



**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA**

**U.N.A**

**FACULTAD DE DESARROLLO RURAL**

**F.D.R**

**Trabajo de Graduación**

**Plan de Negocios**

**Producción y comercialización de productos  
derivados de la carne de cerdo (frito y chicharrón) en  
cinco barrios del distrito VI de Managua, 2022-2026**

**AUTOR**

**Br. Arlen Moisés Silva Gutiérrez.**

**ASESOR**

**Lic. MBA. José Francisco Bravo M.**

**Managua, Nicaragua**

**Octubre, 2021**

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA**

**U.N.A**

**FACULTAD DE DESARROLLO RURAL**

**F.D.R**

**Trabajo de Graduación**

**Plan de Negocios**

**Producción y comercialización de productos  
derivados de la carne de cerdo (frito y chicharrón) en  
cinco barrios del distrito VI de Managua, 2022-2026**

**AUTOR**

**Br. Arlen Moisés Silva Gutiérrez.**

**ASESOR**

**Lic. MBA. José Francisco Bravo M.**

**Managua, Nicaragua**

**Octubre, 2021**

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA**

**FACULTAD DE DESARROLLO RURAL**

**Trabajo de graduación**

**Plan de negocio**

Producción y comercialización de productos derivados de la carne de cerdo (frito y chicharrón) en cinco barrios del distrito VI de Managua, 2022-2026

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

**AUTOR**

Br. Arlen Moisés Silva Gutiérrez.

**ASESOR**

Lic. MBA. José Francisco Bravo M.

Managua, Nicaragua

Octubre, 2021

**Hoja de aprobación**  
*Universidad Nacional Agraria*  
*Facultad de Desarrollo Rural*  
*Vice Decanatura.*

Este trabajo de graduación fue evaluado y aprobado por el honorable comité 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.**

\_\_\_\_\_

**MP. Adriana Leonor Montenegro Morales**

**Presidente**

\_\_\_\_\_

**MSc. Luis Felipe Cardoza Jirón**

**Secretario**

\_\_\_\_\_

**MSc. Pamela Marisol Pavón Pérez**

**Vocal**

\_\_\_\_\_

**Lic. MBA. José Francisco Bravo Martínez**

**Asesor**

**Lugar y Fecha (día/mes/año):** \_\_\_\_\_

## INDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO .....	ii
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT .....	vii
I. INTRODUCCION.....	1
II. OBJETIVOS.....	4
2.1. Objetivo General.....	4
2.2. Objetivos específicos.....	4
III. NATURALEZA DEL NEGOCIO .....	5
3.1. Análisis FODA .....	5
3.2. Descripción de la empresa .....	6
3.2.1. Nombre del negocio: .....	6
3.2.2. Logotipo .....	7
3.2.3. Mascota.....	7
3.2.4. Lema .....	7
3.2.5. Colores.....	7
3.2.6. Giro del negocio .....	8
3.2.7. Misión.....	8
3.2.8. Visión .....	8
IV. PLAN DE MERCADO.....	9
4.1. Objetivos.....	9
4.2. Definición del producto .....	10
4.3. Delimitación geográfica del mercado.....	12
4.4. Investigación de mercado .....	12
4.4.1. Proceso de investigación de mercado.....	12
4.4.2. Problema u oportunidad.....	12
4.4.3. Necesidades de la información .....	12
4.4.4. Fuentes de información .....	13
4.4.5. Instrumento de la investigación.....	13
4.4.6. Análisis de los datos .....	13
4.4.7. Propósito de la investigación.....	13

4.4.8. Método aplicado .....	13
4.4.9. El levantamiento de la información.....	13
4.4.10. Aplicación de encuesta .....	14
4.4.11. Resultados obtenidos .....	15
4.5. Análisis y evaluación de la demanda.....	38
4.6. Análisis y evaluación de la oferta.....	38
4.7. Definición del segmento de mercado .....	39
4.7.1. Análisis de los clientes .....	39
4.7.2. Descripción del producto.....	40
4.7.3. Penetración de mercado.....	40
4.7.4. Desarrollo de mercados .....	40
4.7.5. Desarrollo de productos.....	40
4.8. Identificación de la competencia directa e indirecta .....	41
4.8.1. Análisis de la competencia .....	41
4.9. Análisis de precio .....	43
4.9.1. Análisis de precio del frito.....	43
4.9.2. Análisis de precio del chicharrón .....	44
4.10. Análisis de la distribución .....	45
4.10.1. Canales de comercialización .....	45
4.11. Definición de estrategia comercial .....	45
4.11.1. Promoción.....	45
4.11.2. Publicidad .....	45
V. PLAN DE PRODUCCION.....	47
5.1. Objetivos.....	47
5.2. Macro localización .....	48
5.3. Micro localización .....	49
5.4. Equipamiento.....	51
5.5. Requerimiento de insumos .....	54
5.6. Proveedores .....	56
5.6.1. Análisis de los proveedores .....	56
5.7. Diseño de la empresa.....	57
5.8. Procesos de manufactura y servicios .....	58

5.8.1. Manejo de la carne y el tocino desde la compra hasta el proceso. ....	58
VI. PLAN ORGANIZACIONAL.....	64
6.1. Objetivos.....	64
6.2. Estructura organizacional .....	65
6.3. Organigrama .....	65
6.4. Descripción de cargos.....	66
6.5. Plan de capacitación del personal.....	71
VII. PLAN ECONOMICO FINANCIERO .....	72
7.1. Objetivos.....	72
7.2. Balance general.....	74
7.3. Estado de resultados .....	76
7.4. Flujo de efectivo .....	77
7.5. Análisis de sensibilidad .....	80
7.6. Punto de equilibrio .....	83
7.7. Valor Actual Neto (VAN) .....	83
7.7.1. Cálculo VAN .....	84
7.8. Tasa interna de retorno (TIR) .....	85
VIII. PLAN DE IMPACTO AMBIENTAL .....	87
8.1. Objetivos.....	87
8.2. Problema.....	87
8.3. Alternativa .....	87
8.4. Políticas, normativas y leyes ambientales de interés para el negocio .....	88
IX. CONCLUSIONES.....	89
X. RECOMENDACIONES .....	91
XI. BIBLIOGRAFIA.....	92
XII. ANEXOS .....	93

## **DEDICATORIA**

Dedico mi trabajo de tesis principalmente a Dios quien ha sido mi ayuda y aliento durante todos los años de la carrera. Por brindarme perseverancia, sabiduría y voluntad necesaria para la culminación de mi carrera y ser Lic. En Agronegocios.

A mi madre **Aracely Alicia Gutiérrez Manzanares** porque ha sido mi sostén y aun teniendo limitaciones me ha dado su apoyo incondicional, porque en los momentos difíciles de mi vida y mi carrera nunca me ha dejado solo.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco primero a Dios, que él ha sido mi mejor maestro y guía en el caminar, por darme salud, sabiduría y fortaleza para superar los obstáculos que se me interpusieron a lo largo de estos 5 años.

Agradezco a mi amigo y asesor de tesis **Lic. MBA. José Francisco Bravo** por su apoyo, disposición en la revisión de mis avances, sus consejos, que influyeron en la formación como profesional, hasta la finalización de mi trabajo para optar al título de licenciado en la carrera de Agronegocios.

Gracias a cada uno de los maestros que con sus enseñanzas y consejos contribuyeron en mi formación personal y académica, en especial al docente **Luis Felipe Cardoza Jirón** por su amistad y apoyo en la elaboración de mi trabajo.

Agradezco a mi novia **Yadzira de los Ángeles García López** porque siempre ha estado conmigo en las buenas y malas, por su ayuda incondicional y el cariño que me brinda.

Agradezco a mi profesora y amiga **Darling Janeth Delgado Jirón** por su apoyo incondicional, cariño y respeto en todos los años de la carrera, sus consejos y enseñanzas que influyeron en mi formación personal y profesional.

## INDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Matriz FODA.....	5
Cuadro 2: Descripción del frito .....	10
Cuadro 3: Descripción del chicharrón.....	11
Cuadro 4: Total de habitantes de los 5 barrios objeto de estudio.....	14
Cuadro 5: Demanda potencial proyectada para el periodo 2022-2026 .....	38
Cuadro 6: Proyección de oferta para el periodo 2022-2026.....	38
Cuadro 7: Balance Oferta - Demanda.....	39
Cuadro 8: Proyecciones de ventas proyectadas para el periodo 2022- 2026.....	39
Cuadro 9: Competidores directos e indirectos de MR. PIG .....	42
Cuadro 10: Precio promedio del frito .....	43
Cuadro 11: Precio promedio del chicharrón.....	44
Cuadro 12: Plan de publicidad de MR. PIG .....	46
Cuadro 13: Equipos y mobiliarios de trabajo .....	51
Cuadro 14: Utensilios de cocina.....	52
Cuadro 15: Mobiliario y equipo de oficina .....	52
Cuadro 16: Papelería y útiles de oficina.....	53
Cuadro 17: Equipo de protección y seguridad .....	53
Cuadro 18: Equipo de reparto.....	54
Cuadro 19: Requerimientos de la materia prima .....	54
Cuadro 20: Requerimientos de insumos.....	55
Cuadro 21: Programación de producción semanal .....	55
Cuadro 22: Proyecciones de producción 2022 - 2026.....	55
Cuadro 23: Proveedor de carne, tocino y manteca de cerdo .....	56
Cuadro 24: Proveedor de insumos.....	56
Cuadro 25: Proveedor de maquinaria y utensilios.....	57
Cuadro 26: Descripción del cargo del Gerente general encargado del negocio.....	66
Cuadro 27: Descripción de cargo del despachador .....	67
Cuadro 28: Descripción del cargo del repartidor.....	68
Cuadro 29: Descripción del puesto de cocinero .....	69
Cuadro 30: Descripción del puesto de empacador .....	70
Cuadro 31: Plan de capacitación .....	71
Cuadro 32: Plan global de inversión .....	73
Cuadro 33: Tabla de origen y destino de fondos.....	73
Cuadro 34: Balance general proyectado 2022-2026.....	74
Cuadro 35: Estado de resultado proyectado 2022-2026.....	76
Cuadro 36: Flujo de efectivo proyectado 2022-2026.....	77
Cuadro 37: Presupuesto de inversión fija.....	79
Cuadro 38: Presupuesto de inversión diferida.....	79
Cuadro 39: Presupuesto de capital de trabajo.....	80
Cuadro 40: Análisis de sensibilidad del estado de resultado.....	82
Cuadro 41: Punto de equilibrio.....	83
Cuadro 42: Cálculos de los indicadores financieros VAN y TIR.....	84

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Logotipo .....	7
Figura 2: Mascota .....	7
Figura 3: Sexo de los encuestados .....	15
Figura 4: Ocupación de los encuestados .....	16
Figura 5: Consumo de productos a partir de la carne de cerdo .....	17
Figura 6: Consumo de frito .....	18
Figura 7: Frecuencia de consumo de frito .....	19
Figura 8: ¿Cuántas libras compra? .....	20
Figura 9: ¿Generalmente donde compra el frito? .....	21
Figura 10: ¿Qué precio paga actualmente por la libra de frito? .....	22
Figura 11: ¿Por qué canal de distribución compra el frito? .....	23
Figura 12: Consumo de chicharrón .....	24
Figura 13: Frecuencia de consumo de chicharrón .....	25
Figura 14: ¿Cuántas libras de chicharrón compra? .....	26
Figura 15: ¿Generalmente donde compra el chicharrón? .....	27
Figura 16: ¿Qué precio paga actualmente por el chicharrón? .....	28
Figura 17: ¿Por qué canal de distribución compra el chicharrón? .....	29
Figura 18: ¿Usted y su familia consumirían nuestro frito? Elaborado con altos estándares de calidad, higiene y buena atención al cliente .....	30
Figura 19: ¿Con qué frecuencia consumirían nuestro frito? .....	31
Figura 20: ¿Cuantas libras de frito nos compraría? .....	32
Figura 21: Canal de distribución por el que preferiría comprar el frito .....	33
Figura 22: ¿Usted y su familia consumirían nuestro frito? Elaborado con altos estándares de calidad, higiene y buena atención al cliente .....	34
Figura 23: ¿Con qué frecuencia consumiría nuestro chicharrón? .....	35
Figura 24: ¿Cuantas libras de chicharrón compraría? .....	36
Figura 25: Canal de distribución por el que preferiría comprar el chicharrón .....	37
Figura 26: Canal de comercialización .....	45
Figura 27: Macro localización .....	48
Figura 28: Micro localización Barrio Monte Fresco .....	49
Figura 29: Micro localización Barrio Rodeito .....	49
Figura 30: Micro localización Barrio El Rodeo .....	50
Figura 31: Micro localización Las Mercedes .....	50
Figura 32: Micro localización Barrio Bertha Díaz .....	51
Figura 33: Diseño e infraestructura de MR. PIG .....	57
Figura 34: Flujograma de procedimientos y elaboración de frito .....	62
Figura 35: Flujograma de procedimientos y elaboración de chicharrón .....	63
Figura 36: Organigrama de MR. PIG .....	65
Figura 37: Punto de equilibrio .....	83

## INDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Requerimiento materia prima semanal .....	93
Anexo 2: Requerimientos de insumo semanal .....	93
Anexo 3: Tabla de consumo y el costo total de energía en la empresa .....	94
Anexo 4: Tabla de consumo y el costo total de agua potable en la empresa .....	95
Anexo 5: Proyecciones de ingreso por venta de frito y chicharrón.....	95
Anexo 6: Presupuesto de Materia prima.....	96
Anexo 7: Presupuesto de mano de obra directa.....	96
Anexo 8: Presupuesto de costos directos de producción.....	97
Anexo 9: Presupuesto de insumos .....	97
Anexo 10: Presupuesto consolidado de personal de ventas .....	98
Anexo 11: Presupuesto consolidado de personal de administración.....	98
Anexo 12: Presupuesto de las prestaciones sociales .....	99
Anexo 13: Presupuesto de costos indirectos de producción.....	100
Anexo 14: Presupuesto de costos totales de producción .....	101
Anexo 15: Presupuesto de gastos operativos para incluirse en el flujo de efectivo .....	102
Anexo 16: Presupuesto de gastos operativos para incluirse en el estado de resultado.....	103
Anexo 17: Presupuesto de equipos y mobiliarios de trabajo.....	104
Anexo 18: Presupuesto de utensilios de cocina.....	105
Anexo 19: Presupuesto de motocicleta.....	106
Anexo 20: Presupuesto de infraestructura .....	106
Anexo 21: Presupuesto de mobiliario y equipo de oficina.....	107
Anexo 22: Presupuesto de papelería y útiles de oficina .....	108
Anexo 23: Presupuesto de equipo de protección y seguridad .....	109
Anexo 24: Tabla de depreciación de equipos y mobiliarios de trabajo.....	110
Anexo 25: Tabla de depreciación de utensilios de cocina.....	111
Anexo 26: Tabla de depreciación de mobiliario y equipo de oficina.....	112
Anexo 27: Tabla de depreciación de motocicleta.....	113
Anexo 28: Tabla de depreciación de infraestructura .....	113
Anexo 29: Tabla de amortización de inversión diferida.....	114
Anexo 30: Modelo de negocios CANVAS.....	115
Anexo 31: Instrumento de recolección de datos.....	116

## RESUMEN

### Plan de negocios

**Producción y comercialización de productos derivados de la carne de cerdo (frito y chicharrón) en 5 barrios del distrito VI de Managua, 2022-2026** Br. Arlen Moisés Silva Gutiérrez [arlen545@gmail.com](mailto:arlen545@gmail.com) Asesor. Lic. MBA. José Francisco Bravo Martínez. [josefranbravo04@yahoo.es](mailto:josefranbravo04@yahoo.es)

El presente documento contiene un plan de negocio para la **producción y comercialización** de productos derivados de la carne de cerdo (frito y chicharrón) en 5 barrios del distrito VI de Managua, municipio de Managua. El objetivo del plan de negocio es determinar la **viabilidad, factibilidad y rentabilidad** de la producción y comercialización de estos productos. El plan se trabajó con todos sus componentes como son: La naturaleza del negocio, modelo del negocio en la que se muestran elementos que identifican a la empresa, el plan de mercado se estima una venta de 8,588 libras de frito y 7,670 libras de chicharrón en el primer año de operaciones, para el año 3,4 y 5 de operación se aumentará el porcentaje de las ventas en un 5%. La metodología utilizada es la encuesta dirigida a los elementos muestrales de la población de los 5 barrios objeto de estudio pertenecientes al distrito VI del municipio de Managua, para la recopilación de información que permitió la definición de precios, y las proyecciones de ventas, en el plan de producción, se especifican los aspectos y requerimientos para el manejo del negocio, en el plan organizacional se muestra el diseño de la estructura organizacional, los cargos y funciones del personal y el plan financiero determina la inversión inicial del negocio la que se estima en C\$ 173,120 córdobas, un VAN positivo de C\$ 1,739,663.98 demostrándose que el negocio, es rentable, finalizando con un plan ambiental en el que se expresan la acciones de mitigación que se ejecutaran para contribuir con la protección del medio ambiente.

**Palabras claves: viabilidad, factibilidad y rentabilidad, producción y comercialización**

## ABSTRACT

### **Business plan**

**Production and commercialization of products derived from pork (fried and chicharrón) in 5 neighborhoods of the VI district of Managua, 2022-2026** Br. Arlen Moisés Silva Gutiérrez [arlens545@gmail.com](mailto:arlens545@gmail.com) Adviser. Lic. MBA. José Francisco Bravo Martínez. [josefranbravo04@yahoo.es](mailto:josefranbravo04@yahoo.es)

This document contains a business plan for the **production** and **commercialization** of products derived from pork meat (fried and chicharrón) in 5 neighborhoods of the VI district of Managua, municipality of Managua. The objective of the business plan is to determine the **viability, feasibility and profitability** of the production and commercialization of these products. The plan has been worked on with all its components such as: The nature of the business, business model that shows elements that identify the company, the market plan estimates a sale of 8,588 pounds of fried and 7,670 pounds of pork rinds in the first year of operations, for years 3, 4 and 5 of operation, the percentage of sales will be increased by 5%. The methodology used is the survey directed to the sample elements of the population of the 5 neighborhoods under study belonging to district VI of the municipality of Managua, for the compilation of information that we will find the definition of prices, and sales projections, in the production plan, the aspects and requirements for the management of the business are specified, the organizational plan shows the design of the organizational structure, the positions and functions of the personnel and the financial plan determines the initial investment of the business, which is estimated at C \$ 173,120 cordobas, a positive NPV of 815,900, demonstrating that the business is profitable, ending with an environmental plan that expresses the mitigation actions that will be carried out to contribute to the protection of the environment.

Keywords: viability, feasibility and profitability, production and commercialization

## I. INTRODUCCION

Según datos estadísticos del programa de prevención, control de la peste porcina clásica de Nicaragua del Ministerio de Agricultura y Ganadería Nacional, la producción porcina en el país descansa principalmente en pequeños subsistemas de producción de patios y/o traspatios distribuidos en zonas rurales, urbanas y peri urbana, manejados principalmente por mujeres; teniendo como principal vínculo comercial los mercados populares masivos de alta rotación. Todo esto permite que la actividad sea considerada por los pequeños productores/ras como un complemento importante a los medios de vida en las economías familiares. Por otra parte, la producción en granjas porcinas especializadas en el país es limitada y su producción está orientada a cortes selectos, por lo cual su principal vinculo comercial es la industria de embutidos, supermercados y tiendas especializadas. (NITLAPAN, 2012, p. 4).

Desde hace 20 años la familia Silva decidió establecer un emprendimiento empresarial destinado al destace y venta de carne de cerdo en el Barrio Monte Fresco distrito VI del municipio de Managua, a lo largo de este tiempo se han incrementado los ingresos por el aumento de la demanda, en consecuencia aumentando la producción y comercialización, es decir, su oferta, el crecimiento de dicha demanda le ha permitido a la familia obtener el reconocimiento de los consumidores y demás habitantes del sector, posicionando de mejor manera sus productos, esto ha expandido la mentalidad emprendedora de esta familia impulsándola a desarrollar la estrategia de diversificación concéntrica de su oferta al poner a disposición de sus clientes carne de cerdo, res, cabro y pelibuey, siendo estos ofertados aun por la familia.

Hace aproximadamente 5 años se decidió implementar la estrategia de desarrollo de producto al añadir valor a la carne de cerdo con la elaboración de frito que se produce de la misma, y el chicharrón que se produce de la piel o tocino del cerdo, incrementado los ingresos familiares.

Debido a los disturbios y problemas políticos del año 2018 y la pandemia COVID-19 se suspendió el proceso de transformación de la carne de cerdo, es decir, la producción y comercialización de frito y chicharrón, en el presente año 2021 la familia Silva se ha

propuesto elaborar un plan de negocios para determinar la viabilidad, factibilidad y la rentabilidad de la producción y comercialización de los productos antes mencionados.

Dada la aceptación de los clientes, y en consecuencia el incremento de la demanda que anteriormente se tuvo, se plantea retomar el negocio, actualmente las instalaciones en las que realizan las actividades de venta de carne son muy amplias, por lo tanto, se pretende distribuir ese espacio y destinar una parte para el negocio de producción y venta de frito y chicharrón, para potencializar esta oportunidad, surge la idea de elaborar productos con altos estándares de calidad e higiene a un precio competitivo.

La familia emprendedora cuenta con un capital propio para la inversión inicial de un negocio de esta naturaleza. Por lo tanto, los beneficiarios directos serán en primer lugar la familia, seguido de los trabajadores que se contrataran, los proveedores de materia prima e insumos que se utilizaran para la elaboración de los productos. Además, el negocio dará aportes fundamentales a la economía nacional, ya que generará fuentes de empleo. Los beneficiarios indirectos serian la alcaldía de Managua y el estado, ya que ellos reciben el dinero de los impuestos y se favorecen de la operación del negocio.

Según datos estadísticos, a nivel nacional el sector porcino es una actividad importante, se estima que hay un total de 418,485 cabezas de ganado porcino, de las cuales 186,513 son cerdos de 6 meses a más y 231,972 son cerdos menores a 6 meses. (IV CENAGRO, 2012).

La empresa tiene como nombre: MR. PIG. La palabra MR, que en el inglés se traduce señor, debido a que el señor Manuel Antonio Silva Espinoza fue quien tuvo la idea hace 20 años de empezar este emprendimiento, y la palabra PIG, que en el inglés se traduce como cerdo, que es la materia prima con la que se elabora el frito y chicharrón.

El chicharrón es un producto alimenticio elaborado de la piel o tocino del cerdo, algunas de sus características son: color claro amarillento, textura solida crujiente y sabor un poco salado, por otra parte, el frito es elaborado con la piel o tocino del cerdo, tiene color café oscuro, textura sólida que se deshace en la boca, teniendo un sabor un poco salado.

El plan de negocio se visiona de la idea de dar valor agregado a la carne de cerdo, con la producción de frito y chicharon, aprovechando los conocimientos técnicos que posee la

familia emprendedora, el local tiene una medición de 8 metros de ancho por 17 metros de largo, el capital y los recursos para la realización de la inversión son propios.

### **Pregunta Principal**

¿Es viable, factible y rentable la producción y comercialización de productos derivados de la carne de cerdo (frito y chicharrón) en 5 barrios del distrito VI de Managua?

### **Preguntas específicas**

¿Es comercialmente viable, la producción y comercialización de frito y chicharrón?

¿Desde el punto de vista productivo, es factible la producción y comercialización de frito y chicharrón?

¿Es viable desde el punto de vista organizacional, la producción y comercialización de frito y chicharrón?

¿Ambientalmente es viable, la producción y comercialización de frito y chicharrón?

¿Es rentable, la producción y comercialización de frito y chicharrón?

## **II. OBJETIVOS**

### **2.1. Objetivo General**

Determinar la viabilidad, factibilidad y rentabilidad de la producción y comercialización de frito y chicharrón en 5 barrios del distrito VI de Managua, 2022-2026.

### **2.2. Objetivos específicos**

- a) Determinar la viabilidad comercial de la producción y comercialización de frito y chicharrón.
- b) Demostrar la factibilidad de la producción y comercialización de frito y chicharrón.
- c) Diseñar el organigrama, los cargos y funciones de la empresa.
- d) Elaborar un plan de impacto ambiental que mida la externalidad del negocio, generando estrategias para el control y preservación del ambiente si estas externalidades son negativas.
- e) Determinar la rentabilidad de la producción y comercialización de frito y chicharon.

### III. NATURALEZA DEL NEGOCIO

#### 3.1. Análisis FODA

En el análisis FODA se determinaron los factores internos y externos del negocio, esto permitió tomar decisiones estratégicas que permitirán facilitar el cumplimiento de los objetivos del negocio.

**Cuadro 1: Matriz FODA**

<b>OBJETIVO ESTRATEGICO</b>	<b>OPORTUNIDAD</b>	<b>AMENAZA</b>
Posicionar la empresa MR. PIG en el primer lugar de gustos y preferencias de los consumidores de frito y chicharrón del distrito VI.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acceso a financiamiento.</li> <li>• Acceso a materia prima.</li> <li>• Demanda del producto.</li> <li>• Publicidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La cisticercosis, o comúnmente llamada semilla, enfermedad en los cerdos que provoca que la carne no sirva para el consumo.</li> <li>• Cambios en los precios de la materia prima y los materiales a utilizar.</li> <li>• Inflación.</li> <li>• Condiciones económicas desfavorables.</li> <li>• Regulaciones gubernamentales.</li> <li>• Competencia.</li> <li>• Peste Porcina Africana (PPA).</li> </ul>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>ESTRATEGIA (FO)</b>	<b>ESTRATEGIA (FA)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto con altos estándares de calidad.</li> <li>• Se cuenta con dos cocinas industriales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechar los conocimientos técnicos de la familia para la elaboración de los</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incrementar los estándares de calidad de los productos para llamar la atención del cliente.</li> <li>• Utilizar el canal directo en la</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia en elaboración de los productos y la administración del negocio.</li> <li>• Local de fácil acceso para clientes y proveedores.</li> <li>• Capital propio para la inversión.</li> </ul>	<p>productos, con buena organización y administración.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar programas de capacitación de personal para atención al cliente.</li> <li>• Penetración de mercado.</li> </ul>	<p>comercialización de los productos.</p>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>ESTRATEGIA (DO)</b>	<b>ESTRATEGIA (DA)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de medio de transporte para la compra de la materia prima.</li> <li>• No se cuenta con marca registrada.</li> <li>• No se cuenta con número RUC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear alianzas con los actuales proveedores de materia prima para la obtención de materia prima a un precio más bajo por las cantidades adquiridas.</li> <li>• Desarrollo del producto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer mecanismo de control de calidad para certificar la higiene de los productos.</li> <li>• Aumentar la participación en el mercado que corresponde a los productos.</li> </ul>

### 3.2. Descripción de la empresa

#### 3.2.1. Nombre del negocio:

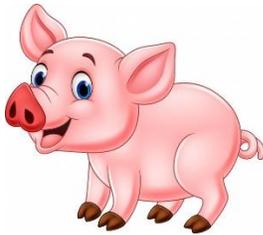
“MR. PIG”

### 3.2.2. Logotipo



**Figura 1: Logotipo**

### 3.2.3. Mascota



**Figura 2: Mascota**

### 3.2.4. Lema

“Crujiente y delicioso”

### 3.2.5. Colores

Rosa: Demuestra la generosidad de la empresa.

