresco cuente con una mejor presentación (empacado y etiquetado) ya que la costumbre de venta de pan en las comunidades es por unidad.

## V. PLAN DE MERCADO

**Resultado:** El plan de mercado nos muestra que el establecimiento de la panadería en la comunidad Los Copales es viable para la comercialización de productos panaderos debido a que existe una demanda insatisfecha con intención de compra de pan del 100% tanto en la comunidad Los Copales como en Santa Rosa.

### 5.1 OBJETIVOS

#### Objetivo a corto plazo

- ❖ Posesionar a la panadería “EL BUEN GUSTO” en las comunidades Los Copales y Santa Rosa en el año 2016.
- ❖ Distribuir 46,583 bolsas de pan (simple, pico, polvorón, galletas y punto rojo) en las 11 pulperías de las comunidades Los Copales y Santa Rosa en el año 2016.

#### Objetivo a mediano plazo

- ❖ Incrementar las ventas a un 2.24% elaborando 552,179 unidades de pan en los periodos 2017.
- ❖ Desarrollar la estrategia de penetración de mercado, ampliando la Distribución de nuestro producto en pulperías de las comunidades de Aguas caliente, el Aguacate y Santa Isabel en el periodo 2017-2020.

#### Objetivo a largo plazo

- ❖ Obtener una Distribución de 655, 070 unidades de pan en el periodo 2020.
- ❖ Convertir a la panadería en un referente departamental en la distribución y comercialización de nuestro producto en el periodo 2018-2020.

## 5.2 Investigación de mercado

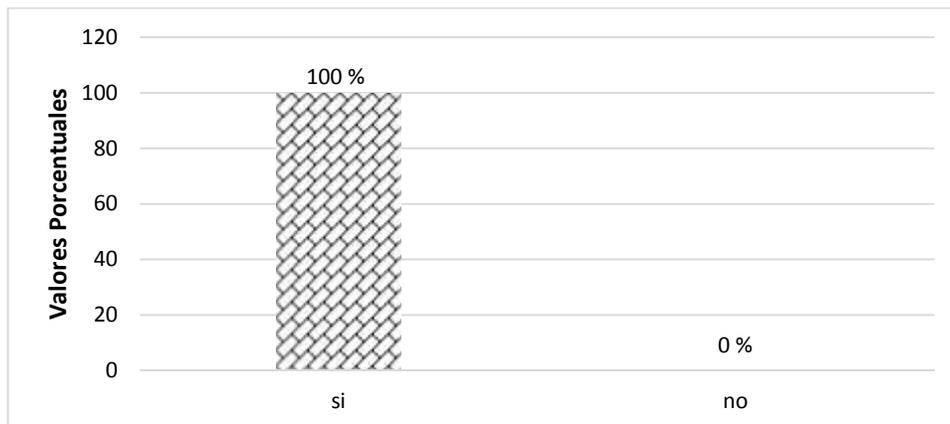
El propósito de la investigación de mercados es ayudar a los Propietarios de la panadería el “**BUEN GUSTO**” en la toma de las mejores decisiones sobre la mezcla de mercadotecnia del negocio.

### Cuadro 4. Investigación de mercado

Problema u oportunidad a investigar	<p>Los Copales y Santa Rosa son dos comunidades que no cuenta con un establecimiento que se dedique a la fabricación de pan, Un negocio como este es de suma importancia, debido a que los propietarios de las pulperías y cierta parte de los pobladores tienen que viajar a la ciudad de Somoto para adquirir este producto.</p> <p>Por tal motivo se realizara una investigación de mercado que determine si el establecimiento de una panadería contribuirá a satisfacer la demanda de pan de los consumidores de las comunidades Los Copales y Santa Rosa.</p>
Necesidades de la información	<p>La investigación de mercado es importante porque brinda información detallada, la que se requiere para determinar las necesidades del mercado, analizar las ventas, Realizar análisis sobre los competidores, el precio y aceptación del producto. para llevar a cabo lo antes mencionado será preciso investigar cuanto es la población actual de las comunidades Los Copales y Santa Rosa, cuantas pulperías existen en la zona para ver si los dueños de ellas estarían dispuestos a comprar y revender el producto, ya que este, es muy apetecido por sus atributos.</p>
Fuentes de información	<p><b>Fuentes primarias:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Los pobladores</li><li>✓ Los propietarios de las pulperías existentes en las Comunidades Los Copales y Santa Rosa.</li></ul>
Instrumento de la investigación	<p>Para la ejecución del proceso de recolección de los datos se diseñaran y aplicaran dos instrumentos, uno de ellos (La encuesta) dirigido a los elementos muestrales de la población y la segunda (La entrevista) que será aplicada a los propietarios de las pulperías,</p>

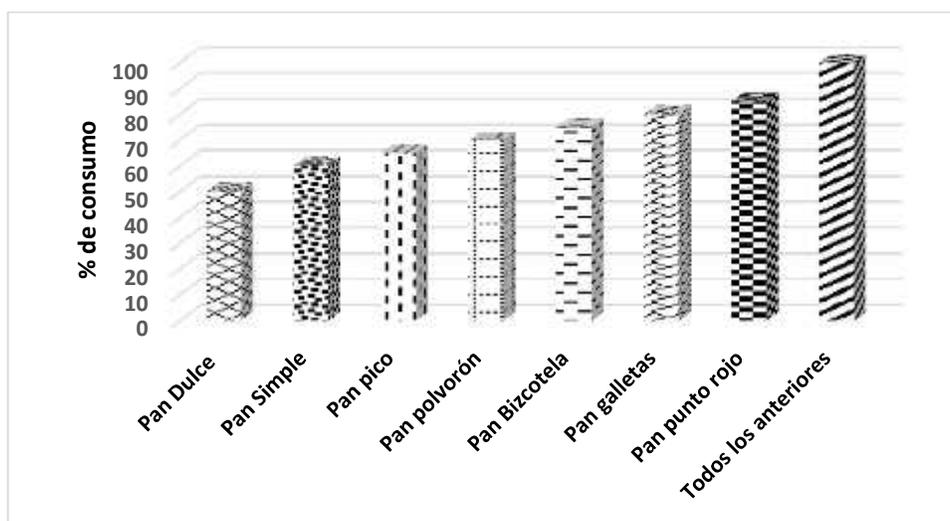
<p>Análisis de los datos</p>	<p>Antes de hacer el análisis de datos recopilados se precisó su tabulación haciendo uso del programa estadístico de SPSS para obtener resultados de calidad. Posteriormente se analizaran y se obtendrá información valiosa para la toma de decisiones relacionadas a la demanda, oferta, tipos de precios y canales de comercialización.</p>
<p>Elaboración y presentación del informe de resultado</p>	<p><b>1. Propósito de la investigación:</b>  Determinar la posible demanda de los consumidores potenciales que las localidades de Los Copales y Santa Rosa tendrían de pan.</p> <p><b>2. Método aplicado:</b>  Será una investigación descriptiva cuyo tipo de entrevista será directa es decir realizada personalmente a los elementos muestrales de la población de Los Copales y Santa Rosa del municipio de Somoto.</p> <p>De igual manera y teniendo en cuenta que la opinión de los/as dueños de las pulperías es de suma importancia se les realizo una entrevista igualmente personalizada.</p> <p><b>3. El levantamiento de la información:</b>  Se desarrolló en las comunidades Los Copales y Santa Rosa del municipio de Somoto tomando una muestra aleatoria de 150 en la cual 61 elementos fueron tomados en la primera comunidad y 89 elementos en la segunda.  El levantamiento de los datos se realizó en el mes de abril del año 2015.</p> <p><b>4. Resumen de la investigación:</b>  Se puede decir que la investigación realizada fue todo un éxito ya que ninguna persona se rehusó a que fuera entrevistado al mismo tiempo en el programa estadístico de SPSS nos dio resultados muy factibles para nuestro negocio ya que el 100% de los encuestados están dispuestos a comprar nuestro producto.</p>

### 5.3 Resultados de la encuesta aplicada a los consumidores finales



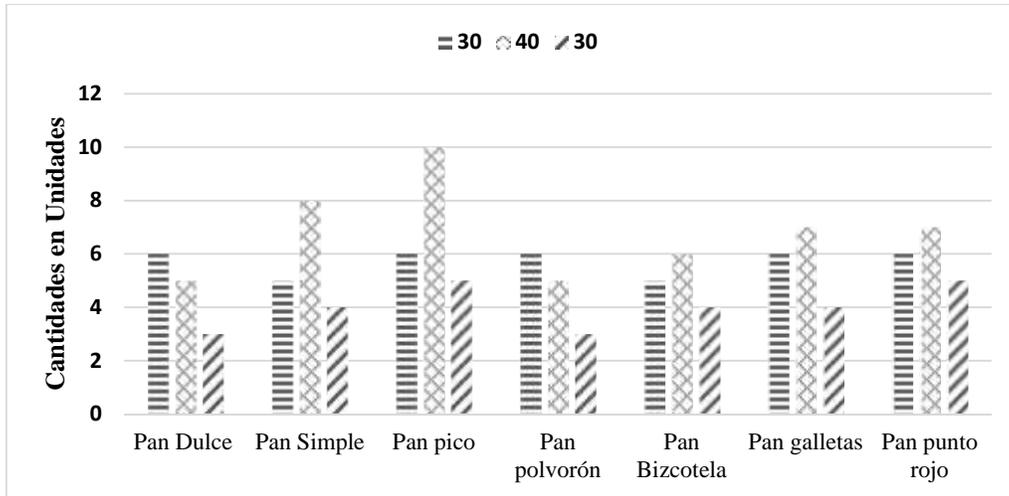
**Figura 3. Consumo de pan en la comunidad**

Los resultados de las encuestas realizadas en las comunidades Los Copales y Santa Rosa muestran que el 100 % de las personas entrevistadas y su familia consumen pan.



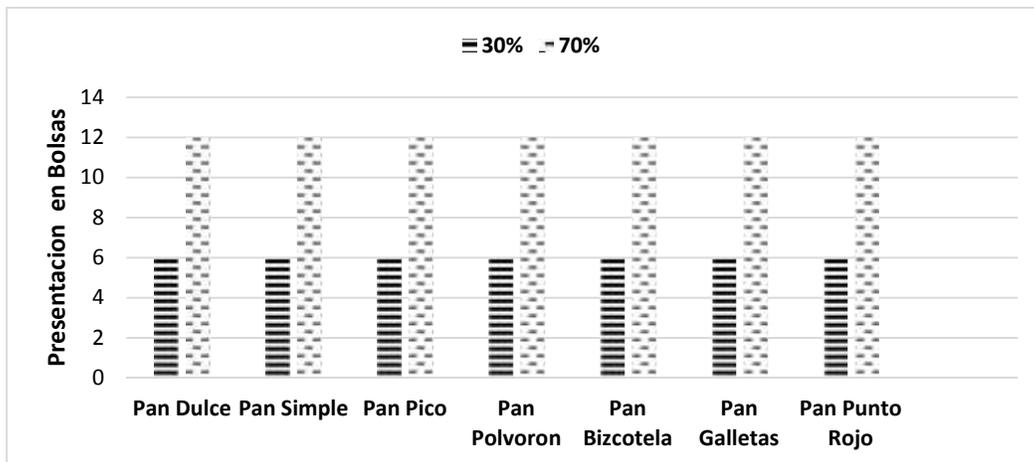
**Figura 4. Variedades de pan que consumen**

El 100% de los entrevistados consumen en menor a mayor escala las diferentes variedades de pan entre estas el pan Dulce, Simple, pico, Polvorón, Bizcotela, Galletas, punto Rojo.



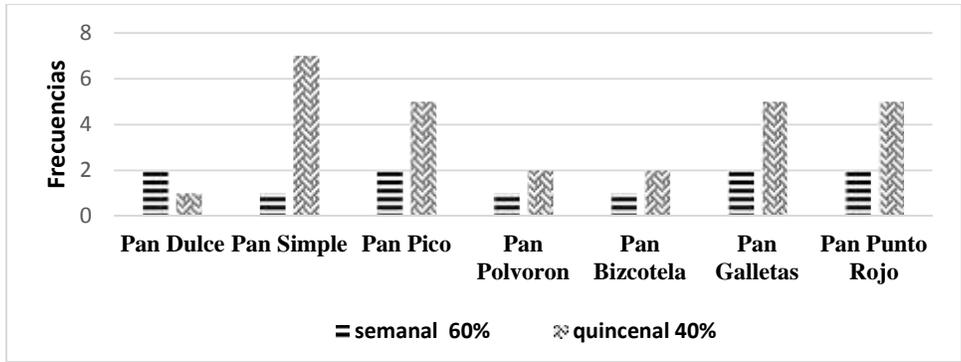
**Figura 5. Cantidad de pan que compran**

Según los resultados podemos ver que del 100% de las personas encuestadas un 40% de los consumidores compran las cantidades siguientes, 5 unidades de pan dulce, 8 de simple, 10 de pico, 5 de polvorón, 6 bolsas de bizcotela, 7 de galletas y 7 unidades de punto rojo. Un 30% de las personas compran 6 unidades de pan dulce, 5 de simple, 6 de pico, 6 de polvorón, 5 de bizcotela, 6 de galletas y 6 de punto rojo, y un 30% de las personas encuestadas compran 3 unidades de pan dulce, 4 de simple, 5 de pico, 3 de polvorón, 4 de bizcotela, 5 de galletas y 5 de pan punto rojo.



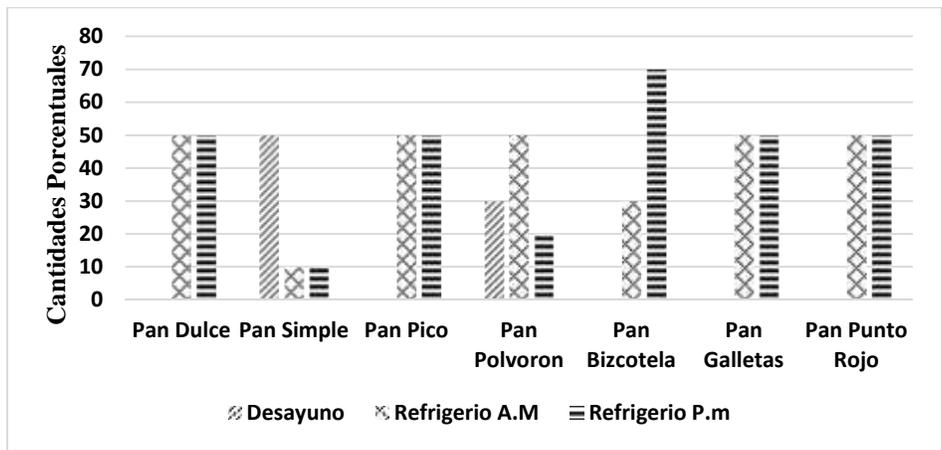
**Figura 6. Presentaciones que lo compran**

Del 100% de las personas encuestadas, un 70% adquieren el pan en presentaciones como son, bolsas de 12 unidades, y el 30% lo compran en bolsas de 6 piezas en las diferentes variedades.



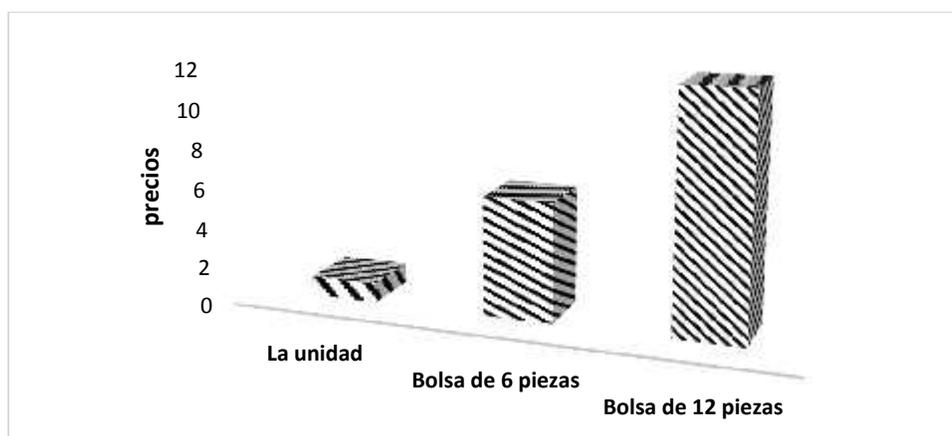
**Figura 7. Frecuencia que lo compran**

Como la gráfica nos muestra un 60% de las personas entrevistadas compran el pan con la frecuencia siguiente, en cuanto a la variedad de pan dulce 2 veces a la semana, el pan simple 1 vez a la semana, el pan pico 2 veces a la semana, el pan polvorón 1 vez a la semana, el pan bizcotela 1 vez a la semana, el pan galleta lo adquieren 2 veces a la semana, y el pan punto rojo al igual que la galleta lo compran 2 veces a la semana. Y el 40% lo adquieren con la frecuencia siguiente el pan dulce 1 vez a la quincena, el pan simple 7 veces a la quincena, el pan pico 5 a la quincena, el pan polvorón 2 veces a la quincena, el pan bizcotela 2 ves a la quincena, el pan galleta 5 veces a la quincena, y el pan punto rojo al igual que la galleta 5 veces a la quincena.



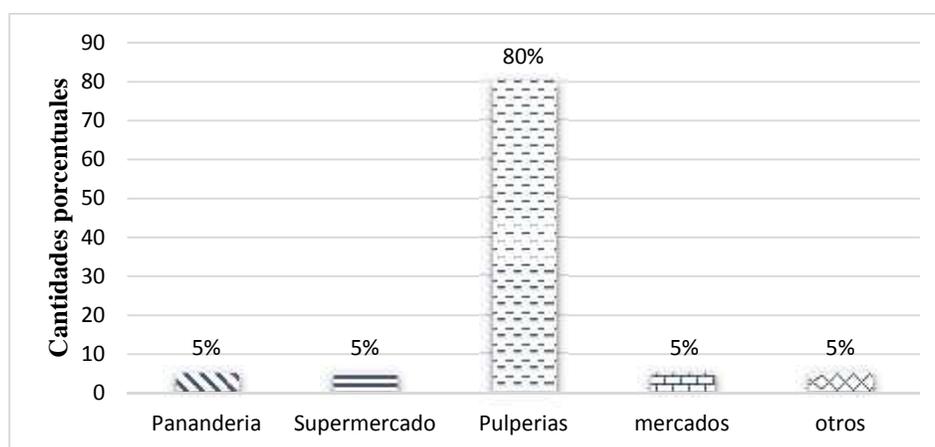
**Figura 8. Tiempo que lo consumen**

Según los resultados un 50% de los entrevistados consumen el pan dulce en el refrigerio A.M y el otro 50% en refrigerio P.M, en cuanto al pan simple del 100% un 50% lo consumen en el desayuno, un 10% en refrigerio P.M, un 10% el refrigerio P.M y un 20% lo consumen en la cena, del 100% un 50% de los entrevistados consumen el pan pico en refrigerio A.M y el otro 50% lo consumen en refrigerio P.M. del 100% un 30 % consumen el pan polvorón en el desayuno, un 50% lo consumen en refrigerio A.M y un 20% en el refrigerio P.M, del 100% de los entrevistados un 30% consume el pan bizcotela en el refrigerio A.M y el 70% lo consumen en refrigerio P.M, en cuanto al pan galletas y punto rojo del 100% un 50% lo consumen en refrigerio A.M y el otro 50% lo consumen en refrigerio P.M.



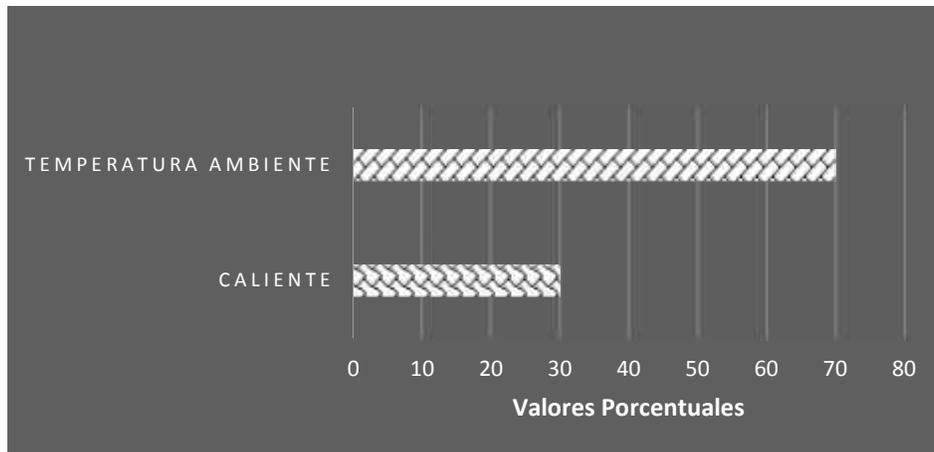
**Figura 9. Precio**

Según los resultados el 100% de las personas compran el pan a un precio de C\$ 1 la unidad, la bolsa de doce unidades a un precio de C\$ 12 y la bolsa de 24 unidades les cuesta C\$ 24.



