UNIVERSIDAD INTERNACIONAL
ANTONIO DE VALDIVIESO

Plan de Negocios:
“Avena molida con linaza y pasas”

Para optar al título de Técnico Superior en Agroindustria de Alimentos

Autor:

Martha Nadieska Salas Gutiérrez

Tutoras:

Esp. Johana Mairena Zambrana,

Lic. Karen Celene Ruiz Mora

Tutora de proceso:

Ing. Varelis Moreno

Rivas, septiembre 2021

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios, sobre todo, por haber permitido cumplir con mis objetivos, por llegar a este momento tan importante de mi vida profesional y darme las fuerzas para superar obstáculos y dificultades que se me presentaron en el camino.

A mi madre Martha Lorena Gutiérrez, por haberme brindado su apoyo incondicional y hacer hasta lo imposible por verme realizada como profesional, sin duda ella es el pilar más importante dentro de mi vida.

También a mis tíos Roberto Urrutia y Rosibel Cerda por acogerme en su hogar, por haber creído en mí siempre dándome su ejemplo de superación, humildad y sacrificio.

A mi esposo por darme la mano siempre que necesite ayuda y estuvo ahí motivándome a seguir adelante.

A mis maestros como símbolo de gratitud, respeto y admiración por la labor que a diario realizan, por compartir sus conocimientos con cada uno de nosotros, por la atención y el tiempo brindado en todos estos años.

Gracias a todos por el apoyo y motivación que me brindaron, por ustedes soy la persona en la cual me he convertido hoy.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios, por haberme permitido lograr culminar uno de mis primeros logros, por darme salud, perseverancia, fortaleza y sabiduría durante el camino.

A mi madre Martha Lorena Gutiérrez, por todo el sacrificio que hizo de sacarme adelante, por su amor, apoyo y entrega total a sus hijos, sin duda ella es el pilar fundamental en mi vida, a mis tíos Roberto Urrutia y Rosibel Cerda por haberme acogido en su hogar y brindarme su apoyo incondicional, agradezco a mi esposo por darme la mano siempre que necesite ayuda y estuvo ahí motivándome a seguir adelante y a todos mis maestros que a lo largo de mi vida universitaria contribuyeron con mi formación académica, profesional y personal.

A los miembros de mi familia, quienes me han alentado a seguir luchando siempre por mis sueños, por su apoyo, enseñanzas y motivación.

Mi agradecimiento especial a mis tutoras Ing. Lic. Johana Mairena Zambrana, Lic. Karen Celene Ruiz Mora, Varelis Moreno y la coordinadora de la carrera, Ing. María José Víctor, por hacer posible con su supervisión la realización de este Plan de Negocios.

A mis amigos y compañeros, por compartir tantos momentos y experiencias en la universidad.

A la Universidad Internacional Antonio de Valdivieso (UNIAV) por permitir formarme en sus aulas, compartiendo ilusiones y anhelos en esta primera etapa de mi desarrollo profesional.

Por su paciencia, tiempo y dedicación ¡Gracias a Todos!