Verde: Significa que se ofrece un producto seguro y natural a los consumidores.

Negro: Significa la satisfacción de la empresa con la elaboración de los productos, poder y autoridad sobre los competidores del sector.

Blanco: Es la bondad de los trabajadores con los clientes, limpieza y formalidad en los negocios.

### **3.2.6. Giro del negocio**

MR. PIG, se dedicará a la producción y comercialización de productos derivados de la carne de cerdo (frito y chicharrón).

### **3.2.7. Misión**

Somos MR. PIG, una empresa que ofrece productos derivados de la carne de cerdo (frito y chicharrón), elaborados con tecnología artesanal, para los habitantes del distrito VI de Managua, promoviendo la amabilidad, atención fraternal y altos estándares de calidad.

### **3.2.8. Visión**

Una empresa que visiona ser líder en el mercado meta, comercializando frito y chicharrón con altos estándares de calidad, higiene y atención al cliente, satisfaciendo las necesidades nutricionales de las familias nicaragüenses.

## **IV. PLAN DE MERCADO**

### **4.1. Objetivos**

#### **Objetivo a corto plazo (2022 y 2023)**

- Implementar la estrategia de penetración de mercado ampliando la cobertura del municipio de Managua.
- Vender **8,588** libras de frito y **7,670** libras de chicharrón anual.

#### **Objetivo a mediano plazo (2024 y 2025)**

- Aumentar las ventas en un 5% en los años 3 y 4 de operación.
- Ampliar la infraestructura productiva y de venta del local para un mejor desempeño y más comodidad.

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

- Mantener el incremento de las ventas los productos en un 5% para el quinto año de operación.
- Aplicar la estrategia de desarrollo de mercado estableciendo 1 puesto de venta en el Barrio Bertha Díaz, perteneciente al distrito VI del municipio de Managua.

## 4.2. Definición del producto

**Cuadro 2: Descripción del frito**

<b>Nombre del producto.</b>	<b>Frito</b>
<b>Utilización</b>	Es utilizado para el consumo humano, forma parte de la alimentación básica de los que lo consumen.
<b>Materia prima para la elaboración</b>	Carne de cerdo, posta y lomo; sal, achiote, pimienta.
<b>Características físicas y organolépticas</b>	Las características físicas y organolépticas del frito son las siguientes: su sabor es un poco salado, su color es café, su textura es un poco blanda que se deshace en la boca al masticarlo.
<b>Empaque, etiqueta y embalaje</b>	El frito se venderá en una pana de poroplast, que se cierra, en la tapa tendrá el logo de MR. PIG, el tamaño de la pana dependerá de la cantidad que el cliente compre, las panas tendrán una medida de 16 onzas, 24 onzas, 32 onzas y 48 onzas.
<b>Tiempo de duración</b>	El frito tiene una duración de 2 a 3 semanas si se mantiene en refrigeración, y una duración de 2 a 3 días si se mantiene a temperatura ambiente.
<b>Ventajas y beneficios</b>	Es un producto con un precio accesible, fácil de guardar, elaborado con tecnología artesanal sin ningún tipo de preservantes ni químicos dañinos para los clientes, es nutritivo y de fácil consumo.
<b>Desventajas y perjuicios que pueda causar</b>	Cuando se consume en exceso, puede llevar a la ganancia excesiva de peso.
<b>Observaciones</b>	Debe ser almacenado en refrigeración al menos 8 horas después de su compra.

**Cuadro 3: Descripción del chicharrón**

<b>Nombre del producto.</b>	<b>Chicharrón</b>
<b>Utilización</b>	Es utilizado para el consumo humano, forma parte de la alimentación básica de los que lo consumen.
<b>Materia prima para la elaboración</b>	Esta elaborado de la piel del cerdo y sal.
<b>Características físicas y organolépticas</b>	Las características físicas y organolépticas del chicharrón son las siguientes: su sabor es un poco salado, su color es amarillento, su textura es sólida crujiente.
<b>Empaque, etiqueta y embalaje</b>	El chicharrón se venderá en bolsas plásticas transparentes selladas con el logo de MR. PIG en presentaciones de ½, 1 y 2 libras.
<b>Tiempo de duración</b>	El chicharrón tiene un tiempo de duración de 3 o 4 semanas si se mantiene a temperatura ambiente, siempre y cuando se tenga sellado y guardado en la bolsa.
<b>Ventajas y beneficios.</b>	Es un producto con un precio accesible, fácil de guardar, elaborado con tecnología artesanal sin ningún tipo de preservantes ni químicos dañinos para salud de los clientes, es nutritivo y de fácil consumo.
<b>Desventajas y perjuicios que pueda causar</b>	Cuando se consume en exceso, puede llevar a la ganancia excesiva de peso.
<b>Observaciones</b>	Debe ser almacenado a temperatura ambiente, generalmente de 21 °C a 35 °C y no en refrigeración, dado que absorbe humedad y pierde la textura sólida y crujiente, también debe almacenarse sellado, de no ser así estar ventilado también lo hace perder la textura sólida y crujiente.

### **4.3. Delimitación geográfica del mercado**

El mercado meta está ubicado en el continente americano, específicamente en el istmo centroamericano, en el país Nicaragua, departamento Managua, ciudad Managua, distrito VI los barrios donde se realizó este estudio son: Barrio Monte Fresco, Barrio el Rodeo, El Rodeíto, Las Mercedes, Barrio Bertha Díaz.

Según datos estadísticos la población total de los barrios objeto de estudio es la siguiente: el barrio monte fresco cuenta con un número de habitantes de 1,383, el barrio el Rodeo con 1,018, el barrio el Rodeíto con 2,123, las mercedes 2,058 y el barrio Bertha Díaz 2,978 (Instituto Nacional de Información de Desarrollo, 2008, pp. 12-13).

### **4.4. Investigación de mercado**

La investigación de mercado es muy importante porque brindará la información que la empresa MR. PIG necesita con el objetivo de determinar la viabilidad del negocio, los gustos y preferencias de los consumidores para desarrollar la gama de productos, así como los canales de comercialización.

#### **4.4.1. Proceso de investigación de mercado**

#### **4.4.2. Problema u oportunidad**

Determinar qué porcentaje del mercado consumidor de frito y chicharrón de los 5 barrios objeto de estudio del distrito VI, estarían dispuestos a comprar los productos de MR. PIG.

#### **4.4.3. Necesidades de la información**

Existen dos razones para aplicar la investigación de mercado, la primera es generar la información concreta con el objetivo de tener el mayor éxito de mercado con los productos que se ofrecen, la segunda es generar las posibles amenazas, evitando el fracaso, ambas se resumen en una: reducir los problemas para una buena toma de decisiones. La presente investigación de mercados permitirá satisfacer la necesidad de la información, sobre quiénes son los clientes de frito y chicharrón. Así mismo la investigación también, permite establecer la posición propia del negocio y la de los competidores en el mercado.

#### **4.4.4. Fuentes de información**

Fuente primaria: Consumidores de frito y chicharrón.

#### **4.4.5. Instrumento de la investigación**

Para la ejecución del proceso de recolección de los datos se diseñó y se aplicó un instrumento (encuesta), dirigida a los consumidores de frito y chicharrón de los 5 barrios objeto de estudio.

#### **4.4.6. Análisis de los datos**

Antes de hacer el análisis de datos recopilados fue precisa su tabulación haciendo uso del programa SPSS, teniendo buenos resultados. Posteriormente se analizaron y se obtuvo información para la toma de decisiones relacionadas a la demanda, oferta, precio y canales de comercialización del frito y chicharrón.

#### **4.4.7. Propósito de la investigación**

Determinar la posible demanda de frito y chicharrón en el mercado meta.

#### **4.4.8. Método aplicado**

El tipo de estudio que se realizó es descriptivo con un corte transversal, ya que se pretende evaluar todos los aspectos del plan de negocio para determinar la viabilidad, factibilidad y rentabilidad de la producción y comercialización de productos derivados de la carne de cerdo (frito y chicharrón) en 5 barrios del distrito VI de Managua para el año 2022-2026.

#### **4.4.9. El levantamiento de la información**

La población universo de los 5 barrios objeto de estudio, tiene un total de 9,560 habitantes, entre los cuales se escogió una muestra aleatoria por conveniencia distribuida de la siguiente manera:

**Cuadro 4: Total de habitantes de los 5 barrios objeto de estudio**

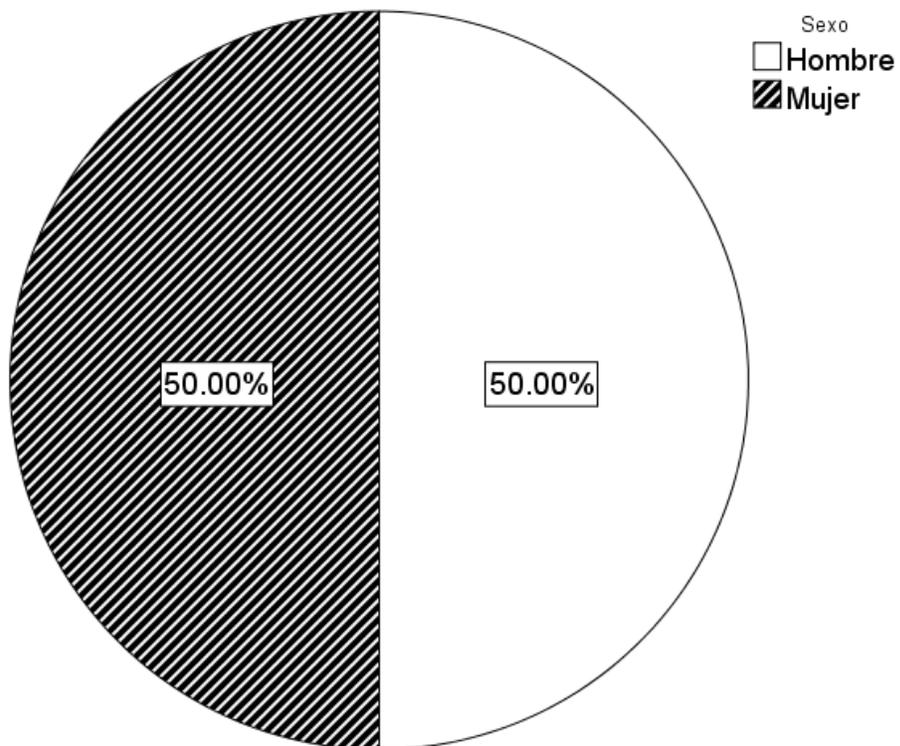
<b>Barrio</b>	<b>No. Habitantes</b>	<b>Muestra</b>
Monte Fresco	1,383	10
Rodeíto	2,123	16
El Rodeo	1,018	8
Las Mercedes	2,058	15
Bertha Díaz	2,978	23
<b>Total</b>	<b>9,560</b>	<b>72</b>

La aplicación de las encuestas se hizo de manera aleatoria a una muestra de 72 personas del segmento de la población que es el objeto de estudio, la cual permitió determinar la viabilidad del negocio, el levantamiento de los datos se realizó en el mes de junio del año 2021.

#### **4.4.10. Aplicación de encuesta**

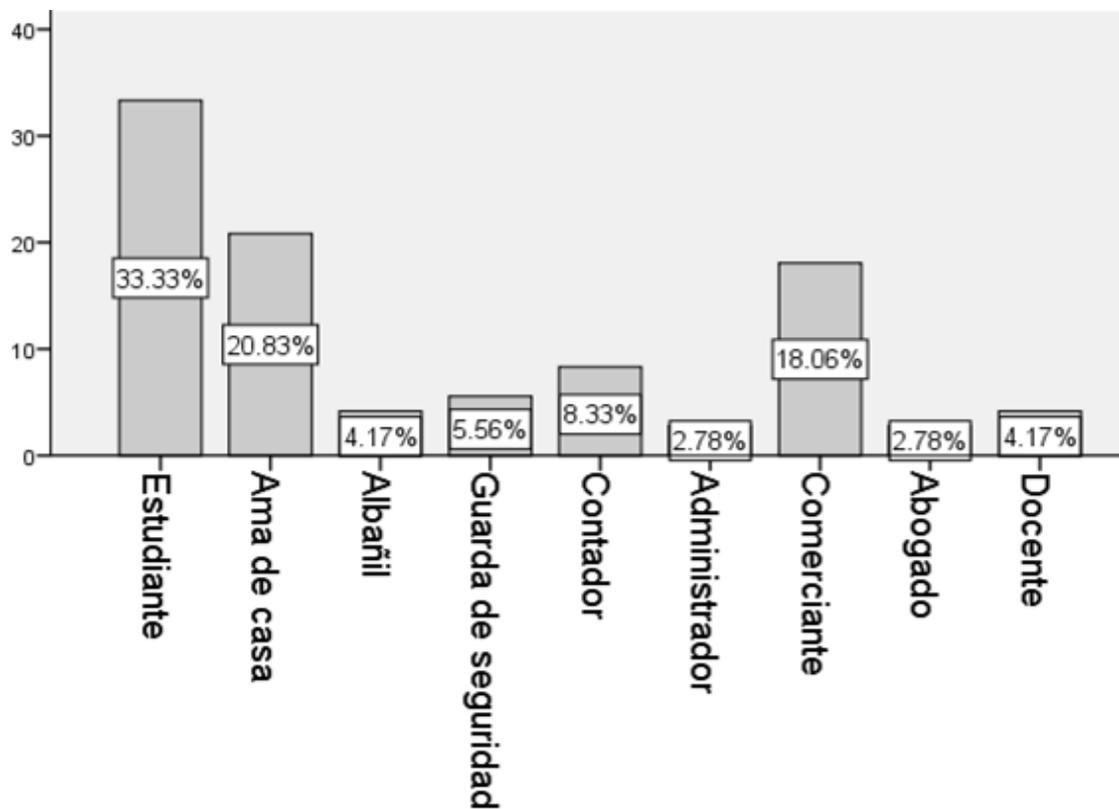
La aplicación del instrumento (encuesta) se realizó de manera directa, pidiéndoles a las personas encuestadas información clara y sincera, con el objetivo de obtener resultados precisos y concisos.

#### 4.4.11. Resultados obtenidos



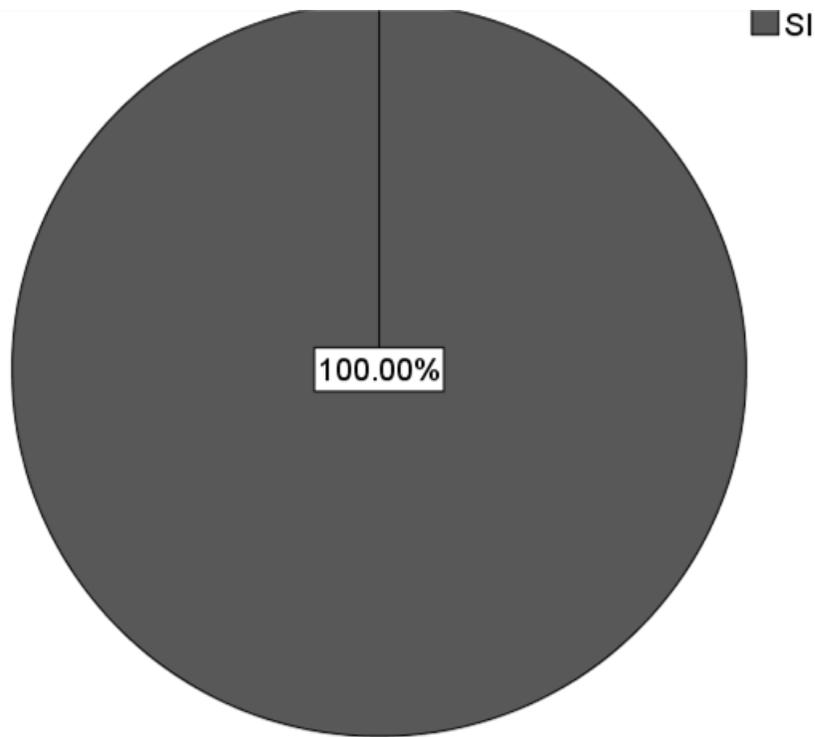
**Figura 3: Sexo de los encuestados**

La figura 3 refleja que el total de encuestados fueron 36 mujeres representando el 50% y 36 hombres que representan el otro 50%.



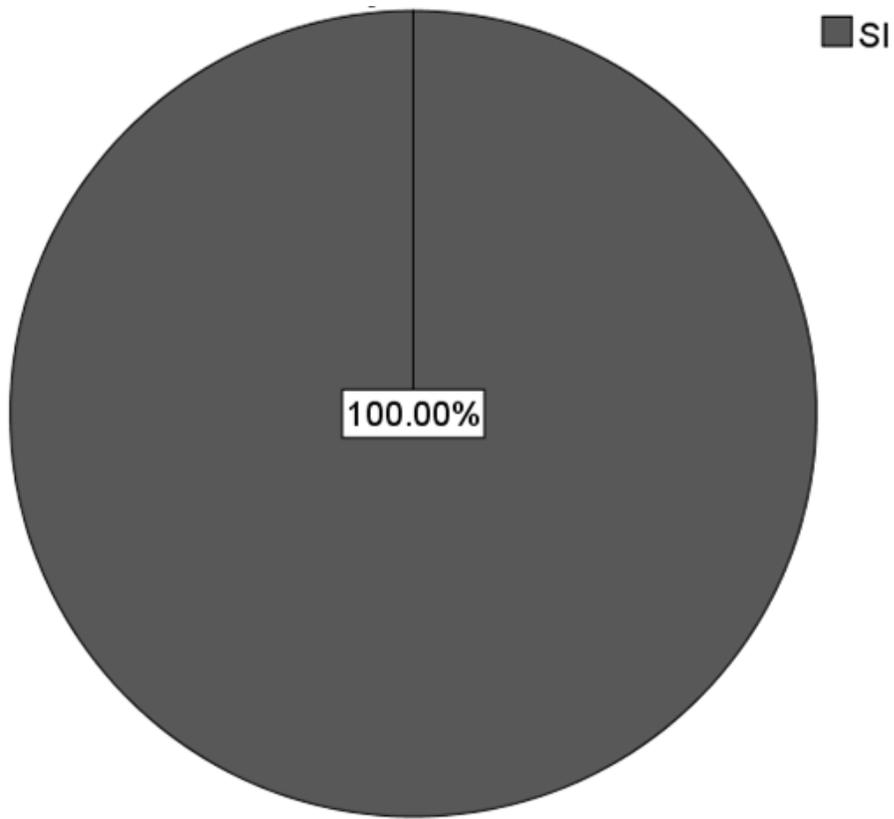
**Figura 4: Ocupación de los encuestados**

En la figura 4 se refleja que en la ocupación de las personas encuestadas 33.33% son estudiantes, 20.83% amas de casa, 4.17% albañiles, 5.56% guardas de seguridad, 8.33% personas contadoras, administradores con 2.78%, 18.06% son comerciantes, 2.78% abogados y docentes con un 4.17%.



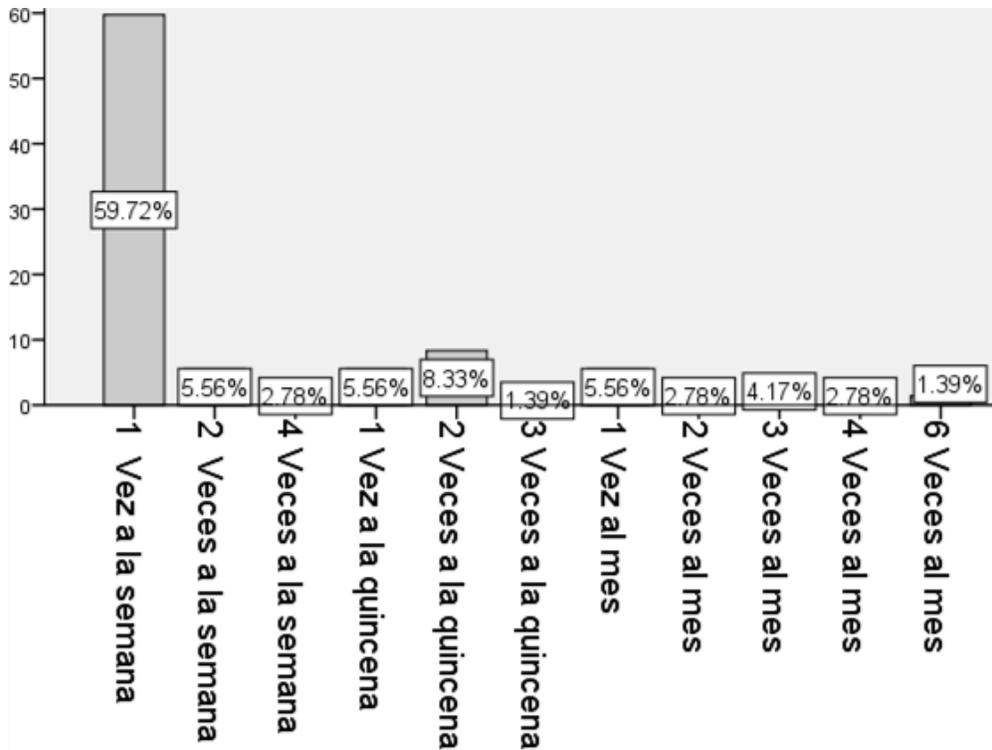
**Figura 5: Consumo de productos a partir de la carne de cerdo**

El 100% de los encuestados afirmaron que consumen productos a partir de la carne de cerdo, lo que da un panorama de poder contar con un gran mercado potencial para los productos de MR. FIG.



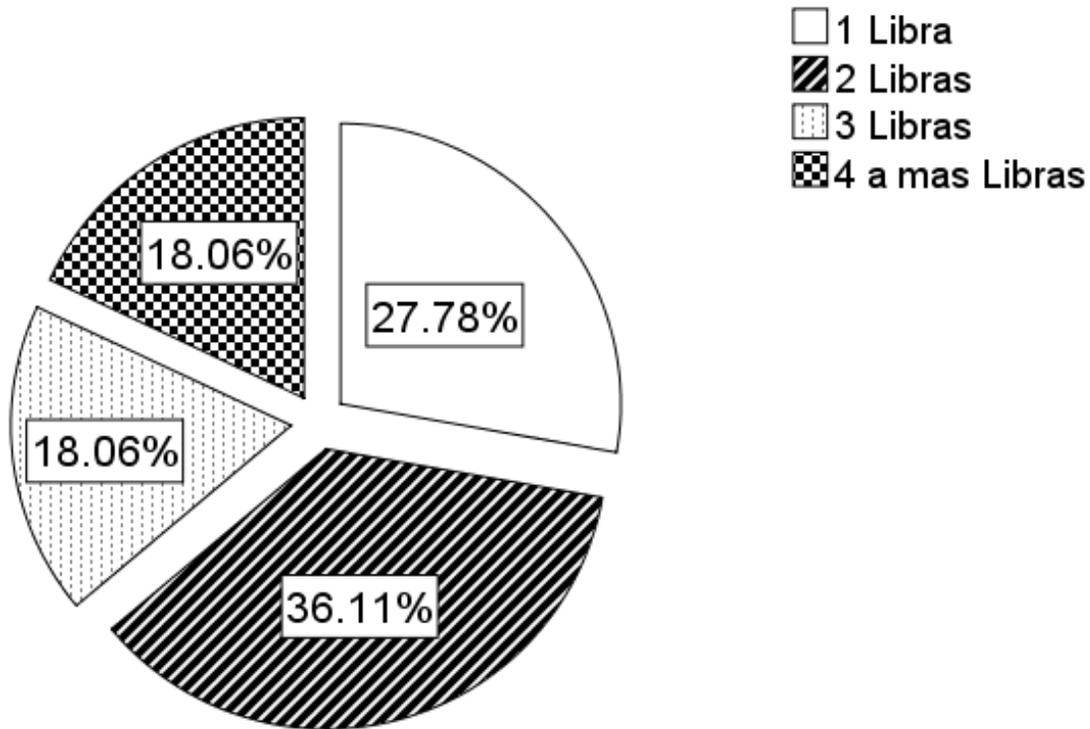
**Figura 6: Consumo de frito**

El total de las personas encuestadas afirmaron un consumo de frito de cerdo, obteniendo un resultado del 100%, siendo un dato estadístico importante para la proyección de la oferta de MR. FIG.



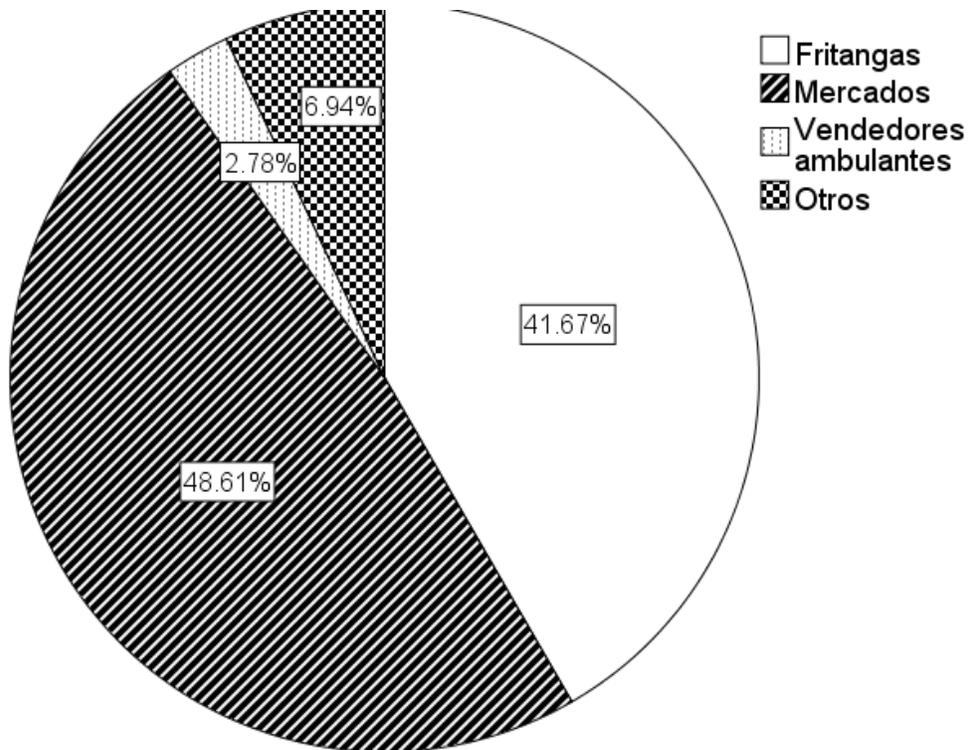
**Figura 7: Frecuencia de consumo de frito**

E 59.72% de la muestra afirmó consumir el frito de cerdo una vez a la semana, 5.59% personas que lo consumen 2 veces a la semana, 2.78% quienes lo consumen 4 veces a la semana, 5.56% que lo consumen una vez a la quincena, 8.33% que lo consumen 2 veces a la quincena, 1.39% lo consumen 3 veces a la quincena, 5.56% una vez al mes, 2.78% 2 veces al mes, 4.17% 3 veces al mes y 1.39% quienes lo consumen 6 veces al mes, esto garantiza una alta frecuencia de consumo de este producto.