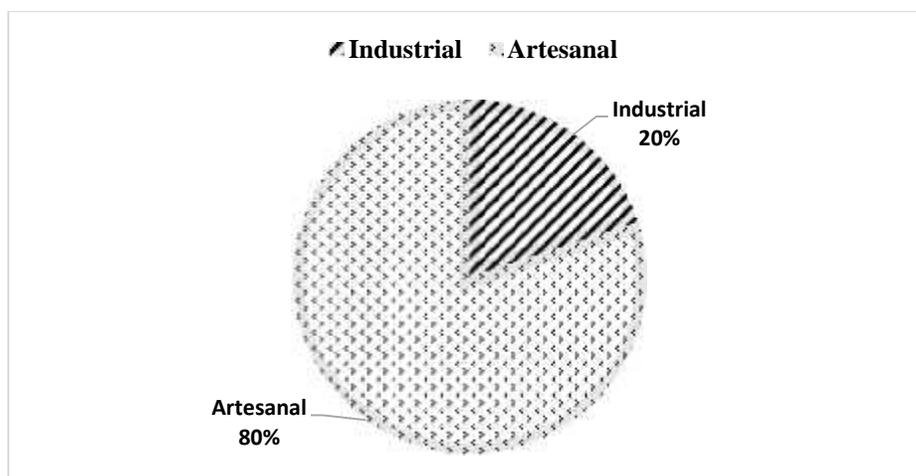
**Figura 10. Establecimiento que lo compran**

De acuerdo a los resultados del 100% de las personas entrevistadas un 80% de ellas habitualmente adquieren el pan en establecimientos tales como pulperías de la comunidad, un 5% lo compran en mercados, un 5% en panaderías y un 5% en supermercados, restando un 5% que lo obtienen de otros lugares.



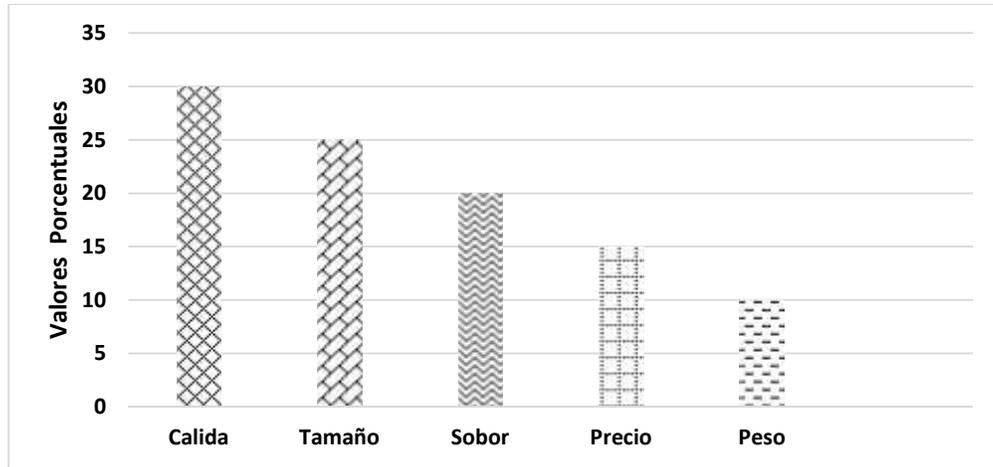
**Figura 11. Estado del pan que consumen**

Según los resultados de las encuestas un 70% de los entrevistados le gusta consumir el pan a temperatura ambiente y el otro 30% recién horneado.



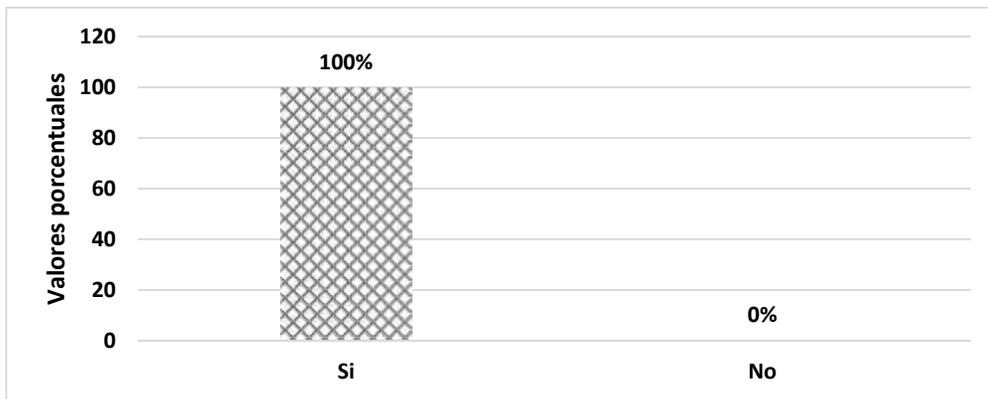
**Figura 12. Preferencia del pan**

Del 100% de las personas entrevistadas el 80% le da preferencia al pan artesanal y el 20% prefiere el pan industrial.



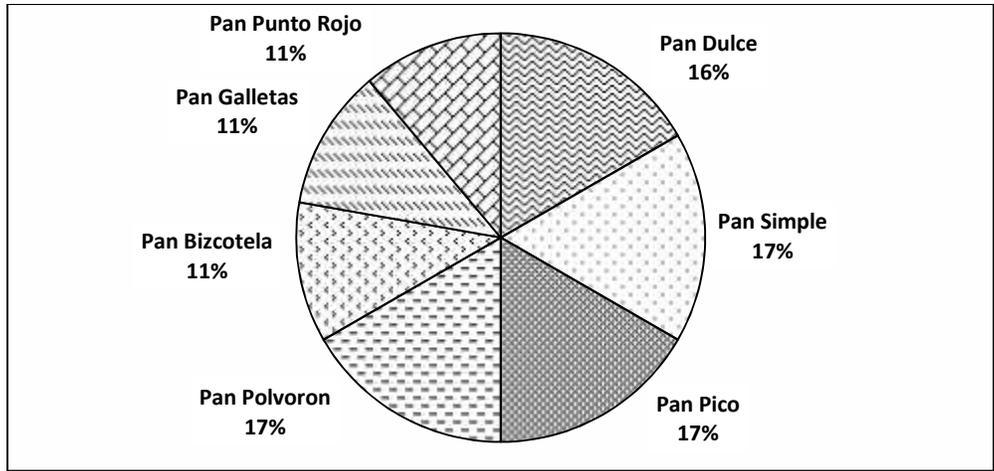
**Figura 13. Factores que valoran en el pan**

Del 100 % de las personas entrevistadas valoran los siguientes factores en cuanto a este producto dándole un valor 25% a la calidad, un 20% al tamaño, un 20% al sabor, 15% al precio y 10% al peso.



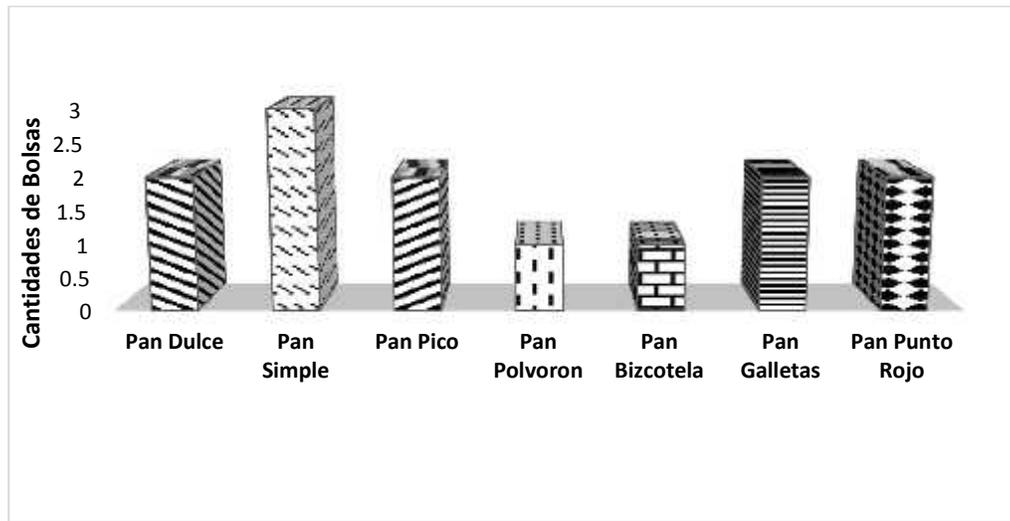
**Figura 14. Compraría pan de una nueva marca**

Según los resultados de las encuestas a la hora de preguntar que si se les ofertara un producto fresco de mayor calidad, mejor presentación, y a un precio competitivo estarían dispuestos a comprar, el 100% de los entrevistados dieron su respuesta positiva.



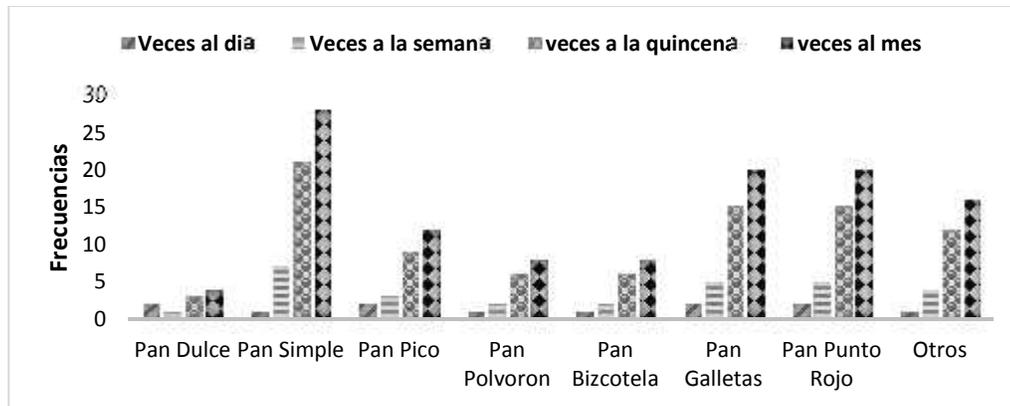
**Figura 15. Variedad de pan que les gustaría que se les ofertara**

Según los resultados 100% de las personas entrevistadas les gustaría que panadería “EL BUEN GUSTO” les ofertara las variedades de pan siguientes pan dulce, pan simple, pan pico, pan Polvorón, pan bizcotelas, pan galletas y pan punto rojo.



**Figura 16. Cantidad que compraría**

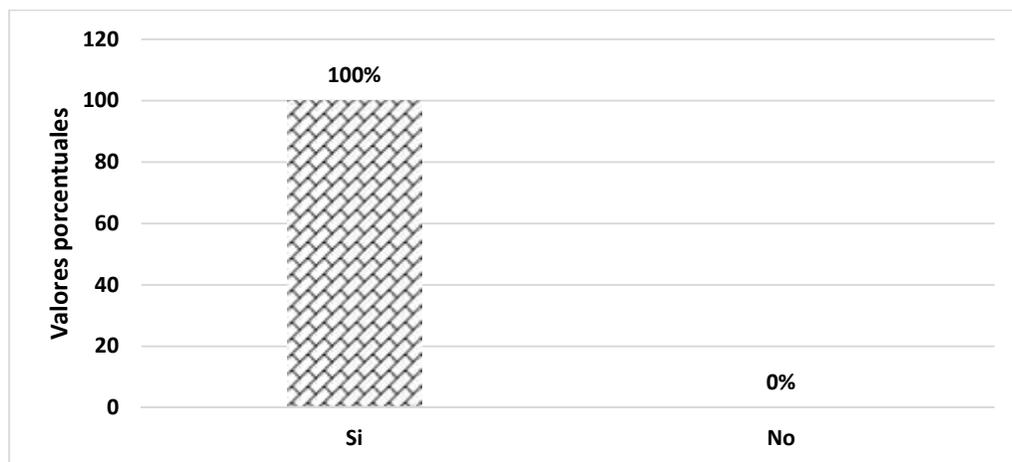
Según las encuestas realizadas el 100% de los pobladores comprarían 3 bolsas de pan simple, 2 de pan dulce, 2 de pan pico, 1 de pan Polvorón, 1 pan bizcotela, 2 de pan galletas y 2 bolsas de pan punto rojo.



**Figura 17. Frecuencia que compraría pan**

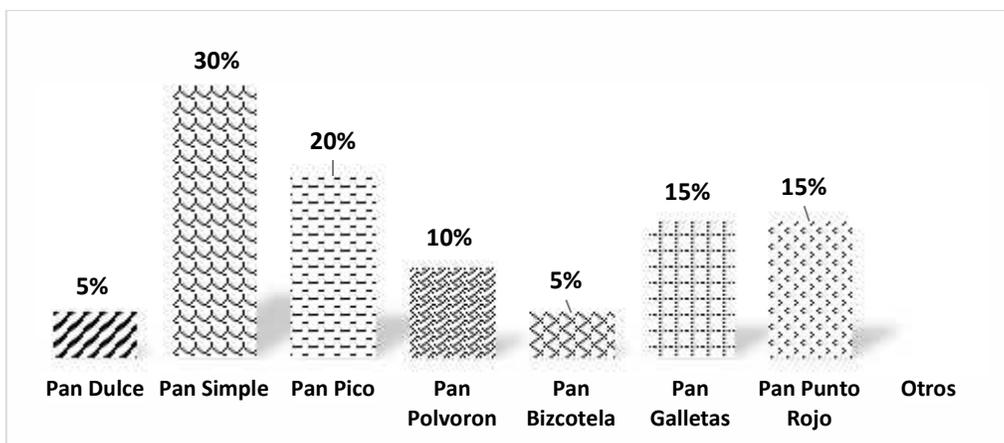
De acuerdo a los resultados el 100% de los entrevistados comprarían con una frecuencia el pan dulce de 2 veces al día, 1 a la semana, 3 a la quincena, 4 al mes, en cuanto al pan simple 1 ves al día, 7 veces a la semana, 21 a la quincena y 28 al mes, el pan pico 2 veces al día, 3 a la semana, 9 a la quincena y 12 al mes, el pan polvorón y la bizcotela lo comprarían 1 ves al día, 2 a la semana, 6 a la quincena, y 8 al mes, el pan galletas y pan punto rojo lo comprarían con una frecuencia de 2 veces al día, 5 a la semana, 15 a la quincena y 20 al mes en cuanto a otros tipos de pan lo comprarían a una frecuencia de 1 ves al día, 4 a la semana, 12 a la quincena, y 16 al mes.

#### **5.4 Resultados de las entrevistas realizadas a dueños (as) de pulperías de las comunidades.**



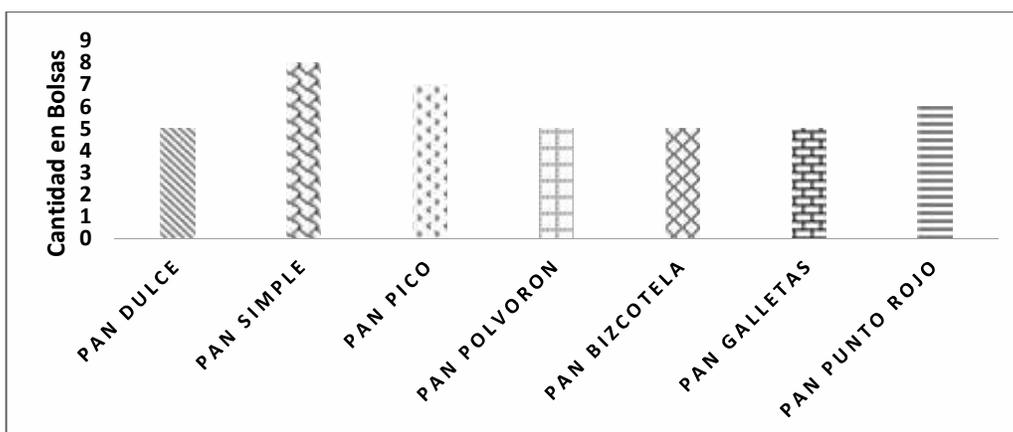
**Figura 18. Compran pan artesanal**

Nuestros resultados muestran que en su totalidad de las personas entrevistados dueños (as) de pulperías compran productos panaderos para distribuir en la comunidad Los Copales y santa rosa.



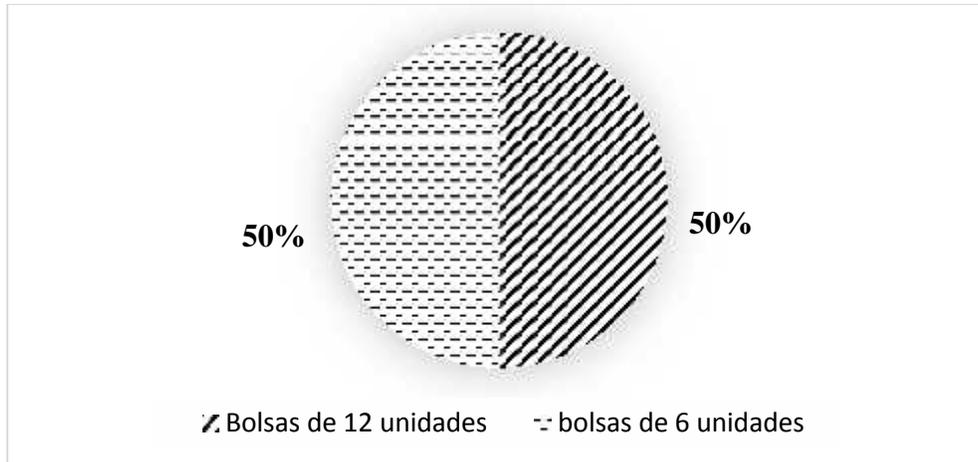
**Figura 19. Variedad de pan que se vende con más frecuencia**

De acuerdo a los resultados de las entrevistas realizadas a los representantes de las pulperías nos muestra que esta variedades de pan se venden con más frecuencia dándole un valor de un 30% al pan simple ya que es el más demandado, un 20% al pan pico, un 10% al pan polvorón, un 15% a la galletas, un 15% al pan punto rojo seguidamente con un 5% las variedades de pan bizcotela y pan dulce que son los menos demandados.



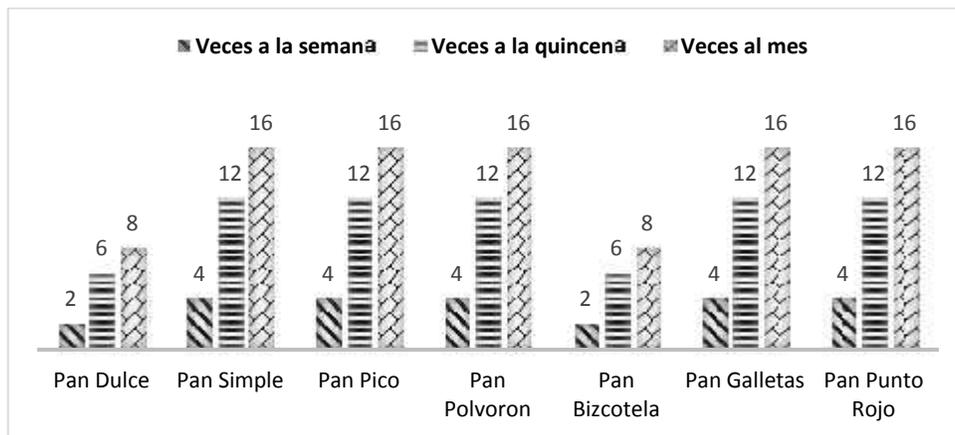
**Figura 20. Cantidad que compran**

Según los resultados de las entrevistas el 100% de los representantes de las pulperías compran 47 bolsas de pan, lo cual 8 bolsas de estos son pan simple, 7 bolsas de pan pico, 6 bolsas de pan punto rojo, 5 bolsas de pan dulce, 5 bolsas de pan polvorón, 5 bolsas de bizcotela, 5 bolsas de pan galletas y 5 entre otros.



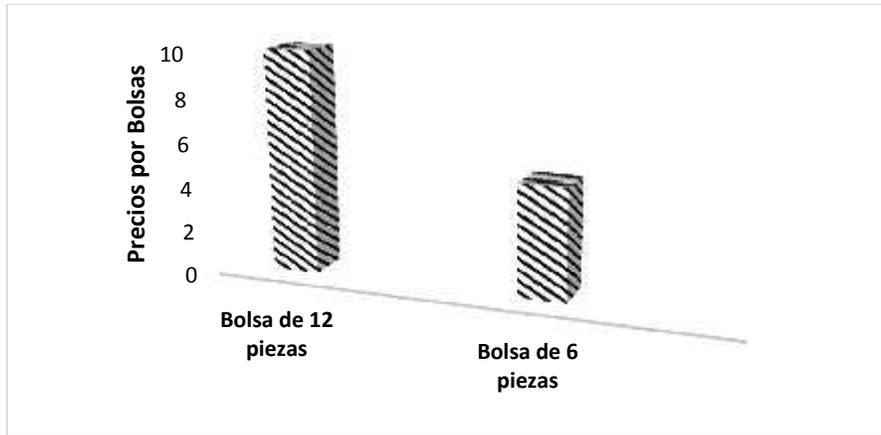
**Figura 21. Presentación que lo compra**

Según las respuestas de los entrevistados dueños(as) de las pulperías compran las diferentes variedades de pan en las siguientes presentaciones bolsas de 12 unidades y bolsas de 6 unidades.