Contenido

I. RESUMEN EJECUTIVO

II. INTRODUCCIÓN 1

III. NATURALEZA DEL PLAN 2

3.1 Descripción del producto: 2

3.2 MISIÓN 3

3.3 VISIÓN 3

3.4 VALORES 4

3.5 OBJETIVOS 4

3.5.1 Objetivo General 4

3.5.2 Objetivos Específicos 4

3.7 LAS 5 FUERZAS DE PORTER APLICADAS A NUESTRO PRODUCTO: AVENA MOLIDA CON LINAZA Y PASAS. 6

3.7.1 Análisis de las fuerzas competitivas al negocio “Avenas Nadi”. 6

3.7.2 Análisis Estructural del Sector Agroindustrial: 6

IV. ESTUDIO DE MERCADO. 10

4.1 Beneficios del producto: 10

4.2 Características organolépticas. 12

4.3 Envase: 12

4.4 SEGMENTO DE MERCADO 13

4.5 DEMANDA DEL MERCADO 13

4.6 OFERTA DE NEGOCIO 14

4.7 PRECIO DEL PRODUCTO 14

4.8 COMERCIALIZACIÓN 15

V. PLAN DE MARKETING 16

5.1 Objetivos: 16

5.2 Producto: 16

5.3 Estrategias del producto: 16

5.4 Beneficios al consumir Avena molida con linaza y pasas: 16

5.5 Los componentes de la marca son los siguientes: 17

5.6 Precio: 18

5.7 Estrategias de precio. 19

5.8 Plaza: 19

5.9 Estrategias de plaza 19

5.10 Estrategias de promoción. 19

VI. ESTUDIO TÉCNICO-PRODUCTIVO 20
6.1 TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN 20
6.2 INFRAESTRUCTURA 21
6.3 PRODUCCIÓN Y FLUJO DE PROCESO. 22
6.3.1 FLUJO DE PROCESOS DEL PRODUCTO AVENA MOLIDA CON LINAZA Y PASAS 22
6.4 CARTA TÉCNICA DEL PRODUCTO: AVENA MOLIDA CON LINAZA Y PASAS. 23
6.5 Formulación. 25
6.6 Análisis de peligros. 25
6.7 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO AVENA MOLIDA CON LINAZA Y PASAS 31
6.8 MAQUINARIA, EQUIPO, UTENSILIOS Y MOBILIARIO DE OFICINA 34
6.9 COSTOS OPERATIVOS. 35
6.10 COSTOS DE PRODUCCIÓN 35
6.10.1 PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA 35
6.10.2 PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA 35
6.10.3 PRESUPUESTO DE MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA 36
6.10.4 PRESUPUESTO DE PAPELERÍA Y ÚTILES DE OFICINA 37
6.11 COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN 38
6.11.1 PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD Y RECLUTAMIENTO 38
6.12 COSTOS FIJOS Y VARIABLES 38
6.12.1 COSTOS VARIABLE 38
6.12.2 PROYECCIONES DE COSTOS FIJOS 39
VII. ESTUDIO ORGANIZACIONAL - LEGAL (ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE AVENAS NADI) 40
7.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE “AVENAS NADI” 40
7.2 DEFINICIÓN DEL PERFIL Y OCUPACIÓN DEL PUESTO. 41
7.3 ASPECTOS LEGALES. 48
7.3.1 REQUISITOS LEGALES PARA LA FORMALIZACIÓN DEL NEGOCIO. 48
7.3.2 COSTOS DE LOS REQUISITOS LEGALES 50
VIII. ESTUDIO AMBIENTAL 50
8.1 Aplicación de producción más limpia (PML) en procesos agroindustriales. 50
8.2 ¿Por qué implementar Producción más Limpia en Avenas Nadi? 51
IX. ESTUDIO FINANCIERO 54
9.1 PROYECCIONES DE VENTAS 54
9.2 BALANCE ANUAL 54
9.3 COSTOS OPERATIVOS 55
9.4 PRESUPUESTO DE COSTOS VARIABLES. 55
9.5 PUNTO DE EQUILIBRIO. 56

9.6 DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN DE LOS ACTIVOS 57
9.6.1 DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS 57
9.6.2 AMORTIZACIÓN 58
9.7 PAGO DE IMPUESTOS 59
9.8 VALOR DE SALVAMENTO 59
9.9 INVERSIÓN INICIAL NECESARIA 60
9.10 CAPITAL DE TRABAJO INICIAL 61
9.11 FUENTES DE FINANCIAMIENTO 61
9.12 ESTADO DE RESULTADO ANUAL Y FLUJO DE CAJA 62
9.12.1 ESTADO DE RESULTADO 62
9.12.2 FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO 63
9.13 INDICADORES DE RENTABILIDAD (PRI, VAN, TIR Y RB/C) 64
X. CONCLUSIONES 65
XI. RECOMENDACIONES. 66
XII. Bibliografía 67
XIII. ANEXOS 68
XIV. ENCUESTAS 69
14.1. INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS. 71
14.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS: 73
14.3 ENCUESTAS DE DEGUSTACIÓN 80
14.4 Análisis de las encuestas de degustación. 82
14.5 IMÁGENES Y ESPECIFICACIONES DE MAQUINARIA, EQUIPOS, UTENSILIOS Y MOBILIARIO DE OFICINA. 92

I. RESUMEN EJECUTIVO

El presente Plan de Negocio consiste en formular una propuesta para la elaboración y determinación de la viabilidad de comercialización de nuestro producto denominado: "Avena molida con linaza y pasas" el que será fabricada por "Avenas Nadi". Esta idea surge al identificar la necesidad y oportunidad de elaborar un nuevo producto "Avena molida con linaza y pasas", la que contiene todos los nutrientes y vitaminas que no poseen otros productos similares o sustitutos que se encuentran en el mercado.

El estudio de mercado demuestra que es factible aprovechar las oportunidades del entorno y las ventajas comparativas de nuestra marca, para generar ventajas competitivas que harán sostenible nuestro modelo de negocio el cual está orientado a satisfacer la demanda del consumidor actual, que tiene un ritmo de vida agitado y que busca el cuido de su salud a través de la compra de productos que aportan un balance nutricional óptimo para nuestro cuerpo.

Este documento fue elaborado por Martha Nadieska Salas Gutiérrez, gracias al apoyo incondicional de la Ing. María José Víctor, Coordinadora de la carrera Ingeniería en Agroindustria de Alimentos; y de mis tutoras: Lic. Johana de los Ángeles Mairena Zambrana, Lic. Karen Celene Ruiz Mora e Ing. Varelis Moreno.

En el desarrollo del documento se esboza toda la información necesaria para demostrar la rentabilidad del plan de negocios, en donde se plasma el análisis del macro y micro entorno determinando así a nuestros principales competidores y el efecto que los mismos tienen sobre nuestro ingreso al mercado. Se determinó nuestro "Target" en base al análisis de los posibles consumidores, logrando así establecer un plan de marketing, enfocado a los mismos. Se definió el plan estratégico en donde se estructuraron misión, visión y objetivos, para la expansión de nuestro negocio.