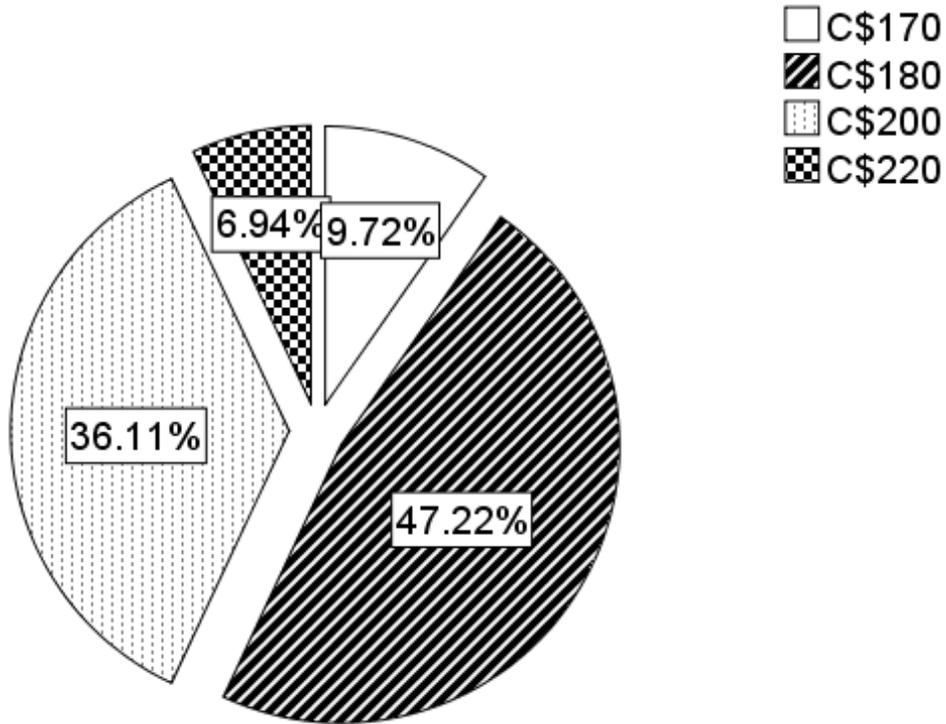
**Figura 8: ¿Cuántas libras compra?**

Las libras de frito que los elementos muestrales compran, 36.11% compran 2 libras a la semana, 27.78% quienes compran 1 libra semanal, 18.06% que compran 3 libras a la semana y 18.06% quienes compran 4 libras a más semanal, esto refuerza los resultados de la figura anterior en la alta frecuencia de consumo, con mayores cantidades adquiridas.



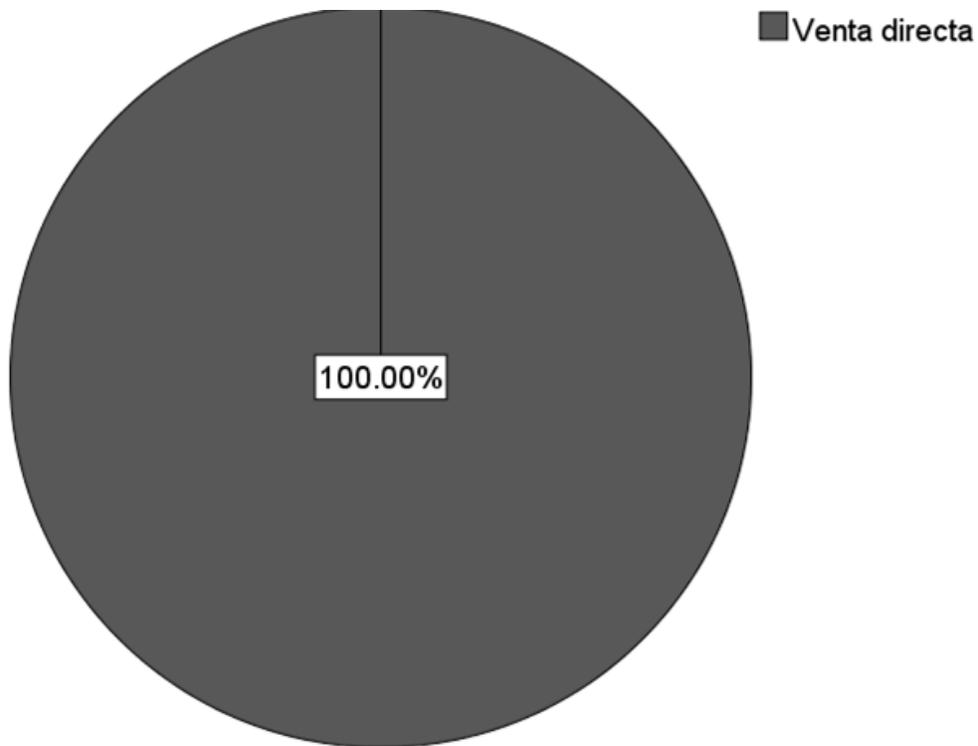
**Figura 9: ¿Generalmente donde compra el frito?**

El lugar de adquisición donde la muestra compra este producto es mayormente con 48.61% en los mercados, seguido, 41.67% de personas que lo compran en fritangas localizadas en el sector, 6.94% quienes lo adquieren en otros lugares como mataderos artesanales y 2.78% quienes les compran a vendedores ambulantes.



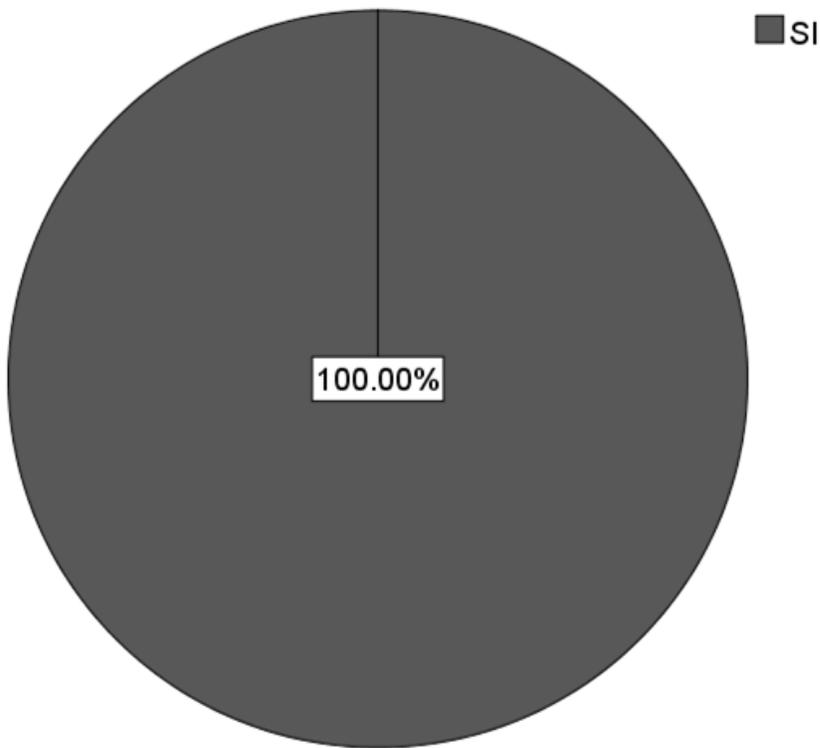
**Figura 10: ¿Qué precio paga actualmente por la libra de frito?**

El 47.22% de los elementos muestrales el precio que pagan por una libra de frito es de C\$ 180 córdobas, seguido del 36.11% quienes pagan C\$ 200 córdobas, luego el 9.72% dijo que lo adquirirían a C\$ 170 córdobas, por último, el 6.94% afirmo que compraban la libra a C\$ 220 córdobas.



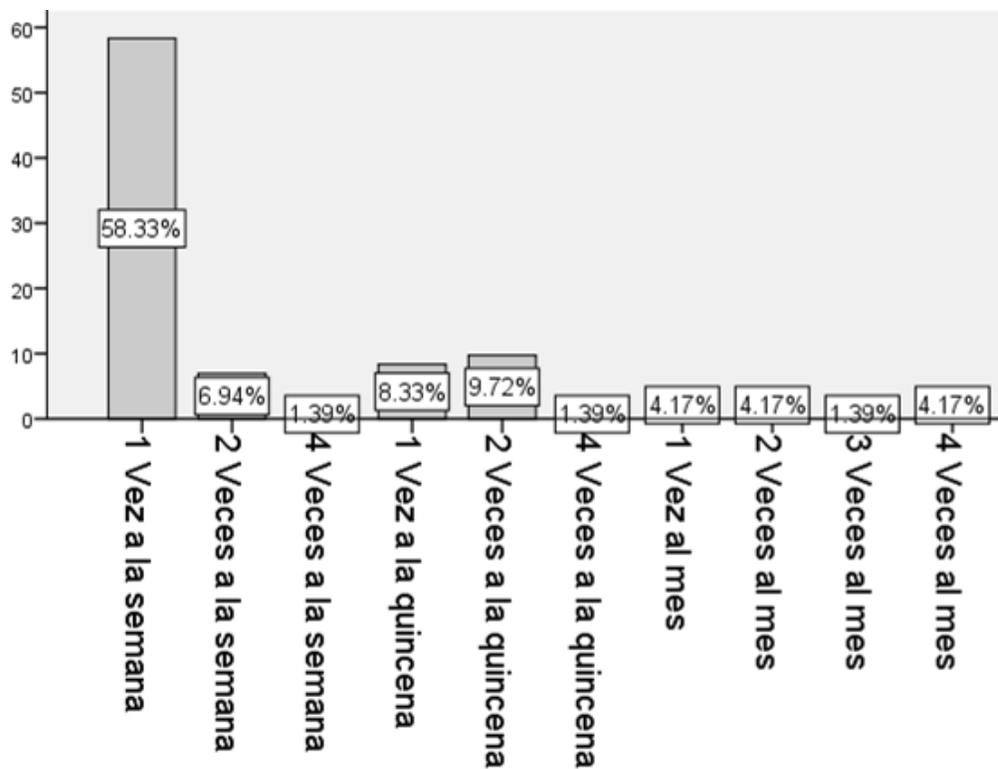
**Figura 11: ¿Por qué canal de distribución compra el frito?**

El 100% de la muestra afirmó adquirir el frito por la venta directa, esto quiere decir que los consumidores prefieren ir a comprar este producto a los mercados y fritangas.



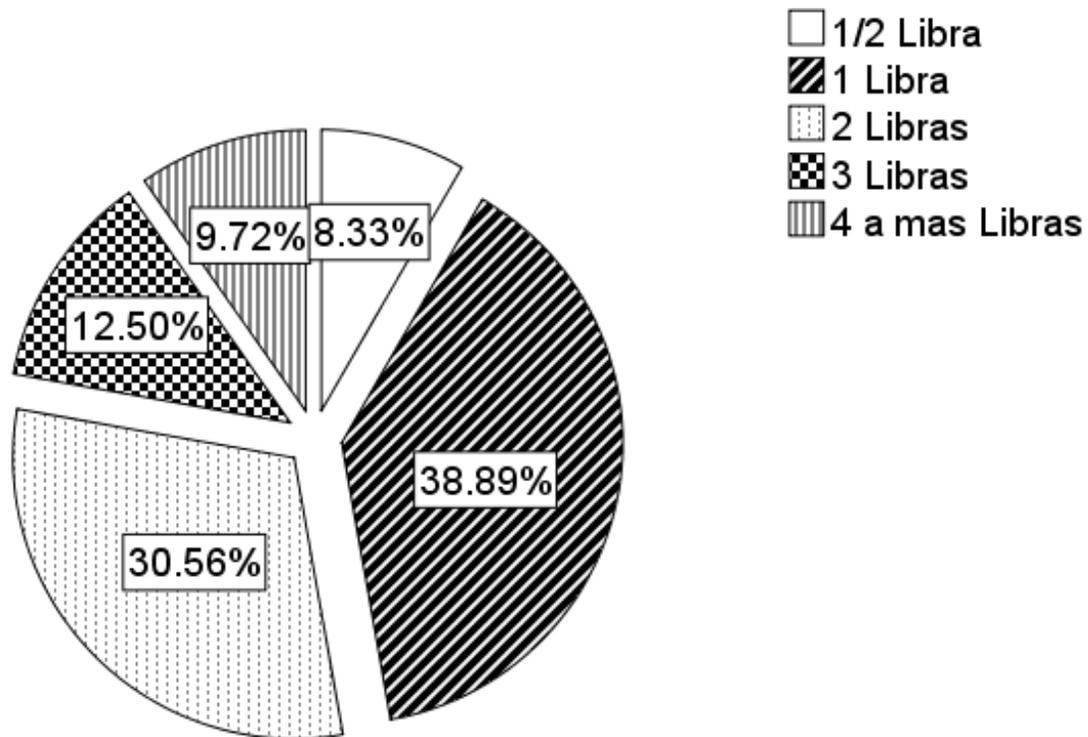
**Figura 12: Consumo de chicharrón**

El total de las personas encuestadas afirmaron un consumo de chicharrón de cerdo, obteniendo un resultado del 100%, siendo un dato estadístico importante para la proyección de la oferta de MR. FIG.



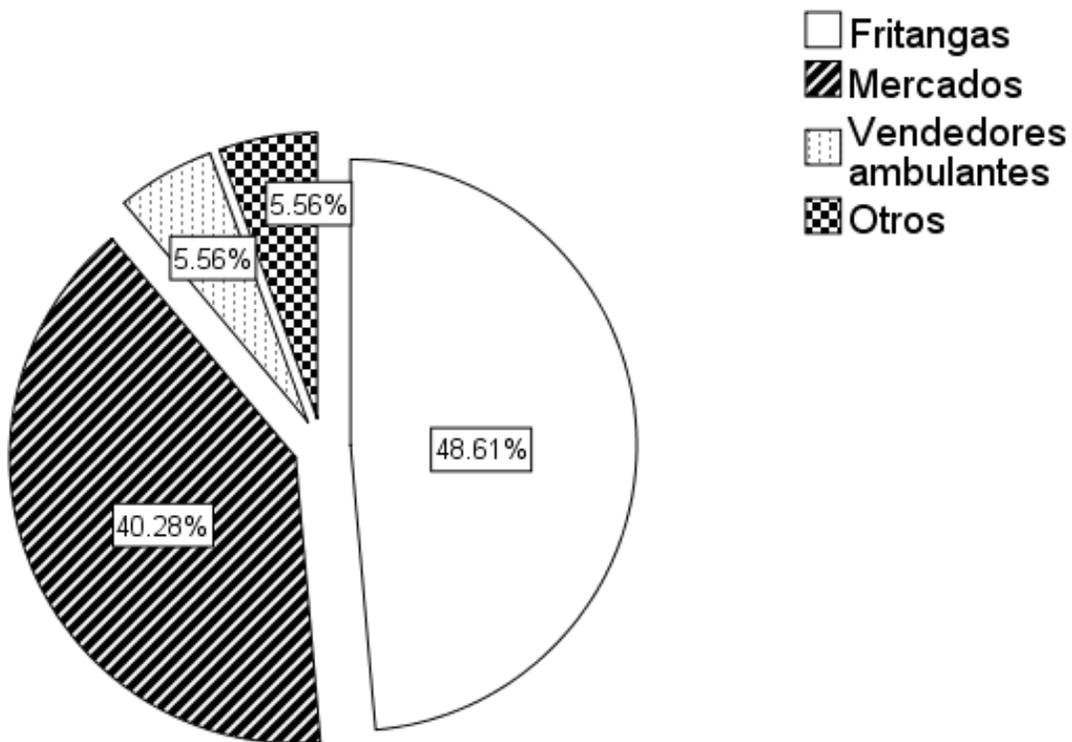
**Figura 13: Frecuencia de consumo de chicharrón**

El 58.33% de la muestra afirmó consumir el chicharrón una vez a la semana, 6.94% personas que lo consumen 2 veces a la semana, 1.39% quienes lo consumen 4 veces a la semana, 8.33% que lo consumen una vez a la quincena, 9.72% que lo consumen 2 veces a la quincena, 1.39% lo consumen 4 veces a la quincena, 4.17% una vez al mes, 4.17% 2 veces al mes, 1.39% 3 veces al mes y 4.17% quienes lo consumen 4 veces al mes, esto garantiza una alta frecuencia de consumo de este producto.



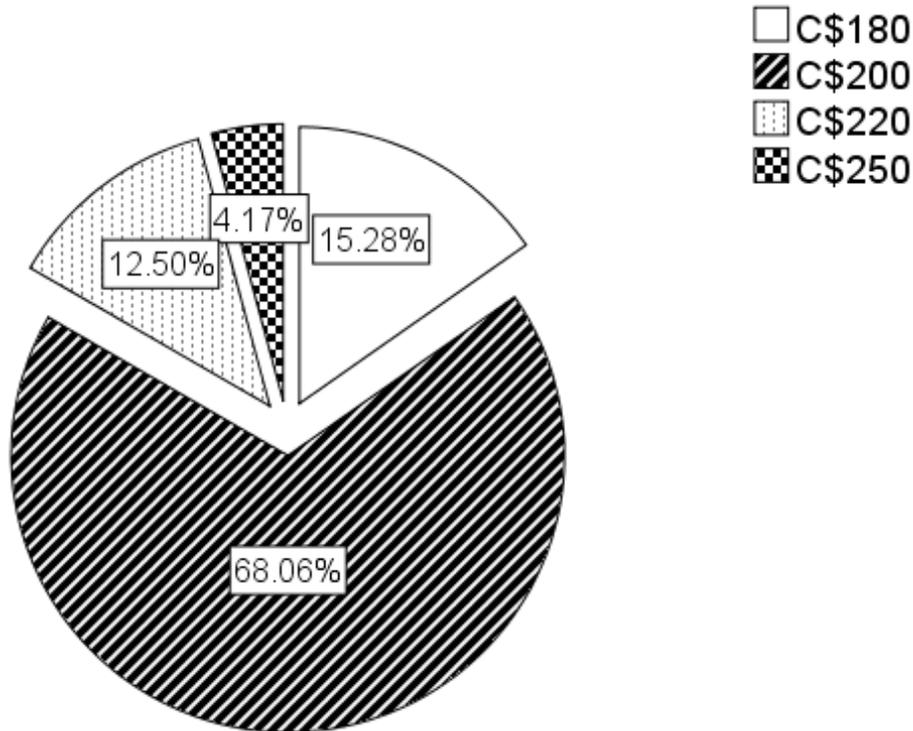
**Figura 14: ¿Cuántas libras de chicharrón compra?**

Las libras de chicharrón que los elementos muestrales compran, 38.89% compran 1 libra a la semana, 30.56% quienes compran 2 libras semanal, 12.50% que compran 3 libras a la semana, 9.72% quienes compran 4 libras a más y 8.33% quienes compran ½ libra semanal.



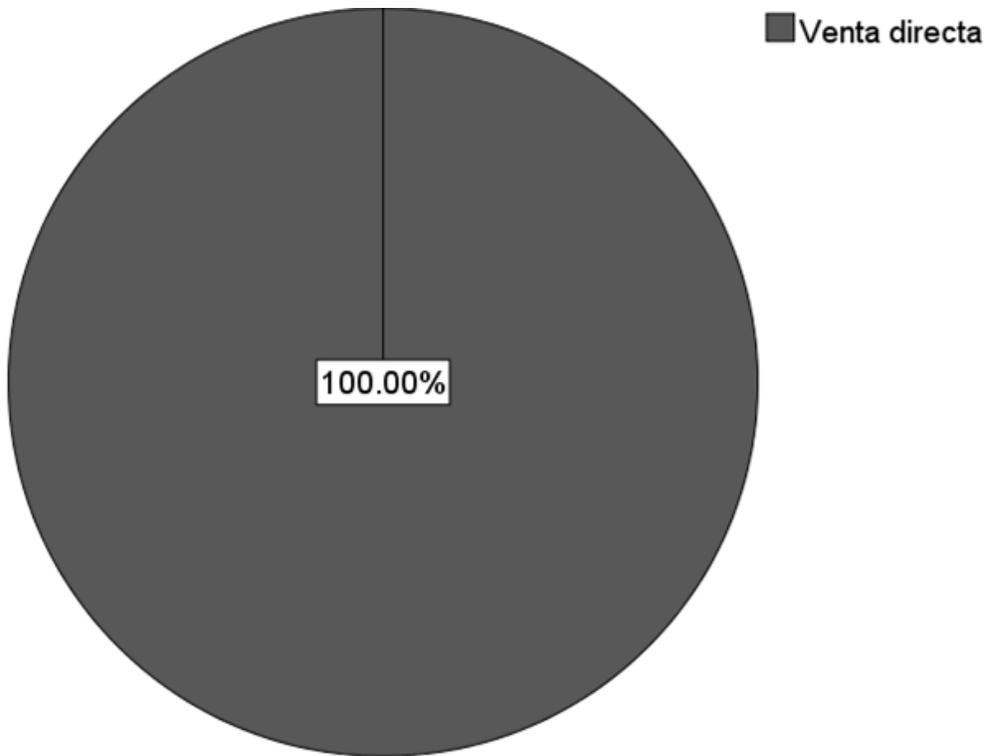
**Figura 15: ¿Generalmente donde compra el chicharrón?**

El lugar de adquisición donde la muestra compra este producto es 48.61% en las fritangas, seguido, 40.28% de personas que lo compran en mercados, 5.56% quienes lo adquieren en otros lugares como mataderos artesanales y 5.56% quienes les compran a vendedores ambulantes.



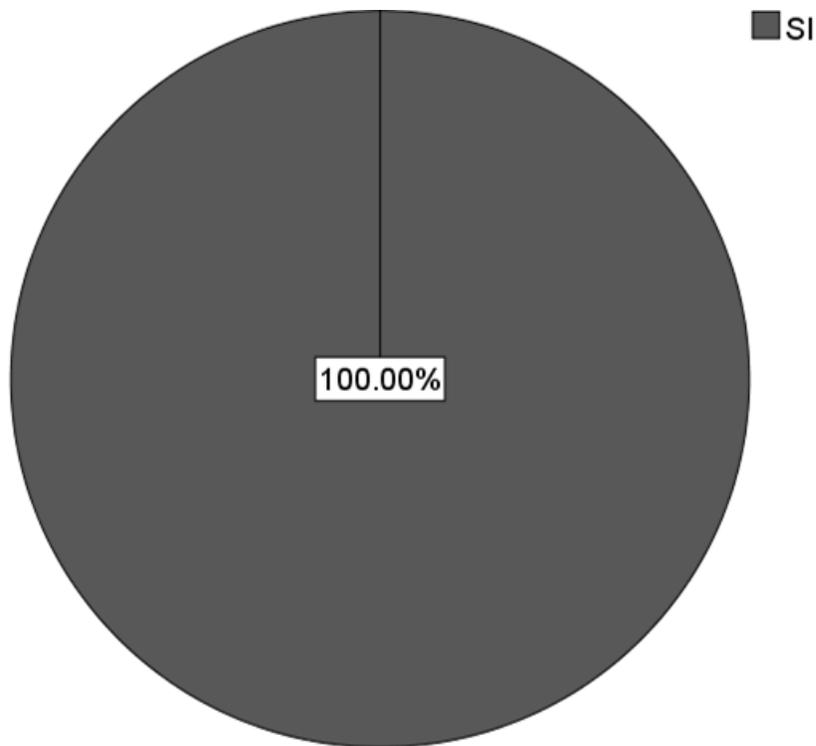
**Figura 16: ¿Qué precio paga actualmente por el chicharrón?**

El 68.06% de los elementos muestrales afirmaron que pagan por una libra de chicharrón C\$ 200 córdobas, 15.28% quienes pagan C\$ 180 córdobas, el 12.50% dijo que lo compraban a C\$ 220 córdobas, por último, el 4.17% afirmó que compraban la libra a C\$ 250 córdobas.



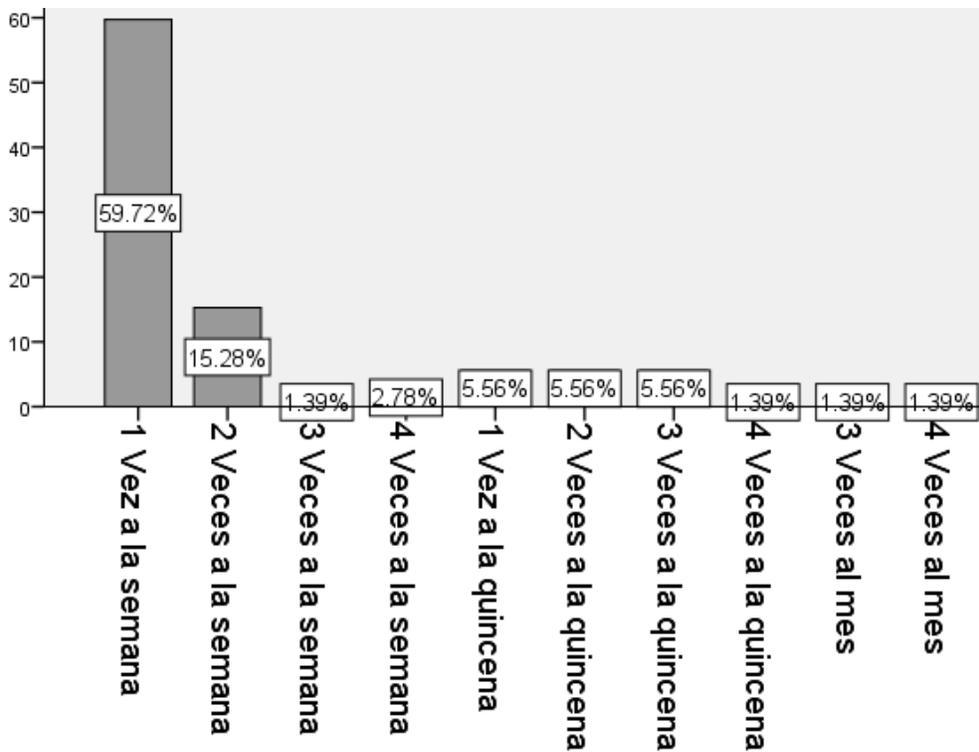
**Figura 17: ¿Por qué canal de distribución compra el chicharrón?**

El 100% de la muestra afirmó adquirir el chicharrón por la venta directa, esto quiere decir que los consumidores prefieren ir a comprar estos productos a los mercados y fritangas.