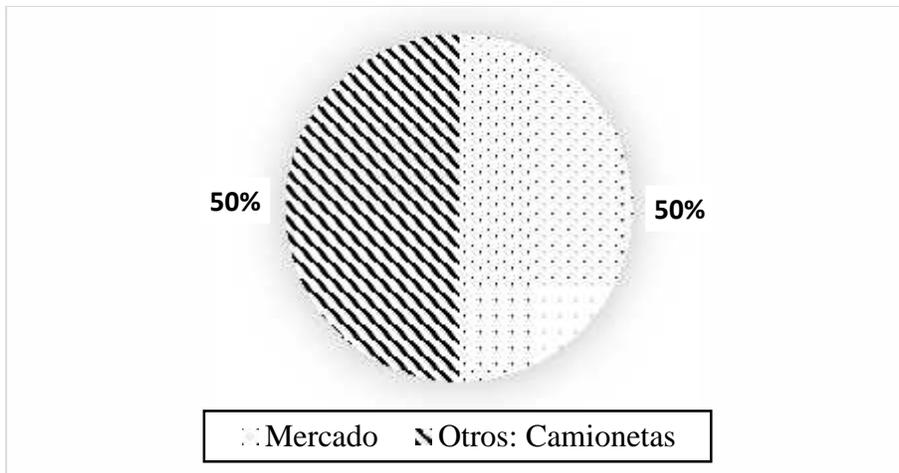
**Figura 22. Frecuencia que lo compran**

De los resultados obtenidos por los representante de las pulperías estos compra el pan simple, pan pico, polvorón pan galletas pan punto rojo a una frecuencia de 4 veces en la semana, 12 a la quincena y 16 en el mes y el pan dulce y pan bizcotela lo adquieren con una frecuencia de 2 veces a la semana, 6 a la quincena y 8 al mes.



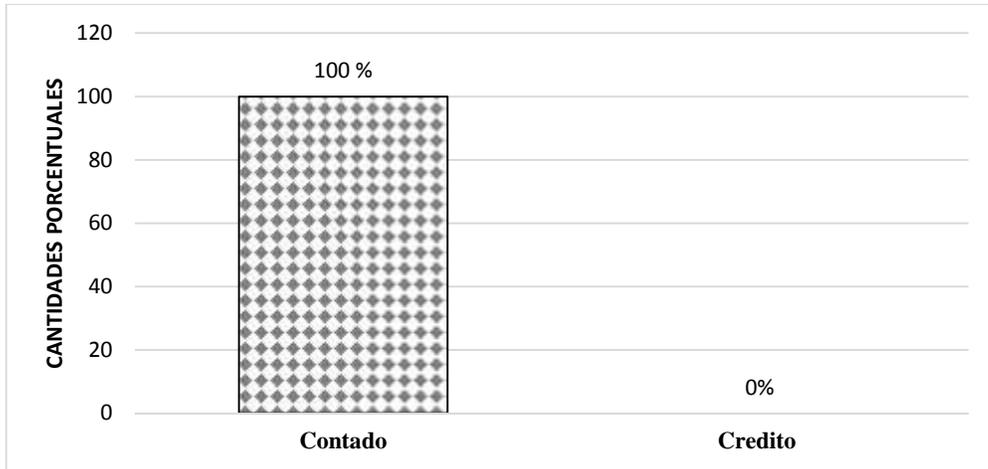
**Figura 23. Precio que lo compra**

Como la gráfica lo representa el 100% de los dueños de los negocios compran las diferentes variedades de este producto a un precio de C\$10 la bolsa de 12 unidades y C\$ 5 la bolsa de 6 unidades.



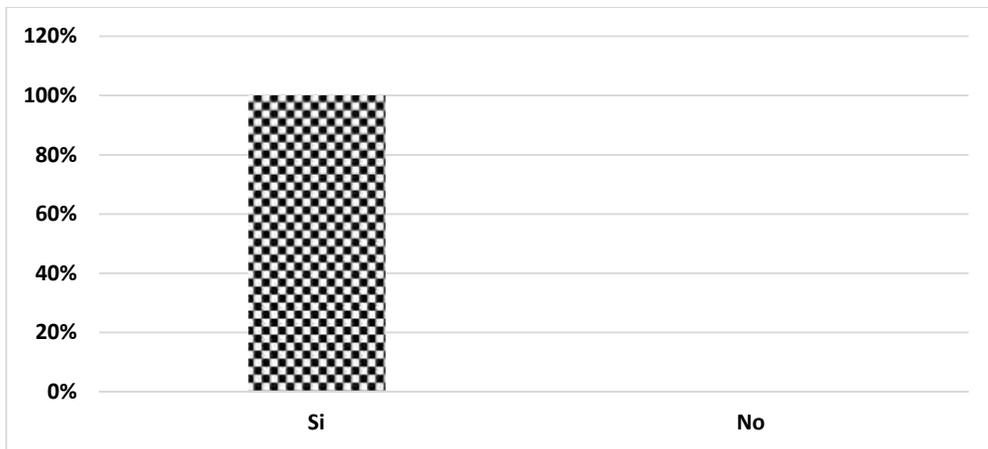
**Figura 24. Establecimiento que compra el pan que vende en el negocio**

Del 100% de los representantes de los negocios un 50% adquieren este producto en el mercado y el otro 50% lo compra a camionetas ambulantes en el municipio de Somoto.



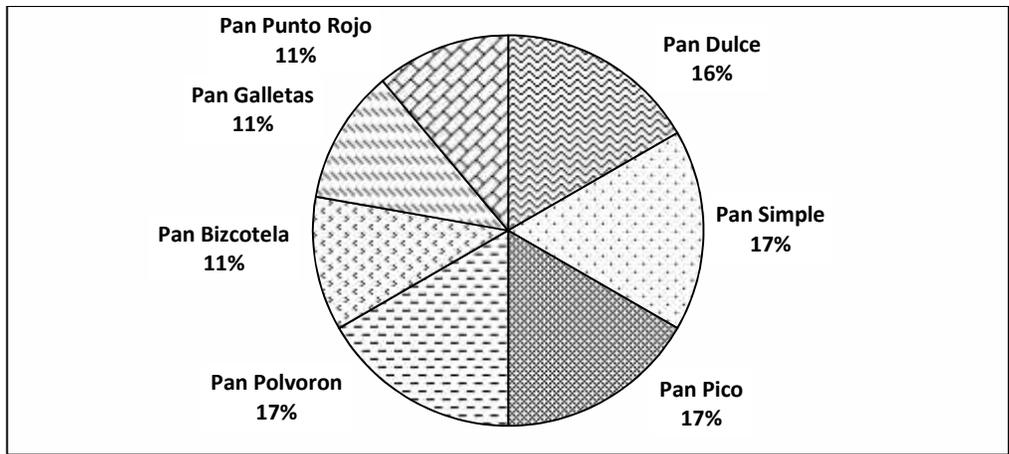
**Figura 25. Forma de adquisición del pan**

Según los resultados obtenidos de las entrevistas el 100% de los entrevistados compran este producto al contado.



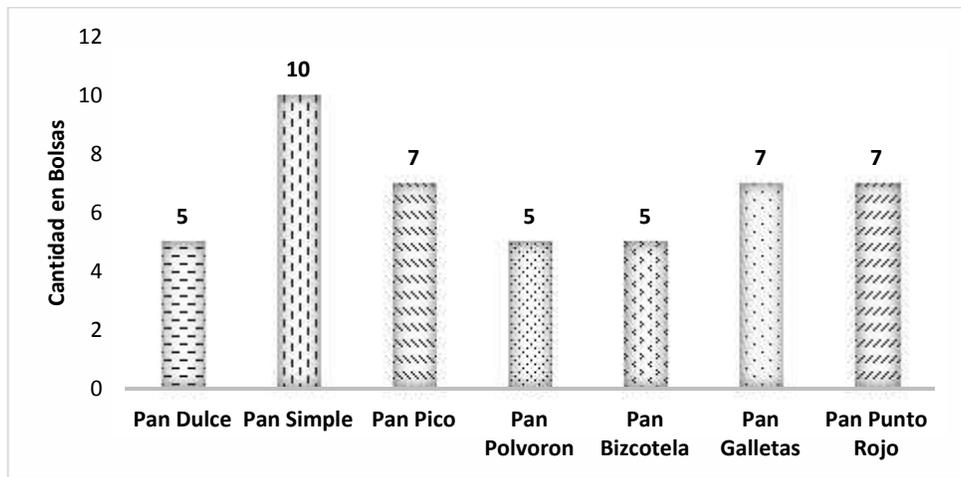
**Figura 26. Compraría de una nueva marca**

Dada a la gran demanda de este producto y el resultado obtenido de las entrevistas ejecutadas a representantes de cada pulpería un 100% de estos optan por comprar pan en panadería “EL BUEN GUSTO”.



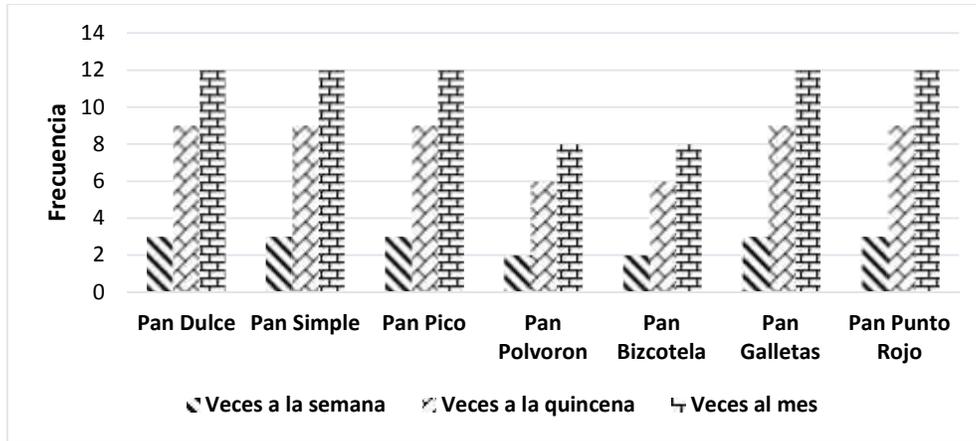
**Figura 27. Tipo de pan que le gustaría que se le ofertara**

Según las entrevistas realizadas a los dueños (as) de las pulperías a estos les gustaría que se le ofertara la variedad de pan siguiente: pan dulce, simple, pico, polvorón, bizcotela, galletas y pan punto rojo.



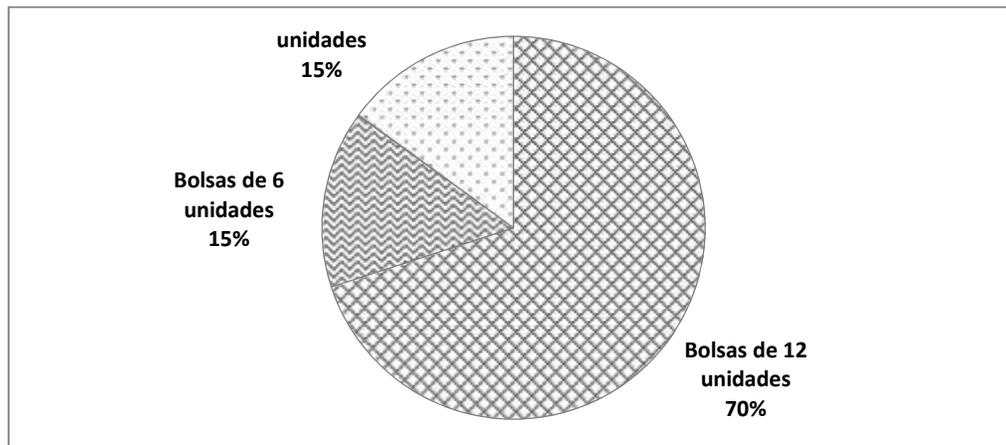
**Figura 28. Cantidad que comprarían**

De acuerdo con las respuestas de las entrevistas que se les dirigió a los representantes de las pulperías estos confirmaron que comprarían 46 bolsas de pan en las cuales se desglosarían de la siguiente manera, 5 de pan dulce, 10 de pan simple, 7 de pan pico, 5 de polvorón y 5 de pan bizcotela, 7 de galletas y 7 bolsas de pan punto rojo.



**Figura 29. Frecuencia que comprarían el pan**

Según los resultados de las entrevistas realizadas a dueños de los negocios en la comunidad Los Copales y Santa Rosa comprarían pan con la siguiente frecuencia el pan dulce, pan simple, pan pico, pan galletas y pan punto rojo 3 veces a la semana, 9 a la quincena y 12 al mes, en cuanto al pan polvorón y pan bizcotela lo comprarían 2 veces a la semana, 6 a la quincena y 8 al mes.



**Figura 30. Presentación que le gustaría el pan**

Según las respuestas de cada representante de las pulperías el 70% prefieren las presentaciones de 12 unidades la bolsa, el 15% de 6 unidades y el 15% restante prefiere en unidades.

#### 5.4. Conclusiones del estudio realizado

Para llevar a cabo el estudio de mercado se tomaron en cuenta dos métodos importantes como lo son: la encuesta y la entrevista cuyos resultados obtenidos han sido los siguientes, a través de las entrevistas, la mayoría de los dueños de las pulperías comprarían las diferentes variedades de pan (simple, pico, polvorón, galletas y punto rojo) que ofrecerá la panadería “EL BUEN GUSTO”, Cada pulpería, según sus representantes, estaría dispuesta a comprar aproximadamente 10 a 15 bolsas de pan al día, se proyecta la elaboración de pan 5 veces a la semana cubriendo un 57.70% de la demanda potencial de la comunidad.

#### 5.5 Descripción de los productos

En los siguientes cuadros se describen las diferentes variedades de pan que panadería el “Buen Gusto” estará ofertando.

**Cuadro 5. Descripción de pan Simple**

01 Nombre del producto	Pan simple
Materia prima e insumos del producto	Harina, azúcar, royal, bicarbonato, leche, margarina, huevo, manteca, crema.
Características físicas	Color dorado, forma cilíndrica
Empaque y detalles	Bolsa plástica transparente con su etiqueta,
Tiempo de duración	7 días
Observaciones	Este producto será elaborado tomando en cuenta las buenas prácticas de manufactura.

**Cuadro 6. Descripción del pan Polvorón**

02 Nombre del producto	Pan polvorón
Materia prima del producto	Harina, leche, azúcar, royal, bicarbonato, margarina, huevo, manteca.
Características físicas	Color dorado, forma redonda con azúcar en la superficie, dándole así un sabor dulce.
Empaque y detalles	Bolsa plástica transparente con su etiqueta,
Tiempo de duración	7 días
Observaciones	Este producto será elaborado tomando en cuenta las buenas prácticas de manufactura.

### **Cuadro 7. Descripción de pan Picos**

03 Nombre del producto	Pan pico
Materia prima del producto	Harina, leche, azúcar, levadura, queso margarina, huevo, manteca, canela, queso, royal.
Características físicas	Color dorado, forma triangular con azúcar en la superficie, dándole así un sabor dulce.
Empaque y detalles	Bolsa plástica transparente con su etiqueta,
Tiempo de duración	7 días
Observaciones	Este producto será elaborado tomando en cuenta las buenas prácticas de manufactura.

### **Cuadro 8. Descripción de pan Galletas**

04 Nombre del producto	Pan galletas
Materia prima del producto	Harina, leche, azúcar, royal, bicarbonato, margarina, huevo, manteca,
Características físicas	Color dorado, forma redonda y cuadrada, sabor dulce.
Empaque y detalles	Bolsa plástica transparente con su etiqueta,
Tiempo de duración	7 días
Observaciones	Este producto será elaborado tomando en cuenta las buenas prácticas de manufactura.

### **Cuadro 9. Descripción de pan Punto rojo**

05 Nombre del producto	Pan punto rojo
Materia prima del producto	Harina, leche, azúcar, royal, bicarbonato, margarina, huevo, manteca,
Características físicas	Color dorado, forma redonda con azúcar en la superficie, sabor dulce.
Empaque y detalles	Bolsa plástica transparente con su etiqueta,
Tiempo de duración	7 días
Observaciones	Este producto será elaborado tomando en cuenta las buenas prácticas de manufactura.

### Cuadro 10. Política de precio de panadería el Buen Gusto.

Tipo de política de precio
<p><b>1. Precio de penetración</b> de la panadería el BUEN GUSTO dará apertura ofertando sus productos a un precio igual al de la competencia que oscila en C\$ 10 la bolsa de 12 piezas y C\$ 20 la bolsa de 24 piezas.</p> <p><b>2. Precios especiales a clientes fijos (descuentos)</b> como las pulperías y clientes que deseen pedidos en cantidad de 100 piezas o más ya sea, para refrigerios de cumpleaños y acontecimientos fúnebres.</p> <p><b>3. En cuanto a nuestra política promocional tenemos:</b>            Descuentos            Promociones            Y ofertas</p>

Cabe recalcar que en la comunidad Los Copales y Santa Rosa no hay un establecimientos que se dedique a la elaboración de este producto, por esta razón los propietarios de las pulperías viajan a la cabecera departamental, es decir, a la ciudad de Somoto a comprar pan en las distintas panaderías que funcionan el este municipio, debido a que estos negocios no realizan la distribución de forma territorial.

### Cuadro 11. Análisis de la competencia

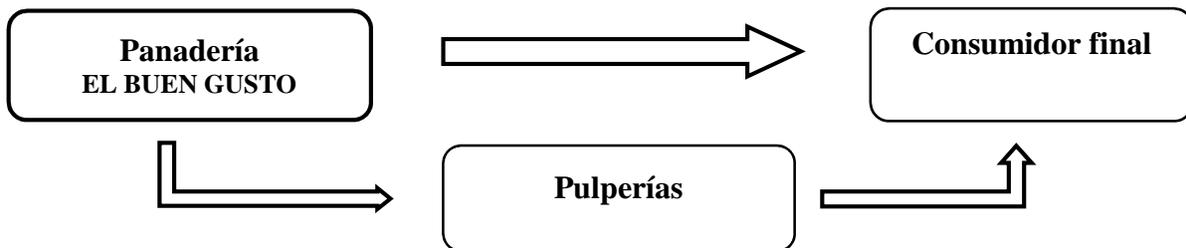
Estudio de la competencia				
Competidor	Ubicación	Principales Ventaja	Principales Desventajas	Acciones para posicionarse
Panadería “Doña Marisol”	Somoto	Calidad del pan. Variedad del producto. Muy reconocida.	No cuenta con personal suficiente. Carecen de medio de transporte.	Precio accesible. Tamaño justo del producto.
Panadería “Bellorín”	Somoto	Calidad del pan. Presentaciones variadas.	Mano de obra limitada. Carece de medio de transporte.	Oferta productos con altos estándares de calidad. Excelentes instalaciones de
Panadería Luis Zeledón	Somoto	Variedad del producto Tiene 8 años de existencia.	Carece de rutas de distribución y medio de transporte.	Precios competitivos Cuenta con infraestructura en excelentes condicione

Estudio de la competencia				
Competidor	Ubicación	Principales Ventaja	Principales Desventajas	Acciones para posicionarse
Panadería Fanny	Somoto	Variedad del producto Esta tiene 5 años de estar posicionado en el mercado.	Es un pan de con bajos estándares de calidad. Tiene un costo muy alto.	Precios competitivos. Posición estratégica del negocio.

## 5.6 Canales de comercialización

Los canales de comercialización que la Panadería “**EL BUEN GUSTO**” implementara para la distribución de sus productos serán los siguientes:

1. **Canal directo:** El canal directo se utilizara cuando los consumidores se presenten personalmente a la panadería a comprar los productos.
2. **Canal nivel 1:** Este canal se implementara cuando la panadería realice la venta a los intermediarios, es decir, a las pulperías y estas, a los consumidores finales.



**Figura 31. Canales de comercialización**

Los medios publicitarios que tendrá panadería “El Buen Gusto” será un rotulo en el negocio y una manta ubicado en la entrada de la comunidad divulgando el negocio, carteles en puntos más visitados por los pobladores como pulperías y escuela.

**Cuadro 12. Plan de publicidad del negocio**

Medio de comunicación	Horario de presentación	No. de veces	Costo	Observación
Rotulo	permanente	Siempre	C\$ 300	Anunciar y dar a conocer la existencia de la panadería.
Manta	permanente	siempre	C\$ 250	Publicar la información a la población de la comunidad de Los Copales.
Carteles	permanente	siempre	C\$ 100	Divulgar el negocio en puntos más visitados como pulperías, escuela.