El plan de negocio concluye con el plan financiero en el que se detalla toda la información económica y financiera para poder llevar a cabo nuestra propuesta y que el negocio se ponga en marcha, aspirando así al éxito en el mercado; de igual manera se detalla la parte legal la cual se enfoca en obtener todos aquellos permisos y licencias otorgados por las instituciones que intervienen para la apertura del negocio. Para finalizar se realizan las recomendaciones propuestas para la ejecución y mejora de este plan a futuro.

II. INTRODUCCIÓN

Hoy en día muchas personas están buscando la forma de alimentarse sanamente y recurren a productos con alto valor nutricional, preferiblemente que sean productos naturales. Es por ese motivo que nace la idea de crear un producto natural que posea todos los nutrientes y vitaminas necesarios que nuestro cuerpo necesita.

La avena es uno de los cereales más consumidos en todo el mundo. Por ser un alimento sabroso y versátil, es un auténtico tesoro nutricional: rica en proteínas, vitaminas y minerales, lo que ayuda a regular el colesterol y a prevenir los altibajos de glucosa.

En el presente Plan de Negocios se introduce un producto atractivo y novedoso, el cual se denomina “Avena molida con linaza y pasas”, el que posee innumerables beneficios para nuestro organismo, ya que tiene una combinación y formula única de tres ingredientes 100% naturales como lo son la avena, la linaza y las pasas. Es una fuente natural de fibra los beneficios que nos aporta son inmensos, es anti estresante, beneficia en problemas de estreñimiento y problemas de obesidad.

Nuestro producto cuenta con abundantes proteínas y mayor concentración de vitaminas y minerales como la vitamina E que tiene beneficios antioxidantes, ayuda a mantener el sistema inmunitario fuerte frente a virus y bacterias y es importante en la formación de glóbulos rojos; la vitamina B1 la cual ayuda a las células del organismo a convertir carbohidratos en energía, vitamina B2 que ayuda en la liberación de energía de las proteínas, también contiene Calcio que ayuda a formar y mantener dientes y huesos sanos, además posee hierro, zinc, fosforo y magnesio.

En lo que respecta a la distribución y comercialización se realizará inicialmente en el sector urbano de la ciudad de Rivas, posibilitando posteriormente el crecimiento hacia otros municipios y departamentos, ampliando el mercado a zonas rurales.

En el proceso de elaboración del producto se emplearán permanentemente las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), garantizándole al consumidor final, inocuidad, calidad y seguridad al consumirlo.

Tema: Creación de un Plan de Negocio para determinar la viabilidad de producción y comercialización del producto: “Avena molida con linaza y pasas”.

III. NATURALEZA DEL PLAN

3.1 Descripción del producto:

El producto a desarrollar en nuestro negocio “Avenas Nadi” consiste en una mezcla de tres ingredientes principales como son la avena molida que es un cereal de la familia de las gramíneas cuyas semillas son ricas en varios nutrientes, la linaza que proviene de las semillas de la planta de lino, y se le considera un alimento funcional porque aporta una cantidad considerable de nutrientes importantes para el organismo y las pasas que son una fruta seca obtenida del proceso de secado de la uva, la cual evita el estreñimiento y mejora el tránsito intestinal.

Como se puede apreciar nuestro producto “Avena molida con linaza y pasas” provee innumerables beneficios y nutrientes al organismo.

Nuestro producto tiene una presentación de 250 gramos y va dirigido a todo el público que desee consumirla.

El negocio “Avenas Nadi” está ubicado en la ciudad de Rivas, con dirección de la Escuela Especial 7 cuadras al Sur, 1 cuadra al Este, Barrio Nueva Jerusalén.

Teléfono: 5775-9958
email: avenasnadi@gmail.com

Nuestro producto “Avena molida con linaza y pasas” está dirigido para un segmento de mercado que comprende edades de 5 años en adelante, este tendrá una presentación de 250 gramos, será comercializada por mayoreo, menudeo y por servicio en diferentes puntos de ventas como: el mercado local, pulperías, misceláneas, supermercados, minisúper, gimnasios y locales que ofrecen productos naturistas.

El negocio “Avenas Nadi” surge al identificar la necesidad y oportunidad de elaborar un nuevo producto que provea de nutrientes al organismo y aporten a la salud, mediante la comercialización de la “Avena molida con linaza y pasas”, la que contiene todos los nutrientes y vitaminas que carecen productos similares que se ofrecen en el mercado.

La elaboración de este Plan de Negocio proporciona las herramientas y procesos adecuados para la creación del nuestro negocio: “Avenas Nadi” el que estará ubicado en la ciudad de Rivas y que se dedicará a la elaboración y distribución de “Avena molida con linaza y pasas”.

Su propietaria Martha Nadieska Salas Gutiérrez especialista en el área alimenticia, graduada como Ingeniera Agroindustrial, posee una amplia experiencia para poder llevar a cabo el procesamiento, distribución y comercialización del producto que procesará “Avenas Nadi”, teniéndose principal cuidado en el cumpliendo de la inocuidad, la calidad y que responda con todos los estándares que certifiquen que es un producto apto para el consumo.

La estructura legal del negocio se constituirá como Persona Natural ya que se tomará por cuenta propia la responsabilidad total de las obligaciones del negocio.