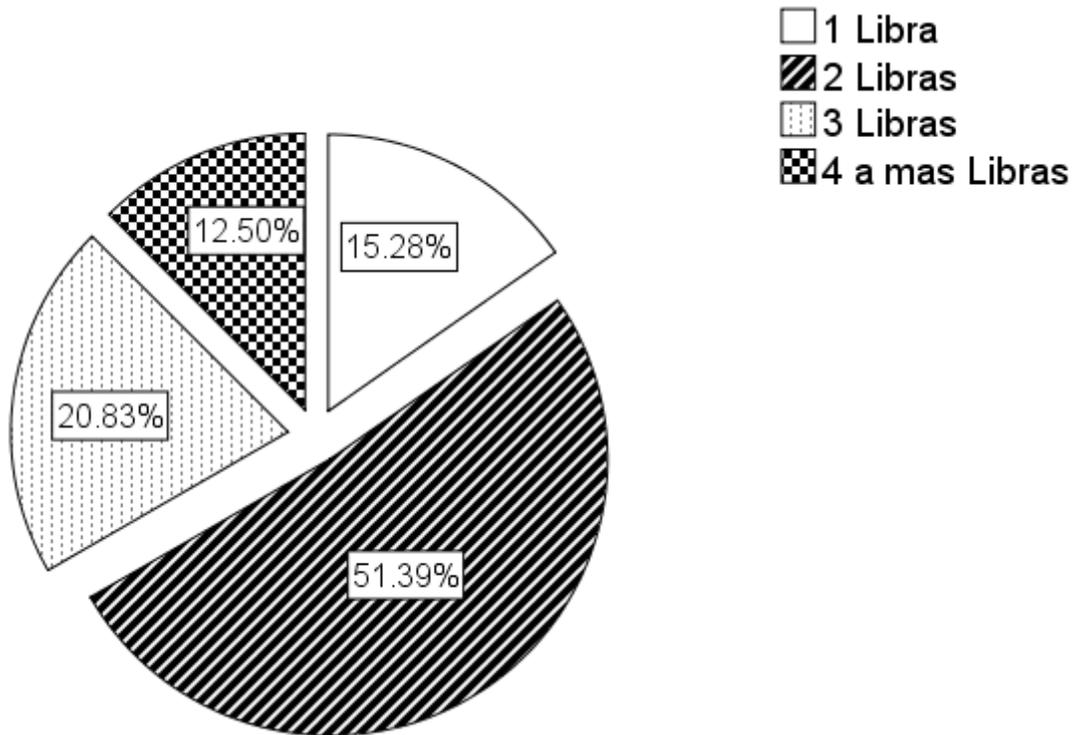
**Figura 18: ¿Usted y su familia consumirían nuestro frito? Elaborado con altos estándares de calidad, higiene y buena atención al cliente**

El 100% de los elementos muestrales argumentaron que tendrían intención de comprar frito ofertado por una nueva empresa, si este producto cumpliera con los estándares de calidad propuestos.



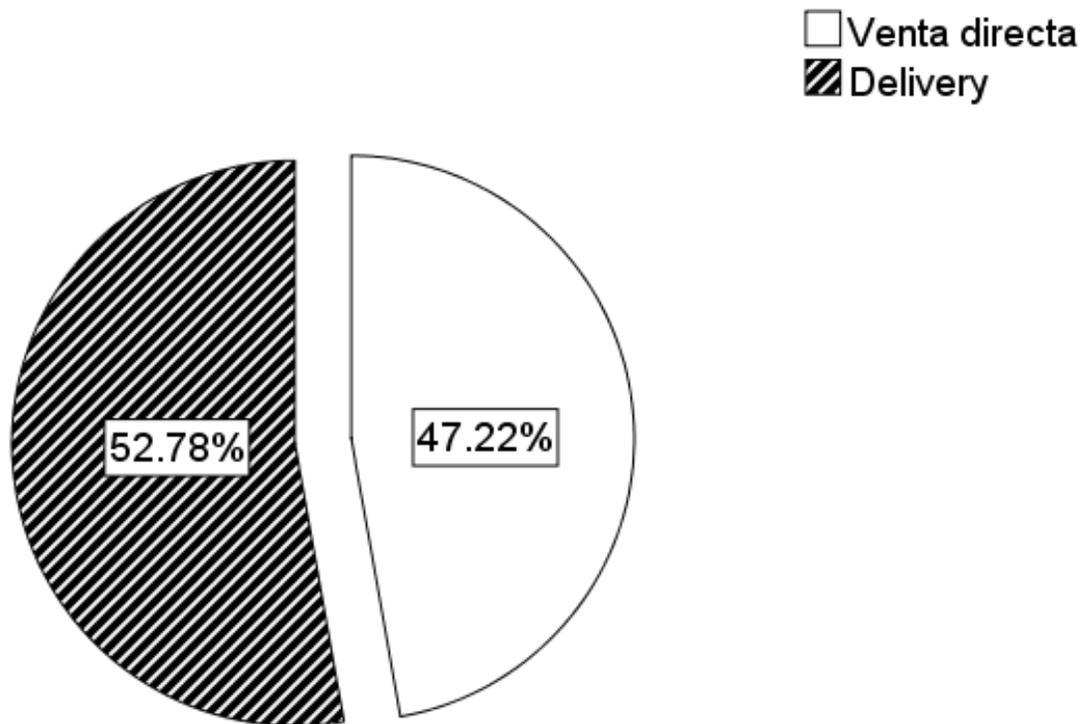
**Figura 19: ¿Con qué frecuencia consumirían nuestro frito?**

El 59.72% de la muestra afirmó que consumirían el frito una vez a la semana, 15.28% personas que lo consumirían 2 veces a la semana, 1.39% quienes lo consumirían 3 veces a la semana, 2.78% que lo consumirían 4 veces a la semana, 5.56% que lo consumirían una vez a la quincena, 5.56% 2 veces a la quincena, 5.56% 3 veces a la quincena, 1.39% 4 veces a la quincena, 1.39% 3 veces al mes y 1.39% quienes lo consumen 4 veces al mes.



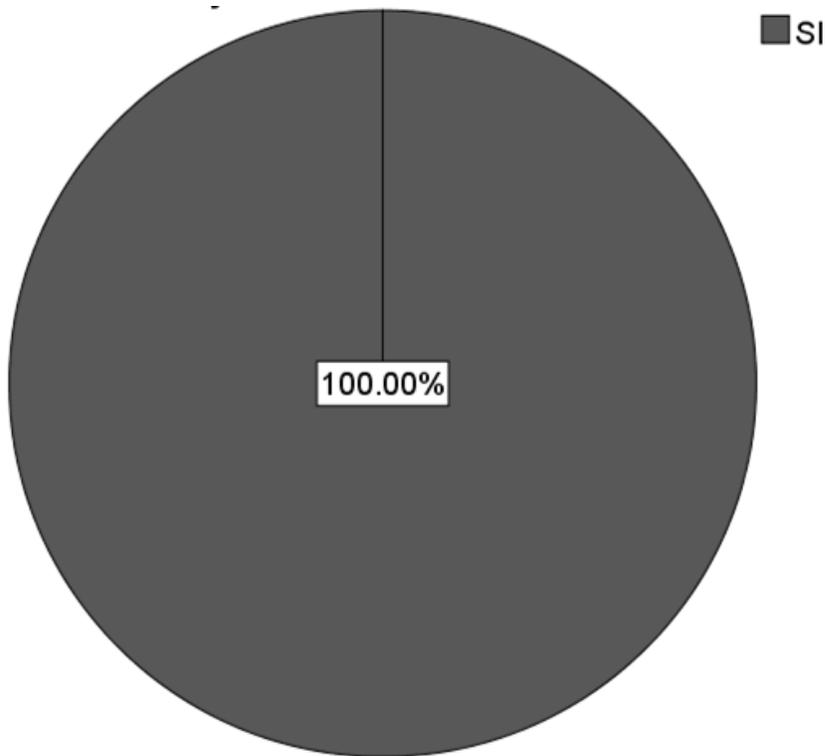
**Figura 20: ¿Cuántas libras de frito nos compraría?**

Las libras que los elementos muestrales consumirían de nuestro frito, 51.39% afirmó una intención de comprar 2 libras semanal, 20.83% quienes comprarían 3 libras a la semana, 15.28% que comprarían 1 libra y 12.50% quienes comprarían 4 libras a más semanal.



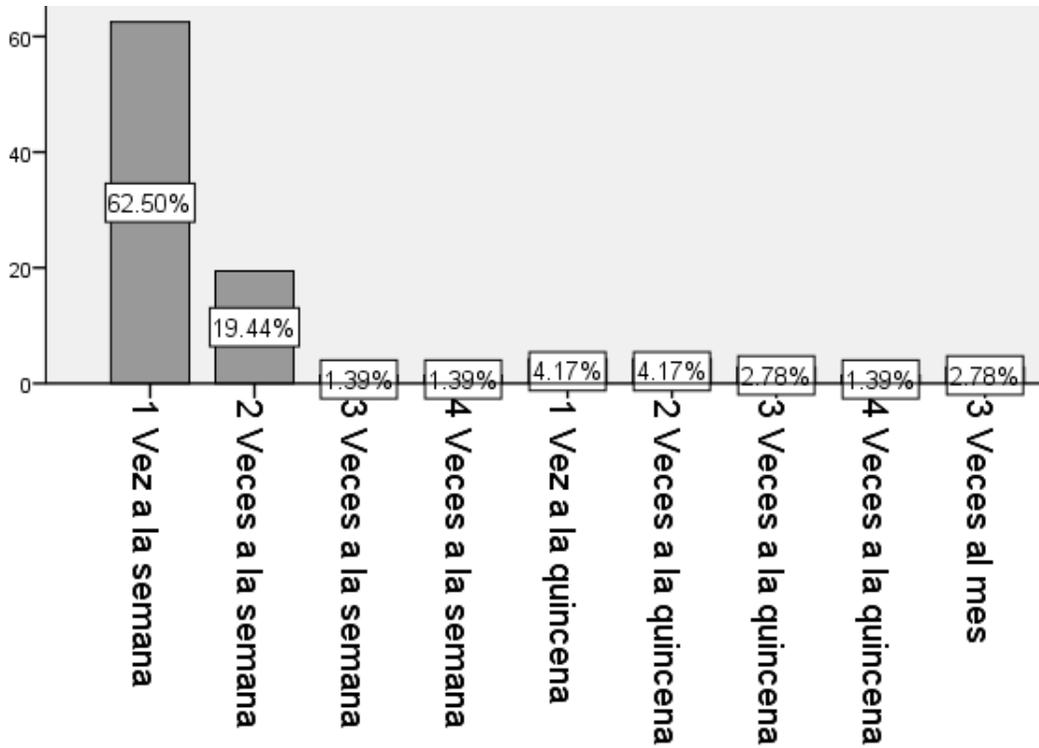
**Figura 21: Canal de distribución por el que preferiría comprar el frito**

El 52.78% afirmó que preferiría comprar el frito por servicio delivery y el 47.22% por la venta directa.



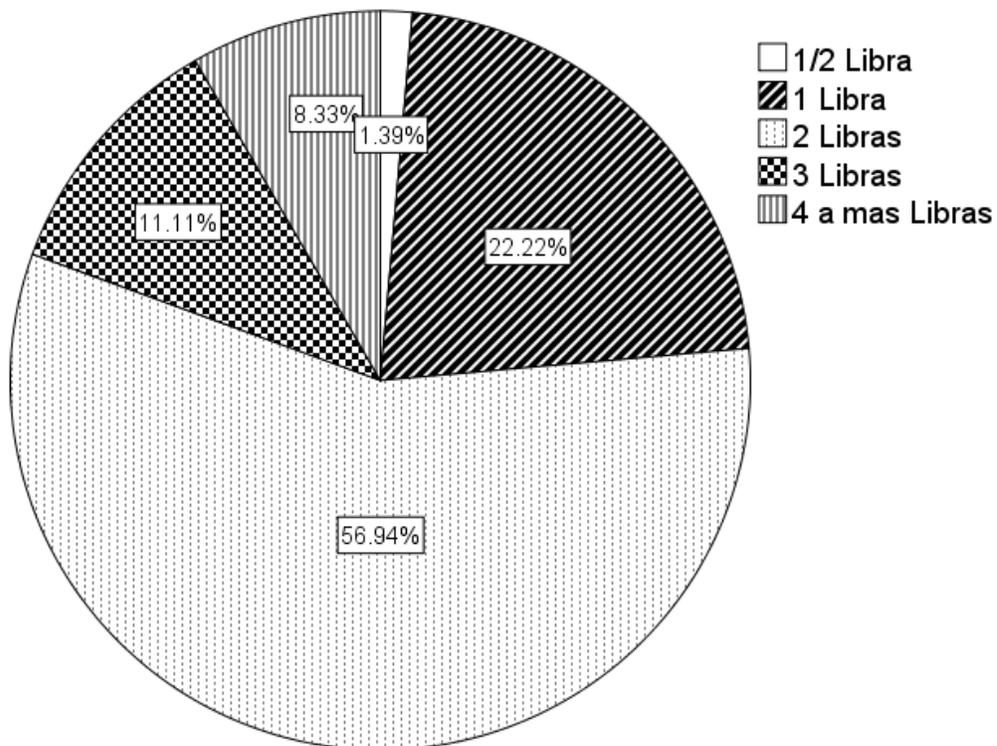
**Figura 22: ¿Usted y su familia consumirían nuestro frito? Elaborado con altos estándares de calidad, higiene y buena atención al cliente**

El 100% de los elementos muestrales argumentaron que tendrían intención de comprar chicharrón ofertado por una nueva empresa, si este producto cumpliera con los estándares de calidad propuestos.



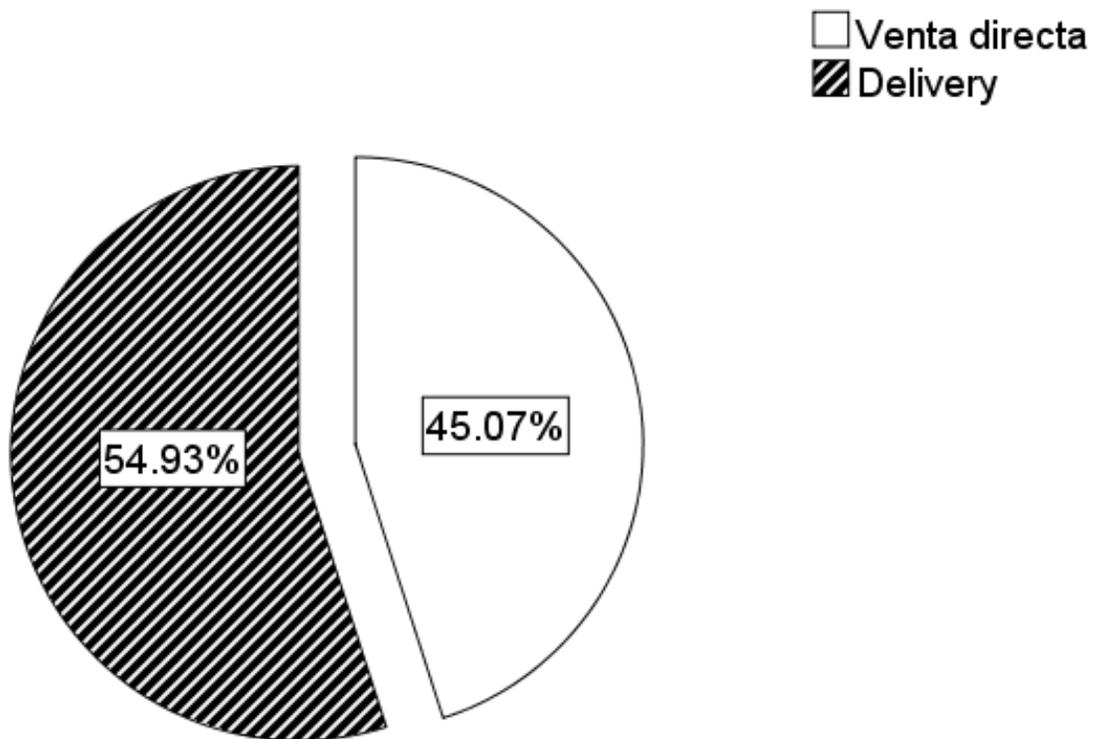
**Figura 23: ¿Con qué frecuencia consumiría nuestro chicharrón?**

El 62.50% de la muestra afirmó que consumirían el chicharrón una vez a la semana, 19.44% personas que lo consumirían 2 veces a la semana, 1.39% quienes lo consumirían 3 veces a la semana, 1.39% que lo consumirían 4 veces a la semana, 4.17% que lo consumirían una vez a la quincena, 4.17% 2 veces a la quincena, 2.78% 3 veces a la quincena, 1.39% 4 veces a la quincena, 2.78% 3 veces al mes



**Figura 24: ¿Cuántas libras de chicharrón compraría?**

Las libras que los elementos muestrales comprarían de chicharrón el 56.94% afirmaron que comprarían 2 libras semanal, 22.22% 1 libra a la semana, 11.11% 3 libras por semana, 8.33% 4 libras a más, 1.39% media libra a la semana.



**Figura 25: Canal de distribución por el que preferiría comprar el chicharrón**

El 54.93% afirmó que preferiría comprar el chicharrón por servicio delivery y el 45.07% por la venta directa.

#### 4.5. Análisis y evaluación de la demanda

**Cuadro 5: Demanda potencial proyectada para el periodo 2022-2026**

N°	Producto	Libras / Año 1	Libras / Año 2	Libras / Año 3	Libras / Año 4	Libras / Año 5
1	Frito	10,104	10,225	10,347	10,471	10,596
2	Chicharrón	9,024	9,132	9,241	9,351	9,463
3	<b>Total</b>	<b>19,128</b>	<b>19,357</b>	<b>19,588</b>	<b>19,822</b>	<b>20,059</b>

**Nota:** El factor de crecimiento de la demanda anual que se utilizó fue el 1.2% de la tasa de crecimiento poblacional.

#### 4.6. Análisis y evaluación de la oferta

**Cuadro 6: Proyección de oferta para el periodo 2022-2026**

N°	Producto	Libras / Año 1	Libras / Año 2	Libras / Año 3	Libras / Año 4	Libras / Año 5
1	Frito	8,588	8,691	8,795	8,900	9,006
2	Chicharrón	7,670	7,762	7,855	7,949	8,044
3	<b>Total</b>	<b>16,258</b>	<b>16,453</b>	<b>16,650</b>	<b>16,849</b>	<b>17,051</b>

**Nota:** El factor de crecimiento de la demanda anual que se utilizó fue el 1.2% de la tasa de crecimiento poblacional.

### Cuadro 7: Balance Oferta - Demanda

N°	Producto	Oferta	Demanda	B O - D	% de cobertura
1	Libras de Frito	8,588	10,104	-1,516	85%
2	Libras de Chicharrón	7,670	9,024	-1,354	85%

**Nota:** En el cuadro balance oferta-demanda se muestra la cobertura en la que MR. PIG abarcara un porcentaje del 85%, para efectuar este balance sólo se consideraron los datos del primer año, cabe mencionar que se percibe una demanda insatisfecha del 15% lo cual podría ser una oportunidad a futuro.

### Cuadro 8: Proyecciones de ventas proyectadas para el periodo 2022- 2026

N°	Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Libras de Frito	8,588	8,691	9,234	9,812	10,426
2	Libras de Chicharrón	7,670	7,762	8,247	8,763	9,311
3	Libras Totales	16,258	16,453	17,481	18,575	19,737

**Nota:** En el cuadro se muestra la proyección de venta para 5 años, considerándose un 1.2% de la tasa de crecimiento poblacional por año, cabe mencionar que a los años 3,4 y 5 se les aplicó un incremento de ventas de 5%.

## 4.7. Definición del segmento de mercado

### 4.7.1. Análisis de los clientes

Las familias y demás habitantes consumidores de frito y chicharrón del sector, tales como, comerciantes, trabajadores de zonas francas, empresas públicas y privadas del distrito, estos son los consumidores de frito y chicharrón, que son usados para la alimentación diaria de la población, así como para diferentes tipos de comidas en eventos especiales como reuniones de amigos, almuerzos, cumpleaños, celebraciones, etc.

#### **4.7.2. Descripción del producto**

El frito es utilizado para el consumo humano, forma parte de la alimentación básica de los que lo consumen, está elaborado de carne de cerdo, posta y lomo, también se le agrega sal, achiote y pimienta su sabor es un poco salado, su color es café, su textura es un poco blanda, tiene una duración de 2 a 3 semanas si se mantiene en refrigeración, y una duración de 2 a 3 días si se mantiene a temperatura ambiente.

El chicharrón también es utilizado para el consumo humano, forma parte de la alimentación básica de quienes lo consumen, está elaborado de la piel del cerdo y se le añade sal, su sabor es un poco salado, su color es amarillento, su textura es sólida crujiente, tiene un tiempo de duración de 3 o 4 semanas si se mantiene a temperatura ambiente, siempre y cuando se tenga sellado y guardado en la bolsa.

#### **4.7.3. Penetración de mercado**

Se pretende implementar la estrategia de comercialización en el sector de los 5 barrios pertenecientes al distrito VI del municipio de Managua, ya que, por ser productos de consumo diario, los clientes los obtendrán con la misma frecuencia, esto se hará con el desarrollo de la demanda primaria aumentando una cobertura en el mercado ofreciendo calidad, precios competitivos para captar la atención de los clientes.

#### **4.7.4. Desarrollo de mercados**

Implementar la estrategia de desarrollo de mercado estableciendo un puesto de venta en el Barrio Monte Fresco, y un puesto en el Barrio Bertha Díaz, logrando que el frito y chicharrón sean distribuidos a más pobladores del distrito VI, a precios inferiores a los de la competencia, esto con el objetivo de acaparar el mayor número de clientes posibles.

#### **4.7.5. Desarrollo de productos**

Se hará aprovechando las diversas formas de dar valor agregado a estos productos, investigar que otro producto derivado de la carne de cerdo es consumido por los pobladores del sector y de esta manera agregarlo a los productos ya ofertados por MR. PIG, y así aplicar la estrategia de desarrollo de producto, por medio de la oferta de un nuevo producto como embutidos o carne molida, elaborados de la carne de cerdo.

## **4.8. Identificación de la competencia directa e indirecta**

### **4.8.1. Análisis de la competencia**

Una de las principales alertas que los negocios tienen es el de enfrentarse a la competencia, esto ha ido incrementando debido al crecimiento poblacional y la globalización, también por las exigencias de los consumidores, demandando productos de mayor calidad a un precio competitivo, es importante tener en cuenta todo eso para poder identificar amenazas y así crear estrategias ante esto.

MR. PIG tiene competidores ya establecidos en el mercado que oferta frito y chicharrón, por ello se realiza un análisis de la competencia, ya que existen productos que satisfacen la misma necesidad, este caso, la competencia es media, ya que, aunque los consumidores de frito y chicharrón están familiarizados con la compra de los productos en las fritangas y mercados, también están conscientes que los precios son altos y la calidad no es tan buena.

**Cuadro 9: Competidores directos e indirectos de MR. FIG**

<b>Nombre del competidor</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Principales ventajas</b>	<b>Principales desventajas</b>
<b>Competidores directos</b>			
<b>El Contil</b>	Mercado Iván Montenegro	Es una empresa reconocida, los clientes conocen su calidad y atención.	Precios altamente excesivos, atención al cliente deficiente.
<b>El Chanchito</b>	Carretera vieja a Tipitapa	Lugar amplio para el recibimiento de los clientes, están establecidos y son reconocidos.	Precios altos, alimentos muy grasosos y poco cuidado en la salubridad e higiene.
<b>Chicharrones Yumies</b>	Se encuentran ubicados en el km 4.7 corporación dinant	Producto innovador, son una marca muy reconocida.	Producto con preservantes que dañan a la salud.
<b>Chicharrones Natura</b>	Son distribuidos por la empresa UNILEVER ubicada en carretera nueva a león y ciudad Sandino	Están ampliamente establecidos en el mercado con una gran variedad de productos alimenticios.	Precios altos por un producto industrial, preservantes dañinos y en ocasiones productos defectuosos o vencidos.
<b>Competidores indirectos</b>			
<b>Vendedores ambulantes</b>	Ubicados en paradas de autobuses, mercaditos del sector	Están establecidos en el mercado local.	El producto está a la intemperie, puede recibir gérmenes y microbios debido a eso.

#### 4.9. Análisis de precio

**Cuadro 10: Precio promedio del frito**

No	Personas	Precio de adquisición por libra	División	Precio promedio C\$
1	34	C\$ 180		
2	26	C\$ 200		
3	7	C\$ 170		
4	5	C\$ 220		
Total	72	<b>C\$ 770</b>		

**Nota:** En el cuadro, se presenta el precio promedio del frito, que será de **C\$ 192.5** córdobas por libra. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

##### 4.9.1. Análisis de precio del frito

Según las encuestas efectuadas, 34 individuos que representan el 47.22% de los elementos muestrales adquieren el frito a un precio de C\$ 180 córdobas, 26 personas que representan el 36.11% lo compran a C\$ 200 córdobas, 7 individuos que representan el 9.72% a C\$ 170 córdobas y 5 personas que representan 6.94% de los elementos muestrales a un precio de C\$ 220 córdobas, sumando los totales de los precios da un resultado de C\$ 770, dividido entre 4, que fueron los 4 precios da un precio promedio de C\$ 192.5 córdobas. MR. PIG, con la intención de abarcar el mayor número de clientes, ofrecerá este producto a un precio de C\$ 190 córdobas por libra.