### 5.7 Distribución o puntos de ventas.

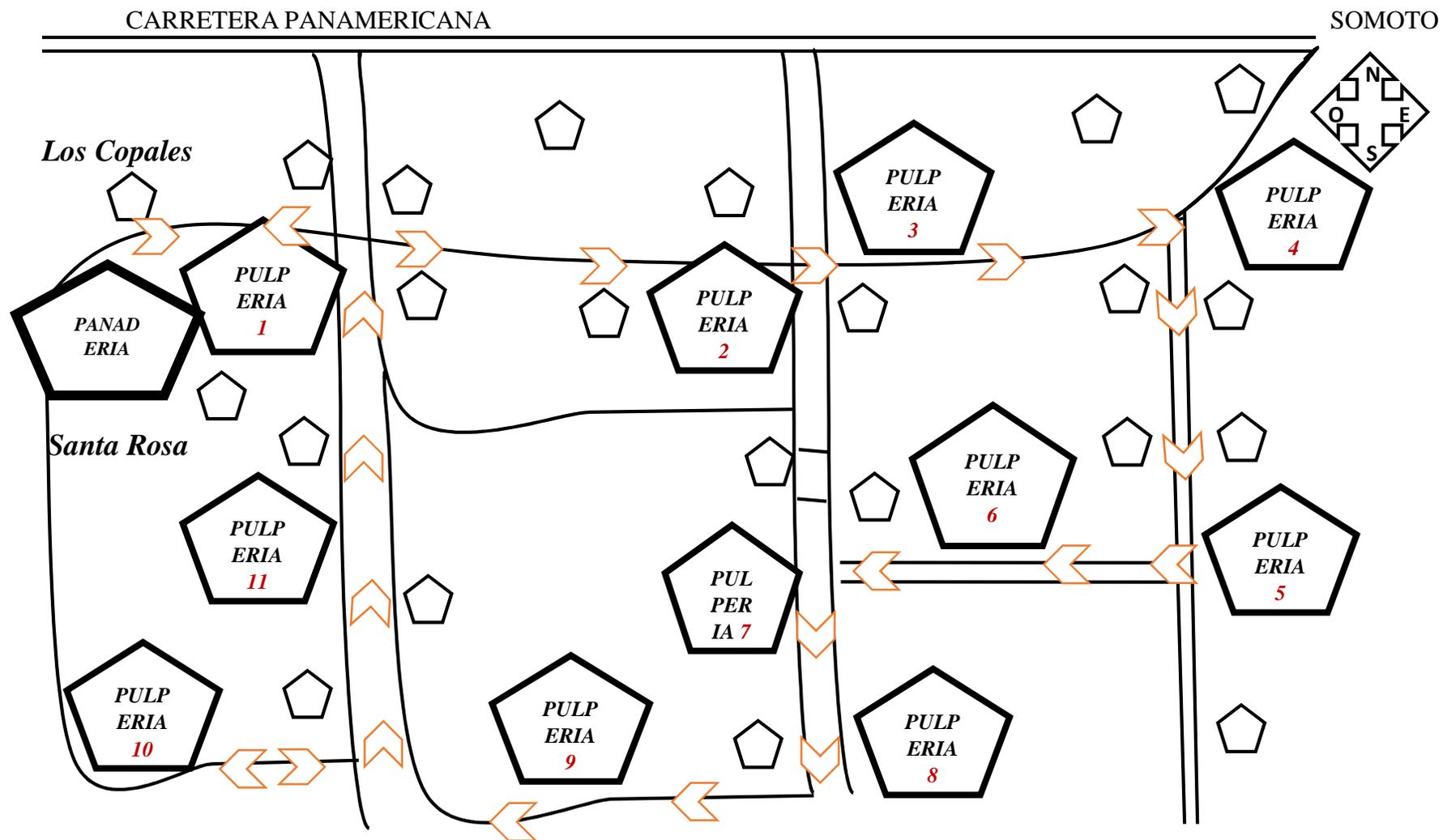


Figura 32. Distribución o puntos de ventas

## 5.8 Proyecciones

**Cuadro 13.** Proyecciones de la demanda actual de pan en las pulperías de la comunidad de Los Copales y Santa Rosa.

<b>Demanda Actual o Real</b>			
<b>Producto</b>	<b>Cantidad/ Bolsas</b>	<b>Pulperías</b>	<b>Total</b>
pan Simple	8	11	88
Pan Pico	7	11	77
pan Polvorón	5	11	55
pan Galletas	5	11	55
Pan Punto rojo	6	11	66
<b>Total</b>	<b>41</b>		<b>341</b>

**Nota:** En este cuadro se presentan la demanda real diaria de pan de las pulperías para posteriormente ofertarla a la población de las comunidades de Los Copales y Santa Rosa.

**Cuadro 14.** Proyecciones de la demanda real anual de pan de las pulperías de la comunidad de Los Copales y Santa Rosa.

<b>Demanda Actual o Real</b>				
<b>Producto</b>	<b>Bolsa por día</b>	<b>Días/semanal</b>	<b>Semanas/Anual</b>	<b>Total</b>
pan Simple	8	4	52	1,664
Pan Pico	7	4	52	1,456
pan Polvorón	5	4	52	1,040
pan Galletas	5	4	52	1,040
Pan Punto rojo	6	4	52	1,248
<b>Total</b>	<b>41</b>			<b>6,448</b>

**Nota:** En este cuadro se presenta la demanda real anual de pan que las pulperías ofertan a los habitantes de las comunidades Los Copales y Santa Rosa.

**Cuadro 15.** Proyecciones de la demanda potencial de pan de las pulperías de la comunidad de Los Copales y Santa Rosa para la panadería “El Buen Gusto”.

<b>Producto</b>	<b>Bolsas de pan/ día</b>	<b>Días/semana</b>	<b>Semanas/anual</b>	<b>total</b>
Pan Simple	10	3	52	1,560
Pan Pico	7	2	52	728
Pan Polvorón	5	3	52	780
Pan Galletas	7	3	52	1,092
Pan Punto Rojo	7	3	52	1,092
<b>Total</b>	<b>36</b>			<b>5,252</b>

**Nota:** En este cuadro se presenta la demanda potencial que panadería que “EL BUEN GUSTO” va a cubrir en cantidades anualmente.

### Cuadro 16. Proyecciones de venta

Producto	Prod. Diaria	D/Trabajadas	S. anuales	Prod. Anual
Pan Simple	500	5	52	130,000
Pan Polvorón	450	5	52	117,000
Pan Pico	500	5	52	130,000
Pan galletas	350	5	52	91,000
Pan Punto Rojo	350	5	52	91,000
<b>Total</b>	<b>2,150</b>	<b>5</b>	<b>52</b>	<b>559,000</b>

**Nota:** En este cuadro se reflejan los datos con los cuales, se realizara el procedimiento para el cálculo de la producción anual de cada uno de los productos. En la casilla 1 aparecen los nombres de los diferentes tipos de panes, en la casilla 2 se presentan la cantidad de producción de cada tipo de pan, estas cantidades se multiplican por los valores que se encuentran en la casilla 3, el producto resultante se multiplica por las 52 semanas que tiene el años, es decir, por los valores expresados en la casilla 4, obteniendo como resultado las cantidades de la casilla 5, o sea las proyecciones de producción anual.

<b>Prod. Diaria * Días trabajados * Semanas anuales = Prod. Anual.</b>
--

### Cuadro 17. Proyecciones de venta a cinco años

Producto pan	Proyecciones de venta por unidad de pan				
	Año 1	Año 2	Año 3	año 4	año 5
Pan Simple	130,000	132,912	135,889	138,932	142,044
Pan Polvorón	117,000	119,621	122,300	125,039	127,839
Pan Pico	130,000	132,912	135,889	138,932	142,044
Pan Galletas	91,000	93,038	95,122	97,252	99,430
Pan Punto Rojo	91,000	93,038	95,122	97,252	99,430
sub total/unidad	559,000	571,521	584,323	597,411	610,793
unid/bolsas	/12	12	12	12	12
sub total/ bolsas	46,583	47,626	48,693	49,784	50,899
precio/bolsa C\$	10	10.65	11.34	12.08	12.87
<b>Total C\$</b>	<b>465,830.00</b>	<b>507,217.00</b>	<b>552,179.00</b>	<b>601,391.00</b>	<b>655,070.00</b>

**Nota:** Las proyecciones de ventas de los cuatro años siguientes se llevaron a cabo tomando en cuenta el índice de crecimiento poblacional del municipio de Somoto el cual incrementa a un 2.24 %, al igual el índice de crecimiento de los precios que incrementa en un 6.50 %, en el cual para el primer año se tiene previsto elaborar 559,000 unidades de pan, en 46,583 bolsas de 12 unidades, obteniendo un total en unidades monetarias de C\$ 465,830.00 y para el año 2020 se tiene previsto elaborar 610,793 unidades de pan, en 50,899 bolsas de 12 unidades obteniendo de esta manera un total en unidades monetaria de C\$ 655,070.00.

## 5.9 Cálculos por unidades.

**Costo unitario:** es el costo de hacer un solo producto o servicio, calculado por el total de costo dividido entre el lote de producción.

**Total costos / lote de producción = costo unitario.**

$$\text{C\$ } 76,211.94 / 559,000.00 = 0.13$$

**C\$ 0.13 es el costo de elaborar una unidad de pan.**

**Los ingresos:** Es el dinero que entra a un negocio como resultado de las ventas, los cuales se calcula de la siguiente manera.

**Precio del producto \* productos vendidos = ingresos**

$$\text{C\$ } 1 * 559,000.00 = \text{C\$ } 559,000.00$$

**Ganancia:** Es todo lo que gana el negocio después de cubrir todos los costos variables y fijos las cuales esto se calcula así.

**Ingresos anuales – total de costos fijos y variables = ganancias.**

$$\text{C\$ } 559,000.00 - 76,211.94 = \text{C\$ } 482,788.06$$

**La ganancia del año después de vender 559,000.00 unidades de pan es de C\$ 482,788.06**

Hay dos pasos necesarios para obtener el punto de equilibrio:

### PASO 1

**Precio de cada producto – costo unitario de cada producto = margen de ganancia.**

$$\text{C\$ } 1 - \text{C\$ } 0.13 = \text{C\$ } 0.87$$

### PASO 2

**Total costos / margen de ganancias = N° de pan a vender**

$$\text{C\$ } 76,211.94 / \text{C\$ } 0.87 = 87,599.93 = 87,600 \text{ unidades de pan}$$

El negocio tiene que vender **87,600** unidades de pan anual para cubrir todos sus costos y mantener el negocio.

## **5.10 Conclusiones del plan de marketing**

El plan de marketing demuestra que el establecimiento de la panadería en la comunidad Los copales, es viable desde el punto de vista comercial debido a que existe una demanda insatisfecha.

Según los resultados de las encuestas el 100% de la población estaría dispuesto a adquirir el producto en la comunidad ya que de esta manera no incurrirán en gastos extras del transporte y obtendrán producto fresco los cinco días de la semana.

Con el establecimiento de la panadería se pretende cubrir un 80% de la demanda insatisfecha, el negocio contara con dos niveles de comercialización, el nivel cero implica las ventas directas al consumidor y el nivel uno implica, que la distribución se realiza mediante un vendedor el que se encargara de vender a las diferentes pulperías de las comunidades.

## **VI. PLAN DE PRODUCCIÓN**

**Resultado:** El plan de producción demuestra que el establecimiento de la panadería en la comunidad Los Copales es factible debido a que existe una infraestructura en perfectas condiciones que nos permitirán producir en el primer año de operaciones 559,000 unidades de pan en sus diferentes variedades incrementando anualmente en un 2.24%.

### **6.1 OBJETIVOS**

#### **Objetivo a corto plazo**

- ❖ Producir 559,000 unidades de pan entre ellos (simple, pico, polvorón, galletas y punto rojo) en el año 2016.
- ❖ Diversificar nuestros productos con nuevos ingredientes (frutas)

#### **Objetivo a mediano plazo**

- ❖ Disminuir costos de producción mediante altos volúmenes de producción.
- ❖ Convertir la panadería en un referente departamental en la elaboración y diversificación de nuestro producto en el periodo 2017-2018.

#### **Objetivo a largo plazo**

- ❖ Ampliar la infraestructura para crear condiciones que nos permita incrementar la producción de nuestro producto.
- ❖ Incrementar la producción a un 2.24% elaborando 655,070 unidades de pan en el periodos 2020.

## 6.2 Especificaciones de los productos

Nuestro producto es pan artesanal en el cual utilizaremos diferentes medidas de los insumos para la elaboración de este en las siguientes cantidades o lote de producción.

En un lote de producción de 500 **panes simple** utilizaremos, 1 arroba de harina, 1 docena de huevos 1 ½ cucharada de royal, 1 ½ cucharada de bicarbonato, 4 litros de leche, 2 barras de margarina, 2 libras de manteca, 2 libras de azúcar, 3 libras de crema.

En un lote de producción de 450 panes **de polvorón** manipularemos, 1 arroba de harina, 1 docena de huevos, 1 ½ cuchara de royal, 1 ½ cucharada de bicarbonato, 3 litros de leche, 2 barras de margarina, 4 libras de azúcar, 2 libras de manteca.

En un lote de producción de 500 **panes picos** utilizaremos 1 arroba de harina, 2 libras de queso, 1 ½ onza de canela, 1 docena de huevos, 1 ½ cucharada de royal, 2 cucharada de levadura, 4 litros de leche, 3 barras de margarina, 2 libras de manteca, 7 libras de azúcar.

En un lote de producción de 500 **panes de galletas** manipularemos, 1 arroba de harina, 1 docena de huevos, 1 ½ cucharada de royal, 1 ½ cucharada de bicarbonato, 2 litro de leche, 2 barras de margarina, 2 libras de manteca, 5 libras de azúcar.

En un lote de producción de 500 **panes punto rojo** usaremos, 1 arroba de harina, 1 docena de huevos, 1 ½ cucharada de royal, 1 ½ cucharada de bicarbonato, 2 litro de leche, 2 barras de margarina, 2 libras de manteca, 5 libras de azúcar, 1 rodamina roja.

## 6.3 Proceso de producción de los productos

### 6.3.1 Actividades necesarias para elaborar el producto

- |    |                             |                                 |
|----|-----------------------------|---------------------------------|
| 1. | Compra de materia prima     | cazuelas.                       |
| 2. | Pesado de materias primas   | 6. Fermentación final en piezas |
| 3. | Mesclado                    | 7. Horneado                     |
| 4. | Amasado y refinado          | 8. Enfriado                     |
| 5. | Diseño del pan y colocar en | 9. Empacado                     |

### 6.3.2 Tiempos requeridos para desarrollar cada actividad.

1. Dosificación de materia prima. 10 min.
2. Mezcla de insumos. 1:30 min.
3. Amasado. 15 min.
4. Fermentación. 15 min.
5. Refinado. 15 min.
6. Limpieza de utensilio y equipos a utilizar. 30 min.
7. Diseño del pan y colocación en las cazuelas. 30 min.
8. Horneado. 30 a 45 min.
9. Reposo (Enfriado).20 min.
10. Empacado y etiquetado, 20 min.
11. Almacenamiento de los productos terminados. 15 min.

#### 6.4 Diagrama de Procedimiento y Flujograma del proceso productivo del pan.

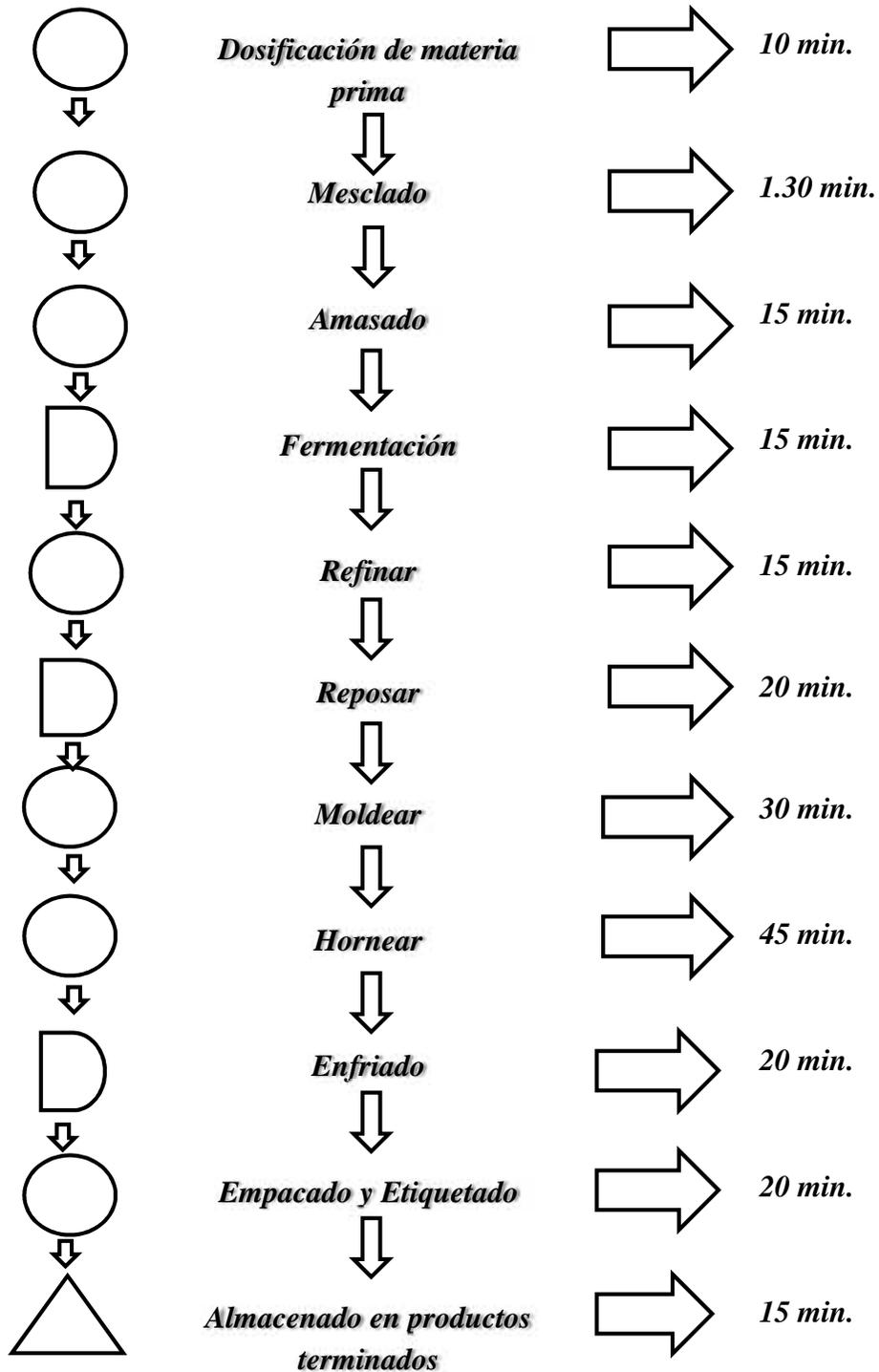


Figura 33. Diagrama de Procedimiento y Flujograma del proceso productivo del pan.

## 6.5 Maquinarias y Equipos

Los enseres y muebles de trabajo a utilizarse se muestran en la tabla siguiente tomando en cuenta que estos equipos son útiles para la elaboración del pan.

**Cuadro 18. Enseres y muebles de panadería “EL BUEN GUSTO.”**

Nº	Descripción	Cantidad
1	Horno Artesanal	1
2	Balanza electrónica para 32 k=66 lb	1
3	Cazulejas	50
4	Pana grande	2
5	Panas pequeñas	2
6	Baldes plásticos	2
7	Rodo	1
8	Cuchillos	2
9	Pala de Horno 3 vrs y 1/2	1
10	Mesón acero inoxidable 30"	1
11	Mesa de madera	1
12	Manteles	2
13	Canasta	2
14	Tasa de medidas	2
15	Batidora	1
16	Bolsas plásticas	5

**Nota:** en este cuadro se presentan los enseres y muebles que panadería “EL BUEN GUSTO” estará utilizando.

**Cuadro 19. Mobiliario y equipo de oficina**

Nº	Descripción	Cantidad
1	Mesa con gavetas	1
2	Silla	2
3	Celular	1
4	Agenda	3
5	Folder	10
6	Lapicero	24
7	Calculadora	1

**Nota:** En este cuadro se presentan los mobiliarios y equipos de oficina que panadería “EL BUEN GUSTO” estará utilizando para llevar un mejor control de las entradas de materia prima y las salidas de los productos que se elaboraran en la misma.

### Cuadro 20. Equipo de protección y seguridad

Nº	Descripción	Cantidad
1	Gabacha	6
2	Gorro	6
3	Mascarillas	6
4	Guantes	24

**Nota:** Tomando en cuenta los riesgos y peligros en lo que respecta la elaboración de productos panaderos, la panadería contara con equipos de protección y seguridad para todos sus trabajadores, de igual manera poniéndolo en práctica las buenas prácticas de manufactura dando así una mejor protección al producto manteniendo de esta manera la calidad e inocuidad de los mismos

### Cuadro 21. Equipo de reparto

Nº	Descripción	Cantidad
1	Bicicleta con canastera	1

**Nota:** En lo que respecta a la distribución del producto el negocio contara con una bicicleta a la cual se le anexara una canastera para proteger el pan a la hora de ser trasladado de un lugar a otro.