Con este Plan de Negocios se busca determinar la viabilidad de comercializar nuestro producto: Avena molida con linaza y pasas que elaborará “Avenas Nadi” y que tiene como propósito fundamental el llegar a distribuir y comercializar un producto nutritivo y saludable, que conlleve a la creación de fuentes de trabajo directos y mejore el nivel de vida del segmento de mercado que será beneficiado.

3.2 MISIÓN

Ser un negocio que provea, alimentos procesados de gran valor nutricional, implementando la buena alimentación para un mejor desarrollo y calidad de vida de las personas, ofreciendo a nuestros clientes bienes y servicios de máxima calidad con precios justos y accesibles.

3.3 VISIÓN

Ser un negocio líder en el mercado, posicionándonos nacional e internacionalmente en la fabricación y comercialización de cereales, mediante la producción de la avena molida con linaza y pasas, elaborada con materia prima de alta calidad.

3.4 VALORES

- **Honestidad:** Comprometidos a actuar con rectitud, integridad y transparencia.
- **Respeto:** Promovemos un trato digno y tolerante ante nuestros colaboradores.
- **Responsabilidad:** Obramos con seriedad en consecuencia con nuestros deberes y acorde con nuestros compromisos.
- **Confianza:** Actuamos con integridad, ética y responsabilidad para garantizar la transparencia de nuestros actos.
- **Lealtad:** Confidencialidad y respeto hacia los clientes, proveedores, empleados y accionistas.

3.5 OBJETIVOS

3.5.1 Objetivo General

Elaborar un plan de negocio que permita determinar la viabilidad de comercializar avena molida con linaza y pasas.

3.5.2 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado para la determinación de la oferta, demanda y comercialización de la avena molida con linaza y pasas.

- Ejecutar un estudio técnico que determine la estructura organizacional, instalaciones, maquinaria y distribución en planta.

- Evaluar económica y financieramente el proyecto para conocer la rentabilidad del mismo.

- Determinar el impacto ambiental y medidas de mitigación para el negocio “Avena Nadi”.

3.6 ANÁLISIS FODA.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
• Calidad en nuestros productos. • Ejecución de óptimos controles de calidad del producto con la preservación del medio ambiente. • Puntualidad en la entrega del producto terminado. • Disponibilidad de la materia prima durante todo el año.	• Generar fuentes de empleo. • Dar a conocer el producto a futuros inversionistas. • Gran demanda en el mercado local, nacional e internacional. • Crear una amplia variedad de productos que puede satisfacer las necesidades del consumidor.
DEBILIDADES	**AMENAZAS**
• Escasa promoción en el mercado local, nacional e internacional • Pocos recursos para la compra de nuevos equipos, industriales. • Capacidad limitada de producción.	• Cambios políticos o monetarios dentro del país. • Alto nivel de competidores en el mercado nacional con productos similares. • Crisis mundial COVID 19. • Aumento de precios de la materia prima. • Existencia de productos sustitutos.

3.7 LAS 5 FUERZAS DE PORTER APLICADAS A NUESTRO PRODUCTO: AVENA MOLIDA CON LINAZA Y PASAS.

3.7.1 Análisis de las fuerzas competitivas al negocio “Avenas Nadi”.

- Los nuevos competidores entrantes.
- La naturaleza de la rivalidad.
- La amenaza que generan los productos sustitutos.
- El poder del proveedor.
- El poder del cliente.

3.7.2 Análisis Estructural del Sector Agroindustrial:

A continuación, realizaremos el análisis del sector agroindustrial de cereales en el mercado nicaragüense, basándonos en el análisis de las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter.

Los competidores de este sector agroindustrial serán todas aquellas empresas o negocios que comercializan cereales a base de avena. Nuestros clientes estarán conformados distribuidores mayoristas, supermercados, pulperías, mercado local y público en general. Los proveedores estarán constituidos por empresas importadoras de cereales, pasas y productores nacionales.

- **Amenaza de Nuevos Competidores (Alto)**

En esta industria existen altas economías de escala, debido a que los principales competidores logran altas reducciones de costos al producir en grandes cantidades, entre estos tenemos Avenas Quaker, Sasa y productos fabricados artesanalmente.

Los productos propiamente tal no presentan mayores diferencias en cuanto a características tales como sabor, forma, color, etc. Es allí donde aprovecharemos para diferenciarnos agregando nuevos ingredientes que garantizarán un sabor único y calidad distinta al de nuestros competidores.

Por parte de los competidores existen grandes esfuerzos en publicidad y servicio al cliente, lo que genera una identidad propia de cada marca entre los clientes, nos enfocaremos en que nuestra marca logre entrar en la mente de nuestros consumidores, de tal manera que esta se convierta, como parte de su consumo en su vida cotidiana, podemos mencionar que se implementara estrategias de marketing, para lograr el posicionamiento de nuestra marca. En esta industria se requiere invertir grandes recursos financieros para poder obtener los activos especializados en la producción y especialmente para realizar la publicidad de nuestro producto.

Cabe mencionar que no existen restricciones legales para el ingreso a este sector agroindustrial, lo que hace más posible introducirnos al mercado.

En lo que consta a la materia prima existen alternativas para acceder a ella para la fabricación de cereales (avenas), además que no se requiere materia prima especializada o sofisticada.