**Cuadro 11: Precio promedio del chicharrón**

<b>No</b>	<b>Personas</b>	<b>Precio de adquisición por libra</b>	<b>División</b>	<b>Precio promedio C\$</b>
1	49	C\$200		
2	11	C\$180		
3	9	C\$220		
4	3	C\$250		
Total	72	<b>C\$ 850</b>		

**Nota:** En el cuadro, se presenta el precio promedio del chicharrón, que será de **C\$ 212.5** córdobas por libra. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

#### **4.9.2. Análisis de precio del chicharrón**

Según las encuestas efectuadas, 49 individuos que representan el 68.06% de los elementos muestrales adquieren el chicharrón a un precio de C\$ 200 córdobas, 11 personas que representan el 15.28% lo compran a C\$ 180 córdobas, 9 individuos que representan el 12.50% a C\$ 220 córdobas y 3 personas que representan 4.17% de los elementos muestrales a un precio de C\$ 250 córdobas, sumando los totales de los precios da un resultado de C\$ 850, dividido entre 4, que fueron los 4 precios da un precio promedio de C\$ 212.5 córdobas. MR. FIG, con la intención de abarcar el mayor número de clientes, ofrecerá este producto a un precio de C\$ 200 córdobas por libra.

## **4.10. Análisis de la distribución**

### **4.10.1. Canales de comercialización**

El canal de comercialización que MR. PIG utilizará es el nivel uno, esto quiere decir que, el frito y el chicharrón serán dirigidos a los consumidores finales, que será la población del mercado meta.



**Figura 26: Canal de comercialización**

## **4.11. Definición de estrategia comercial**

### **4.11.1. Promoción**

MR. PIG tendrá diferentes promociones para así atraer a los clientes, una de las más comunes será el descuento en días festivos, descuento si el cliente está de cumpleaños presentando su cédula de identidad, con esto se tendrá una mayor demanda de los productos.

### **4.11.2. Publicidad**

Para atraer clientes, se hará mediante publicidad en los medios tecnológicos, páginas web, Facebook, también mediante publicidad física con volantes impresas, y una manta días previo a la apertura del negocio, esto tendrá como objetivo la de obtener una posición en el mercado.

**Cuadro 12: Plan de publicidad de MR. PIG**

<b>Medio de comunicación</b>	<b>Horario de presentación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>N° de veces</b>	<b>Costo C\$</b>	<b>Observaciones</b>
Redes sociales y páginas web	Todo el tiempo				Se abrirá un perfil en las redes sociales con el nombre, logotipo y productos que la empresa ofrece, así mismo el horario de atención y promociones.
Manta publicitaria	Todo el tiempo	1	Diario por 7 días	500	La manta será llamativa, tendrá el logo de la empresa, los productos que se ofrecerán y el precio.
Volantes	De 8 a 10 am De 2 a 4 pm	1000	Diario por 5 días	1200	Tendrá los precios, el número de teléfono de la empresa, los productos.

**Nota:** Como se observa el plan de publicidad tiene un costo total de C\$ 1,700 córdobas. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

## V. PLAN DE PRODUCCION

### 5.1. Objetivos

#### Objetivo a corto plazo

- Producir **8,588** libras de frito y **7,670** libras de chicharrón en el primer año de operación del negocio.

#### Objetivo a mediano plazo

- Aumentar la producción en un 1.2% en el segundo año de operación.

#### Objetivo a largo plazo

- Aumentar en un 5% la producción de libras de frito y chicharrón en los siguientes años.

## 5.2. Macro localización



**Figura 27: Macro localización**

Según Torrez (2010, pp. 6-7). El Distrito VI está ubicado al este de la Ciudad de Managua, es considerado uno de los más importantes de la Capital. Limita al norte con el Lago Xolotlán, al sur con el Distrito V y con el municipio de Nindirí, al este con el municipio de Tipitapa y al oeste con los Distritos IV y V. Este Distrito es el más grande y más poblado de Managua (Manfut 2007).

Managua es la ciudad más industrializada de toda Nicaragua teniendo el Aeropuerto Internacional, mercados como el mayoreo, mercado Iván Montenegro, y el mercado más grande de Centroamérica que es el mercado oriental. El distrito VI se caracteriza por tener una población que se dedica meramente al comercio, en pulperías, ferreterías, misceláneas, personal que trabaja en empresas públicas y privadas, y personal que trabaja en el sector de zonas francas.

### 5.3. Micro localización



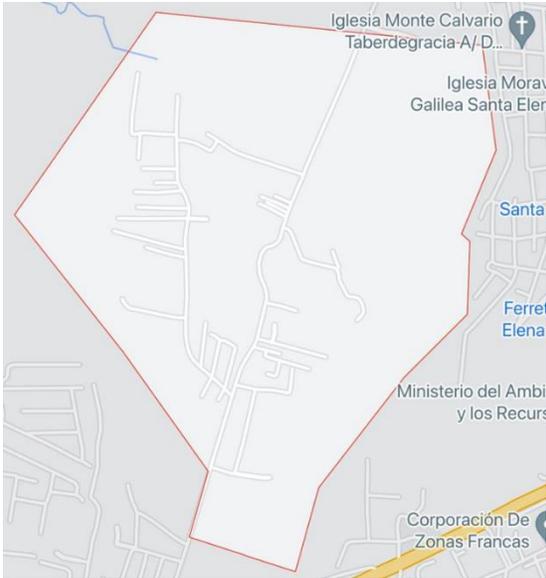
**Figura 28: Micro localización Barrio Monte Fresco**

El Barrio Monte Fresco está ubicado en el kilómetro 13.5 de la carretera panamericana norte, se considera muy importante para el negocio debido al fácil acceso de clientes y proveedores, dado que anteriormente el negocio estuvo en funcionamiento, los habitantes del barrio y pobladores cercanos tienen como preferencia los productos que ofrece MR. FIG.



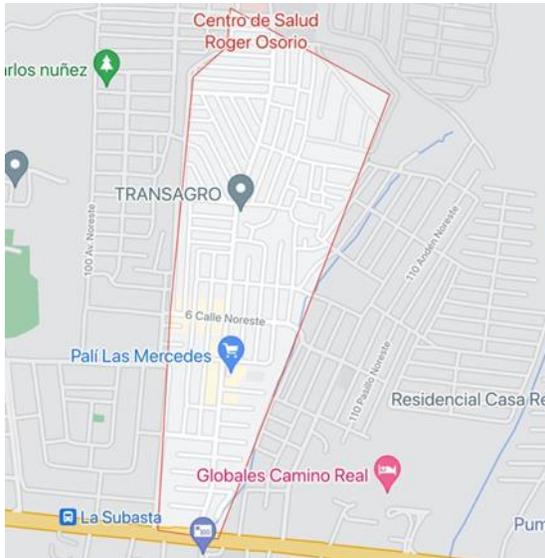
**Figura 29: Micro localización Barrio Rodeito**

El Barrio El Rodeito está ubicado en el kilómetro 11.8 de la carretera de la carretera panamericana norte, su población total es de 2,123 habitantes, dedicados al comercio en misceláneas.



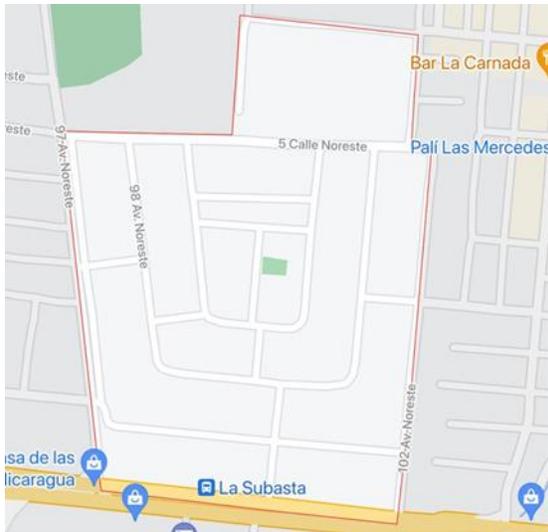
**Figura 30: Micro localización Barrio El Rodeo**

El Barrio El Rodeo está ubicado en el kilómetro 12 de la carretera norte, tiene una población total de 1,018 habitantes, dedicados al comercio debido a que están ubicados frente al Aeropuerto Internacional.



**Figura 31: Micro localización Las Mercedes**

Las Mercedes está ubicado en el kilómetro 11 de la carretera norte, tiene una población total de 2,058 habitantes, sus habitantes se dedican al comercio o trabajos en empresas privadas y gubernamentales.



**Figura 32: Micro localización Barrio Bertha Díaz**

El Barrio Bertha Díaz está ubicado en el kilómetro 10.5 de la carretera norte, su población total es de 2,978 habitantes y es el barrio más poblado de los que se estudiaron, su población se dedica al comercio como en ventas, misceláneas y ventas de comidas rápidas.

#### 5.4. Equipamiento

**Cuadro 13: Equipos y mobiliarios de trabajo**

N.º	Descripción	Cantidad
1	Cocinas industriales de un quemador con 32 pulgadas de ancho por 32 pulgadas de largo.	2
2	Freezer de dos puertas con medida de 2 metros de largo por 1 metro de alto.	2
3	Pesas electrónicas con capacidad máxima de 100 kg	3
4	Mesas de acero inoxidable de 2 metros de largo	3
5	Mesas de madera de 1.5 metros.	2

**Nota:** En el cuadro 12 se muestra detalles de los enseres y muebles del trabajo que se utilizarán en MR.PIG.

#### **Cuadro 14: Utensilios de cocina**

<b>N.º</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
1	Baldes de plásticos con capacidad de 20 lts	8
2	Manteles de mesa con medida de 1.5 mts	5
3	Cuchillos carniceros (20cm x 6 cm)	4
4	Tablas de picar carne	2
5	Panas grandes de plástico con capacidad de 25 lts	5
6	Cucharones 50 ml	4
7	Cucharas medianas de 15 ml	6
8	Ollas grandes con capacidad de 20 lts	6
9	Coladores de aluminio	2

**Nota:** En el cuadro 13 se muestran los utensilios de cocina requeridos por el área de producción de MR. FIG.

#### **Cuadro 15: Mobiliario y equipo de oficina**

<b>Nº</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
1	Minicomputadora HP de 14 pulgadas	1
2	Escritorio de madera de 1.5 metros	1
3	Silla giratoria	1
4	Sillas plásticas para espera	8
5	Impresora HP	1
6	Televisor pantalla plana SANKEY de 28"	1
7	Abanico de pared SANKEY	3

**Nota:** En el cuadro se presenta el listado de mobiliario y equipo de oficina que se utilizará en MR. FIG

**Cuadro 16: Papelería y útiles de oficina**

<b>Nº</b>	<b>Descripción</b>	<b>UM</b>	<b>Cantidad</b>
1	Papel	Resma	3
2	Folder	Caja	6
3	Engrapadora	Unidad	1
4	Calculadora	Unidad	2
5	Saca grapa	Unidad	1
6	Lapiceros	Caja	2
7	Cuadernos	Unidad	6
8	Correctores	Unidad	3
9	Taype	Rollo	3
10	Pizarra de 42 pulgadas	Unidad	1
11	Marcadores	Caja	12

**Nota:** En el cuadro se muestra el listado de papelería y útiles de oficina que se utilizará en MR. FIG.

**Cuadro 17: Equipo de protección y seguridad**

<b>No</b>	<b>Descripción</b>	<b>UM</b>	<b>Cantidad</b>
1	Gorros de cocina	Unidad	4
2	Gabachas	Unidad	4
3	Botas de hule	Par	2
4	Mascarillas	Caja	6
5	Guantes	Caja	8

**Nota:** En el cuadro 17 se muestra el listado del equipo de protección y seguridad para un año de operaciones que utilizará el personal de MR. FIG.

### Cuadro 18: Equipo de reparto

No	Descripción	Cantidad
1	Motocicleta DAYUN 125	1

**Nota:** En el cuadro se muestra el equipo de reparto, que se utilizará como medio de transporte para las personas que pidan frito y chicharrón por medio del servicio delivery.

### 5.5. Requerimiento de insumos

#### Cuadro 19: Requerimientos de la materia prima

Descripción	U/M	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Carne de cerdo	Libras	10,735	10,864	11,543	12,265	13,032
Tocino de cerdo	Libras	9,587	9,702	10,309	10,954	11,639
Total		20,322	20,566	21,852	23,219	24,671

**Nota:** Correspondiente al 1.2% de la población con un incremento anual, y en los años 3, 4 y 5 el aumento de ventas en 5%, en este cuadro se muestra la cantidad materia prima que será procesada por MR. PIG, esta cantidad de carne y tocino será comprada debido que, en el proceso de elaboración del frito y chicharrón, estos pierden el 25% de su volumen, se obtienen de los proveedores Francisco Alarcón e Ignacio Fernández.

**Cuadro 20: Requerimientos de insumos**

Descripción	U/M	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Manteca de cerdo	Litro	1,460	1,477	1,569	1,667	1,771
Sal para el frito	Libras	182	184	195	207	220
Sal para el chicharrón	Libras	182	184	195	207	220
Pimienta	Libras	40	41	44	47	50
Achiote	Libras	91	92	98	104	110
<b>Total</b>		<b>1,955</b>	<b>1,978</b>	<b>2,101</b>	<b>2,232</b>	<b>2,371</b>

**Nota:** En este cuadro se reflejan todos los insumos para la elaboración de frito y chicharrón, para la incrementación de cada año se utilizó el 1.2% del crecimiento poblacional, y en los años 3, 4 y 5 el aumento de ventas en 5%.

**Cuadro 21: Programación de producción semanal**

Productos	Días de producción a la semana						
	L	M	M	J	V	S	D
Frito	X	X	X	X	X	X	X
Chicharrón	X	X	X	X	X	X	X

**Nota:** El cuadro refleja los días de la semana que se laborará en MR. PIG y la disponibilidad de frito y chicharrón en los días, cabe mencionar que cada uno de los trabajadores tendrá un día libre en la semana, esto será en días aleatorios.

**Cuadro 22: Proyecciones de producción 2022 - 2026**

N°	Producto	Libras	Libras	Libras	Libras	Libras
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	<b>Frito</b>	8,588	8,691	9,234	9,812	10,426
2	<b>Chicharrón</b>	7,670	7,762	8,247	8,763	9,311
3	<b>Total</b>	<b>16,258</b>	<b>16,453</b>	<b>17,481</b>	<b>18,575</b>	<b>19,737</b>

**Nota:** En el cuadro se muestra la proyección de producción para 5 años, considerando un 1.2% de la tasa de crecimiento poblacional por año, en los años 3,4 y 5 se les aplicó un incremento de ventas de 5%.

## 5.6. Proveedores

### 5.6.1. Análisis de los proveedores

Para que un negocio tenga éxito en el mercado, es importante la buena relación con los proveedores, con esto se pueden hacer compras beneficiosas para el negocio, mejorar la calidad de los insumos y lograr acuerdos y alianzas con los distintos proveedores, el precio final del producto y la calidad dependen de eso, lo cual ayudará a producir un mejor producto final, generando de esta manera una mayor satisfacción de los clientes, por lo tanto, mayores ventas para MR. FIG.

El dueño del negocio debe tener en cuenta la importancia de escoger bien a los proveedores y establecer acuerdos claros que los beneficien a ambos, para ello se debe estudiar y analizar el mercado de proveedores antes de decidirse por unos u otros. Para MR. FIG este análisis se realizó en base a criterios de rendimiento, económicos y adaptativos a las necesidades cambiantes.

**Cuadro 23: Proveedor de carne, tocino y manteca de cerdo**

Proveedor	Municipio	Materia prima	Meses											
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Francisco Alarcón	Managua	Tocino	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Ignacio Fernández		Carne	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

**Nota:** Para el primer año de operaciones se necesita una cantidad mensual de libras de carne de cerdo de 894.58 para la elaboración de frito, y una cantidad de libras mensual de tocino de 798.92 para la elaboración de chicharrón.

**Cuadro 24: Proveedor de insumos**

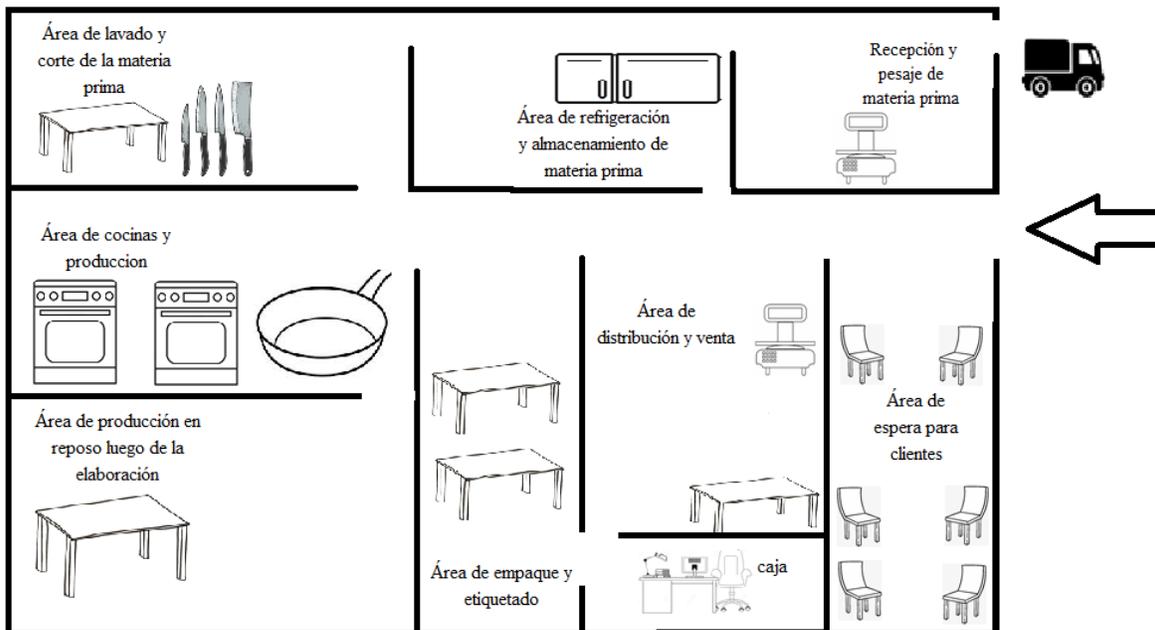
Descripción	Proveedor
Sal	Distribuidora Bermúdez
Pimienta	
Achiote	

**Nota:** para el primer año de operaciones MR. FIG necesitará 1,460 litros de manteca de cerdo, un total de 364 libras de sal, 40 libras de pimienta, 91 libras de achiote.

**Cuadro 25: Proveedor de maquinaria y utensilios**

Descripción	Proveedor
Maquinaria o equipo de producción	IMISA
Utensilios de producción	

**5.7. Diseño de la empresa**



**Figura 33: Diseño e infraestructura de MR. PIG**

## **5.8. Procesos de manufactura y servicios**

### **5.8.1. Manejo de la carne y el tocino desde la compra hasta el proceso.**

#### **Frito**

Compra y recepción de materia prima

El proveedor llega al local para vender la carne para frito, lomo y posta de cerdo, se procede a pesarla y echarla en baldes de plástico.

1. Traslado de la carne hasta el área de cocina

Se traslada la carne en recipientes de plástico hasta el área de cocina.

2. Inspección de la carne

La calidad de la carne es inspeccionada.

3. Corte de la carne en trozos de 7 cm

La carne es cortada en trozos pequeños alrededor de 7 cm

4. Pesado

Luego de ser cortada, la carne es pesada nuevamente.

5. Lavado

Se lava para que no queden residuos de sangre o gérmenes.

6. Freír la carne a 120°

Después de cortar, pesar y lavar la carne se vierte en la olla con manteca de cerdo para iniciar el proceso fritura.

7. Incorporar achiote, pimienta y sal.

Se añaden los demás ingredientes como achiote, sal y pimienta.

8. Se extrae y deja enfriar a temperatura ambiente

Se saca en una olla con un colador de aluminio para que no vaya con exceso de grasa y se deja enfriar a temperatura ambiente.

9. Etiquetado

Se inicia el proceso de etiquetar y empacar el frito en bolsas con adhesivo.

10. Almacenamiento

Se almacena en la bodega

11. Final

**Chicharrón**

1. Compra y recepción de materia prima

El proveedor llega al local para vender la piel o tocino de cerdo para chicharrón, se procede a pesarlo y echarlo en baldes de plástico.

2. Traslado del tocino hasta el área de cocina

Se traslada el tocino en recipientes de plástico hasta el área de cocina.

3. Inspección del tocino

La calidad del tocino es inspeccionada.

4. Corte y rayado de la parte interna de la piel

La parte interna del tocino es rayada en cuadros, esto facilita la cocción.

5. Pesado

Luego de ser rayado, el tocino es pesado nuevamente.

6. Lavado

Se lava para que no queden residuos de sangre o gérmenes.

7. Freír el tocino a 200°

Después de rayar, pesar y lavar el tocino vierte en la olla con manteca de cerdo para iniciar el proceso de freír, en ese mismo momento se le incorpora la sal.

8. Se extrae y deja enfriar a temperatura ambiente

Se saca en una olla con un colador de aluminio para que no vaya con exceso de grasa y se deja enfriar a temperatura ambiente.

9. Etiquetado

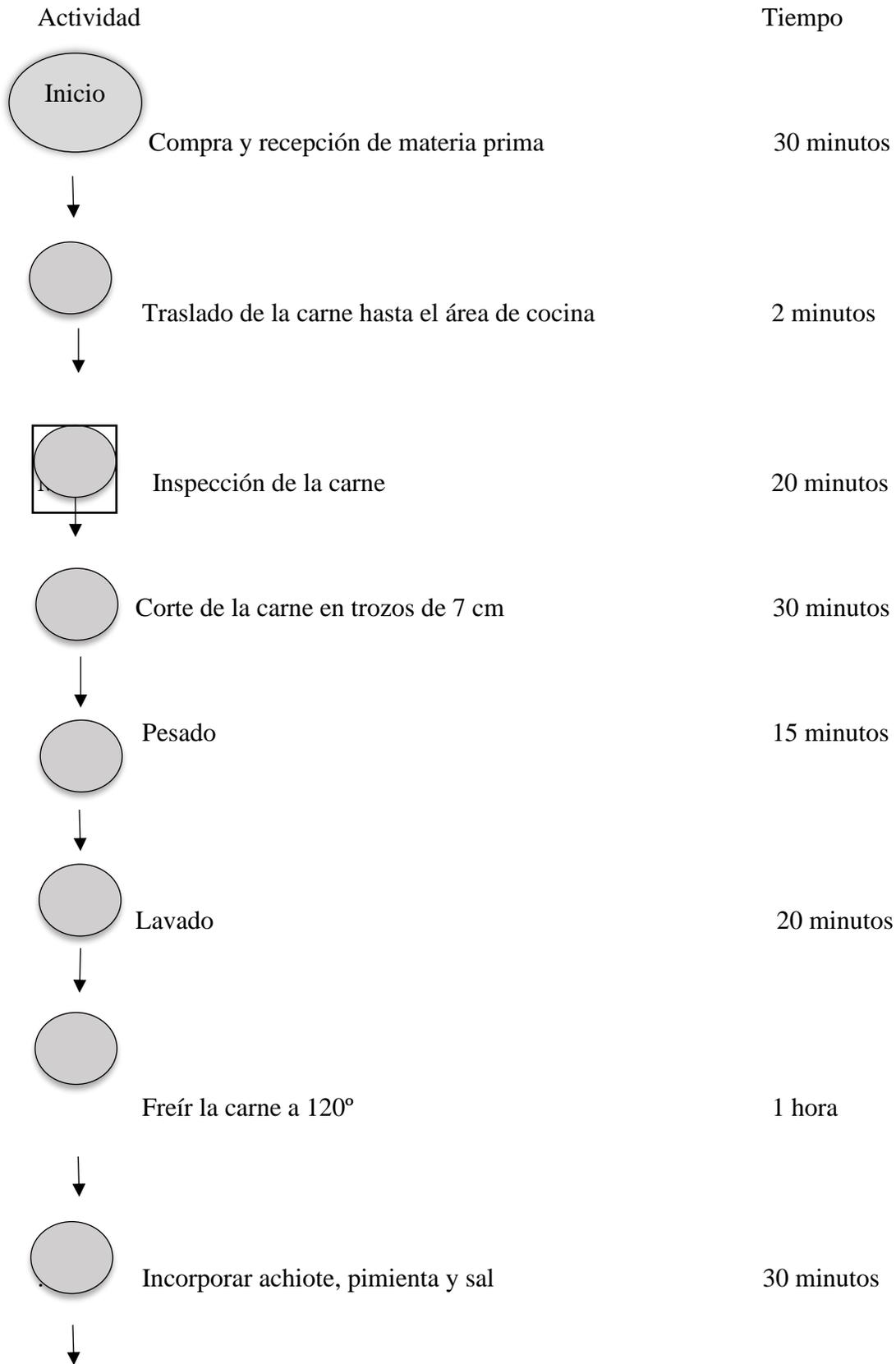
Se inicia el proceso de etiquetar y empacar el chicharrón en bolsas con adhesivo.