### Cuadro 22. Proveedores de materia prima e insumos

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

<b>Materia Prima</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Plazo de entrega</b>	<b>U /M</b>	<b>Precio C\$</b>	<b>Plazo pago</b>	<b>Disponibilidad</b>
Manteca y margarina	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
Levadura, royal, bicarbonato y canela	Distribuidora Henry padilla de Somoto.	Inmediata	Lb	15.00	inmediata	Existencia suficiente
	Fleshman distribuidor de harina	inmediata	Lb	15.00	inmediata	Existencia suficiente
	Distribuidora Sandoval ubicada en Somoto	Inmediata	Lb	15.00	Inmediato	Existencia suficiente
Queso, Leche y crema	Distribuidora Henry padilla ubicada en Somoto.	Inmediata	Lb. litros	45.00 15.00	inmediata	Existencia suficiente
	Distribuidora Sandoval ubicada en Somoto	Inmediata	Lb	45.00	Inmediato	Existencia suficiente
Huevos	Distribuidora Henry padilla de Somoto.	Inmediata	Unid.	3.00	inmediata	Existencia suficiente
	Distribuidora Sandoval ubicada en Somoto	Inmediata	Unid.	3.00	Inmediato	Existencia suficiente
	Huevos ESTRELLAS distribuidor de huevos en Somoto	Inmediata	Unid.	3.00	Inmediato	Existencia suficiente
	Rosa Díaz habitante de la comunidad Los Copales	Inmediata	Unid.	3.00	Inmediato	Existencia suficiente
Leña	Ramón Díaz, productor de la comunidad Los Copales.	Inmediata	carga	50.00	Inmediata	Existencia suficiente
Sal	Distribuidora Henry padilla de Somoto	inmediata	@	75.00	inmediata	Existencia suficiente
	Distribuidora Sandoval ubicada en Somoto	inmediata	@		inmediata	Existencia suficiente

**Nota:** En este cuadro se presentan los proveedores de materia prima, el precio establecido, el plazo de pago y entrega a panadería “EL BUEN GUSTO”.

## 6.6 Capacidad instalada

Contaremos con un local propio con una dimensión de 23 \* 24.50 m<sup>2</sup> y está dividido por las siguientes áreas.

- 1) Almacén de materia prima.(Bodega)
- 2) Área de procesamiento y producción.
- 3) Área de empackado y etiquetado.
- 4) Área de atención al cliente.
- 5) Almacén de productos terminados.
- 6) Oficina.

### 6.6.1 Diseño de la planta.

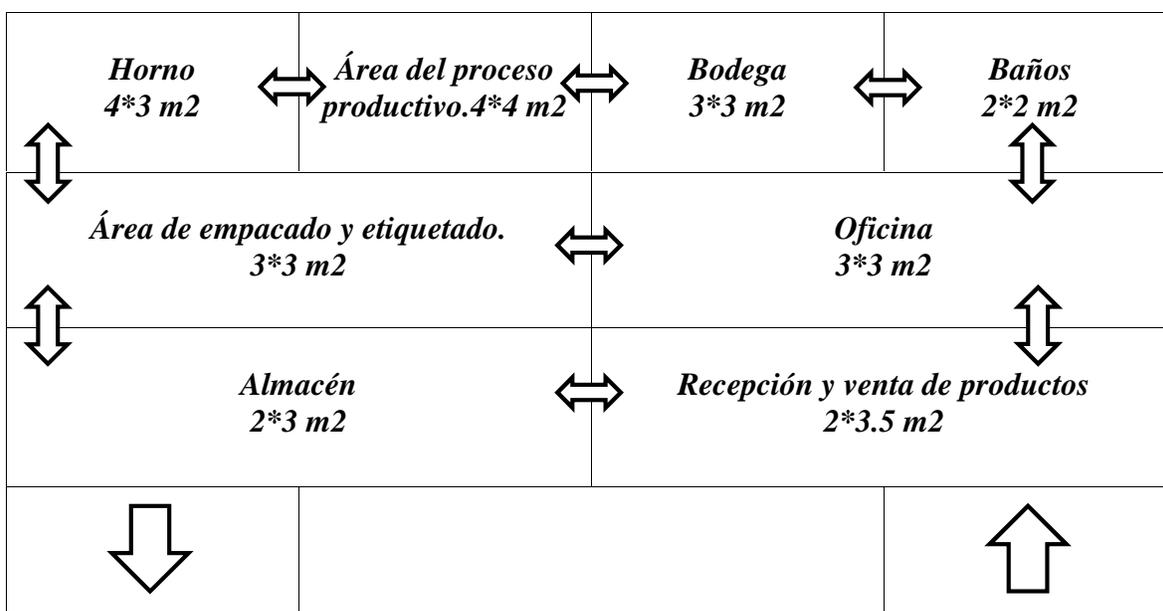


Figura 34. Diseño de la planta

## 6.7 Conclusiones del plan de producción

El plan de producción demuestra que el establecimiento de la panadería en la comunidad Los copales es factible debido a que existe infraestructura en perfectas condiciones, además se trabajara con equipos y materiales adecuados para la producción, se cuenta con proveedores de materia prima y mano de obra capacitada en dicha producción.

## **VII. PLAN DE ORGANIZACIÓN**

**Resultado:** La propuesta del diseño organizacional que se está presentando a los emprendedores es viable debido a que es una estructura sencilla de tipo horizontal que va acorde al tamaño del negocio de manera que permita a dicha organización realizar sus operaciones de manera ordenada y en conformidad a los objetivos propuestos.

### **7.1 OBJETIVOS**

#### **Objetivo a corto plazo**

- ❖ Diseñar la estructura organizativa de la panadería “EL BUEN GUSTO” a partir del primer año de funcionamiento.
- ❖ Establecer una adecuada distribución de responsabilidades y actividades, de modo que facilite el trabajo en equipo y el logro de los objetivos de la panadería.

#### **Objetivo a mediano plazo**

- ❖ Evaluar la estructura organizacional de la empresa y fortalecerla de acuerdo a las necesidades que se presenten.
- ❖ Emplear programas de capacitación de personal mediante el apoyo de O.N.G sobre administración empresarial, comercialización y atención al cliente.

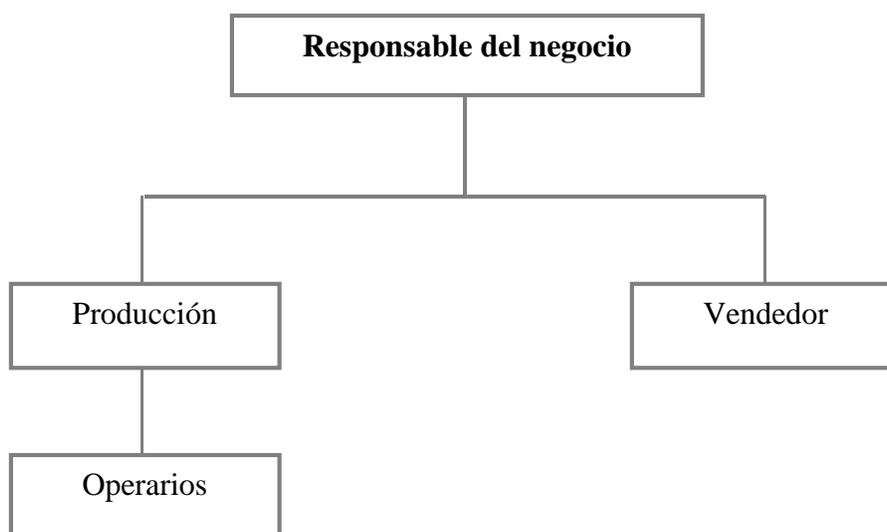
#### **Objetivo a largo plazo**

- ❖ Mantener a todo el personal altamente capacitado para el cumplimiento eficientemente de las funciones asignadas.
- ❖ Continuar con las capacitaciones del personal de la empresa y la evaluación de su rendimiento.

## 7.2 Estructura organizacional de la panadería

Panadería “EL BUEN GUSTO” posee una estructura organizacional sencilla de tipo horizontal que va acorde a su tamaño, con este tipo de estructura el negocio lograra 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 el dueño 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 (Responsable de producción, operario y vendedor), de manera que permita a dicha organización realizar sus operaciones de manera ordenada y en conformidad a los objetivos propuestos.

Se puede observar gráficamente la estructura organizacional que describe las funcionalidades de cada puesto de trabajo del negocio.



**Figura 35. Organigrama de la panadería “EL BUEN GUSTO”**

### 7.3 Descripción de cargos

**Cuadro 23. Ficha de cargo del responsable de la panadería**

Nombre del puesto	Encargado del negocio	N° de personas: 1	
Ubicación	Panadería		
Superior	-		
Personal a cargo	Responsable de producción, operarios, Vendedor		
Horario de trabajo	De 7 am a 2 pm	Salario mensual	C\$ 3,600.00
Objetivos del puesto	<p>Organizar la planificación, controlar, dirigir el desarrollo de las distintas áreas de la panadería, llevando a cabo de la mejor manera posible sus funciones administrativas, del personal y de los recursos materiales de la panadería. Asegurando el crecimiento de manera productiva y la consolidación de dicho negocio.</p> <p>Inspeccionar todas las áreas de la panadería para estar al tanto de las necesidades y tomar decisiones sutiles que mejoren la situación de la unidad de producción.</p>		
Funciones del puesto	<p>Definir y planear las metas y objetivos, determinando lo que se quiere lograr a largo, corto y mediano plazo.</p> <p>Gestionar contactos comerciales que beneficien a la panadería.</p> <p>Explorar nuevas opciones comerciales y analizar el comportamiento de la competencia</p> <p>Operatividad de las obligaciones financieras de la empresa (planillas, pagos a proveedores, cobro a cliente).</p> <p>Selecciona al personal requerido en la panadería.</p>		
Requisitos del puesto	<p>Edad: 20 años como mínimo.</p> <p>Estudios: Bachiller</p> <p>Conocimiento: en el área.</p> <p>Experiencia: 1 año como mínimo.</p> <p>Saber liderar a grupos de personas</p> <p>Creatividad y dinámico.</p>		

**Nota:** En este cuadro se presenta el cargo del administrador que va ser el que maneje el negocio de la panadería sus funciones, al igual los miembros de trabajadores del negocio que tendrá a su cargo

**Cuadro 24. Ficha de cargo del responsable de producción**

<b>Nombre del puesto</b>	<b>Responsable de producción.</b>	<b>N° de personas: 1</b>	
Ubicación	Comunidad Los Copales.		
Superior	Encargado del negocio.		
Personal a cargo	Operarios, Vendedor		
Horario de trabajo	De 6 am a 2 pm	Salario mensual	C\$ 3,600.00
Objetivos del puesto	Dirigir las acciones relacionadas al proceso de producción de pan. Haciéndose cargo de todo lo referente a este proceso de producción para lograr eficiencia, eficacia y logrando un producto de calidad, para cumplir con los objetivos de la panadería.		
Funciones del puesto	<p>Dirigir al personal encargado de la producción en todo el proceso.</p> <p>Estar encargado de la bodega general de la panadería para disponer de materias primas, insumos y materiales a usarse en la producción de pan.</p> <p>Encargado de la bodega de productos terminados para administrar las salidas de estos.</p> <p>Capacitar al personal encargado de todo el proceso de producción en cuanto a innovaciones técnicas en los procesos.</p> <p>Determinar los niveles de producción con base a las estimaciones de la demanda.</p> <p>Preparación y presentación de informes al equipo directivo, especialmente al responsable de la panadería, de la evolución de los índices de productividad, de las acciones realizadas.</p> <p>Llevar registros de control de calidad del producto.</p>		
Requisitos del puesto	<p>Edad: 17 años como mínimo.</p> <p>Estudios: Bachiller</p> <p>Conocimiento: en el área.</p> <p>Experiencia en la elaboración de pan</p> <p>Saber liderar a grupos de personas</p> <p>Creatividad y dinámico.</p>		

**Nota:** En este cuadro se presenta el cargo del responsable de producción que es el que va a dirigir y elaborar pan de acuerdo con los procedimientos de cada actividad. Hasta su empaque.

**Cuadro 25. Ficha de cargo del operario**

<b>Nombre del puesto</b>	<b>Operario</b>		<b>N° de personas: 1</b>
Ubicación	Comunidad Los Copales.		
Superior	Encargado del negocio.		
Personal a cargo	Vendedor		
Horario de trabajo	De 6 am a 2 pm	Salario mensual	C\$ 3,100.00
Objetivos del puesto	Realizar las operaciones establecida, encargado de la maquinaria asignada y del cuidado de la misma, velar por el buen funcionamiento del área de producción.		
Funciones del puesto	Limpiar y desinfectar los materiales y área de trabajo asignada antes y después de cada jornada laboral. Supervisar diariamente el funcionamiento del horno. Elaborar variedad de pan.		
Requisitos del puesto	Edad: 17 años como mínimo. Estudios: Bachiller Experiencia en la elaboración de pan Disponibilidad de tiempo Creatividad y dinamismo.		

**Nota:** En este cuadro se presenta el cargo de operario y las funciones que este llevara a cabo en la panadería desde encender el horno y otros oficios que ordene el responsable de producción.

**Cuadro 26. Ficha de cargo del vendedor**

<b>Nombre del puesto</b>	<b>Vendedor</b>		<b>N° de personas: 1</b>
Ubicación	Comunidad Los Copales		
Superior	Encargado del negocio, y el responsable de producción.		
Personal a cargo	-		
Horario de trabajo	6 pm a 2 pm	Salario mensual	C\$ 3,300.00
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	1. Entrega de pedidos 2. Ventas en la comunidad de Santa Isabel 3. Decepciona el efectivo 4. Entrega el efectivo al administrador 5. Promociona el producto		
Requisitos del puesto	Edad: 17 años como mínimo. Estudio: 3er año aprobado. Experiencia: 1 año. Disponibilidad de tiempo. Que sea un joven ágil, creativo y dinámico en ventas con experiencia en ese puesto		

**Nota:** En este cuadro se presenta el cargo del vendedor que estará encargo de distribuir el producto en la comunidad, también estará a cargo del responsable de producción.

Como parte de los objetivos de la organización del negocio se contempla la capacitación del personal en cursos impulsados por INATEC, Las organizaciones INPRHU Somoto y RALIEGH internacional.

#### **Cuadro 27. Plan de capacitación del personal**

<b>No</b>	<b>Nombre del Curso</b>	<b>Participantes</b>	<b>Período y duración del Curso</b>	<b>Impartido por:</b>
01	Seguridad e Higiene Ocupacional.	Responsable del negocio. Responsable de producción. Obrero	Febrero /marzo 2018 16 horas	INPRHU
02	Elaboración de pan	Responsable del negocio. Responsable de producción. Obrero	Febrero /marzo 2018 60 días	INATEC
03	Técnicas de Ventas	Responsable del negocio Vendedor	Febrero /marzo 2018 16 horas	INATEC
05	Emprendedurismo	Responsable del negocio. Responsable de producción. Obrero	Febrero /marzo 2018 10 semanas	RALIEGH
06	Manejo de negocio	Encargado del negocio	Febrero /marzo 2018 16 horas	RALIEGH INPRHU
07	Relaciones humanas exitosas.	Responsable del negocio. Responsable de producción. Obrero	Febrero /marzo 2018 30 días	INATEC
08	Mercadeo	Responsable de producción. Vendedor	Febrero /marzo 2018 16 horas	INATEC

**Nota:** En este plan se presentan los cursos seleccionados para impartirse a los trabajadores, los cuales son básicos y necesarios para que la panadería funcione eficiente y mediante una preparación basada en los conocimientos técnicos de los empleados de las diferentes áreas.

#### **7.4 Conclusión del plan organizacional**

En el plan organizacional se diseñó el organigrama en el que se presenta cada una de las área del negocio, al igual se elaboraron fichas de cargos, en las que se describen las funciones de cada cargo que requiere el funcionamiento de la panadería, también se estableció un plan de capacitación para que el personal tengan más capacidades sobre manejo de negocios.

## VIII. PLAN FINANCIERO

**Resultado:** El plan financiero nos demuestra que el establecimiento de la panadería en la comunidad Los Copales es viable y rentable debido a que la inversión se recupera en el primer año de operaciones obteniendo un ingreso por venta de 465,830.00 córdobas y los indicadores financieros nos revelaron un valor actual neto de 39,452.83 córdobas y una tasa interna de retorno de 222.97%.

### 8.1 OBJETIVOS

#### Objetivo corto plazo

- ❖ Obtener en el primer año un ingreso por ventas de **C\$ 465,830.00** córdobas.
- ❖ Estimar una inversión fija de **C\$ 16,224.00** Córdobas en el primer año.

#### Objetivo mediano plazo

- ❖ Lograr una utilidad neta de **C\$ 129,847.57** en el segundo año de operación.
- ❖ Adquirir en el tercer año un ingreso por ventas de **C\$ 552,179.00** córdobas.

#### Objetivo largo plazo

- ❖ Alcanzar un valor actual neto de **C\$ 39,452.83** córdobas al final del año 5to de operaciones.
- ❖ Lograr una tasa interna de retorno de **222.97 %** a lo largo de los próximos 5 años.

El plan financiero pretende determinar el monto de los recursos financieros necesarios para la realización de las inversiones totales y el costo total de las operaciones de la panadería, con la finalidad de evaluar y determinar su rentabilidad.

Se explican en detalles los principales componentes del plan financiero que estudia y determina la rentabilidad del plan de negocio.

## 8.2 Presupuestos de costos, gastos e inversiones

Los presupuestos para el presente plan se expresan de forma anual, esto facilita tener un cálculo más exacto de los ingresos y egresos del negocio en un período de tiempo determinado años 2017-2020, debido a su giro. Se tomó en cuenta un imprevisto del 6.50% en cada presupuesto, dicho porcentaje se estimó considerando la tasa de inflación interanual que presentó el país en enero del 2016.

**Cuadro 28 Proyecciones de ingreso por venta de bolsas de pan en unidades monetarias.**

Producto pan	Proyecciones de venta por unidad de pan				
	Año 1 C\$	Año 2 C\$	Año 3 C\$	año 4 C\$	año 5 C\$
Pan Simple	108,330.00	117,948.75	128,402.82	139,838.08	152,316.45
Pan Pico	97,500.00	106,159.20	115,565.94	125,861.52	137,091.24
Pan Polvorón	108,330.00	117,948.75	128,402.82	139,838.08	152,316.45
Pan Galletas	75,830.00	82,558.80	89,869.50	97,872.16	106,602.21
Pan Punto Rojo	75,830.00	82,558.80	89,869.50	97,872.16	106,602.21
<b>TOTAL</b>	<b>465,830.00</b>	<b>507,217.00</b>	<b>552,179.00</b>	<b>601,391.00</b>	<b>655,070.00</b>

**Nota:** Las proyecciones de ventas para los primeros cinco años de operación se calcularon tomando en cuenta dos criterios de crecimiento. Uno el índice de crecimiento poblacional del municipio de Somoto el que se estima en un 2.24 %, Dos: el índice de crecimiento de los precios motivado por la inflación de IPC. El que se calculó en un incrementa del 6.50 %, para el primer año. Para los siguientes años se consideraron estos mismos factores de crecimiento.

Ver más detalles en los anexos 1, 2, 3, 4 y 5.

**Cuadro 29. Plan global de inversión**

No.	Descripción	Monto total C\$
1	Capital de Trabajo	13,087.94
1	Inversión fija	61,224.00
2	Inversión diferida	1,900.00
	<b>Total</b>	<b>76,211.94</b>

**Nota:** En el cuadro se muestra los monto de la inversión, el capital de representa 17.17% en el plan global de inversión, la Inversión fija se registra con un 80.33%, y la inversión diferida representa el 2.49%.

**Cuadro 30. Tabla de origen y destino de fondos**

No	Origen Destino	Financiamiento		
		Privado C\$	Préstamo C\$	Total C\$
1	Capital de trabajo	600.00	12,487.94	<b>13,087.94</b>
2	Inversión fija	45,000.00	16,224.00	<b>61,224.00</b>
3	Inversión diferida	1,900.00	0.00	<b>1,900.00</b>
	<b>Total</b>	<b>47,500.00</b>	<b>28,711.94</b>	<b>76,211.94</b>

**Nota:** En el cuadro anterior se detalla el destino y origen de fondo de la panadería “EL BUEN GUSTO”, un 62.34% lo representa en fondo propio del dueño del negocio y el 37.67% corresponde al préstamo adquirido por el representante del negocio.

**Cuadro 31. Presupuesto de inversión fija**

Nº	Descripción	Costo total C\$
1	Presupuesto de herramientas e implementos de trabajo	4,074.00
2	Presupuesto de maquinaria y equipo de trabajo	7,000.00
3	Presupuesto de Mobiliario y Equipo de Oficina	2,650.00
4	Presupuesto de Equipo de reparto	2,500.00
5	Presupuesto de Infraestructura	45,000.00
	<b>Subtotal</b>	<b>61,224.00</b>
	<b>Imprevisto 6.50%</b>	<b>3,979.56</b>
	<b>Total</b>	<b>65,203.56</b>

**Nota:** El cuadro anterior muestra los montos correspondientes a los presupuestos de inversión fija, el presupuesto de herramientas e implementos de trabajo representa un 6.65% del total, el presupuesto de maquinarias y equipos de trabajo un 11.43%, un 4.32% el presupuesto de mobiliario y equipo de oficina, el equipo de reparto 4.08% y la infraestructura representa 73.50% del total. Para dicho presupuesto se consideró el tipo de cambio del dólar que para la fecha del 17 junio del 2016 se encontraba a 28.56.