De acuerdo a lo expresado, podemos mencionar que las barreras de entrada a esta industria son altas, lo que genera una baja amenaza de nuevos entrantes y, por lo tanto, produce un alto atractivo del sector agroindustrial analizado.

- **Intensidad de la Rivalidad (baja)**

En este mercado son relativamente pocas las empresas o negocios que en conjunto obtienen la mayor parte de las ventas y por lo tanto de las ganancias. Este es un mercado que actualmente se encuentra en crecimiento, producto de las tendencias sociales del país de mejorar la dieta alimenticia y el consumo rápido.

En lo que consta a los costos fijos de almacenamiento, podemos decir que en general son medios, ya que el producto a elaborar tiene un largo período de duración y se usaran las bodegas de los distribuidores e intermediarios.

En el mercado nos encontramos que los productos similares o sustitutos se diferencian básicamente por precio y servicio, ya que las características son muy similares, no obstante “Avenas Nadi” ofrecerá un producto con un sabor único, con innumerables beneficios y aportes nutricionales a nuestro organismo, su precio será accesible al bolsillo nicaragüense

y se brindará un servicio de alta calidad y personalizado, lo que nos permitirá que nuestros clientes, quieran volver a comprar nuestro producto.

Para operar en este sector se requiere de pocos activos especializados para la producción, lo que favorece a nuestro negocio.

En relación con lo expresado podemos decir que la rivalidad e intensidad entre competidores es baja.

- **Amenaza de Sustitutos (Alto)**

Debemos tener presente que estamos hablando de que los productos similares o sustitutos existentes en el mercado tienen alta demanda ya que son productos considerados saludables y de alto consumo, por lo que nos encontramos una gran variedad de productos similares o sustitutos que satisfacen la misma necesidad con una tecnología o ingredientes distintos.

El valor de los productos similares o sustitutos en promedio es equivalente a los productos comercializados en este sector.

En resumen, podemos afirmar que la amenaza de sustitutos está presente, pero el atractivo del sector es alto, por lo que nuestro negocio implementará nuevas estrategias para posicionar nuestro producto en el mercado.

- **Poder de Proveedores (Bajo)**

Existe un gran número de proveedores que entregan un mismo insumo o servicio, aumentando la competitividad entre ellos, por lo que tenemos cantidad de opciones de abastecimiento en el mercado y por tanto la capacidad para negociar el precio y la calidad de nuestra materia prima con ellos.

Los proveedores tienen un rol importante en el proceso productivo y prestación del servicio, principalmente en la entrega de la materia prima la cual nos ayudan a garantizar el cumplimiento de nuestros planes de producción.

Como consecuencia de lo anterior el poder negociador de los proveedores es bajo, lo que se refleja en un alto atractivo en el sector.

La materia prima utilizada para la elaboración del producto, avena molida con linaza y pasas, se encuentra en toda la época del año lo que se traduce en una ventaja para nuestro negocio, para alcanzar los niveles de producción deseado.

Entre nuestros proveedores podemos mencionar:

- ✓ En el caso de **la avena**, el proveedor será (Wal-Mart, Pricesmart y Distribuidora Jirón) ya que estos venden la avena en grandes cantidades (a granel).

- ✓ **La linaza** como se cultiva en Nicaragua es muy fácil encontrarla en el mercado nacional, nuestro proveedor de linaza será Distribuidora los NICAS.

- ✓ **Las pasas** se comercializan al por mayor en las empresas: Sol Maya, Distribuidora Jirón, DINSA y el mercado local.

➢ **Poder de Clientes (medio)**

Existe una alta concentración de clientes, ya que los canales de distribución utilizados para hacer llegar los productos similares o sustitutos al consumidor final son relativamente diversos.

Nuestro producto es estandarizado, aunque existen alternativas similares de cereales en el mercado, nuestro producto ofrecerá calidad, precio y un excelente servicio a nuestros clientes, de tal manera que querrán optar por nuestro producto.

Podemos concluir que los clientes tienen un poder de negociación medio, por lo cual vamos a implementar estrategias entre ellas el marketing emocional y lovemark, para introducirnos en la mente del consumidor, ofreciéndoles un producto que logre satisfacer sus necesidades y cumpla con las expectativas de calidad, lo que se traduce en un alto atractivo del mercado, haremos de nuestro producto una experiencia que incluya la mercadotecnia sensorial de tal forma que sea atractivo a los clientes y genere su toma de decisión en cada compra.

IV. ESTUDIO DE MERCADO.

En el mercado nacional nos encontramos con una variedad de cereales desde la avena integral tradicional en hojuelas, avena molida 100% natural, avena molida con sabores o bien avena molida con linaza, entre otros productos elaborados a base de avena y que son parte de la dieta alimenticia de la población.

Con el objetivo de poder generar un modelo de negocio que involucre el conocimiento y la experiencia como eje central; en “Avenas Nadi” se busca generar una propuesta de valor innovadora que impacte fuertemente la cadena de valor comercial.