10. Almacenamiento

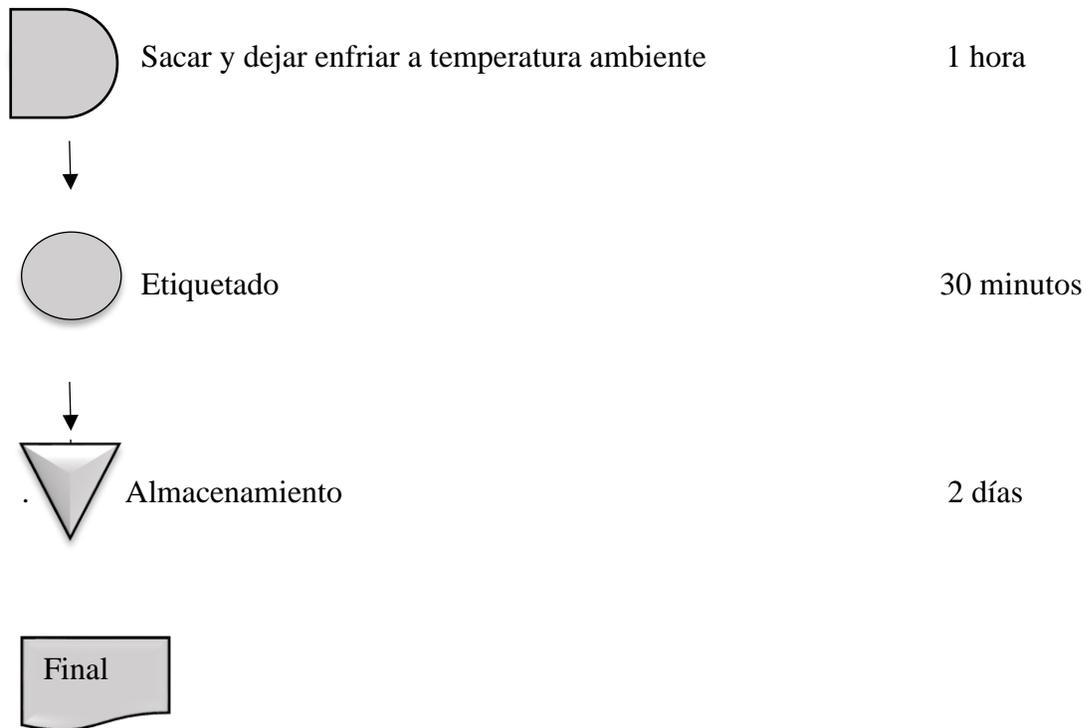
Se almacena en la bodega

11. Final

## Frito

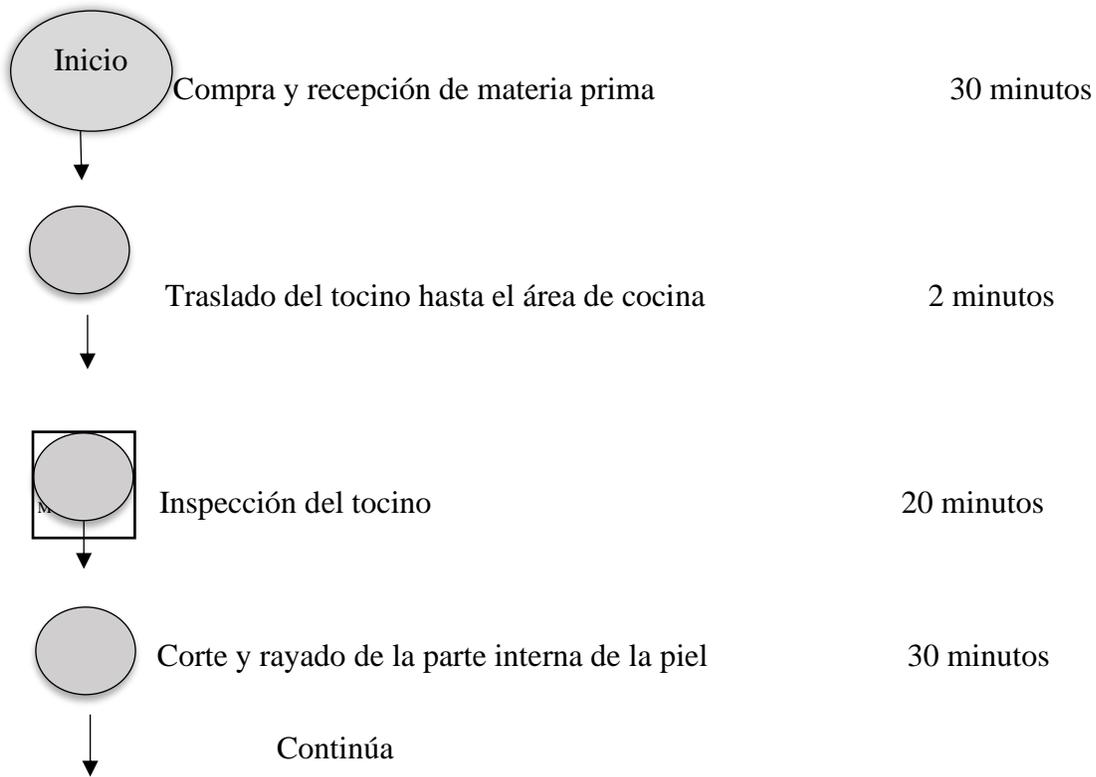


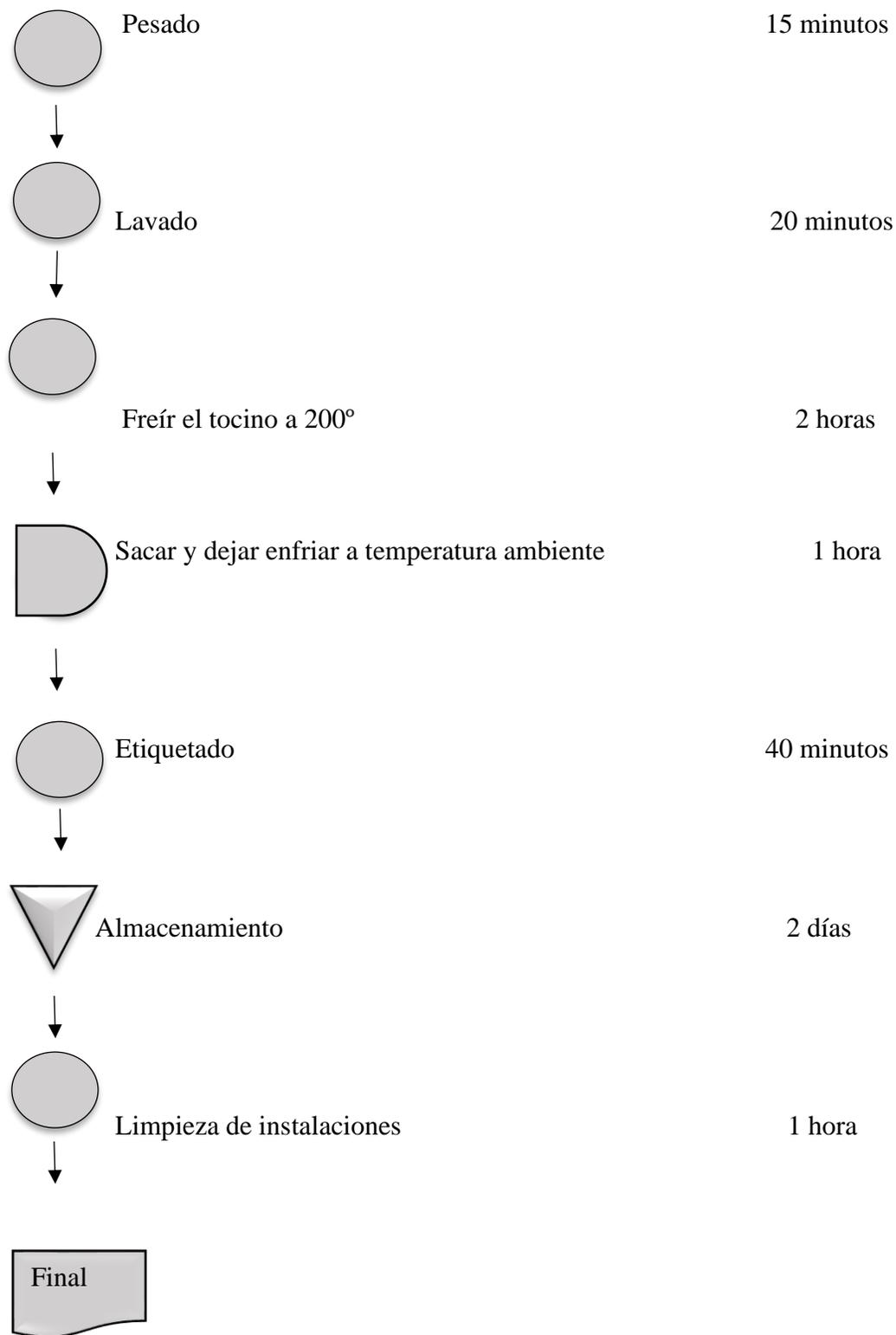
Continúa



**Figura 34: Flujograma de procedimientos y elaboración de frito**

**Chicharrón**





**Figura 35: Flujograma de procedimientos y elaboración de chicharrón**

## **VI. PLAN ORGANIZACIONAL**

### **6.1. Objetivos**

#### **Objetivos a corto plazo.**

- Diseñar la estructura organizativa de MR. PIG en el primer año de funcionamiento del negocio.
- Elaborar un manual de funciones logrando una adecuada distribución de responsabilidades del negocio.

#### **Objetivos a mediano plazo.**

- Evaluar la estructura organizacional del negocio, fortaleciendo las áreas donde se presenten necesidades.

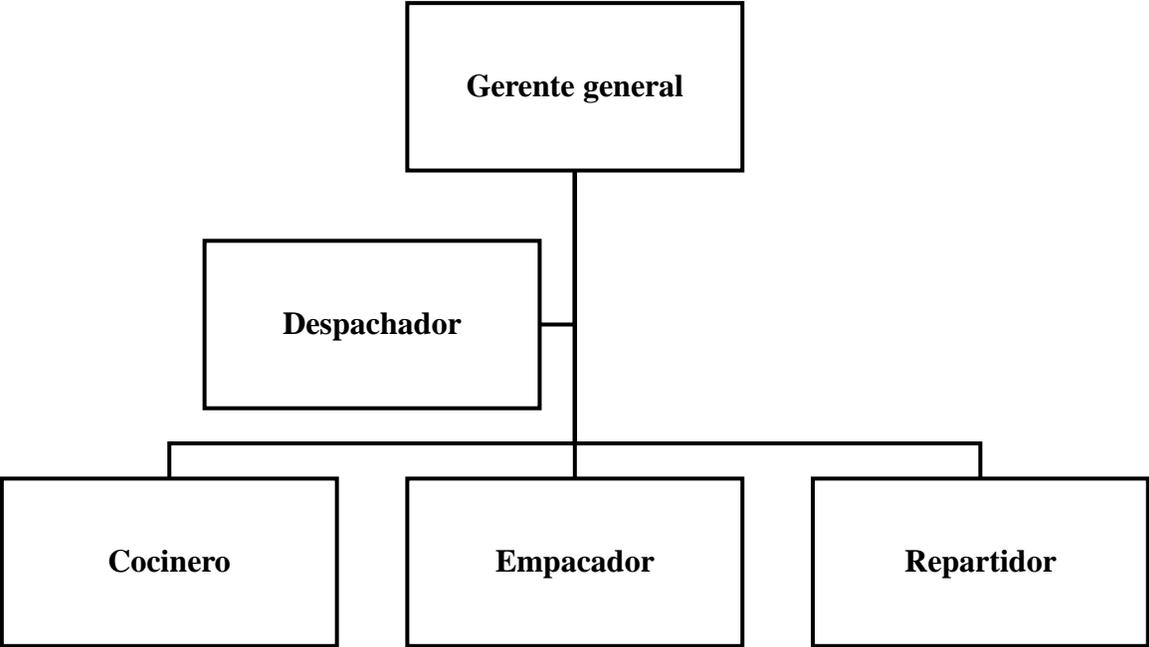
#### **Objetivos a largo plazo.**

- Mantener a todo el personal capacitado en las áreas para el cumplimiento eficiente de los cargos asignados.

**6.2. Estructura organizacional**

La estructura organizacional de MR. PIG está diseñada de la siguiente manera: Habrá un gerente general que estará a cargo de todas las funciones de la empresa, una persona para el área de lavado y desinfección, dos personas trabajarán en el área de administración y ventas, estos serán el gerente general y un despachador, en el área de transformación o producción estará un cocinero, en el área de empaque estará una persona que empacará y etiquetará, habrá un repartidor para entregar los productos a personas que soliciten el servicio de entregas a domicilio.

**6.3. Organigrama**



**Figura 36: Organigrama de MR. PIG**

#### 6.4. Descripción de cargos

**Cuadro 26: Descripción del cargo del Gerente general encargado del negocio**

Nombre del puesto	Gerente general		N° de personas: 1
Ubicación	Nivel 1		
Superior	-		
Personal a cargo	Despachador, cocinero, empacador y repartidor.		
Horario de trabajo	De 8am a 5pm	Sueldo	C\$10,000
Objetivos del puesto	Administrar de manera adecuada todos los procesos productivos de MR. FIG		
Funciones del puesto	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dirige y controla todas las actividades productivas de MR. FIG.</li> <li>2. Selecciona al personal requerido en el negocio.</li> <li>3. Pago a proveedores.</li> <li>4. Recibe el pago de los clientes.</li> <li>5. Registra y controla los ingresos y egresos del negocio.</li> <li>6. Pago de planilla.</li> <li>7. Apoyo en los procesos productivos de frito y chicharrón.</li> <li>8. Despachar producto terminado.</li> <li>9. Apoyo en la recepción de materia prima.</li> <li>10. Actualización contable de la empresa.</li> <li>11. Inspecciona la calidad de los productos terminados.</li> </ol>		
Requisitos del puesto	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. –Edad: Mayor de edad 22 años</li> <li>2. –Sexo M</li> <li>3. –Estudios: Universidad</li> <li>4. –Conocimiento: Administrativos, gerenciales y contables</li> </ol>		

**Cuadro 27: Descripción de cargo del despachador**

Nombre del puesto	Despachador	N° de personas: 1	
Ubicación	Nivel 2		
Superior	Gerente general encargado del negocio		
Personal a cargo	-		
Horario de trabajo	De 8am a 5pm	Sueldo	C\$7,000
Objetivos del puesto	Atender al cliente.		
Funciones del puesto	1. Ofrece los productos de MR. PIG. 2. Levanta pedidos. 3. Despacha al cliente. 4. Realiza facturas. 4. Dar órdenes al empacador, cocinero y repartidor		
Requisitos del puesto	1. –Edad: Mayor de edad 22 años 2. –Estudios: Primaria, Secundaria, Universidad 3. –Conocimiento: En ventas y atención al cliente.		

**Cuadro 28: Descripción del cargo del repartidor**

Nombre del puesto	Repartidor		N° de personas: 1
Ubicación	Nivel 3		
Superior	Gerente general encargado del negocio y despachador		
Personal a cargo	-		
Horario de trabajo	De 8am a 5pm	Sueldo	C\$5,000
Objetivos del puesto	Entregar los pedidos realizados a domicilio.		
Funciones del puesto	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Realiza delivery.</li><li>2. Recibe el pago de los clientes que piden los productos por medio de delivery.</li><li>3. Verifica la calidad de los productos que se irán a dejar.</li><li>4. Cuido de la moto que se le asignara para realizar el servicio de entrega.</li><li>5. Manejo cuidadoso y respeto de las señales de tránsito para evitar multas y sanciones.</li></ol>		
Requisitos del puesto	<ol style="list-style-type: none"><li>1. –Edad: Mayor de edad.</li><li>2. –Sexo: M.</li><li>3. –Licencia de conducir, categoría 1 y 2</li><li>3. –Estudios: Primaria, Secundaria.</li></ol>		

**Cuadro 29: Descripción del puesto de cocinero**

Nombre del puesto	Cocinero	N° de personas: 1	
Ubicación	Nivel 3		
Superior	Gerente general encargado del negocio y despachador		
Personal a cargo	-		
Horario de trabajo	De 8am a 3pm	Sueldo	C\$8,000
Objetivos del puesto	Elaborar frito y chicharrón.		
Funciones del puesto	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Cortar y lavar la carne.</li><li>2. Rayar y lavar el tocino.</li><li>3. Elaborar frito y chicharrón.</li><li>4. Verificar la calidad de la materia prima.</li><li>5. Verificar la calidad de los productos terminados.</li><li>6. Cuido de las herramientas y utensilios de trabajo.</li><li>7. Higiene en la elaboración de productos.</li><li>8. Higiene y cuidado del área de trabajo.</li></ol>		
Requisitos del puesto	<ol style="list-style-type: none"><li>1. –Edad: Mayor de edad 25 años</li><li>2. –Sexo: M</li><li>3. –Estudios: Primaria, Secundaria.</li><li>4. –Conocimiento de cocina.</li><li>5. –Conocimiento de uso de cocinas industriales</li></ol>		

**Cuadro 30: Descripción del puesto de empacador**

Nombre del puesto	Empacador		N° de personas: 1
Ubicación	Nivel 3		
Superior	Gerente general encargado del negocio y despachador		
Personal a cargo	-		
Horario de trabajo	De 8am a 5pm	Sueldo	C\$4,000
Objetivos del puesto	Etiquetar y empacar el frito.		
Funciones del puesto	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pesar los productos terminados.</li> <li>2. Empacar los productos terminados.</li> <li>3. Etiquetar los productos terminados</li> <li>4. Almacenar los productos terminados.</li> <li>5. Verificar higiene y calidad de los productos.</li> </ol>		
Requisitos del puesto	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. –Edad: Mayor de edad 18 años</li> <li>2. –Sexo: F o M</li> <li>3. –Estudios: Primaria, Secundaria.</li> </ol>		

### 6.5. Plan de capacitación del personal.

Como parte de los objetivos de la organización del negocio, MR. PIG, se pretende capacitar al personal, esto se llevará a cabo por parte del Gerente general del negocio.

**Cuadro 31: Plan de capacitación**

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>DESCRIPCION</b>
<b>1</b>	Capacitar a los trabajadores en el etiquetado y empaque de materia prima, las medidas de higiene para cumplir con la salubridad del negocio, capacitaciones brindadas por los dueños.
<b>2</b>	Capacitar en la elaboración del producto, el tamaño y forma de los cortes, en las porciones de ingredientes, el lavado de la materia prima.
<b>3</b>	Capacitación en la recepción de materia prima, la calidad de la carne y del tocino, las cantidades y el almacenamiento.
<b>4</b>	Capacitar en la atención al cliente y en la higiene al despachar los productos, uno de los valores agregados y distintivo de MR. PIG es la buena atención al cliente y la higiene en todos los procesos productivos.

## **VII. PLAN ECONOMICO FINANCIERO**

### **7.1. Objetivos**

#### **Objetivo corto plazo**

- Obtener en el primer año un ingreso por ventas de **C\$ 3,165,720**
- Realizar una inversión fija de **C\$ 173,120** córdobas.

#### **Objetivo mediano plazo**

- Adquirir en el tercer año un ingreso por ventas de **C\$ 3,611,580.28** y en el cuarto años **C\$ 3,952,795.16**

#### **Objetivo largo plazo**

- Obtener en el quinto año un ingreso por ventas de **C\$ 4,326,247.34**

### Cuadro 32: Plan global de inversión

No.	Descripción	Monto total C\$
1	Capital de trabajo	C\$45,539.86
2	Inversión fija	C\$173,120.00
3	Inversión diferida	C\$53,975.00
4	<b>Total</b>	<b>C\$272,634.86</b>

**Nota:** En el plan global de inversión se muestran los totales del capital de trabajo, inversión fija e inversión diferida, como resultado un monto total de **C\$ 272,634.86**. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

### Cuadro 33: Tabla de origen y destino de fondos

No	Destino Origen	Financiamiento		
		Privado C\$	Préstamo C\$	Total C\$
1	Capital de trabajo	C\$45,539.86	C\$0.00	C\$45,539.86
2	Inversión fija	C\$173,120.00	C\$0.00	C\$173,120.00
3	Inversión diferida	C\$53,975.00	C\$0.00	C\$53,975.00
4	<b>Total</b>	<b>C\$272,634.86</b>	<b>C\$0.00</b>	<b>C\$272,634.86</b>

**Nota:** La tabla de origen y destino de fondos expresa que el 100% del capital para la inversión de MR. PIG es de origen privado, es decir propio. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

## 7.2. Balance general

**Cuadro 34: Balance general proyectado 2022-2026**

**“MR. PIG”**

<b>Concepto</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
Activos					
Activos Circulantes					
Caja	C\$494,251.19	C\$933,697.02	C\$1,415,778.58	C\$1,788,476.07	C\$2,197,420.82
Cuentas por cobrar	C\$0.00	C\$0.00	C\$0.00	C\$0.00	C\$0.00
<b>Total Activos Circulante</b>	<b>C\$494,251.19</b>	<b>C\$933,697.02</b>	<b>C\$1,415,778.58</b>	<b>C\$1,788,476.07</b>	<b>C\$2,197,420.82</b>
Activos Fijos					
Equipos y mobiliarios de trabajo	C\$29,900.00	C\$29,900.00	C\$29,900.00	C\$29,900.00	C\$29,900.00
Depr Acu de Eq y mob. De trabajo	C\$4,105.00	C\$8,210.00	C\$12,315.00	C\$16,420.00	C\$20,525.00
Utensilios de cocina	C\$10,220.00	C\$10,220.00	C\$10,220.00	C\$11,210.00	C\$11,210.00
Dep. Acum. De utensilios de cocina	C\$1,726.00	C\$3,452.00	C\$5,178.00	C\$6,904.00	C\$8,630.00
Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$33,000.00	C\$33,000.00	C\$33,130.00	C\$33,130.00	C\$33,960.00
Dep. Acum. de Mov y eq. De of.	C\$6,065.00	C\$12,130.00	C\$18,195.00	C\$24,260.00	C\$30,325.00
Motocicleta dayun 125	C\$20,000.00	C\$20,000.00	C\$20,000.00	C\$20,000.00	C\$20,000.00
Depreciación de motocicleta	C\$4,000.00	C\$8,000.00	C\$12,000.00	C\$16,000.00	C\$20,000.00
Infraestructura de MR. PIG	C\$80,000.00	C\$80,000.00	C\$80,000.00	C\$80,000.00	C\$80,000.00

Depreciación de la infraestructura	C\$16,000.00	C\$32,000.00	C\$48,000.00	C\$64,000.00	C\$80,000.00
<b>Total Activos Fijos brutos</b>	<b>C\$173,120.00</b>	<b>C\$173,120.00</b>	<b>C\$173,250.00</b>	<b>C\$174,240.00</b>	<b>C\$175,070.00</b>
depreciación. y amortización	C\$31,896.00	C\$63,792.00	C\$95,688.00	C\$127,584.00	C\$159,480.00
<b>Total Activos Fijos netos</b>	<b>C\$141,224.00</b>	<b>C\$109,328.00</b>	<b>C\$77,562.00</b>	<b>C\$46,656.00</b>	<b>C\$15,590.00</b>
Activos diferidos	C\$53,975.00	C\$53,975.00	C\$53,975.00	C\$0.00	C\$0.00
Amort. Acum de activos diferidos	C\$17,991.67	C\$35,983.34	C\$53,975.01	C\$0.00	C\$0.00
<b>Total activos diferidos</b>	<b>C\$35,983.33</b>	<b>C\$17,991.66</b>	<b>-C\$0.01</b>	<b>C\$0.00</b>	<b>C\$0.00</b>
<b>Total Activos</b>	<b>C\$671,458.52</b>	<b>C\$1,061,016.68</b>	<b>C\$1,493,340.57</b>	<b>C\$1,835,132.07</b>	<b>C\$2,213,010.82</b>
Pasivos	C\$0.00				
<b>Total pasivos</b>	<b>C\$0.00</b>	<b>C\$0.00</b>	<b>C\$0.00</b>	<b>C\$0.00</b>	<b>C\$0.00</b>
Capital contable					
Capital Social	C\$272,634.86	C\$272,634.86	C\$272,634.86	C\$272,634.86	C\$272,634.86
Transferencia	C\$0.00	C\$0.00	C\$0.00	C\$0.00	C\$0.00
Utilidades o Perdidas	C\$398,823.67	C\$788,381.83	C\$1,220,705.72	C\$1,562,497.20	C\$1,940,375.96
<b>Total Capital contable</b>	<b>C\$671,458.53</b>	<b>C\$1,061,016.69</b>	<b>C\$1,493,340.57</b>	<b>C\$1,835,132.06</b>	<b>C\$2,213,010.82</b>
<b>Total Pasivo + Capital</b>	<b>C\$671,458.53</b>	<b>C\$1,061,016.69</b>	<b>C\$1,493,340.57</b>	<b>C\$1,835,132.06</b>	<b>C\$2,213,010.82</b>

**Nota:** El cuadro representa el balance general del negocio proyectado a 5 años, en él se detalla las depreciaciones de cada uno de los presupuestos, los activos, los pasivos y el capital social como se observar el balance muestra ganancias en los 5 años lo que significa que el negocio de producción y comercialización de frito y chicharrón es **Rentable**.

### 7.3. Estado de resultados

**Cuadro 35: Estado de resultado proyectado 2022-2026**

**“MR. PIG”**

Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Totales	C\$3,165,720.00	C\$3,299,819.90	C\$3,611,580.28	C\$3,952,795.16	C\$4,326,247.34
-Costo de lo Vendido	C\$1,701,354.00	C\$1,803,556.35	C\$1,968,822.45	C\$2,147,512.39	C\$2,345,144.03
Utilidad Bruta/Perdida	<b>C\$1,464,366.00</b>	<b>C\$1,496,263.55</b>	<b>C\$1,642,757.83</b>	<b>C\$1,805,282.77</b>	<b>C\$1,981,103.31</b>
Gast. Operación					
+Gastos de Admón.	C\$244,212.87	C\$264,868.73	C\$287,531.77	C\$296,441.38	C\$323,726.22
+Gastos de Ventas	C\$422,505.80	C\$452,278.50	C\$490,578.29	C\$532,294.28	C\$577,723.50
Total Gastos de Op	<b>C\$666,718.67</b>	<b>C\$717,147.23</b>	<b>C\$778,110.06</b>	<b>C\$828,735.66</b>	<b>C\$901,449.72</b>
Utilidad/perdida en Operación	<b>C\$797,647.33</b>	<b>C\$779,116.32</b>	<b>C\$864,647.77</b>	<b>C\$976,547.11</b>	<b>C\$1,079,653.59</b>
Pagos de Imp. 30%	C\$0.00	C\$0.00	C\$0.00	C\$292,964.13	C\$323,896.08
Utilidad Neta o perdida	<b>C\$797,647.33</b>	<b>C\$779,116.32</b>	<b>C\$864,647.77</b>	<b>C\$683,582.98</b>	<b>C\$755,757.51</b>
Utilidad repartida	C\$398,823.67	C\$389,558.16	C\$432,323.89	C\$341,791.49	C\$377,878.76
Utilidad retenida	C\$398,823.67	C\$389,558.16	C\$432,323.89	C\$341,791.49	C\$377,878.76
Utilidades Acumulada	<b>C\$398,823.67</b>	<b>C\$788,381.83</b>	<b>C\$1,220,705.72</b>	<b>C\$1,562,497.20</b>	<b>C\$1,940,375.96</b>

**Nota:** El cuadro detalla la información relativa al estado de resultado proyectado a un periodo de cinco años, tales como los ingresos por ventas, costos de los vendidos, los resultados reflejan que los costos de producción y los gastos de operación son menores que los ingresos por ventas demostrando que el negocio de producción y comercialización de frito y chicharrón es **Rentable**.