**Cuadro 32. Presupuesto de herramientas e implementos de trabajo**

Nº	Descripción	Cantidad	P/U C\$	C. Total C\$
1	Pana grande	2	100.00	200.00
2	Panas pequeñas	2	50.00	100.00
3	Baldes plásticos 25 litros	2	200.00	400.00
4	Rodo	1	230.00	230.00
5	Espátula	3	80.00	240.00
6	Pala de Horno 3 vrs y 1/2	1	90.00	90.00
7	Manteles	2	50.00	100.00
8	Canasta	2	300.00	600.00
9	Tasa de medidas	2	25.00	50.00
10	Cucharas pequeñas	12	72.00	864.00
11	Batidora	1	1,200.00	1,200.00
	<b>Sub-Total</b>			<b>4,074.00</b>
	<b>Imprevisto 6.50 %</b>			<b>264.81</b>
	<b>Total</b>			<b>4,338.81</b>

**Nota:** En el cuadro se presenta la información sobre las herramientas e implemento que utilizara la panadería en su proceso de producción, la batidora es la más representativa de este presupuesto ya que representa un 29.49% del total de esta inversión y las tasas de medida un 1.22% su representación es mínimo. Para dicho presupuesto se consideró el tipo de cambio del dólar que para la fecha del 17 junio del 2016 se encontraba a 28.56.

**Cuadro 33. Presupuesto de maquinarias y equipos de trabajo**

N°	Descripción	Cantidad	P/U	C/Total
1	Horno Artesanal	1	1,500.00	1,500.00
2	Balanza electrónica para 32 k=66 lb	1	350.00	350.00
3	Cazuelas	15	100.00	1,500.00
4	Mesón acero inoxidable 30"	1	2,450.00	2,450.00
5	Mesa de madera	1	1,200.00	1,200.00
	<b>Sub-total</b>			<b>7,000.00</b>
	<b>Imprevisto 6.50%</b>			<b>455.00</b>
	<b>Total</b>			<b>7,455.00</b>

**Nota:** En el cuadro se detalla la información sobre las maquinarias y equipos de trabajo que utilizara la panadería en su proceso de producción. En este caso el monto más representativo lo representa el mesón inoxidable con un 35% del monto total, el horno artesanal simboliza 21.42%, las cazuelas al igual que el horno representa un 21.42%, un 17.14% del monto total lo representa la mesa de madera que se estará utilizando, la balanza electrónica representa un 5% del monto total. Para dicho presupuesto se consideró el tipo de cambio del dólar que para la fecha del 17 junio del 2016 se encontraba a 28.56.

**Cuadro 34. Presupuesto de mobiliario y equipos de oficina**

N°	Descripción	Cantidad	P/U C\$	C/Total
1	Mesas con gavetas	1	1,200.00	1,200.00
2	Sillas plásticas	4	150.00	600.00
3	Celular	1	700.00	700.00
7	Calculadora	1	150.00	150.00
	<b>Subtotal</b>			<b>2,650.00</b>
	<b>Imprevisto 6.50%</b>			<b>172.25</b>
	<b>Total</b>			<b>2,822.25</b>

**Nota:** En el cuadro se presenta la información sobre el mobiliario y equipos de oficina que se requerirá para el funcionamiento de la panadería. Representando un 45.28 % del monto total la mesa con gavetas, las sillas plásticas representan un 22.64% y el celular y la calculadora el 32.07% que es el restante. Para dicho presupuesto se consideró el tipo de cambio del dólar que para la fecha del 17 junio del 2016 se encontraba a 28.56.

**Cuadro 35. Presupuesto equipo de reparto**

No	Descripción	U/M	P/U C\$	C. Total
1	Bicicleta	1	2,500.00	2,500.00
	<b>Subtotal</b>			<b>2,500.00</b>
	<b>Imprevisto 6.50%</b>			<b>162.50</b>
	<b>Total</b>			<b>2,662.50</b>

**Nota:** El presupuesto de equipo de reparto está representado por la bicicleta que será utilizada para distribuir los productos en los diferentes puntos de ventas. Su costo total es de C\$ 2,500 representando así el 100% de este presupuesto, el cual será cargado a gastos de ventas. Para realizar este presupuesto se consideró el tipo de cambio del dólar que para la fecha del 17 junio del 2016 se encontraba a 28.56.

**Cuadro 36. Presupuesto de infraestructura**

No	Descripción	U/M	P/U C\$	C. Total
1	Infraestructura	1	45,000.00	45,000.00
	<b>Subtotal</b>			<b>45,000.00</b>
	<b>Imprevisto 6.50%</b>			<b>2,925.00</b>
	<b>Total</b>			<b>47,925.00</b>

**Nota:** Para el presupuesto de la infraestructura se tomó en cuenta el establecimiento de la panadería en la cual se llevara a cabo el proceso de producción. Su costo total representa C\$ 45,000 representando así el 100% de este presupuesto y será cargado a los costos indirectos de fabricación. Para dicho presupuesto se consideró el tipo de cambio del dólar que para la fecha del 17 junio del 2016 se encontraba a 28.56.

**Cuadro 37. Presupuesto de inversión diferida**

Nº	Descripción	Costo total C\$
1	Instalación de servicio de agua potable	600.00
2	Instalación de servicio de Energía Eléctrica	500.00
3	Registro en la Alcaldía	350.00
4	Registro sanitario	450.00
	<b>Subtotal</b>	<b>1,900.00</b>
	<b>Imprevisto 6.50%</b>	<b>123.50</b>
	<b>Total</b>	<b>2,023.50</b>

**Nota:** En el presupuesto de inversión diferida se presenta los costó de la instalación del servicio de agua potable que representa un 31.57%, un 26.31% el servicio de energía eléctrica, el registro de la alcaldía y registro sanitario representan un 42.10% de costos total que es C\$ 1,900. Para dicho presupuesto se consideró el tipo de cambio del dólar que para la fecha del 17 junio del 2016 se encontraba a 28.56.

**Cuadro 38. Presupuesto de Capital de Trabajo**

N°	Descripción	Costo total C\$
1	Presupuesto de Materiales e Insumos	215,386.61
2	Presupuesto de Mano de Obra Directa	33,600.00
3	Presupuesto de C.I.F	45,510.00
4	Presupuesto de Gastos de Ventas	19,890.00
5	Presupuesto de Gastos de Administración	25,900.00
	<b>Total</b>	<b>340,286.61</b>
	Presupuesto requerido para 2 semanas de operar	13,087.95

**Nota:** En el cuadro se presentan los presupuestos que componen el capital de trabajo, el 63.29% lo representa el presupuesto de materiales e insumos, el presupuesto de M.O.D representa 9.87%, un 13.37% el presupuestos de C.I.F, los gastos de venta 5.84% y el presupuesto de gastos de administración representan 7.61% del total.

Tomando en cuenta el presupuesto del capital de trabajo se determinó un capital de C\$ 13,087.95 Córdoba necesario para las primeras 2 semanas de operaciones.

Para dicho presupuesto se consideró el tipo de cambio del dólar que para la fecha del 17 junio del 2016 se encontraba a 28.56.

**Cuadro 39. Consolidado de la materia prima e insumos**

Producto/Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pan simple	47,763.00	52,007.03	56,628.17	61,659.92	67138.77
Pico	44,806.00	48,787.28	53,122.32	57,842.56	62982.22
Polvorón	39,474.25	42,981.77	46,800.96	50,959.51	55487.57
Galletas	40,226.25	43,800.59	47,692.54	51,930.31	56544.63
Punto rojo	43,117.11	46,948.32	51,119.96	55,662.28	60608.21
<b>Total</b>	<b>215,386.61</b>	<b>234,524.99</b>	<b>255,363.95</b>	<b>278,054.58</b>	<b>302,761.40</b>

**Nota:** En el cuadro se presenta la información relacionada con los presupuesto de materiales e insumos proyectados para 5 años, en ello se consideran un incremento de la producción por el crecimiento natural de la población que se estima en un 2.24%. Así mismo se considera un incremento del 6.50% por la tasa de inflación del año 2016.

Para dicho presupuesto se consideró el tipo de cambio del dólar que para la fecha del 17 junio del 2016 se encontraba a 28.56.

Ver más detalles en los anexos 6, 7, 8, 9, 10.

**Cuadro 40. Presupuesto consolidado de M.O.D**

Puesto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Panadero	43,200.00	46,656.00	50,388.48	54,419.56	58,773.12
Ayudante	37,200.00	40,176.00	43,390.08	46,861.29	50,610.19
<b>Total</b>	<b>C\$ 80,400.00</b>	<b>C\$ 86,832.00</b>	<b>C\$ 93,778.56</b>	<b>C\$ 101,280.84</b>	<b>C\$ 109,383.31</b>

**Nota:** En el cuadro se muestran detalles de los presupuestos del salario de la M.O.D ya proyectados a 5 años. El panadero recibirá un salario mensual C\$ 3,600.00 y el ayudante C\$ 3,100.00 como mínimo, en los siguientes años estos se irán incrementando a un 8% según el salario mínimo que establece la ley del MITRAB.

Para dicho presupuesto se consideró el tipo de cambio del dólar que para la fecha del 17 junio del 2016 se encontraba a 28.56.

Ver detalles en el anexo 13.

#### **Cuadro 41. Consolidado de los costos directos**

<b>Producto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Pres. De MP. e Insumos	215,386.61	234,524.99	255,363.95	278,054.58	302,761.40
Pres. de MOD	80,400.00	86,832.00	93,778.56	101,280.84	109,383.31
<b>Total</b>	<b>295,786.61</b>	<b>321,356.99</b>	<b>349,142.51</b>	<b>379,335.42</b>	<b>412,144.71</b>

**Nota:** En el cuadro se presenta los presupuesto que componen los costos directos tales como, los costos de la materia prima e insumos, representados en 72.81 % tomando en cuenta el incremento de la inflación del año 2015 que correspondió a un 6.50%, El presupuesto de la M.O.D representa un 27.18 % de estos costos, tomando en cuenta el incremento del salario mínimo que corresponde a un 8% se realizaron las proyecciones de este presupuesto.

Para dicho presupuesto se consideró el tipo de cambio del dólar que para la fecha del 17 junio del 2016 se encontraba a 28.56.

#### **Cuadro 42. Presupuesto de costo total de producción**

<b>Producto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Pres de CD	295,786.61	321,356.99	349,142.51	379,335.42	412,144.71
Pres de CIF en Ef.	45,510.00	48,468.15	51,618.58	54,973.79	58,547.08
<b>Sub Total en efe</b>	<b>341,296.61</b>	<b>369,825.14</b>	<b>400,761.09</b>	<b>434,309.21</b>	<b>470,691.79</b>
+ Dep. Y Amort.	6,103.50	6,103.50	6,103.50	5,470.17	5,470.17
<b>Costos totales</b>	<b>347,400.11</b>	<b>375,928.64</b>	<b>406,864.59</b>	<b>439,779.38</b>	<b>476,161.96</b>

**Nota:** En el presupuesto de costos total de producción se identifican las cantidades de los costos directos y los CIF proyectados a cinco años, el primero representa 85.54 % del total y el segundo 14.45 % para calcular las proyecciones se tomó en cuenta el 6.50% que corresponde a la inflación, el crecimiento poblacional de Somoto que representa 2.24% y el incremento del salario mínimo en este caso se utilizó un 8% porcentaje que establece el MITRAB.

Para dicho presupuesto se consideró el tipo de cambio del dólar que para la fecha del 17 junio del 2016 se encontraba a 28.56.

Ver más detalles en los anexos 11, 12.

#### **Cuadro 43. Presupuesto consolidado de Gastos operativos C\$**

<b>Producto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Pres. De Gasto de venta.		48,020.85	51,142.21	54,466.45	58,006.77
Pres. de Gasto de Admón.		50,587.50	53,875.69	57,377.61	61,107.15
<b>Subtotal</b>		<b>98,608.35</b>	<b>105,017.89</b>	<b>111,844.06</b>	<b>119,113.92</b>
Dep. De Gastos de ventas.		500.00	500.00	500.00	500.00
Dep. De Gastos de admón.		760.00	760.00	760.00	760.00
<b>Subtotal</b>		<b>1,260.00</b>	<b>1,260.00</b>	<b>1,260.00</b>	<b>1,260.00</b>
<b>Total</b>		<b>99,868.35</b>	<b>106,277.89</b>	<b>113,104.06</b>	<b>120,373.92</b>

**Nota:** Los consolidados de gastos operativos se detallan en el cuadro anterior, en él se identifican los gastos de ventas estos representa 48.43% del total y 51.54 % los gastos de administración, el incremento de cada uno de ellos fueron estimado de acuerdo a 6.50 % correspondiente al incremento de la inflación del año 2015 y 2.24 % que recaen al incremento poblacional de Somoto durante los cinco años en el cual se exceptúan las depreciaciones.

Para dicho presupuesto se consideró el tipo de cambio del dólar que para la fecha del 17 junio del 2016 se encontraba a 28.56.

Ver más detalles en los anexos 17 y 18.

**Cuadro 44. Flujo de efectivo (ingresos- egresos)**

<b>Conceptos</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>INGRESOS</b>					
Ventas de contados	465,830.00	507,217.00	552,179.00	601,391.00	655,070.00
Aportación Privada	2,500.00	0	0	0	0
Préstamo	28,711.94	0	0	0	0
<b>Total de ingresos</b>	<b>497,041.94</b>	<b>507,217.00</b>	<b>552,179.00</b>	<b>601,391.00</b>	<b>655,070.00</b>
<b>EGRESOS</b>					
Inversiones Fijas	16,224.00	0	2,000.00	4,184.00	2,850.00
Inversión Diferido	1,900.00	0	0	0	0
Ctos de Producción	341,296.61	369,825.14	400,761.09	434,309.21	470,691.79
Gtos de Admón.	47,500.00	50,587.50	53,875.69	57,377.61	61,107.15
Gtos de Ventas	45,090.00	48,020.85	51,142.21	54,466.45	58,006.77
Amort. de prestamos	0	12,800.79	15,911.12	0	0
Pago de Intereses	0	5,076.69	1,958.44	0	0
Pago de Impuestos	0.00	0.00	0.00	14,552.27	17,560.24
U. repartida	10,000.00	15,000.00	15,000.00	20,000.00	20,000.00
<b>Total de egresos</b>	<b>462,010.61</b>	<b>501,310.97</b>	<b>540,648.55</b>	<b>584,889.54</b>	<b>630,215.95</b>
<b>F.N.E.</b>	<b>35,031.33</b>	<b>5,906.03</b>	<b>11,530.45</b>	<b>16,501.46</b>	<b>24,854.05</b>
<b>F.N.E. Acumulado</b>	<b>35,031.33</b>	<b>40,937.36</b>	<b>52,467.81</b>	<b>68,969.27</b>	<b>93,823.32</b>

**Nota:** El flujo de efectivo está proyectado a 5 años, en él se presentan los ingresos y egresos del negocio. Los datos reflejan que el negocio obtiene mayores ingresos que egresos en efectivo durante los cinco años, por esta razón se ha decidido que una parte de las utilidades sean repartidas al finalizar cada año. Esas utilidades son 10,000.00 en el año uno, 15,000.00 en el segundo año, para el año tres se repartirá 15,000.00 igual que en el año anterior, 20,000.00 en el año cuarto y en el año quinto 20,000.00.

**Cuadro 45. Estado de resultado**

Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ventas Totales</b>	465,830.00	507,217.00	552,179.00	601,391.00	655,070.00
<b>-Costo de lo Vendido</b>	347,400.11	375,928.64	406,864.59	439,779.38	476,161.96
<b>= Utilidad Bruta</b>	<b>118,429.89</b>	<b>131,288.36</b>	<b>145,314.41</b>	<b>161,611.62</b>	<b>178,908.04</b>
<b>Gastos de Operación</b>					
<b>+Gastos de Admon</b>	48,260.00	51,347.50	54,635.69	58,137.61	61,867.15
<b>+Gastos de Ventas</b>	45,590.00	48,520.85	51,642.21	54,966.45	58,506.77
<b>Gastos Finan.intereses</b>	5,076.69	1,958.44	0	0	0
<b>Total Gastos de Op</b>	<b>98,926.69</b>	<b>101,826.79</b>	<b>106,277.90</b>	<b>113,104.06</b>	<b>120,373.92</b>
<b>Utilidad en Operación</b>	19,503.20	29,461.57	39,036.51	48,507.56	58,534.12
<b>Pagos de Imp 30%</b>	0.00	0.00	0.00	14,552.27	17,560.24
<b>Utilidad Neta</b>	<b>19,503.20</b>	<b>29,461.57</b>	<b>39,036.51</b>	33,955.29	40,973.88
Utilidad repartida	<b>10,000.00</b>	<b>15,000.00</b>	<b>15,000.00</b>	20,000.00	20,000.00
<b>Utilidad Retenida</b>	<b>9,503.20</b>	<b>23,964.77</b>	<b>48,001.28</b>	<b>61,956.57</b>	<b>82,930.45</b>

**Nota:** El cuadro detalla el estado de resultado proyectado a cinco años, este muestra los ingresos por ventas, costos, la utilidad bruta, los gastos de operación y utilidad neta. Decretado en la gaceta diario oficial y en la ley 822 de concertación tributaria dice que En los años 1, 2,3 el negocio está exento de pagar impuesto ya que todo negocio en los primeros tres años de operación está exentas de pagarlo, para el año 4 y 5 se consideró el 30% de pago de impuestos por renta que todo negocio debe pagar.

**Ley No. 822.** Ley de Concertación Tributaria

**Capítulo III** Renta de Actividades Económicas.

**Sección I** Materia Imponible, Hecho Generador y Contribuyentes.

**Art. 30** Materia imponible y hecho generador imponible.

El IR regulado por las disposiciones de este Capítulo, grava las rentas de actividades económicas, devengadas o percibidas por los contribuyentes.

**Art. 31** Contribuyentes.

Son contribuyentes, las personas naturales o jurídicas, fideicomiso, fondos de inversión, entidades y colectividades, residentes, así como todas aquellas personas o entidades no residentes, que operen con o sin establecimientos permanentes, que devenguen o perciban, habitual u ocasionalmente, rentas de actividades económicas.

## **Sección VII** Pago Mínimo Definitivo del IR

### **Art. 58** Contribuyentes y hecho generador.

Los contribuyentes del IR de rentas de actividades económicas residentes, están sujetos a un pago mínimo definitivo del IR que resulte de aplicar la alícuota respectiva a la renta neta de dichas actividades.

### **Art. 59 Excepciones.** Estarán exceptuados del pago mínimo definitivo:

1. Los contribuyentes señalados en el artículo 31 de la Ley, durante los primeros tres (3) años de inicio de sus operaciones mercantiles, siempre que la actividad haya sido constituida con nuevas inversiones, excluyéndose las inversiones en adquisiciones locales de activos usados y los derechos pre-existentes.

**Cuadro 46. Balance general C\$**

<b>Balance General</b>					
<b>proyecciones de los Periodos 2016-2020</b>					
	<b>Año 2016</b>	<b>Año 2017</b>	<b>Año 2018</b>	<b>Año 2019</b>	<b>Año 2020</b>
<b>Activos</b>					
Activos Circulantes					
Caja	<b>35,031.33</b>	<b>40,937.36</b>	<b>52,467.81</b>	<b>68,969.27</b>	<b>93,823.32</b>
<b>Total Activos Circulante</b>	<b>35,031.33</b>	<b>40,937.36</b>	<b>52,467.81</b>	<b>68,969.27</b>	<b>93,823.32</b>
<b>Activos Fijos</b>					
Equipo y Herramienta de To	4,074.00	4,074.00	5,374.00	7,908.00	9,208.00
Dep. Acum. de eq. y Herr. De To	-1,542.67	-3,085.34	-4,628.01	-6,170.68	-7,713.35
Equipo y de Trabajo	7,000.00	7,000.00	7,000.00	8,500.00	10,050.00
Dep. Acum. de eq. To	-1,677.50	-3,355.00	-5,032.50	-6,710.00	-8,387.50
Mobiliario y Equipo de Oficina	2,650.00	2,650.00	3,350.00	3,500.00	3,500.00
Dep. Acum. de Mov y eq. de of.	-760	-1,520.00	-2,280.00	-3,040.00	-3,800.00
Equipo de reparto	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00
Dep. Acum. de eq. de reparto	-500	-1,000.00	-1,500.00	-2,000.00	-2,500.00
Infraestructura de la Panadería.	45,000.00	45,000.00	45,000.00	45,000.00	45,000.00
Dep de inf de la panadería	-2,250.00	-4,500.00	-6,750.00	-9,000.00	-11,250.00
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>54,493.82</b>	<b>47,763.64</b>	<b>43,033.49</b>	<b>40,487.32</b>	<b>36,607.15</b>
Gastos pre-operativos	1,900.00	1,900.00	1,900.00	0	0
Amortiz Acum de gtos preop.	-633.33	-1,266.66	-1,900.00	0	0
<b>Total Gastos pre-operativos</b>	<b>1,266.65</b>	<b>633.33</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total Activos</b>	<b>90,791.80</b>	<b>89,334.33</b>	<b>95,501.30</b>	<b>109,456.59</b>	<b>130,430.47</b>
<b>Pasivos</b>					
Pasivos a Corto Plazo					
Préstamo por pagar a C/Plazo	12,800.79	15,911.12	0	0	0
Interés por Pagar a C/Plazo	5,076.69	1,958.44	0	0	0
<b>Total pasivos a C/Plazo</b>	<b>17,877.48</b>	<b>17,869.56</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Pasivos a L/Plazo					
Préstamo a L/P	15,911.12	0	0	0	0
Amort. Acum. De prest. L/P	0	0	0	0	0
<b>Total de Pasivos a L(Plazo</b>	<b>15,911.12</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total Pasivos</b>	<b>33,788.60</b>	<b>17,869.56</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Capital contable</b>					
Capital Social	47,500.00	47,500.00	47,500.00	47,500.00	47,500.00
Transferencia	0	0	0	0	0
Utilidades o Perdidas	<b>9,503.20</b>	<b>23,964.77</b>	<b>48,001.30</b>	<b>61,956.59</b>	<b>82,930.47</b>
<b>Total Capital contable</b>	<b>57,003.20</b>	<b>71,464.77</b>	<b>95,501.30</b>	<b>109,456.59</b>	<b>130,430.47</b>
<b>Total Pasivo + Capital</b>	<b>90,791.80</b>	<b>89,334.33</b>	<b>95,501.30</b>	<b>109,456.59</b>	<b>130,430.47</b>

**Nota:** El cuadro representa el balance general del negocio proyectado a 5 años, en el se detalla las depreciaciones de cada uno de los presupuestos, los activos, los pasivos y el capital social.