4.1 Beneficios del producto:

Nuestro producto Avena molida con linaza y pasas tiene una combinación y formula única de tres ingredientes 100% naturales como lo es la avena, la linaza y las pasas. Nuestro producto es una fuente natural de fibra ya que los beneficios que nos aporta la avena son inmensos y es anti estresante, beneficia en problemas de estreñimiento y problemas de obesidad. Cuenta con abundantes proteínas, y es el cereal que cuenta con mayor concentración de vitaminas y minerales como vitamina E, B1, B2, calcio, hierro zinc, fosforo y magnesio.

La linaza contiene una alta concentración de aceites omega 3, ayuda a prevenir gastritis, ulceras, estreñimiento, colon irritable y problemas cardiovasculares. También es un excelente producto natural para bajar de peso.

Asimismo, el tercer ingrediente y es ahí lo novedoso y atractivo de nuestro producto las pasas que son excelentes para una alimentación saludable, pues contienen fructuosa y glucosa, que aportan muchas calorías. Son ideales para los deportistas, quienes necesitan obtener una **gran cantidad de energía y peso sin acumular colesterol.** Por otra parte, las pasas tienen un alto contenido en vitaminas, aminoácidos y minerales, lo cual **facilita la absorción de otros nutrientes** y proteínas en el cuerpo. También tiene otras propiedades como la reducción del estreñimiento, neutraliza la acidez, combate la anemia, previene osteoporosis, mejora la salud ocular, entre otros beneficios.

Por todos los aportes a la salud que brindan los ingredientes de nuestro producto podemos mencionar que este posee características que lo diferencian de otros cereales existentes en el mercado, haciéndolo novedoso y atractivo para los consumidores. Adicional a ello se mantendrán niveles de calidad en su producción y comercialización, tamaños, envase, etiquetado y precio lo cual vendrá a cubrir las necesidades del consumidor generando así una experiencia única al degustar nuestra avena molida con linaza y pasas.

4.2 Características organolépticas.

Nuestro producto final tendrá las siguientes características organolépticas:

- **Color:** presenta un color castaño o caoba claro uniforme.
- **Aspecto:** mezcla homogénea de avena molida, de tamaño uniforme.
- **Olor y Sabor:** el producto tiene olor y sabor característico a avena tostada, estará libre de olores o sabores extraños (rancio, amargo, a productos químicos).

4.3 Envase:

Nuestro producto será envasado en bolsas de polipropileno en presentación de 250 gramos. El buen sellado del empaque controla la atmósfera y los productos precederos duran más en la despensa al no permitir que entre el aire exterior.

Nuestro envase está diseñado para ser funcional y de fácil manipulación es decir tendrá facilidad de uso.

Envase: Bolsas polipropileno 250 gramos.

Nuestro envase consta de distintos elementos visuales o no verbales como: gráficos, imágenes, colores, letras, tamaños, forma del paquete e información; y elementos verbales tales como: etiquetado e información de nuestra marca. Además, se acompaña cada envase con fotografías mucho más atractivas. Que evocan deseos de sabor, se siente mucho más natural y humano.

4.4 SEGMENTO DE MERCADO

“Avena molida con linaza y pasas” es un producto desarrollado para la canasta familiar, de uso diario y que es adquirido por la población en general, dentro de nuestro análisis encontramos que, al desarrollar el perfil de nuestros consumidores, tuvimos en cuenta que nuestro producto contiene varias proteínas, carbohidratos y demás nutrientes que son esenciales para el cuerpo humano. Este producto se puede consumir tanto en el desayuno, refrigerios, almuerzo y la cena.

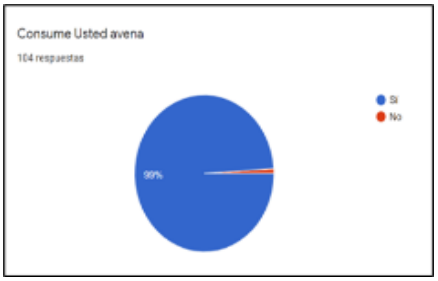
Con la ayuda de la segmentación de mercado determinamos que las edades de nuestros consumidores van desde los cinco años en adelante, lo cual se nos abre un abanico de compra muy grande que nos permite llegar a un determinado mercado ya que los dividimos en grupos dependiendo de las necesidades, perfiles, estratos, demografía, etc.

Nuestro producto, está dirigido para un segmento de mercado, en rango de edades de 5 años en adelante, este tendrá una presentación de 250 gramos a precio accesible, de igual modo se comercializará por mayoreo, menudeo y por servicio en diferentes puntos de ventas, como pulperías, misceláneas, supermercados, minisúper, gimnasios y ventas naturistas.

Podemos así decir que nuestro producto va dirigido a toda la población en general, sin embargo, con las características propias del mismo se buscara como cautivar principalmente a consumidores que optan por productos 100% saludables con el fin de ayudar a mejorar la calidad en su alimentación.

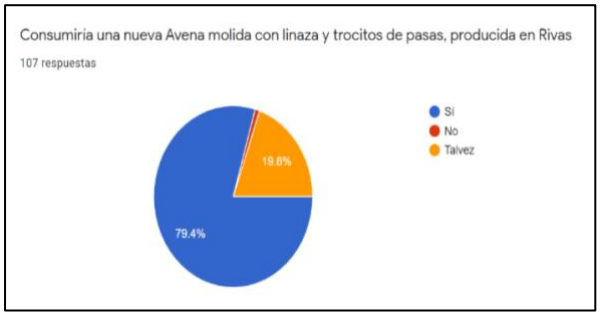
Nuestro Target: Hombres y mujeres que quieren alimentarse bien, y que tengan un estilo de vida saludable, que hacen deporte o que van al gimnasio con regularidad. Personas entre los 15 y 45 años de edad de niveles socio económicos bajo, medio y alto.