#### 7.4. Flujo de efectivo

**Cuadro 36: Flujo de efectivo proyectado 2022-2026**

**“MR. PIG”**

Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS</b>					
Ventas de contados	C\$3,165,720.00	C\$3,299,819.90	C\$3,611,580.28	C\$3,952,795.16	C\$4,326,247.34
Aportación Privada	C\$272,634.86	C\$0.00	C\$0.00	C\$0.00	C\$0.00
Otros Ingresos	C\$0.00	C\$0.00	C\$0.00	C\$0.00	C\$0.00
<b>Total de ingresos</b>	<b>C\$3,438,354.86</b>	<b>C\$3,299,819.90</b>	<b>C\$3,611,580.28</b>	<b>C\$3,952,795.16</b>	<b>C\$4,326,247.34</b>
<b>EGRESOS</b>					
Inversiones Fijas	C\$173,120.00		C\$130.00	C\$990.00	C\$830.00
Inversión Diferido	C\$53,975.00	C\$0.00			C\$0.00
Ctos de Producción	C\$1,683,488.00	C\$1,785,690.35	C\$1,950,956.45	C\$2,131,681.39	C\$2,329,313.03
Gtos de Admón.	C\$218,591.20	C\$239,247.06	C\$261,910.10	C\$286,776.38	C\$314,061.22
Gtos de Ventas	C\$416,105.80	C\$445,878.50	C\$484,178.29	C\$525,894.28	C\$571,323.50
IR 30%	C\$0.00	C\$0.00	C\$0.00	C\$292,964.13	C\$323,896.08
Otros gastos	C\$0.00	C\$0.00	C\$0.00	C\$0.00	C\$0.00
U. repartida	C\$398,823.67	C\$389,558.16	C\$432,323.89	C\$341,791.49	C\$377,878.76
<b>Total de egresos</b>	<b>C\$2,944,103.67</b>	<b>C\$2,860,374.07</b>	<b>C\$3,129,498.73</b>	<b>C\$3,580,097.67</b>	<b>C\$3,917,302.58</b>

Cuadro 36. Continuación

<b>F.N.E.</b>	<b>C\$494,251.19</b>	<b>C\$439,445.83</b>	<b>C\$482,081.55</b>	<b>C\$372,697.49</b>	<b>C\$408,944.76</b>
<b>F.N.E. Acumulado</b>	<b>C\$494,251.19</b>	<b>C\$933,697.02</b>	<b>C\$1,415,778.58</b>	<b>C\$1,788,476.07</b>	<b>C\$2,197,420.82</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 5 años. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

**Cuadro 37: Presupuesto de inversión fija**

<b>Nº</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo total C\$</b>
<b>1</b>	<b>Presupuesto de equipos y mobiliarios de trabajo</b>	29,900
<b>2</b>	<b>Presupuesto de utensilios de cocina</b>	10,220
<b>3</b>	<b>Presupuesto de Motocicleta</b>	20,000
<b>4</b>	<b>Presupuesto de infraestructura</b>	80,000
<b>5</b>	<b>Presupuesto de mobiliario y equipo de oficina</b>	33,000
<b>6</b>	<b>Subtotal</b>	<b>173,120</b>
<b>7</b>	<b>Imprevisto 5%</b>	<b>8,656.00</b>
<b>8</b>	<b>Total</b>	<b>181,776.00</b>

**Nota:** El cuadro anterior muestra los montos correspondientes a los presupuestos de inversión fija, el presupuesto de equipos y mobiliarios de trabajo, el presupuesto de utensilios de cocina, presupuesto de motocicleta, presupuesto de infraestructura y el presupuesto mobiliario y equipo de oficina, un total de inversión fija de C\$ 173,120 córdobas. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

**Cuadro 38: Presupuesto de inversión diferida**

<b>Nº</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo total C\$</b>
<b>1</b>	<b>Instalación de agua potable</b>	1,155.00
<b>2</b>	<b>Instalación de Energía eléctrica</b>	660.00
<b>3</b>	<b>Registro sanitario</b>	4,290.00
<b>4</b>	<b>Matricula en alcaldía</b>	120.00
<b>5</b>	<b>Manual de contabilidad</b>	16,500.00
<b>6</b>	<b>Manual de Normas y Procedimientos</b>	14,850.00
<b>7</b>	<b>Manual de cargos y funciones</b>	14,850.00
<b>8</b>	<b>Gastos legales</b>	1,550.00
<b>9</b>	<b>Subtotal</b>	<b>53,975.00</b>
<b>10</b>	<b>Imprevisto 5%</b>	<b>2,698.75</b>
<b>11</b>	<b>Total</b>	<b>C\$56,673.75</b>

### Cuadro 39: Presupuesto de capital de trabajo

Nº	Descripción	C\$ Año 1
1	Presupuesto de Materia Prima	C\$1,027,580.00
2	Presupuesto de Mano de Obra Directa	C\$144,000.00
3	Presupuesto de Costos Indirectos de Producción	C\$529,774.00
4	Presupuesto de Gastos de Ventas	C\$422,505.80
5	Presupuesto de Gastos de Administración	C\$244,212.87
6	Total	C\$2,368,072.67
7	Capital de trabajo para 1 semana de operaciones	C\$45,539.86

**Nota:** En el cuadro se presentan los presupuestos que conforman el capital de trabajo, teniendo un total de **C\$ 2, 368,072.67** córdobas, y un capital de trabajo para una semana de operaciones de **C\$ 45,539.86** córdobas. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

#### 7.5. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad se usa frecuentemente en las empresas que están en el punto de toma de decisiones sobre de la inversión de sus capitales, este análisis consiste en el cálculo de los nuevos flujos de caja, en proyectos, negocios y otro.

Es una herramienta simple de aplicar y puede proporcionar información necesaria para que se tome una decisión acorde al riesgo que se prefiera asumir.

La base para la aplicación de este método es poder identificar los posibles escenarios de una inversión, estos se clasifican de la siguiente manera:

- **Escenario pesimista:** El peor panorama para una inversión, donde el resultado final de un proyecto es un fracaso.
- **Escenarios probables:** Como su nombre lo indica, sería el resultado más probable que se suponga para el análisis de una inversión, es un escenario objetivo y está basado en la mayor información posible, es decir, es una mirada objetiva de la situación.

- **Escenario optimista:** Siempre está la posibilidad de que se logre más de lo esperado, cuando el escenario es optimista motiva a los inversionistas en arriesgarse a la inversión.

Para la elaboración del análisis de sensibilidad de MR. PIG, se utilizó el estado de resultado proyecto para el primer año de operación.

**Los escenarios que se presentaron para el negocio fueron los siguientes:**

**Escenario pesimista:** En este escenario las ventas bajan un 15% y los costos suben un 10% y los resultados generan una poca ganancia de **C\$85,982.06** córdobas.

**Escenario probable:** En este escenario correspondió al resultado proyectado para el primer año de operaciones.

**Escenario optimista:** Para este escenario se tomó en consideración un aumento en las ventas del 10% y una reducción de los costos en 15%, esto generando una ganancia de **C\$1,469,430.23** córdobas.

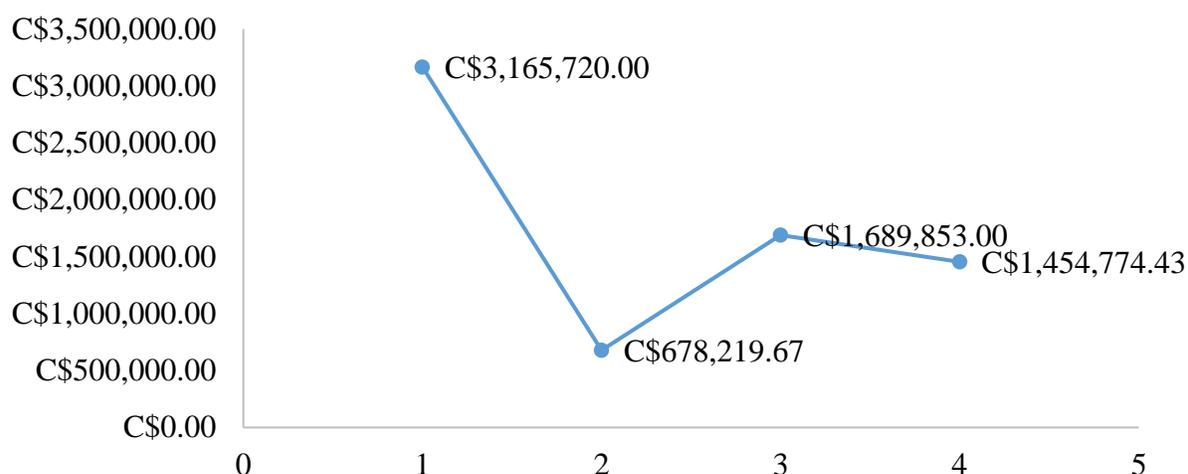
**Cuadro 40: Análisis de sensibilidad del estado de resultado**

<b>Conceptos</b>	<b>Pesimista Ventas bajan 15% Costos suben 10%</b>	<b>Probable</b>	<b>Optimista Ventas suben 10% Costos bajan 15%</b>
Ventas Totales	C\$2,690,862.00	C\$3,165,720.00	C\$3,482,292.00
-Costo de lo Vendido	C\$1,871,489.40	C\$1,701,354.00	C\$1,446,150.90
Utilidad Bruta/Perdida	<b>C\$819,372.60</b>	<b>C\$1,464,366.00</b>	<b>C\$2,036,141.10</b>
Gastos de Operación			
+Gastos de Admón.	C\$268,634.16	C\$244,212.87	C\$207,580.94
+Gastos de Ventas	C\$464,756.38	C\$422,505.80	C\$359,129.93
Total Gastos de Op	<b>C\$733,390.54</b>	<b>C\$666,718.67</b>	<b>C\$566,710.87</b>
Utilidad/perdida en Operación	<b>C\$85,982.06</b>	<b>C\$797,647.33</b>	<b>C\$1,469,430.23</b>
Pagos de Imp. 30%	C\$0.00	C\$0.00	C\$0.00
Utilidad Neta o perdida	<b>C\$85,982.06</b>	<b>C\$797,647.33</b>	<b>C\$1,469,430.23</b>
Utilidad repartida	C\$42,991.03	C\$398,823.67	C\$734,715.12
Utilidad retenida	C\$42,991.03	C\$398,823.67	C\$734,715.12
Utilidades Acumulada	<b>C\$42,991.03</b>	<b>C\$398,823.67</b>	<b>C\$734,715.12</b>

## 7.6. Punto de equilibrio

**Cuadro 41: Punto de equilibrio**

No	Ingreso por ventas	Costos fijos	Costos Variables	Punto de equilibrio
1	C\$3,165,720.00	C\$942,219.67	C\$1,723,853.00	<b>C\$1,454,774.43</b>



**Figura 37: Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio es el instrumento financiero que indica el número de ventas necesario para que se pueda cubrir los costos y los gastos fijos y variables de un periodo determinado. En figura se muestran los resultados del cálculo del punto de equilibrio de MR. FIG, lo que se concluye que cuando la empresa vende C\$ 1,454,774.43 está en equilibrio.

## 7.7. Valor Actual Neto (VAN)

**VAN:** El valor actual neto (VAN) es el indicador financiero que determina la viabilidad de un negocio, si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el negocio no es **rentable**. Por el contrario, sino queda ganancias en negocio no es **rentable**

El VAN se calcula mediante la siguiente fórmula:

$$VAN= I+ \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

**El criterio de selección de la inversión es el siguiente**

1. **VAN < 0 el negocio no es rentable.** Cuando la inversión es mayor que los flujos de efectivos descontados. Por tanto, esta no se recupera
2. **VAN > 0 el negocio es rentable.** Cuando los flujos descontados son mayores que la inversión inicial, lográndose la recuperación de dicha inversión

**Cuadro 42: Cálculos de los indicadores financieros VAN y TIR**

<b>Años</b>	<b>0</b>	<b>Año 2022</b>	<b>Año 2023</b>	<b>Año 2024</b>	<b>Año 2025</b>	<b>Año 2026</b>
		<b>C\$</b>	<b>C\$</b>	<b>C\$</b>	<b>C\$</b>	<b>C\$</b>
<b>A.</b>		3,446,201.01	3,299,819.90	3,611,580.28	3,952,795.16	4,326,247.34
<b>Ingresos</b>						
<b>Inversión Inicial</b>	173,120.00					
<b>B.</b>		2,944,103.67	2,860,374.07	3,129,498.73	3,580,097.67	3,917,302.58
<b>Egresos</b>						
<b>F.N (A-B)</b>	<b>-173,120.00</b>	494,251.19	439,445.83	482,081.55	372,697.49	408,944.76

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

### 7.7.1. Cálculo VAN

$$VAN= -173,120.00 + (494,251.19) / (1+0.05)^1 + (439,445.83) / (1+0.05)^2 + (482,081.55) / (1+0.05)^3 + (372,697.49) / (1+0.05)^4 + (408,944.76) / (1+0.05)^5$$

$$VAN = -173,120.00 + (470,715.42) + (398,590.33) + (416,440.17) + (306,619.15) + (320,418.92)$$

$$VAN = -173,120.00 + 1,912,783.98$$

$$\text{VAN 1} = 1,739,663.98$$

**Nota:** Según el cálculo del Valor Actual Neto, la inversión se recuperará en el periodo establecido, se obtiene un valor de **C\$ 1,739,663.98** córdobas, lo que significa que las ganancias generadas por la producción y comercialización de frito y chicharrón superan el costo total, de esta manera se determina que es recomendable ejecutar el establecimiento de MR. FIG.

#### **7.8. Tasa interna de retorno (TIR)**

$$\text{VAN1} = 1,739,663.98$$

$$\text{TASA1} = 5\%$$

$$\text{TASA2} = 20\%$$

$$\text{VAN2} =$$

Para la obtención de la Tasa Interna de Retorno se requiere de los datos del **VAN1** y buscar una tasa superior a la **tasa 1**, la que se obtiene por prueba y error hasta obtener un **VAN2** negativo.

$$\text{VAN2} = -173,120.00 + (494,251.19) / (7+0.20)^1 + (439,445.83) / (7+0.20)^2 + (482,081.55) / (7+0.20)^3 + (372,697.49) / (7+0.20)^4 + (408,944.76) / (7+0.20)^5$$

$$\text{VAN2} = -173,120.00 + (70,406.15) + (8,917.25) + (1,393.51) + (153.46) + (23.99)$$

$$\text{VAN2} = -173,120.00 + 80,894.37$$

$$\text{VAN 2} = -92,225.63$$

$$\text{TIR} = 5 + [700-5] (1,739,663.98) / (1,739,663.98) - (-92,225.63)$$

$$\text{TIR} = 5 + [(1,209,066,466.1) / (1,831,889.61)]$$

$$\text{TIR} = 5 + 660.01$$

$$\text{TIR} = 665.01$$

**Nota:** De igual forma se espera **665.01%** de la tasa de rentabilidad o de retorno respecto al interés de 700% que nos ofrece el mercado, indicando que es conveniente la inversión en MR. FIG.

## VIII. PLAN DE IMPACTO AMBIENTAL

### 8.1. Objetivos

Determinar el impacto ambiental que tendrá el establecimiento de MR. PIG en la producción y comercialización de frito y chicharrón en el Barrio Monte Fresco donde estará ubicado.

Proponer alternativas de actividad para la mitigación y cuidado ambiental para los años 2022-2026.

### 8.2. Problema

En el Barrio Monte Fresco, perteneciente al distrito VI de Managua existe una población de 1,383 habitantes, en las que la mayoría de las personas se dedican al comercio en pulperías y pequeños negocios, es acá donde a establecer un negocio de producción y comercialización de frito y chicharrón, la empresa será generadora de desechos tales como la manteca quemada por la elaboración de estos productos.

Otros problemas que se pueden presentar en la empresa es la generación de desechos que son las bolsas de empaque y etiqueta, y posibles contaminaciones a las aguas residuales.

### 8.3. Alternativa

La empresa **MR. PIG** implementará una alternativa viable y amigable con el medio ambiente como: Una estrategia para el control de desechos es el convenio con productores porcinos que elaboran concentrados y comidas que comúnmente son llamados machihue, entre los ingredientes que se utilizan para su elaboración está la manteca de cerdo quemada, lo que sería una oportunidad para ellos y la empresa no contaminaría el medio ambiente ni la vendería para consumo humano, otra alternativa es la construcción de sumideros para alojar aguas residuales y las limpiezas dentro y fuera de las instalaciones evitando la mayor cantidad de desechos generados por la empresa.

Se realizarán jornadas de limpieza en el sector evitando la mayor cantidad de desechos de bolsas plásticas y etiquetas.

#### **8.4. Políticas, normativas y leyes ambientales de interés para el negocio**

Ley 559, ley especial de delitos contra el medio ambiente y los recursos naturales, esta ley debe ser tomada en cuenta por el negocio, debido que hay empresas que realizan actividades productivas similares que prefieren botar los desperdicios de manteca en el suelo dañándolo, lo que produce infertilidad y contaminación, también las tuberías de agua potable donde todos los pobladores consumen agua, y hay quienes los botan en el tronco de los árboles produciendo que estos se sequen.

## **IX. CONCLUSIONES**

- El plan de mercado muestra que el establecimiento de MR. PIG, es comercialmente viable desde el punto de vista comercial, ya que existe una demanda potencial con intención de comprar frito y chicharrón del 100% de la demanda total de las familias de los 5 barrios objeto de estudio del distrito VI de Managua.
- El plan de producción demuestra que el establecimiento la empresa MR. PIG, en la producción y comercialización de frito y chicharrón es factible debido a que hay una infraestructura adecuada, utensilios adecuados para realizar los procesos productivos, además se trabajará con la tecnología adecuada para realizar las funciones de la empresa.
- Dados los resultados del plan, se considera que, desde el punto de vista organizacional, es viable la producción y comercialización de frito y chicharrón, dado que se cuenta con un personal capacitado en atención al cliente, inspección de materia prima, inspección de higiene y calidad en la elaboración, inspección de higiene y calidad en los productos terminados listos a comercializar, de personal responsable en la entrega a domicilio, se capacitará a todos los trabajadores en todas las áreas para que tengan conocimiento sobre cada uno de los procesos productivos que se realizan en la empresa.
- El plan financiero demuestra que la producción y comercialización de frito y chicharrón es viable y rentable debido a que la inversión se recupera en el primer año de operaciones obteniendo un ingreso por venta de C\$ 3,165,720.

- Se concluye que el establecimiento de MR. PIG para la producción y comercialización de frito y chicharrón es viable ambientalmente, y el negocio es amigable con el medio ambiente ya que se apega a lo regido en la ley 559, que es la ley especial de delitos contra el medio ambiente y los recursos naturales.

En síntesis, se ha demostrado que desde el punto de vista mercadológico, organizacional, ambiental, productivo y financiero el plan de negocio es viable factible y rentable, por lo que se toma la decisión de implementar el presente plan de negocios.

## X. RECOMENDACIONES

- Plan de mercado
  - Tomar en cuenta las distintas estrategias para contrarrestar la debilidad y amenazas que el negocio pueda tener.
  - Realizar publicidad continuamente para captar nuevos clientes.
  - Ampliar el mercado a través de comercio en otros departamentos y municipios.
  
- Plan de producción
  - Crear alianzas con los proveedores para garantizar materia prima de calidad y lograr cumplir con las metas de producción establecidas.
  - Cumplir con las ventas proyectadas.
  
- Plan organizacional
  - Generar alianzas con instituciones gubernamentales y no gubernamentales para la gestión de posibles fuentes de financiamiento, en caso de querer abrir otro local.
  - Establecer convenios con instituciones para la obtención de capacitaciones y asistencia técnica para el personal de la empresa.
  - Mantener siempre una estructura organizacional acorde al tamaño del negocio.
  
- Plan Financiero
  - Implementación de un sistema contable para el registro de las operaciones, salidas y entradas.

## XI. BIBLIOGRAFIA

Instituto Nacional de Información de desarrollo (2008). *Managua en cifras*.  
<https://www.inide.gob.ni/docu/censos2005/CifrasMun/Managua/Managua.pdf>

IV CENAGRO. (Julio de 2012). *CENSO NACIONAL AGROPECUARIO*.  
<http://www.fao.org/3/I9362ES/i9362es.pdf>

NITLAPAN (2012) *Análisis de la Cadena de Valor de la Carne de Cerdos y sus derivados*.  
Recuperado el 15 de Abril de 2021 <https://core.ac.uk/download/pdf/35145581.pdf>

Torrez Castro, F. J. (2010). *Gestión del arbolado urbano público en vías de alta densidad vehicular de tres distritos de Managua*. [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional Agraria ] <https://cenida.una.edu.ni/Tesis/tnk10t694.pdf>

## XII. ANEXOS

### Anexo 1: Requerimiento materia prima semanal

Descripción	Cantidad	U/M	C/U C\$	C/T C\$
Carne de cerdo	206.44	LB	60	12,386.54
Tocino de cerdo	184.36	LB	40	7,374.61
<b>Total</b>				<b>19,761.15</b>

### Anexo 2: Requerimientos de insumo semanal

Descripción	Cantidad	U/M	C/U C\$	C/T C\$
Manteca de cerdo	28.08	LT	25	702
Sal para el frito	3.5	LB	4	14
Sal para chicharrón	3.5	LB	4	14
Pimienta	0.77	LB	130	100
Achiote	1.75	LB	40	70
<b>Total</b>				<b>900</b>

**Anexo 3: Tabla de consumo y el costo total de energía en la empresa**

<b>Descripcion</b>	<b>C\$ Año 1</b>	<b>C\$ Año 2</b>	<b>C\$ Año 3</b>	<b>C\$ Año 4</b>	<b>C\$ Año 5</b>
<b>Costo de kw/h</b>	5.5	5.78	6.06	6.37	6.69
<b>Total promedio de kw/h dia</b>	132	135.696	139.50	143.40	147.42
<b>Dias laborales</b>	26	26	26	26	26
<b>Total Kw/h al mes</b>	3,432	3528.096	3,626.88	3,728.44	3,832.83
<b>Total kw/h al año</b>	41,184	42,337.15	43,522.59	44,741.22	45,993.98
<b>Costo total del consumo de Kw/h al año</b>	226,512.00	244,497.05	263,910.12	284,864.58	307,482.83

**Nota:** Según tarifas indicativas de energía emitidas por la empresa disnorte y dissur el kW/h es de 5.5 para un total de 226,512 córdobas al año, este total se prorratea un 80% para el área de producción 10% para el área de ventas y 10% para el área de administración

#### Anexo 4: Tabla de consumo y el costo total de agua potable en la empresa

Descripcion	C\$ Año 1	C\$ Año 2	C\$ Año 3	C\$ Año 4	C\$ Año 5
Costo de mts3	7.09	7.44	7.82	8.21	8.62
<b>Total promedio</b> mts3/dia	50	51.40	52.84	54.32	55.84
<b>Dias laborales</b>	26	26	26	26	26
<b>Total mts3 al mes</b>	1,300	1336.4	1,373.82	1,412.29	1,451.83
<b>Total mts3 al año</b>	15,600	16,036.80	16,485.83	16,947.43	17,421.96
<b>Costo total del consumo</b> mts3 al año	110,604.00	119,385.96	128,865.20	139,097.10	150,141.41

**Nota:** según la tabla vigente de ENACAL sobre los costos por mts3 el costo es por 7.09 córdobas consumidos para un total de C\$ 110,604 córdobas para el primer año el cual se prorratea un 90% para el área de producción, 5% para el área de ventas y 5% para el área de administración.