Tomando en cuenta las opiniones de cada uno de los integrantes del negocio, se ha decidido pagar el préstamo en dos años ya que hay mejor facilidad de pago en cuanto a las cuotas de cada mes.

**Cuadro 47. Cálculos de los indicadores financieros VAN Y TIR.**

Años	0	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
<b>A. Ingresos</b>		<b>497,041.94</b>	<b>507,217.00</b>	<b>552,179.00</b>	<b>601,391.00</b>	<b>655,070.00</b>
<b>Inversión F.</b>	16,224.00					
<b>B. Egresos</b>		<b>462,010.61</b>	<b>501,310.97</b>	<b>540,648.55</b>	<b>584,889.54</b>	<b>630,215.95</b>
<b>F.N (A-B)</b>	-16,224.00	<b>35,031.33</b>	<b>5,906.03</b>	<b>11,530.45</b>	<b>16,501.46</b>	<b>24,854.05</b>

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

**Valor actual neto (VAN)**

$$\text{VAN 1} = -16,224.00 + 35,031.33 / (1+0.22)^1 + 5,906.03 / (1+0.22)^2 + 11,530.45 / (1+0.22)^3 + 16,501.46 / (1+0.22)^4 + 24,854.05 / (1+0.22)^5$$

$$\text{VAN 1} = -16,224.00 + 28,714.20 + 3,968.03 + 6,349.89 + 7,448.74 + 9,195.97$$

$$\text{VAN 1} = -16,224.00 + 55,676.83 = 39,452.83 > 1$$

Se acepta la inversión ya que el negocio cumple con las expectativas de la inversión con una tasa TREMA o Corte de **22%** y por encima de dicha tasa hay un excedente de **39,452.83** unidades monetarias adicionales a la tasa fija del **22%**.

**Tasa interna de retorno (TIR)**

$$\text{VAN 1} = 39,452.83$$

$$\text{TASA 1} = 22\%$$

$$\text{TASA 2} = ?$$

$$\text{VAN 2} = ?$$

Para la obtención de la tasa interna de retorno se requiere de los datos del **VAN 1** y buscar una tasa superior a la **tasa 1**, la que se obtiene por prueba y error hasta obtener un **Van 2** negativo.

$$\text{VAN 2} = -16,224.00 + 35,031.33 / (1+2.50)^1 + 5,906.03 / (1+2.50)^2 + 11,530.45 / (1+2.50)^3 + 16,501.46 / (1+2.50)^4 + 24,854.05 / (1+2.50)^5$$

$$\text{VAN 2} = -16,224.00 + 10,008.9514 + 482.124898 + 268.931778 + 109.963915 + 47.3213304$$

$$\text{VAN 2} = -16,224.00 + 10917.2934 = -5,306.71$$

Datos para obtener la TIR

$$\text{VAN 1} = 39,452.83$$

$$\text{TASA 1} = 22\%$$

$$\text{VAN 2} = -5,306.71$$

$$\text{TASA 2} = 250\%$$

$$\text{TIR} = 22 + [(250 - 22) (39,452.83) / 39,452.83 - / -5,306.71 /]$$

$$\text{TIR} = 22 + / (8,995,245.24) / 44,759.54 = 22 + 200.97 = 222.97 = \text{F.N.F}$$

### 8.3 Conclusiones

Los indicadores financieros revelaron que la panadería es un negocio rentable, considerando que la inversión se recupera en el periodo establecido y un Valor Actual Neto de **39,452.83** córdobas a una tasa del 22% y una tasa interna de retorno de **222.97 %** siendo ésta el mayor rendimiento de la inversión en un periodo de 5 años.

## IX. PLAN AMBIENTAL

**Resultado:** El plan de negocio es viable ambientalmente ya que el impacto que el negocio puede causar al medio ambiente es mínimo debido a las emisiones de gases que genera la leña, sin embargo los dueños del negocio han decidido prevenir y mitigar la contaminación ambiental realizando campañas de concientización, limpieza en la comunidad y reforestando alrededor de los pozos, escuelas, y otros lugares de la comunidad.

### 9.1 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.

### 9.2 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 la familia Díaz dueños de la panadería han decidido combatir este problema realizando campañas de concientización en las escuelas y centros de salud, limpiezas en la comunidad, reforestaciones 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 menciona y de esta manera la panadería está comprometida con el medio ambiente, a continuación se mostraran criterios utilizados para evaluar el impacto ambiental.

**Cuadro 48. Criterios utilizados para la evaluación de los impactos**

<b>Intensidad</b>	<b>Extensión</b>	<b>Duración</b>	<b>Reversibilidad</b>	<b>Riesgo</b>	<b>Puntaje</b>
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<sup>a</sup>5)
- 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 # 49 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 anterior.

**Cuadro 49. 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

**Nota:** El cuadro 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.

**Cuadro 50. 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 realizarán los mismos dueños de la panadería con el propósito de resección de agua, y residuos sólidos.
2	Reforestación	Planta	80	150.00	3 días	Las plantas serán aportadas por parte de la alcaldía de Somoto, lo cual no se generará costo por parte de la panadería, serán plantas frutales y maderables.
3	Campañas de concientización.	Camp.	4	0.00	4 días	Estas campañas las realizarán los dueños del negocio a toda la comunidad en general, en las escuelas y centros de salud, también se realizarán recolectas de basuras, etc.

## X. CONCLUSIONES

- El plan de negocio expresa que el establecimiento de la panadería en la comunidad Los Copales es viable, factible y rentable, según los planes de Mercado, de producción, organizacional, financiero y ambiental.
- 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 sería potencialmente satisfecha en un 80 %, además se cuenta con un mercado intermediario conformada por 11 pulperías que distribuirán el producto a la población de las comunidades Los copales y Santa Rosa.
- El plan de producción refleja que el negocio es factible técnicamente porque generara una 'producción anual 559,000 unidades de pan.
- Los indicadores financieros revelaron un análisis exacto del comportamiento de los años proyectados de la actividad de la empresa demostrando que el negocio es rentable, considerando además que la inversión se recupera en el primer año de operaciones, generando un Valor Actual Neto de C\$ 39,452.83 córdobas a una tasa del 22% y una tasa interna de retorno de 222.97% siendo ésta el mayor rendimiento de la inversión en un periodo de 5 años.
- El análisis ambiental nos refleja que en el impacto ambiental que el negocio pueda causar es mínimo debido a las emisiones de gases que genera la leña, sin embargo la familia Díaz dueños de la panadería han decidido prevenir y mitigar este problema realizando campañas de concientización en las escuelas y centros de salud, limpiezas en la comunidad, reforestaciones alrededores de los pozos de agua en el centro de estudios y en otros lugares de la comunidad.

## **XI. RECOMENDACIONES**

- Plan de mercado

Tomar en cuenta las diferentes estrategias para contrarrestar la debilidad y amenazas que el negocio pueda tener.

Realizar promociones de forma permanente para captar nuevos clientes.

Ampliar el mercado, distribuyendo los productos en las comunidades aledañas de Los Copales.

- Plan de producción

Generar alianzas con los proveedores para garantizar materia prima de calidad y lograr cumplir con las metas de producción establecidas.

Aplicar las buenas prácticas de manufactura en el diferente proceso de elaboración del pan.

- Plan organizacional

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.

Mantener siempre una estructura organizacional acorde al tamaño del negocio.

- Plan Financiero

Evitar que el negocio sufra incrementos en los precios del 15% en base al precio proyectado ya que el análisis de sensibilidad genero valores de no rentabilidad en ese nivel %.

## **XII. LITERATURA CITADA**

### **Documento**

Alcaraz Rafael. (2,006), Emprendedor éxito, libro, publicado en Mexico, pag 41, 42.

IICA (1,995). Evaluación y seguimiento de impactos ambiental en proyectos de inversión para el desarrollo agrícola y rural San José Costa Rica (1,995).

### **Sitio web**

BCN (Banco Central de Nicaragua), tipos de cambio oficial del córdoba con respecto al USD (En línea).

BCN (Banco Central de Nicaragua), informe mensual de la inflación IPC (2,014). (En línea).

Osorio William, El pan frente al impuesto a las ventas noviembre (2,010).

Saabedra, A. (17 de Noviembre de (2,006). plan financiero. Recuperado el 29 de Abril de (2,015).

Vela (2,012). El Plan de Marketing: qué es y cómo hacerlo. Recuperado el 23 de Abril de (2,015).

GACETA DIARIO OFICIAL. Managua, Lunes 17 de Diciembre de (2,012).

## **XIII ANEXOS**

**Anexo 1, Cuadro 1. Presupuesto de venta del producto de pan simple**

<b>Conceptos</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
% de crecimiento en unidades	0	2.24%	2.24%	2.24%	2.24%
%de crecimiento en los precios	0	6.50%	6.50%	6.50%	6.50%
Cantidad de bolsas a vender	10,833	11,075	11,323	11,576	11,835
Precio por unidad	10	10.65	11.34	12.08	12.87
<b>Ingresos por ventas</b>	<b>108,330.00</b>	<b>117,948.75</b>	<b>128,402.82</b>	<b>139,838.08</b>	<b>152,316.45</b>

**Anexo 2, Cuadro 2. Presupuesto de venta del producto de pan pico**

<b>Conceptos</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
% de crecimiento en unidades	0	2.24%	2.24%	2.24%	2.24%
%de crecimiento en los precios	0	6.50%	6.50%	6.50%	6.50%
Cantidad de bolsas a vender	9,750	9,968	10,191	10,419	10,652
Precio por unidad	10	10.65	11.34	12.08	12.87
<b>Ingresos por ventas</b>	<b>97,500.00</b>	<b>106,159.20</b>	<b>115,565.94</b>	<b>125,861.52</b>	<b>137,091.24</b>

**Anexo 3, Cuadro 3. Presupuesto de Ventas del Producto Polvorón**

<b>Conceptos</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
% de crecimiento en unidades	0	2.24%	2.24%	2.24%	2.24%
%de crecimiento en los precios	0	6.50%	6.50%	6.50%	6.50%
Cantidad de bolsas a vender	10,833	11,075	11,323	11,576	11,835
Precio por unidad	10	10.65	11.34	12.08	12.87
<b>Ingresos por ventas</b>	<b>108,330.00</b>	<b>117,948.75</b>	<b>128,402.82</b>	<b>139,838.08</b>	<b>152,316.45</b>

**Anexo 4, Cuadro 4. Presupuesto de Ventas del Producto Pan Galleta**

<b>Conceptos</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
% de crecimiento en unidades	0	2.24%	2.24%	2.24%	2.24%
%de crecimiento en los precios	0	6.50%	6.50%	6.50%	6.50%
Cantidad de bolsas a vender	7,583	7,752	7,925	8,102	8,283
Precio por unidad	10	10.65	11.34	12.08	12.87
<b>Ingresos por ventas</b>	<b>75,830.00</b>	<b>82,558.80</b>	<b>89,869.50</b>	<b>97,872.16</b>	<b>106,602.21</b>

**Anexo 5, Cuadro 5 Presupuesto de Ventas del Producto Pan Punto Rojo**

<b>Conceptos</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
% de crecimiento en unidades	0	2.24%	2.24%	2.24%	2.24%
%de crecimiento en los precios	0	6.50%	6.50%	6.50%	6.50%
Cantidad de bolsas a vender	7,583	7,752	7,925	8,102	8,283
Precio por unidad	10	10.65	11.34	12.08	12.87
<b>Ingresos por ventas</b>	<b>75,830.00</b>	<b>82,558.80</b>	<b>89,869.50</b>	<b>97,872.16</b>	<b>106,602.21</b>

**Nota:** En los cuadros anteriores se detalla el procedimiento que se llevó a cabo para determinar los ingresos por venta de cada producto, el cual se tomó en cuenta el incremento poblacional de Somoto que es de 2.24% al igual el incremento de la inflación que es de 6.50% en el año 2015.

**Anexo 6, Cuadro 6. Presupuesto de materiales e insumos Directos del pan simple  
130,000 piezas al año**

<b>Materia prima e Insumos</b>	<b>Medida</b>	<b>Unidades</b>	<b>C/U CS</b>	<b>Total CS</b>
Harina	QQ	23	750.00	17,250.00
Levadura	Lbs	17	11.00	187.00
Bicarbonato	Paquete	94	2.00	188.00
Huevo	Cajilla	93	90.00	8,370.00
Manteca	Lbs	187	20.00	3,740.00
Leche	Lts	374	10.00	3,740.00
Crema	Lbs	280	45.00	12,600.00
Sal	Lbs	22	4.00	88.00
Azúcar	QQ	2	800.00	1,600.00
<b>Subtotal</b>				<b>47,763.00</b>
<b>Imprevisto (6.50%)</b>				<b>1,623.94</b>
<b>Total</b>				<b>49,386.94</b>

**Anexo 7, Cuadro 7. Presupuesto de materiales e insumos Directos del pan pico  
117,000 piezas al año.**

<b>Materia prima e Insumos</b>	<b>Medida</b>	<b>Unidades</b>	<b>C/U C\$</b>	<b>Total C\$</b>
Harina	QQ	20	750.00	15,000.00
Azúcar	QQ	6	800.00	4,800.00
Queso	Lbs	156	45.00	7,020.00
Manteca	Lbs	156	17.00	2,652.00
Huevos	Cajilla	78	90.00	7,020.00
Canela	Lbs	5	150.00	750.00
Royal	Lbs	5	25.00	125.00
Margarina	Caja	78	50.00	3,900.00
Levadura	Lbs	33	11.00	363.00
Sal	Lbs	14	4.00	56.00
Leche	Lts	312	10.00	3,120.00
<b>sub total</b>				<b>44,806.00</b>
<b>Imprevisto (6.50%)</b>				<b>1,523.40</b>
<b>Total</b>				<b>46,329.40</b>

**Anexo 8, Cuadro 8. Presupuesto de Materiales e Insumos directos del Pan Polvorón  
130,000 piezas al año.**

<b>Materia prima e Insumos</b>	<b>Medida</b>	<b>Unidades</b>	<b>C/U C\$</b>	<b>Total C\$</b>
Harina	QQ	23.4	750.00	17,550.00
Azúcar	QQ	3.74	800.00	2,992.00
Manteca	Lbs	156	17.00	2,652.00
Huevos	Cajilla	93	90.00	8,370.00
Royal	Lbs	5.85	25.00	146.25
Margarina	Caja	93.6	50.00	4,680.00
Bicarbonato	Paquete	94	2.00	188.00
Sal	Lbs	22	4.00	88.00

<b>Materia prima e Insumos</b>	<b>Medida</b>	<b>Unidades</b>	<b>C/U C\$</b>	<b>Total C\$</b>
Leche	Lts	280.8	10.00	2,808.00
<b>sub total</b>				<b>39,474.25</b>
<b>Imprevisto (6.50%)</b>				<b>1,342.12</b>
<b>Total</b>				<b>40,816.37</b>

**Anexo 9, Cuadro 9. Presupuesto de Materiales e Insumos directos del Pan Galletas  
91,000 piezas al año**

<b>Materia Prima e Insumos</b>	<b>Medida</b>	<b>Unidades</b>	<b>C/U C\$</b>	<b>Total C\$</b>
Harina	QQ	23.4	750.00	17,550.00
Azúcar	QQ	5.85	800.00	4,680.00
Manteca	Lbs	156	17.00	2,652.00
Huevos	Cajilla	93	90.00	8,370.00
Royal	Lbs	5.85	25.00	146.25
Margarina	Caja	93.6	50.00	4,680.00
Bicarbonato	Paquete	94	2.00	188.00
Sal	Lbs	22	4.00	88.00
Leche	Lts	187.2	10.00	1,872.00
<b>sub total</b>				<b>40,226.25</b>
<b>Imprevisto (6.50%)</b>				<b>1,367.69</b>
<b>Total</b>				<b>41,593.94</b>

**Anexo 10, Cuadro 10. Presupuesto de Materiales e Insumos directos del Pan punto  
rojo 91,000 piezas al año.**

<b>Materia prima e Insumos</b>	<b>Medida</b>	<b>Unidades</b>	<b>C/U CS</b>	<b>Total CS</b>
Harina	QQ	23.4	750.00	17,550.00
Levadura	Lbs	17.01	11.00	187.11
Bicarbonato	Paquete	94	2.00	188.00
Huevo	Cajilla	38	90.00	3,420.00
Manteca	Lbs	187.2	20.00	3,744.00
Leche	Lts	374	10.00	3,740.00
Crema	Lbs	280	45.00	12,600.00
Sal	Lbs	22	4.00	88.00
Azúcar	QQ	2	800.00	1,600.00
<b>Subtotal</b>				<b>43,117.11</b>
<b>Imprevisto (6.50%)</b>				<b>1,465.98</b>

**Anexo 11, Cuadro 11. Presupuesto de Costos indirectos de producción**

No	Descripción	Cantidad	U/M	C/U	C. Total Anual
1	Servicios. de electricidad	-----	-----	40.00	480.00
2	Servicios de agua potables	-----	-----	30.00	360.00
3	Leña	16,100	Unidades	2.00	32,200.00
4	Paste de Lavar Utensilios	52	Unidades	4.00	208.00
5	Bolsas plásticas de 5 lb	18	Rollos de 1000	200.00	3,600.00
6	Jabón de Lavar Utensilios	52	Unidades	20.00	1,040.00
7	Recargas telefónicas	12	-----	100.00	1,200.00
8	Toallas pequeña de limpieza	20	Unidades	10.00	200.00
9	Gorros de tela	6	Unidades	10.00	60.00
10	Guantes de tela	24	unidades	150.00	3,600.00
11	Mascarías de tela	6	unidades	10.00	60.00
12	Gabacha de tela	6	Unidades	200.00	1,200.00
13	Escoba limpieza horno	2	Unidades	30.00	60.00
14	Cucharas pequeñas	12	Unidades	6.00	72.00
15	Espátulas	3	Unidades	80.00	240.00
16	Taza mediana plástica	2	Unidades	25.00	50.00
17	Manteles de tela	2	Unidades	50.00	100.00
18	Gastos de transporte	52	Semanas	15.00	780.00
	<b>Sub-total</b>				<b>45,510.00</b>
19	Depreciación de herramientas e implementos de trabajo				1,542.67
20	Depreciación de Maquinaria y equipo de trabajo.				1,677.50
21	Depreciación de Infraestructura				2,250.00
	Amortización de Inversión diferida				633.33
	<b>Sub-Total de Depreciaciones y Amortizaciones</b>				<b>6,103.50</b>
	<b>Subtotal</b>				<b>51,613.50</b>
	<b>Imprevisto 6.50%</b>				<b>2,958.15</b>
	<b>Total</b>				<b>54,571.65</b>

**Nota:** En el cuadro se detalla los costos indirectos de fabricación y las depreciaciones de herramientas e implementos de trabajo, maquinarias y equipos de trabajo al igual la depreciación de la infraestructura y la amortización de la inversión diferida.

**Anexo 12, Cuadro 12 Consolidado de CIF**

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pres de CIF en Ef.	45,510.00	48,468.15	51,618.58	54,973.79	58,547.08
<b>Sub Total en efe</b>	<b>45,510.00</b>	<b>48,468.15</b>	<b>51,618.58</b>	<b>54,973.79</b>	<b>58,547.08</b>
+ Dep. Y Amort.	6,103.50	6,103.50	6,103.50	5,470.17	5,470.17
<b>Total</b>	<b>51,613.50</b>	<b>54,571.65</b>	<b>57,722.08</b>	<b>60,443.96</b>	<b>64,017.25</b>

**Nota:** En el cuadro se representa los costos indirectos de fabricación en efectivo este se proyectó a 5 años.

**Anexo 13, Cuadro 13. Presupuesto de Mano de Obra Directa (Salarios)**

Nº	Descripción del cargo	No. de Puestos	Cantidad D /H	Salario por día C\$	Salario mensual	Meses del año	Salario anual total C\$
1	Panadero	1	20	180.00	3,600.00	12	43,200.00
2	Ayudante	1	20	155.00	3,100.00	12	37,200.00
	<b>Total</b>				<b>6,700.00</b>		<b>80,400.00</b>

**Nota:** En este cuadro se detalla la mano de obra directa que corresponde al panadero y ayudante, sus días trabajados y el salario mensual y anual.