4.5 DEMANDA DEL MERCADO



Del grupo de personas encuestadas se determinó que el 99% de personas consume avena y el 1% afirmo que no la consume. Esto nos indica que la avena es un producto de consumo habitual y que está presente en los hogares nicaragüenses no perdiendo de vista la tendencia de consumir productos saludables y que la avena es un complemento en la dieta alimenticia nicaragüense por ser un cereal completo y equilibrado.

Se identificó que el 76.2% realiza la compra de avena de 1 a 3 veces a la semana, por consiguiente, el 14.9% compra de 4 a 6 veces por semana y por último el 8.9% realiza compra de avena diario, lo que significa que se tiene un alto porcentaje de posibles compradores y confirma la necesidad con un plan de marketing estratégico de nuestro negocio.



El 79.4% de los encuestados dijeron que consumirían nuestro producto, seguidamente de un 19.6% que mencionan que tal vez y un 0.9% dicen que definitivamente no consumirían nuestro producto. Esto nos permite identificar la aceptación de nuestro producto y que existe un alto potencial de consumo. Para quedarse en la mente y corazón de nuestros clientes debemos de crear estrategias que ayuden a posicionarlo bien en el mercado y potencializar su comercialización.

4.6 OFERTA DE NEGOCIO

Para el lanzamiento del producto realizaremos las siguientes ofertas con el objetivo de lograr introducirnos dentro del mercado y que nuestros clientes se adapten fácilmente.

- Ofreceremos muestras y pruebas gratuitas para que nuestros clientes tengan la posibilidad de ver y probar nuestro producto.

- Atraeremos a nuestros clientes obsequiando productos gratuitos el cual incluiremos en la parte exterior del envoltorio de nuestro producto, por ejemplo, por la compra de 5 presentaciones de 250 gramos, obsequiaremos una presentación de 250 gramos, esta promoción se realizará una vez por semana.

4.7 PRECIO DEL PRODUCTO

Este producto se le atribuye un precio de $ 2.92 dólares la presentación de 250 gramos, dicho precio está relacionado a los costos de producción.

4.8 COMERCIALIZACIÓN

Los canales de ventas serán el medio seleccionado por nuestro negocio para llevar el producto al consumidor final, de manera eficiente y con el menor gasto posible.

Para hacer posible este proceso, pretendemos crear un sistema de distribución comercial; que nos permitirá que el área de producción y el área de almacén se comuniquen de una manera fluida con los puntos de ventas y de esta manera abarcar el mercado en su totalidad.

Determinamos que el canal de venta más adecuado al iniciar las operaciones de nuestro negocio es el canal corto (propio o directo) lo que significa que nuestro negocio se encargará de hacer llegar el producto al cliente final sin intermediarios. Por lo tanto, no delegaremos procesos de almacenaje, transporte o atención al consumidor, logrando así una atención personalizada.

Los centros de ventas serán supermercados, centros de conveniencia o mini market, distribuidoras de productos de consumo masivo, pulperías, gimnasios, ventas en línea o por redes sociales y directamente a través de servicio de entrega a domicilio que lleven el producto hasta las manos del cliente.

Posterior a ello, una vez que nuestro producto se vaya dando a conocer y se haya establecido en el mercado se pretende implementar una estrategia de distribución intensiva a través del canal indirecto largo, el que será más acertado dada la naturaleza de nuestro producto ya que es el canal más apto para poder colocarlo en masas. Es decir, nuestro producto que será consumido por el público general y que, además deberá estar posicionados en multitud de puntos de venta donde el cliente final pueda acceder a ellos, es un producto que consideramos que deberá ser distribuidos por canales indirectos, contando con diversos intermediarios entre nuestro negocio y el consumidor final.

Cabe destacar que el sector de la comercialización de nuestro producto contempla un modelo de ventas al por mayor, por menor, y venta directa.

V. PLAN DE MARKETING

5.1 Objetivos:

- Establecer estrategias de precios para nuestros consumidores.
- Crear la oferta de la avena molida con linaza y pasas.
- Establecer estrategias con los otros mercados que ofertan productos sustitutos o similares.
- Indicar las herramientas tecnológicas necesarias para darle propaganda y dar a conocer el producto a los posibles clientes.

5.2 Producto:

Se ofrece nuestro producto denominado “Avena molida con linaza y pasas”, el cual es un producto novedoso, 100% natural, que aporta un sin número de beneficios al organismo y favorece en gran medida nuestra salud. La presentación del producto es de 250 gramos y se comercializará inicialmente en la ciudad Rivas.