#### Anexo 5: Proyecciones de ingreso por venta de frito y chicharrón

No	Producto	C\$ Año 1	C\$ Año 2	C\$ Año 3	C\$ Año 4	C\$ Año 5
1	Frito	1,631,720.00	1,700,839.66	1,861,531.59	2,037,405.37	2,229,895.35
2	Chicharrón	1,534,000.00	1,598,980.24	1,750,048.69	1,915,389.79	2,096,351.99
3	<b>Total</b>	<b>3,165,720.00</b>	<b>3,299,819.90</b>	<b>3,611,580.28</b>	<b>3,952,795.16</b>	<b>4,326,247.34</b>

**Nota:** Para el segundo año de operación se tomó en cuenta el criterio de crecimiento poblacional del 1.2% anual, para los años 3, 4 y 5 se tomó en cuenta también el criterio de inflación de precios que es del 3% anual y un aumento de ventas del 5% anual, según el análisis de precios, el valor de la libra de frito es de C\$ 190 córdobas, y la libra de chicharrón de C\$ 200 córdobas. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

## Anexo 6: Presupuesto de Materia prima

No	Descripción	C\$ Año 1	C\$ Año 2	C\$ Año 3	C\$ Año 4	C\$ Año 5
1	Carne de cerdo	644,100.00	671,384.08	734,815.10	804,238.96	880,221.85
2	Tocino de cerdo	383,480.00	399,724.21	437,489.35	478,822.47	524,060.66
3	<b>Total</b>	<b>1,027,580.00</b>	<b>1,071,108.29</b>	<b>1,172,304.45</b>	<b>1,283,061.43</b>	<b>1,404,282.51</b>

**Nota:** En el cuadro se presenta el presupuesto de materia prima proyectado para 5 años, para los próximos años de operación se tomó en cuenta el criterio de crecimiento poblacional del 1.2% anual, para los años 2, 3, 4 y 5 se tomó en cuenta el criterio de inflación de precios, siendo de 3% anual y un aumento de ventas del 5% anual, el precio de compra de la carne de cerdo es de C\$ 60 córdobas y del tocino C\$ 40 córdobas. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

## Anexo 7: Presupuesto de mano de obra directa

No	Cargo	No	C\$ Año 1	C\$ Año 2	C\$ Año 3	C\$ Año 4	C\$ Año 5
1	Cocinero	1	8,000.00	8,800.00	9,680.00	10,648.00	11,712.80
2	Empacador	1	4,000.00	4,400.00	4,840.00	5,324.00	5,856.40
3	<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>12,000.00</b>	<b>13,200.00</b>	<b>14,520.00</b>	<b>15,972.00</b>	<b>17,569.20</b>

**Nota:** En el cuadro anterior se muestra el presupuesto del personal de producción, los sueldos se establecieron tomando en consideración al plan organizacional, los sueldos demostrados están establecidos para un mes de operaciones, se multiplicará por el total de meses del año, para proyectar los sueldos de los años posteriores se tomó como promedio un 10% de incremento tomando en consideración los incrementos experimentados en los años anteriores. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

### Anexo 8: Presupuesto de costos directos de producción

No	Producto	C\$ Año 1	C\$ Año 2	C\$ Año 3	C\$ Año 4	C\$ Año 5
1	Materia prima	1,027,580.00	1,071,108.29	1,172,304.45	1,283,061.43	1,404,282.51
2	Mano de obra directa	144,000.00	158,400.00	174,240.00	191,664.00	210,830.40
3	<b>Total</b>	<b>1,171,580.00</b>	<b>1,229,508.29</b>	<b>1,346,544.45</b>	<b>1,474,725.43</b>	<b>1,615,112.91</b>

**Nota:** En el cuadro se presenta el presupuesto de los costos directos, el que está compuesto por el saldo total del presupuesto de materia prima y el presupuesto del personal que trabajará en la producción. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

### Anexo 9: Presupuesto de insumos

No	Descripción	C\$ Año 1	C\$ Año 2	C\$ Año 3	C\$ Año 4	C\$ Año 5
1	Manteca de cerdo	36,500.00	38,046.14	41,640.66	45,574.79	49,880.60
2	Sal	1,456.00	1,517.68	1,661.06	1,817.98	1,989.74
3	Pimienta	5,200.00	5,420.27	5,932.37	6,492.85	7,106.28
4	Achiote	3,640.00	3,794.19	4,152.66	4,544.99	4,974.39
5	<b>Total</b>	<b>46,796.00</b>	<b>48,778.28</b>	<b>53,386.75</b>	<b>58,430.61</b>	<b>63,951.01</b>

**Nota:** En el cuadro se presenta la del presupuesto de insumos proyectados para 5 años, a partir del segundo año de operación se tomó en cuenta el criterio de crecimiento poblacional del 1.2% anual, respectivamente para los años 3, 4 y 5 se tomó en cuenta también el criterio de inflación de precios que es del 3% anual y un aumento de ventas del 5% anual, el precio de compra de sal tiene un precio de C\$ 4 córdobas, la libra de pimienta tiene un precio de C\$ 130 córdobas, la libra de achiote C\$ 40 córdobas y el litro de manteca de cerdo es de C\$ 25 córdobas. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

### Anexo 10: Presupuesto consolidado de personal de ventas

No	Cargo	No	C\$ Año 1	C\$ Año 2	C\$ Año 3	C\$ Año 4	C\$ Año 5
1	Despachador	1	7,000.00	7,700.00	8,470.00	9,317.00	10,248.70
2	Repartidor	1	5,000.00	5,500.00	6,050.00	6,655.00	7,320.50
3	<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>12,000.00</b>	<b>13,200.00</b>	<b>14,520.00</b>	<b>15,972.00</b>	<b>17,569.20</b>

**Nota:** En el cuadro anterior se muestra el presupuesto del personal de ventas, los sueldos demostrados están establecidos para un mes de operaciones, se multiplicará por el total de meses del año, los sueldos se establecieron tomando en consideración al plan organizacional, para proyectar los sueldos de los años posteriores se tomó como promedio un 10% de incremento tomando en consideración los incrementos experimentados en los años anteriores. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

### Anexo 11: Presupuesto consolidado de personal de administración

No	Cargo	No	C\$ Año 1	C\$ Año 2	C\$ Año 3	C\$ Año 4	C\$ Año 5
1	Gerente General	1	10,000	11,000	12,100	13,310	14,641
2	<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>10,000</b>	<b>11,000</b>	<b>12,100</b>	<b>13,310</b>	<b>14,641</b>

**Nota:** En el cuadro anterior se muestra el presupuesto del gerente general, el sueldo demostrad está establecido para un mes de operaciones, se multiplicará por el total de meses del año el sueldo se estableció tomando en consideración al plan organizacional, para proyectar los sueldos de los años posteriores se tomó como promedio un 10% de incremento tomando en consideración los incrementos experimentados en los años anteriores. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

## Anexo 12: Presupuesto de las prestaciones sociales

Cargo	Cantidad	Pago mensual C\$	Pago anual C\$	Vacaciones C\$	Aguinaldo C\$	Indemnización C\$	INSS 21.5% C\$	INATEC 2% C\$	Totales C\$
Gerente general	1	10,000.00	120,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	25,800.00	2,400.00	58,200.00
Cocinero	1	8,000.00	96,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	20,640.00	1,920.00	46,560.00
Empacador	1	4,000.00	48,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	10,320.00	960.00	23,280.00
Despachador	1	7,000.00	84,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	18,060.00	1,680.00	40,740.00
Repartidor	1	5,000.00	60,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	12,900.00	1,200.00	29,100.00
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>34,000.00</b>	<b>408,000.00</b>	<b>34,000.00</b>	<b>34,000.00</b>	<b>34,000.00</b>	<b>87,720.00</b>	<b>8,160.00</b>	<b>197,880.00</b>

**Nota:** En el cuadro anterior se refleja el pago de las prestaciones sociales de todo el personal de MR. PIG, las vacaciones, treceavo mes e indemnización equivale a un mes de sueldo, basándose en el número de trabajadores que es menor a 50 se le aplico el INSS de 21.5% sobre su pago anual, así mismo INATEC del 2%. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

### Anexo 13: Presupuesto de costos indirectos de producción

No.	Descripción	C\$ Año 1	C\$ Año 2	C\$ Año 3	C\$ Año 4	C\$ Año 5
1	Servicios telefónicos	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00
2	Mantenimiento de moto	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00
3	Consumo de energía eléctrica 80%	181,209.60	195,597.64	211,128.10	227,891.66	245,986.26
4	Consumo de agua potable 90%	99,543.60	107,447.36	115,978.68	125,187.39	135,127.27
5	Equipo de protección y seguridad	3,280.00	3,280.00	3,280.00	3,280.00	3,280.00
6	Sueldo del cocinero	96,000.00	105,600.00	116,160.00	127,776.00	140,553.60
7	Prestaciones sociales del cocinero	46,560.00	51,216.00	56,337.60	61,971.36	68,168.50
8	Sueldo del empacador	48,000.00	52,800.00	58,080.00	63,888.00	70,272.00
9	Prestaciones sociales del empacador	23,280.00	25,608.00	28,168.80	30,985.68	34,084.25
10	Gasolina de motocicleta 10%	7,534.80	8,133.06	8,778.83	9,475.87	10,228.25
11	<b>Subtotal</b>	<b>511,908.00</b>	<b>556,182.06</b>	<b>604,412.00</b>	<b>656,955.96</b>	<b>714,200.12</b>
12	Dep de equipos y mob de trabajo	4,105.00	4,105.00	4,105.00	4,105.00	4,105.00
13	Dep de utensilios de cocina	1,726.00	1,726.00	1,726.00	1,726.00	1,726.00
14	Dep de Motocicleta 10%	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
15	Dep de infraestructura 60%	9,600.00	9,600.00	9,600.00	9,600.00	9,600.00
16	Amortización de inversión diferida	2,035.00	2,035.00	2,035.00	-	-

Anexo 13. Continuación.

<b>17</b>	<b>Subtotal</b>	<b>17,866.00</b>	<b>17,866.00</b>	<b>17,866.00</b>	<b>15,831.00</b>	<b>15,831.00</b>
<b>18</b>	<b>Total costos indirectos de producción</b>	<b>529,774.00</b>	<b>574,048.06</b>	<b>622,278.00</b>	<b>672,786.96</b>	<b>730,031.12</b>

**Nota:** En el cuadro anterior se reflejan los costos indirectos de producción, para el primer año se considera un total de **C\$529,774.00** córdobas. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

**Anexo 14: Presupuesto de costos totales de producción**

<b>No</b>	<b>Descripción</b>	<b>C\$ Año 1</b>	<b>C\$ Año 2</b>	<b>C\$ Año 3</b>	<b>C\$ Año 4</b>	<b>C\$ Año 5</b>
<b>1</b>	<b>Costos Directos</b>	1,171,580.00	1,229,508.29	1,346,544.45	1,474,725.43	1,615,112.91
<b>2</b>	<b>Costos Indir. Con Depreciacion</b>	529,774.00	574,048.06	622,278.00	672,786.96	730,031.12
<b>3</b>	<b>Costos Totales de Produccion</b>	<b>1,701,354.00</b>	<b>1,803,556.35</b>	<b>1,968,822.45</b>	<b>2,147,512.39</b>	<b>2,345,144.03</b>

**Nota:** El cuadro anterior muestra el presupuesto de los costos totales de producción, que se componen de los costos directos con un total de **C\$ 1,171,580.00** y los costos indirectos con depreciación con un total de **C\$ 529,774.00**, teniendo una sumatoria de **C\$ 1,701,354.00**. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

### Anexo 15: Presupuesto de gastos operativos para incluirse en el flujo de efectivo

No	Descripción	C\$ Año 1	C\$ Año 2	C\$ Año 3	C\$ Año 4	C\$ Año 5
1	Gastos de Administración	218,591.20	239,247.06	261,910.10	286,776.38	314,061.22
2	Gastos de Ventas	416,105.80	445,878.50	484,178.29	525,894.28	571,323.50
3	Total Gastos operativos	<b>634,697.00</b>	<b>685,125.56</b>	<b>746,088.39</b>	<b>812,670.66</b>	<b>885,384.72</b>

**Nota:** El cuadro presenta información relacionada con los gastos operativos que están conformados por los gastos de administración y gastos de ventas, los cuales se incluyen en el presupuesto de flujo de efectivo para el primer año teniendo un total de **C\$ 634,697.00**. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

**Anexo 16: Presupuesto de gastos operativos para incluirse en el estado de resultado**

<b>No</b>	<b>Descripción</b>	<b>C\$ Año 1</b>	<b>C\$ Año 2</b>	<b>C\$ Año 3</b>	<b>C\$ Año 4</b>	<b>C\$ Año 5</b>
<b>1</b>	<b>Gastos de Administración con depreciación</b>	244,212.87	264,868.73	287,531.77	296,441.38	323,726.22
<b>2</b>	<b>Gastos de Ventas con depreciación</b>	422,505.80	452,278.50	490,578.29	532,294.28	577,723.50
<b>3</b>	<b>Total Gastos operativos</b>	<b>666,718.67</b>	<b>717,147.23</b>	<b>778,110.06</b>	<b>828,735.66</b>	<b>901,449.72</b>

**Nota:** El cuadro presenta información que detalla los gastos operativos en efectivo y los montos en concepto de depreciación, los que se imputan al estado de resultado, en el primer año un total de **C\$ 666,718.67**. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

### Anexo 17: Presupuesto de equipos y mobiliarios de trabajo

N°	Equipos y mobiliario de trabajo	Cantidad	C/U C\$	C/T C\$
1	Cocinas industriales de un quemador con 32 pulgadas de ancho por 32 pulgadas de largo.	2	3,500.00	7,000.00
2	Freezer de dos puertas con medida de 2 metros de largo por 1 metro de alto.	2	4,500.00	9,000.00
3	Pesas electrónicas con capacidad máxima de 100 kg	3	1,500.00	4,500.00
4	Mesas de acero inoxidable de 2 metros de largo	3	2,000.00	6,000.00
5	Mesas de madera de 1.5 metros.	2	1,700.00	3,400.00
6	<b>Subtotal</b>			<b>29,900.00</b>
7	<b>Imprevisto 5%</b>			<b>1,495.00</b>
8	<b>Total</b>			<b>31,395.00</b>

**Nota:** El cuadro anterior muestra el presupuesto de los equipos y mobiliarios de trabajo, con un total de C\$ 29,900 córdobas. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

### Anexo 18: Presupuesto de utensilios de cocina

N°	Utensilios de cocina	Cantidad	C/U C\$	C/T C\$
1	Baldes de plásticos con capacidad de 20 lts	8	200.00	1,600.00
2	Manteles de mesa con medida de 1.5 mts	5	120.00	600.00
3	Cuchillos carniceros (20cm x 6 cm)	4	70.00	280.00
4	Tablas de picar carne	2	60.00	120.00
5	Panas grandes de plástico con capacidad de 25 lts	5	150.00	750.00
6	Cucharones 50 ml	4	120.00	480.00
7	Cucharas medianas de 15 ml	6	15.00	90.00
8	Ollas grandes con capacidad de 20 lts	6	1,000.00	6,000.00
9	Coladores de aluminio	2	150.00	300.00
10	<b>Subtotal</b>			<b>10,220.00</b>
11	<b>Imprevisto 5%</b>			<b>511.00</b>
12	<b>Total</b>			<b>10,731.00</b>

**Nota:** El cuadro anterior muestra el presupuesto de utensilios de cocina que será utilizado por MR. PIG, siendo este presupuesto de C\$ 10,220. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

### **Anexo 19: Presupuesto de motocicleta**

<b>N°</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>C/U C\$</b>	<b>C/T C\$</b>
<b>1</b>	<b>Motocicleta dayun 125</b>	1	20,000.00	20,000.00
<b>2</b>	<b>Imprevisto 5%</b>			<b>1,000</b>
<b>3</b>	<b>Total</b>			<b>21,000</b>

**Nota:** El cuadro refleja el presupuesto de la motocicleta que se utilizará para las entregas a domicilio de la empresa, tiene un costo total de C\$ 20,000 córdobas. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

### **Anexo 20: Presupuesto de infraestructura**

<b>N°</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>C/U C\$</b>	<b>C/T C\$</b>
<b>1</b>	<b>Infraestructura</b>	1	80,000.00	80,000.00
<b>2</b>	<b>Imprevisto 5%</b>			<b>4,000</b>
<b>3</b>	<b>Total</b>			<b>84,000</b>

**Nota:** El cuadro muestra el presupuesto de la infraestructura donde estará establecida la empresa, tiene un costo de C\$ 80,000. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

### Anexo 21: Presupuesto de mobiliario y equipo de oficina

N°	Descripción	Cantidad	C/U C\$	C/T C\$
1	Escritorio de madera de 1.5 metros	1	8,000.00	8,000.00
2	Silla giratoria	1	3,000.00	3,000.00
3	Sillas plásticas para espera	8	500.00	4,000.00
4	Abanico de pared SANKEY	3	2,000.00	6,000.00
5	Minicomputadora HP de 14 pulgadas	1	3,500.00	3,500.00
6	Impresora HP	1	3,000.00	3,000.00
7	Televisor pantalla plana SANKEY de 28"	1	5,000.00	5,000.00
8	Teléfono convencional CLARO	1	500.00	500.00
9	Subtotal			<b>33,000.00</b>
10	Imprevisto 5%			<b>1,650.00</b>
11	Total			<b>34,650.00</b>

**Nota:** En el cuadro se presenta la información sobre el mobiliario y equipos de oficina que se requerirá para el funcionamiento de MR. FIG. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

## Anexo 22: Presupuesto de papelería y útiles de oficina

N°	Descripción	Cantidad	C/U C\$	C/T C\$
1	Resma de papel	3	250.00	750.00
2	Caja de folder	6	80.00	480.00
3	Engrapadora	1	80.00	80.00
4	Calculadora	2	350.00	700.00
5	Saca grapa	1	50.00	50.00
6	Caja de lapiceros	2	30.00	60.00
7	Cuadernos	6	25.00	150.00
8	Correctores	3	15.00	45.00
9	Taype	3	60.00	180.00
10	Pizarra de 42 pulgadas	1	2,000.00	2,000.00
11	Marcadores	12	15.00	180.00
12	Subtotal			<b>4,675.00</b>
13	Imprevisto 5%			<b>233.75</b>
14	Total			<b>4,908.75</b>

**Nota:** En el cuadro se presenta la información sobre la papelería y útiles de oficina que se requerirá en MR. PIG, total de C\$ 4,675 córdobas. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

### Anexo 23: Presupuesto de equipo de protección y seguridad

N°	Descripción	Cantidad	C/U C\$	C/T C\$
1	Gorros de cocina	4	180.00	720.00
2	Gabachas	4	200.00	800.00
3	Par de botas de hule	2	300.00	600.00
4	Caja de mascarilla	6	60.00	360.00
5	Caja de guantes	8	100.00	800.00
6	Subtotal			<b>3,280.00</b>
7	Imprevisto 5%			<b>164.00</b>
8	Total			<b>3,444.00</b>

**Nota:** El cuadro detalla el presupuesto de equipo de protección y seguridad para el área de producción de la empresa, un total de C\$ 3,280 córdobas. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

**Anexo 24: Tabla de depreciación de equipos y mobiliarios de trabajo**

<b>No</b>	<b>Equipos y mobiliarios de trabajo</b>	<b>C/T C\$</b>	<b>vida útil</b>	<b>Valor residual</b>	<b>Depreciación C\$</b>
<b>1</b>	<b>Cocinas industriales de un quemador con 32 pulgadas de ancho por 32 pulgadas de largo.</b>	7,000	8	0	875.00
<b>2</b>	<b>Freezer de dos puertas con medida de 2 metros de largo por 1 metro de alto.</b>	9,000	10	0	900.00
<b>3</b>	<b>Pesas electrónicas con capacidad máxima de 100 kg</b>	4,500	5	0	900.00
<b>4</b>	<b>Mesas de acero inoxidable de 2 metros de largo</b>	6,000	8	0	750.00
<b>5</b>	<b>Mesas de madera de 1.5 metros.</b>	3,400	5	0	680.00
<b>6</b>	<b>Total</b>	<b>29,900</b>			<b>4,105.00</b>

**Anexo 25: Tabla de depreciación de utensilios de cocina**

<b>N o</b>	<b>Utensilios de cocina</b>	<b>C/T C\$</b>	<b>vida útil</b>	<b>Valor residual</b>	<b>Depreciación C\$</b>
<b>1</b>	<b>Baldes de plásticos con capacidad de 20 lts</b>	1,600.00	5	0	320.00
<b>2</b>	<b>Manteles de mesa con medida de 1.5 mts</b>	600.00	3	0	200.00
<b>3</b>	<b>Cuchillos carniceros (20cm x 6 cm)</b>	280.00	5	0	56.00
<b>4</b>	<b>Tablas de picar carne</b>	120.00	5	0	24.00
<b>5</b>	<b>Panas grandes de plástico con capacidad de 25 lts</b>	750.00	5	0	150.00
<b>6</b>	<b>Cucharones 50 ml</b>	480.00	5	0	96.00
<b>7</b>	<b>Cucharas medianas de 15 ml</b>	90.00	3	0	30.00
<b>8</b>	<b>Ollas grandes con capacidad de 20 lts</b>	6,000.00	8	0	750.00
<b>9</b>	<b>Coladores de aluminio</b>	300.00	3	0	100.00
<b>1 0</b>	<b>Total</b>	<b>10,220.00</b>			<b>1,726.00</b>

**Anexo 26: Tabla de depreciación de mobiliario y equipo de oficina**

<b>No</b>	<b>Mobiliario y equipo de oficina</b>	<b>C/T C\$</b>	<b>vida útil</b>	<b>Valor residual</b>	<b>Depreciación C\$</b>
<b>1</b>	<b>Escritorio de madera de 1.5 metros</b>	8,000.00	8	0	1,000.00
<b>2</b>	<b>Silla giratoria</b>	3,000.00	8	0	375.00
<b>3</b>	<b>Sillas plásticas para espera</b>	4,000.00	5	0	800.00
<b>4</b>	<b>Abanico de pared SANKEY</b>	6,000.00	6	0	1,000.00
<b>5</b>	<b>Minicomputadora HP de 14 pulgadas</b>	3,500.00	5	0	700.00
<b>6</b>	<b>Impresora HP</b>	3,000.00	5	0	600.00
<b>7</b>	<b>Televisor pantalla plana SANKEY de 28"</b>	5,000.00	5	0	1,000.00
<b>8</b>	<b>Teléfono convencional CLARO</b>	500.00	5	0	100.00
<b>9</b>	<b>Pizarra de 42 pulgadas</b>	2,000.00	8	0	250.00
<b>10</b>	<b>Engrapadora</b>	80.00	2	0	40.00
<b>11</b>	<b>Calculadora</b>	700.00	4	0	175.00
<b>12</b>	<b>Saca grapa</b>	50.00	2	0	25.00
<b>13</b>	<b>Total</b>	<b>35,830.00</b>			<b>6,065.00</b>

**Anexo 27: Tabla de depreciación de motocicleta**

No	Descripción	Cantidad	C/U C\$	C/T	vida útil	Depreciación C\$
1	Motocicleta dayun 125	1	20,000	20,000	5	4,000

**Nota:** La depreciación de la motocicleta tiene un total de C\$ 4,000 córdobas en los que se prorratea 80% para el área de ventas, 10% para el área de administración, y 10% para el área de producción. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

**Anexo 28: Tabla de depreciación de infraestructura**

No	Descripción	U/M	C. T C\$	Vida útil	Depreciación
1	Infraestructura	1	80,000	5	16,000

**Nota:** La depreciación de la infraestructura tiene un total de C\$ 80,000 córdobas en los que se prorratea 60% para el área de producción, 20% para el área de ventas y 20% para el área de administración. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

**Anexo 29: Tabla de amortización de inversión diferida**

<b>Nº</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo total C\$</b>	<b>Año de amortización</b>	<b>Amortización anual C\$</b>
<b>1</b>	<b>Instalación de agua potable</b>	C\$1,155.00	3	C\$385.00
<b>2</b>	<b>Instalación de Energía eléctrica</b>	C\$660.00	3	C\$220.00
<b>3</b>	<b>Registro sanitario</b>	C\$4,290.00	3	C\$1,430.00
<b>4</b>	<b>Matricula en alcaldía</b>	C\$120.00	3	C\$40.00
<b>5</b>	<b>Manual de contabilidad</b>	C\$16,500.00	3	C\$5,500.00
<b>6</b>	<b>Manual de Normas y Procedimientos</b>	C\$14,850.00	3	C\$4,950.00
<b>7</b>	<b>Manual de cargos y funciones</b>	C\$14,850.00	3	C\$4,950.00
<b>8</b>	<b>Gastos legales</b>	C\$1,550.00	3	C\$516.67
<b>9</b>	<b>Subtotal</b>	<b>C\$53,975.00</b>		<b>C\$17,991.67</b>
<b>10</b>	<b>Imprevisto 5%</b>	<b>C\$2,698.75</b>		
<b>11</b>	<b>Total</b>	<b>C\$56,673.75</b>		

**Nota:** La tabla de inversión diferida presenta los costos de la instalación de los servicios básicos, agua y energía eléctrica, el registro del negocio a la alcaldía y registro sanitario, los tipos de manuales que se requerirán y los gastos legales, teniendo costo total de C\$ 53,975; la amortización será cargada instalación de agua potable, la instalación de energía eléctrica y registro sanitario a costos indirectos de producción, la matricula en alcaldía, manual de contabilidad, manual de normas y procedimientos, manual de cargos y funciones y gastos legales serán cargados a gastos a gastos de administración. Tipo de cambio de C\$ 35.33 córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 24 de septiembre 2021.

### Anexo 30: Modelo de negocios CANVAS

<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>➤ Alianza con los proveedores de materia prima e insumos.</li> <li>➤ Alianzas con productores porcinos para la recolección de desechos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Elaboración de frito y chicharrón.</li> <li>➤ Comercialización de frito y chicharrón.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Higiene en las instalaciones</li> <li>➤ Productos libres de químicos y preservantes.</li> <li>➤ Forma parte de la alimentación básica</li> <li>➤ Vitaminas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Atención personalizada</li> <li>➤ Comunicación directa con clientes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ El principal mercado será:</li> <li>➤ Adultos</li> <li>➤ Niños</li> <li>➤ Jóvenes</li> <li>➤ Familias y grupos de amigos</li> </ul>
	<p><b>Recursos claves</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Disposición de terreno</li> <li>➤ Recursos financieros</li> <li>➤ Recursos humanos</li> <li>➤ Recursos básicos</li> </ul>		<p><b>Canales de distribución.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Canal directo, de MR. PIG a los consumidores de frito y chicharrón</li> </ul>	
<p><b>Estructura de costo</b></p> <p>Capital de trabajo: C\$ 272,634.86</p>		<p><b>Flujos de ingresos</b></p> <p>Los ingresos por venta de frito y chicharrón en el primer año son: C\$ 3,165,720</p>		

## Anexo 31: Instrumento de recolección de datos

**Empresa familiar de  
producción de subproductos  
derivados de la carne de cerdo  
(frito y chicharrón)**

Somos la PYME MR PIG, empresa familiar que aspira a venta de subproductos elaborados de carne de cerdo (frito y chicharrón), deseamos conocer e identificar cuáles serían los clientes potenciales en la compra de nuestros productos.

Fecha: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

Encuesta # \_\_\_\_\_

### I. DATOS GENERALES

Sexo:  Hombre

Mujer

Ocupación \_\_\_\_\_

### II. INFORMACION SOBRE MERCADOTECNIA

- ¿Consumo productos elaborados a partir de la carne de cerdo?

SI  NO

- ¿Usted y su familia consumen frito?

SI  NO

- ¿Con que frecuencia consume frito?

Veces al día \_\_\_\_\_

Veces a la semana \_\_\_\_\_

Veces a la quincena \_\_\_\_\_

Veces al mes \_\_\_\_\_

- **¿Cuántas libras compra?**

½  1  2  3  4 a mas

- **¿Generalmente donde compra el frito?**

Fritangas  Mercado  Vendedores ambulantes  otro, especifique\_\_\_\_\_

- **¿Qué precio se paga actualmente?**

C\$170  C\$180  C\$200  C\$220

- **¿Por qué canal de distribución lo compra?**

Venta directa  Delivery

- **¿Usted y su familia consumen Chicharrón?**

SI  NO

- **¿Con que frecuencia consume Chicharrón?**

Veces al día\_\_\_\_\_

Veces a la semana\_\_\_\_\_

Veces a la quincena\_\_\_\_\_

Veces al mes\_\_\_\_\_

- **¿Cuántas libras compra?**

½  1  2  3  4 a mas

- **¿Generalmente donde compra el Chicharrón?**

Fritangas  Mercado  Vendedores ambulantes  otro, especifique\_\_\_\_\_

- **¿Qué precio se paga actualmente?**

C\$180  C\$200  C\$220  C\$250

- **¿Por qué canal de distribución lo compra?**

Venta directa  Delivery

- **¿Si nosotros ofrecemos estos productos con los más altos estándares de calidad, higiene, atención al cliente y a un precio competitivo, nos compraría?**

SI  NO

- **¿Con que frecuencia consumiría nuestro frito?**

Veces al día \_\_\_\_\_ Veces a la semana \_\_\_\_\_

Veces a la quincena \_\_\_\_\_ Veces al mes \_\_\_\_\_

- **¿Cuántas libras nos compraría?**

½  1  2  3  4 a mas

- **¿Por qué canal de distribución preferiría comprarlo?**

Venta directa  Delivery

SI  NO

- **¿Con que frecuencia consumiría nuestro chicharrón?**

Veces al día \_\_\_\_\_ Veces a la semana \_\_\_\_\_

Veces a la quincena \_\_\_\_\_ Veces al mes \_\_\_\_\_

- **¿Cuántas libras nos compraría?**

$\frac{1}{2}$   1  2  3  4 a mas

- **¿Por qué canal de distribución preferiría comprarlo?**

Venta directa  Delivery

**¡Gracias por su colaboración!**