**Anexo 14, Cuadro 14 Presupuesto de salarios del vendedor**

Nº	Descripción del Cargo	No. de Puestos	Cantidad D/H	Salario por día C\$	Salario mensual	Salario anual total C\$
1	Vendedor	1	20	165.00	3,300.00	39,600.00
	<b>Total</b>					<b>39,600.00</b>

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

**Anexo 15, Cuadro 15 Presupuesto de salarios del responsable del negocio.**

Nº	Descripción del Cargo	No. de Puestos	Cantidad D/H	Salario por día C\$	Salario mensual	Salario anual total C\$
1	Resp. del negocio	1	20	180.00	3,600.00	43,200.00
	<b>Total</b>					<b>43,200.00</b>

**Nota:** El presupuesto de salarios del responsable del negocio se incluye en gastos de administración.

**Anexo 16, Cuadro 16. Presupuesto de gastos de publicidad**

Nº	Medio de comunicación	Unidades	Costo unitario C\$	Costo total C\$
1	Manta	1	250.00	250.00
2	Rótulos	1	300.00	300.00
3	Carteles	4	100.00	400.00
	<b>Total</b>			<b>950.00</b>

**Nota:** En este presupuesto se muestran los medios de comunicación que utilizara la panadería para dar a conocer las diferentes variedades de pan el cual este monto se incluye en gastos de venta.

**Anexo 17, Cuadro 17. Presupuestos de gastos de ventas**

Nº	Descripción	Costo total Anual C\$
1	Salario de Vendedor	<b>39,600.00</b>
2	Bolsas plásticas de 5 Lb.	3,600.00
3	Servicio de teléfonos	700.00
4	Gastos de papelería.	240.00
5	Publicidad	950.00
6	<b>Subtotal</b>	<b>45,090.00</b>

Nº	Descripción	Costo total Anual C\$
	Depreciación de Equipo de Reparto	500.00
	<b>Imprevisto 6.50%</b>	<b>2,930.85</b>
	<b>Total</b>	<b>48,520.85</b>

**Nota:** En este cuadro se detallan el presupuesto de ventas en el cual está incluido el salario del vendedor y presupuesto de publicidad ver detalle en el cuadro 14 y 16 de anexos. En este también se detalla la depreciación del equipo de reparto.

#### **Anexo 18, Cuadro 18. Presupuesto de gastos de administración**

Nº	Descripción	Costo total anual C\$
1	Salario del encargado de la panadería	43,200.00
2	Servicio de teléfonos	1,200.00
3	Gastos de mobiliario y útiles de oficina	2,650.00
5	Agenda	240.00
6	Folder	150.00
7	Lapiceros	60.00
	<b>Sub-total</b>	<b>47,500.00</b>
4	Depreciación de mobiliario y equipo de oficina	760.00
	<b>Imprevisto 6.50%</b>	<b>3,087.50</b>
	<b>Total</b>	<b>51,347.50</b>

**Nota:** En este cuadro se detallan los componentes de gastos de administración el cual está compuesto por salario del encargado del negocio (ver cuadro 15), servicios telefónicos, gastos de papelería y útiles de oficina, al igual se detalla la depreciación de mobiliarios y equipos de oficina.

#### **Anexo 19, Cuadro 19 Consolidado de gastos de operación.**

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pres. De Gasto de venta.	45,090.00	48,020.85	51,142.21	54,466.45	58,006.77
Pres. de Gasto de Admón.	47,500.00	50,587.50	53,875.69	57,377.61	61,107.15
<b>Subtotal</b>	<b>92,590.00</b>	<b>98,608.35</b>	<b>105,017.89</b>	<b>111,844.06</b>	<b>119,113.92</b>

**Nota:** En este cuadro se detalla los gastos de ventas y gastos de administración proyectados a 5 años, también incluidas sus depreciaciones. Ver cuadro 17 y 18 de anexos.

#### **Anexo 20, Cuadro 20 Tabla global de depreciaciones anual**

Activos	Monto
Herramientas e implemento de Trabajo	1,542.67
Equipo de trabajo	1,677.50
Mobiliario y Equipo de Oficina	760.00
Equipo de reparto	500.00
Infraestructura	2,250.00
Amortización de Gastos Pre-operatorios	633.33
<b>Total</b>	<b>7,363.50</b>

**Nota:** En este cuadro se muestran cada una de las depreciaciones anuales de cada presupuesto y la amortización de gastos pero-operatorios. Obteniendo así una cantidad de C\$ 7,363.50.

**Anexo 21, Cuadro 21 Tabla de depreciación de herramientas e implementos de trabajo.**

Descripción	V. Activo	V. Residual	V. Útil	Dep. Anual
Pana grande	200.00	0	3	66.66
Panas pequeñas	100.00	0	3	33.33
Baldes plásticos 25 litros	400.00	0	3	133.33
Rodo	230.00	0	3	76.66
Espátula	240.00	0	5	48.00
Pala de Horno 3 vrs y 1/2	90.00	0	3	30.00
Manteles	100.00	0	2	50.00
Canasta	600.00	0	3	200.00
Tasa de medidas	50.00	0	3	16.66
Cucharas pequeñas	864.00	0	3	288.00
Batidora	1200.00	0	2	600.00

**Nota:** El cuadro anterior representa las depreciaciones de las herramientas e implementos de trabajo que la panadería tendrá a su disposición para el proceso de producción. En él se refleja la vida útil de cada uno de ellos y su valor activo obteniendo así una depreciación anual de C\$ 1,542.00.

El método utilizado para realizar las depreciaciones de los activo es el método de la línea recta sin valor residual.

**Anexo 22, Cuadro 22. Tabla de depreciación de equipo de trabajo**

N°	Descripción	V. Activo	V. Residual	V. Útil	Dep. Anual
1	Horno Artesanal	1,500.00	0	5	300.00
2	Balanza electrónica para 32 k=66 lb	350.00	0	4	87.50
3	Cazuelejas	1,500.00	0	3	500.00
4	Mesón acero inoxidable 30"	2,450.00	0	5	490.00
5	Mesa de madera	1,200.00	0	4	300.00
	<b>Total</b>	<b>7,000.00</b>			<b>1,677.50</b>

**Anexo 23, Cuadro 23. Tabla de depreciación de mobiliario y equipo de oficina**

N°	Descripción	V. Activo	V. Residual	V. Útil	Dep. Anual
1	Mesas con gavetas	1,200.00	0	5	240.00
2	Sillas plásticas	600.00	0	5	120.00
3	Celular	700.00	0	2	350.00
7	Calculadoras	150.00	0	3	50.00
	<b>Total</b>	<b>2,650.00</b>			<b>760.00</b>

**Nota:** El 100% de la depreciación de los mobiliarios y equipos de oficina se cargaran a los gastos de administración, el cual para obtener estas depreciaciones fue necesario utilizar el método de la línea recta sin valor residual.

**Anexo 24, Cuadro 24. Tabla de depreciación de equipo de reparto**

N°	Descripción	V. Activo	V. Residual	V. Útil	Dep. Anual
1	Bicicleta	2,500.00	0	5	500.00
	<b>Total</b>				<b>500.00</b>

**Nota:** El 100% de las depreciaciones del equipo de reparto serán cargadas a gastos de vetas. Teniendo en cuenta el método de la línea recta sin valor residual.

**Anexo 25, Cuadro 25. Tabla de depreciación de infraestructura**

No	Descripción	V. Activo	V. Residual	V. Útil	Dep. Anual
1	Infraestructura	45,000.00	0	20	2,250.00
	<b>Total</b>				<b>2,250.00</b>

**Nota:** 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 26, Cuadro 26. Tabla de amortización de gastos pre-operatorios**

N°	Descripción	Costo total	Años de Amortización	Amortización Anual
1	Instalación de agua potable	600.00	3	200.00
2	Instalación de Energía Eléctrica	500.00	3	166.66
3	Registro en la Alcaldía	350.00	3	116.66
4	Registro sanitario	450.00	3	150.00
	<b>Total</b>	<b>1,900.00</b>		<b>633.33</b>

**Nota:** El cuadro anterior detalla la amortización de los gastos pre-operatorios los cuales lo componen la instalación de agua potable, instalación de energía eléctrica, registro de alcaldía y registro sanitario obteniendo una amortización anual de C\$ 633.33.

**Anexo 27, Cuadro 27. Tabla de amortización de financiamiento**

<b>Periodo</b>	<b>Cuota</b>	<b>Interés</b>	<b>Capital</b>	<b>Saldo</b>
0				28,711.94
1	1,489.79	526.39	963.40	27,748.54
2	1,489.79	508.73	981.06	26,767.47
3	1,489.79	490.74	999.05	25,768.42
4	1,489.79	472.42	1,017.37	24,751.05
5	1,489.79	453.77	1,036.02	23,715.04
6	1,489.79	434.78	1,055.01	22,660.02
7	1,489.79	415.44	1,074.35	21,585.67
8	1,489.79	395.74	1,094.05	20,491.62
9	1,489.79	375.68	1,114.11	19,377.51
10	1,489.79	355.26	1,134.53	18,242.98
11	1,489.79	334.46	1,155.33	17,087.64
12	1,489.79	313.28	1,176.51	15,911.13
13	1,489.79	291.71	1,198.08	14,713.04
14	1,489.79	269.74	1,220.05	13,492.99
15	1,489.79	247.37	1,242.42	12,250.58
16	1,489.79	224.60	1,265.19	10,985.38
17	1,489.79	201.40	1,288.39	9,696.99
18	1,489.79	177.78	1,312.01	8,384.98
19	1,489.79	153.73	1,336.06	7,048.92
20	1,489.79	129.23	1,360.56	5,688.36
21	1,489.79	104.29	1,385.50	4,302.86
22	1,489.79	78.89	1,410.90	2,891.96
23	1,489.79	53.02	1,436.77	1,455.19
24	1,481.87	26.68	1,455.19	0.00

**ANEXO 28, FORMATO DE LAS ENCUESTAS**

**Universidad Nacional Agraria**

**Facultad de Desarrollo Rural**

**Lic. Agronegocios**

**Encuesta dirigida a los (as) consumidores de pan.**

**Objetivo de la encuesta:** Recopilar datos sobre la demanda actual de pan en las comunidad Los Copales y en el municipio de Somoto, para la viabilidad comercial de productos panaderos.

**Numero de encuesta:** \_\_\_\_\_ **Fecha:** \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

**Datos generales**

Nombre del encuestado: \_\_\_\_\_

**1. ¿Usted y su familia consumen pan?**

Sí       No

**Nota: si su respuesta es negativa, váyase a la pregunta No. 12**

**2. A continuación le mencionaremos una lista de nombres de panes, nos podría indicar cuál o cuáles de ellos, consumen usted y su familia**

Pan Dulce \_\_\_\_\_

Pan Simple \_\_\_\_\_

Pan Relleno \_\_\_\_\_

Pan Pico \_\_\_\_\_

Pan Polvorón \_\_\_\_\_

Pan Bizcotela \_\_\_\_\_

Pan Enrollado \_\_\_\_\_

Pan galletas \_\_\_\_\_

Pan punto rojo \_\_\_\_\_

Otros \_\_\_\_\_

**3. ¿Qué cantidad compra?**

Pan Dulce \_\_\_\_\_

Pan Simple \_\_\_\_\_

Pan Relleno \_\_\_\_\_

Pan Pico \_\_\_\_\_

Pan Polvorón \_\_\_\_\_

Pan Bizcotela \_\_\_\_\_

Pan Enrollado \_\_\_\_\_

Pan galletas \_\_\_\_\_

Pan punto rojo \_\_\_\_\_

Otros \_\_\_\_\_

**4. ¿En qué tipo de presentación lo compra?**

Producto / Presentaciones	En unidades	Bolsa de pan de 6 unidades	Bolsa de pan de 12 unidades	Bolsa de pan de 24 unidades
Pan Dulce				
Pan Simple				
Pan Relleno				
Pan Pico				
Pan Polvorón				
Pan Bizcotela				
Pan Enrollado				
Pan Galletas				
Pan punto rojo				
Otros				

**5. ¿Con qué frecuencia lo compran**

Producto / Frecuencia	Veces al Día	Veces a la Semana	Veces a la Quincena	Veces al Mes
Pan Dulce				
Pan Simple				
Pan Relleno				
Pan Pico				
Pan Polvorón				
Pan Bizcotela				
Pan Enrollado				
Pan Galletas				
Pan punto rojo				
Otros				

**6. ¿En qué tiempo de comida acostumbra consumir pan?**

Producto / Tiempos	Desayuno	Refrigerio	Almuerzo	Refrigerio	Cena
Pan Dulce					
Pan Simple					
Pan Relleno					
Pan Pico					
Pan Polvorón					
Pan Bizcotela					
Pan Enrollado					
Pan Galletas					
Pan punto rojo					
Otros					

**7. ¿A qué precio lo compra?**

Producto / P/ presentaciones	En unidades	Bolsa de pan de 6 unidades	Bolsa de pan de 12 unidades	Bolsa de pan de 24 unidades
Pan Dulce				
Pan Simple				
Pan Relleno				
Pan Pico				
Pan Polvorón				
Pan Bizcotela				
Pan Enrollado				
Pan Galletas				
Pan punto rojo				
Otros				

**8. ¿En qué tipo de establecimiento compra habitualmente el pan que consumen?**

Panaderías \_\_\_\_\_  
 Supermercado \_\_\_\_\_

Pulperías \_\_\_\_\_  
 Mercado \_\_\_\_\_  
 Otros. Mencione:

**9. ¿En qué estado les gusta a usted y su familia consumir el pan?**

Frío \_\_\_\_\_  
 Calientes \_\_\_\_\_  
 Temperatura ambiente \_\_\_\_\_

**10. ¿Qué pan prefiere?**

Industrial  
 Artesanal

11. ¿cuáles son los factores que más valora usted, A la hora de comprar el pan?

Tamaño  
 Calidad  
 Sabor

Peso  
 Precio  
 Otras Mencione:

12. Nos podría mencionar las razones, por las que usted y su familia no consumen pan.

13. ¿Si nosotros, le ofreciéramos un pan fresco, con mayor calidad, mejor presentación y a un precio competitivo, usted nos compraría?

Sí\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_

14. ¿De acuerdo a la lista que le presentaremos, qué tipo de pan le gustaría que le ofertáramos?

Pan Dulce \_\_\_\_\_  
Pan Simple \_\_\_\_\_  
Pan Relleno \_\_\_\_\_  
Pan Pico \_\_\_\_\_  
Pan Polvorón \_\_\_\_\_

Pan Bizcotela \_\_\_\_\_  
Pan Enrollado \_\_\_\_\_  
Pan galletas \_\_\_\_\_  
Pan punto rojo \_\_\_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_

15. ¿Qué cantidad compraría?

Pan Dulce \_\_\_\_\_  
Pan Simple \_\_\_\_\_  
Pan Relleno \_\_\_\_\_  
Pan Pico \_\_\_\_\_  
Pan Polvorón \_\_\_\_\_

Pan Bizcotela \_\_\_\_\_  
Pan Enrollado \_\_\_\_\_  
Pan galletas \_\_\_\_\_  
Pan punto rojo \_\_\_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_

**16. ¿En qué tipo de presentación lo compra?**

Producto / Presentaciones	En unidades	Bolsa de pan de 6 unidades	Bolsa de pan de 12 unidades	Bolsa de pan de 24 unidades
Pan Dulce				
Pan Simple				
Pan Relleno				
Pan Pico				
Pan Polvorón				
Pan Bizcotela				
Pan Enrollado				
Pan Galletas				
Pan punto rojo				
Otros				

**17. ¿Con que frecuencia nos compraría este producto?**

Producto / Frecuencia	Veces al Día	Veces a la Semana	Veces a la Quincena	Veces al Mes
Pan Dulce				
Pan Simple				
Pan Relleno				
Pan Pico				
Pan Polvorón				
Pan Bizcotela				
Pan Enrollado				
Pan Galletas				
Pan Punto Rojo				
Otros				

**18. ¿En qué tipo de establecimiento nos compraría el pan?**

Panaderías \_\_\_\_\_

Mercado \_\_\_\_\_

Supermercado \_\_\_\_\_

Otros. Mencione \_\_\_\_\_

Pulperías \_\_\_\_\_

**Gracias por su valioso aporte**

# Universidad Nacional Agraria

## Facultad de Desarrollo Rural

### Lic. Agronegocios

#### **Anexo 29, Encuesta dirigida a los (as) dueños de pulperías actuales.**

**Objetivo de la encuesta:** Recopilar datos sobre la demanda actual de pan en la comunidad Los Copales del municipio de Somoto, para la viabilidad comercial de este producto.

**Numero de encuesta:** \_\_\_\_\_ **Fecha:** \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

#### **Datos generales**

Nombre del encuestado: \_\_\_\_\_

#### **1. ¿Compra usted pan, para vender en su pulpería?**

Si  no

**Nota: si su respuesta es negativa váyase a la pregunta No. 15**

#### **2. A continuación le mencionaremos una lista de nombres de panes, nos podría indicar cuál o cuáles de ellos vende.**

Pan Dulce _____	Pan Bizcotela _____
Pan Simple _____	Pan Enrollado _____
Pan Relleno _____	Pan galletas _____
Pan Pico _____	Pan punto rojo _____
Pan Polvorón _____	Otros _____

#### **3. ¿Qué cantidad compra?**

Pan Dulce _____	Pan Bizcotela _____
Pan Simple _____	Pan Enrollado _____
Pan Relleno _____	Pan galletas _____
Pan Pico _____	Pan punto rojo _____
Pan Polvorón _____	Otros _____

**4. ¿En qué tipo de presentación lo compran?**

Producto / Presentaciones	En unidades	Bolsa de pan de 6 unidades	Bolsa de pan de 12 unidades	Bolsa de pan de 24 unidades
Pan Dulce				
Pan Simple				
Pan Relleno				
Pan Pico				
Pan Polvorón				
Pan Bizcotela				
Pan Enrollado				
Pan Galletas				
Pan punto rojo				
Otros				

**5. ¿Con qué frecuencia lo compran?**

Producto / Frecuencia	Veces a la Semana	Veces a la Quincena	Veces al Mes
Pan Dulce			
Pan Simple			
Pan Relleno			
Pan Pico			
Pan Polvorón			
Pan Bizcotela			
Pan Enrollado			
Pan Galletas			
Pan punto rojo			
Otros			

**6. ¿A qué precio lo compra?**

producto / P/ Presentación	En unidades	Bolsa de pan de 6 unidades	Bolsa de pan de 12 unidades	Bolsa de pan de 24 unidades
Pan Dulce				
Pan Simple				
Pan Pico				
Pan Polvorón				
Pan Bizcotela				
Pan Galletas				
Pan punto rojo				
Otros				

**7. ¿En qué tipo de establecimiento compra el pan que vende en su negocio?**

Panaderías \_\_\_\_\_  
Supermercado \_\_\_\_\_

Mercado \_\_\_\_\_  
Otros. Mencione: \_\_\_\_\_

**8. ¿Lo adquiere al crédito o al contado?**

Crédito  Contado

**9. Si es al crédito, ¿Cuál es el plazo de pago?**

Días	Semanas

**10. ¿Si nosotros, le ofreciéramos un pan fresco, con mayor calidad, mejor presentación y a un precio competitivo, usted nos compraría?**

Si  no

**11. ¿De acuerdo a la lista que le presentaremos qué tipo de pan le gustaría que le ofertáramos?**

Pan Dulce \_\_\_\_\_  
Pan Simple \_\_\_\_\_  
Pan Relleno \_\_\_\_\_  
Pan Pico \_\_\_\_\_  
Pan Polvorón \_\_\_\_\_

Pan Bizcotela \_\_\_\_\_  
Pan Enrollado \_\_\_\_\_  
Pan galletas \_\_\_\_\_  
Pan punto rojo \_\_\_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_

**12. ¿Qué cantidad compraría?**

Pan Dulce \_\_\_\_\_  
Pan Simple \_\_\_\_\_  
Pan Relleno \_\_\_\_\_  
Pan Pico \_\_\_\_\_  
Pan Polvorón \_\_\_\_\_

Pan Bizcotela \_\_\_\_\_  
Pan Enrollado \_\_\_\_\_  
Pan galletas \_\_\_\_\_  
Pan punto rojo \_\_\_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_

**13. ¿Con que frecuencia nos compraría este producto?**

Producto / Frecuencia	Veces a la Semana	Veces a la Quincena	Veces al Mes
Pan Dulce			
Pan Simple			
Pan Relleno			
Pan Pico			
Pan Polvorón			
Pan Bizcotela			
Pan Relleno			
Pan Enrollado			
Pan Galletas			
Pan Punto Rojo			
Otros			

**14. ¿En qué tipo de presentación le gustaría que se lo ofertáramos?**

Producto / Presentaciones	En unidades	Bolsa de pan de 6 unidades	Bolsa de pan de 12 unidades	Bolsa de pan de 24 unidades
Pan Dulce				
Pan Simple				
Pan Relleno				
Pan Pico				
Pan Polvorón				
Pan Bizcotela				
Pan Enrollado				
Pan Galletas				
Pan punto rojo				
Otros				

**15. ¿Porque no compra pan, nos podría mencionar las razones por las que no lo compra?**

**Gracias por su valioso aporte**

Anexo 30, DEPARTAMENTO DE MADRIZ