5.3 Estrategias del producto:

- Garantizaremos la implementación de sistemas de calidad.
- El material de empaque será plástico.
- En la etiqueta se usarán colores que capten la atención de los clientes.
- Apuntar siempre a la mejora continua del proceso y la administración.
- Podremos cambiarle a nuestro producto el diseño, presentación, empaque, etiqueta, logos o colores para hacerla más moderna y congruente con las exigencias del mercado y de esta manera reconectar con el público o conquistar nuevos clientes.
- Agregaremos a nuestro producto nuevas características, atributos, beneficios o mejoras, por ejemplo, agregarle nuevos ingredientes como azúcar, sabores, frutas deshidratadas, frutos secos, etc.

5.4 Beneficios al consumir Avena molida con linaza y pasas:

- ✓ Beneficia en problemas de estreñimiento y problemas de obesidad.
- ✓ Cuenta con abundantes proteínas, concentración de vitaminas y minerales.
- ✓ Contiene una alta concentración de aceites omega 3, ayuda a prevenir gastritis, ulceras, estreñimiento, colon irritable y problemas cardiovasculares.

Real: este producto es de consumo básico, que se convierte en real, desde el momento que se le designa un nombre, marca, diseño, marketing, normas de higiene e inocuidad

Duradero: La Avena molida con linaza y pasas, es un producto duradero puesto que una vez elaborado puede pasar hasta 7 meses en temperatura ambiente, manteniendo sus características ideales de consumo.

Consumo: La Avena molida con linaza y pasas se adquieren por clientes potenciales para su propio consumo o bien comercializarlos en locales comerciales.

El producto se ofrecerá a nuestros clientes en una presentación de 250 gramos.

5.5 Los componentes de la marca son los siguientes:

Logotipo: El nombre del producto es: “Avena molida con linaza y pasas”, el nombre del negocio es: “Avenas Nadi” y nuestra marca “Avenas Nadi”.

Etiqueta del producto:

Observaciones: la etiqueta se elaboró en correspondencia con los requisitos mínimos establecidos en las normas NTON-03-021-08 (Norma Técnica Obligatoria Nicaragüense) para el etiquetado de alimentos pre envasados para el consumo humano.

Gama cromática:

La gama cromática de nuestro producto está definida de la siguiente forma:

- **Blanco:** se asocia con la bondad, la inocencia, la pureza, la virginidad, seguridad, y limpieza. En publicidad, al blanco se le relaciona con la frescura y la limpieza porque es el color de la nieve. En la promoción de productos de alta tecnología, el blanco se utiliza para comunicar simplicidad.

- **El rosa o rosado:** es un tono cálido y sereno, que tiene gran versatilidad y permite múltiples combinaciones para crear diferentes ambientes. Relajante y acogedor, tiene vibraciones positivas que lo convierten en un auténtico generador de alegría. Como pertenece a la gama de los rojos es un color que transmite calidez a las estancias".

Nuestra marca es:

Nuestro Slogan es:

"Cuida tu cuerpo, aliméntate sano y natural. Consume lo nuestro"

5.6 Precio:

Este producto se le atribuye un precio de $ 2.92 la presentación de 250 gramos, este precio fue asignado acatando el margen de costos de producción incurrido en el proceso, al igual se tomó en cuenta un promedio con los precios de productos similares existentes en el mercado.

5.7 Estrategias de precio.

- Establecer precios justos, basados en los costos de producción.
- Disponer de un plan de crédito y pago, según las necesidades de los clientes.
- Por compras al mayor se establecerán descuentos en el precio de nuestro producto.

5.8 Plaza:

La segmentación de mercado se realizará geográficamente, demográfica y conductual.

Las ventas de la Avena molida con linaza y pasas iniciaran en el departamento de Rivas a personas que poseen un poder adquisitivo medio y que pueda adquirir el producto de forma continua enfocado en generar una fidelidad de los clientes a nuestra marca. Los puntos de ventas serán pulperías, misceláneas, supermercados, minisúper, gimnasios y ventas naturistas, e individualmente (al detalle).

5.9 Estrategias de plaza

- Visitas continuas con los clientes.
- La venta y distribución será directa con los clientes.
- Que el producto este permanentemente disponibles en puntos de venta.
- Indudablemente el canal de retail permitirá reducir los costos que permitirán facilitar los servicios de reposición, aseguran la plaza y garantizan un flujo constante de clientes.

5.10 Estrategias de promoción.

- Ofreceremos muestras y pruebas gratuitas para que nuestros clientes tengan la posibilidad de ver y probar nuestro producto.
- Atraeremos a nuestros clientes obsequiando productos gratuitos.
- Se utilizarán redes sociales para la comunicación del producto y se entregará volantes en los barrios donde habiten personas pertenecientes al segmento apuntado.

- Una vez concretados los primeros meses de venta, se estudiará la realización de campañas publicitarias masivas.
- Anuncios de venta en internet (WhatsApp y Facebook)
- Se creará una página de ventas en las redes sociales, de manera que se puedan realizar sorteos y dar conocer promociones a los seguidores y aumentar el número de estos.
- Asistencia constante en ferias.

VI. ESTUDIO TÉCNICO-PRODUCTIVO

6.1 TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

“Avenas Nadi” está ubicada en la ciudad de Rivas, con dirección de la Escuela Especial 7 cuadras al Sur, 1 cuadra al Este, Barrio Nueva Jerusalén.

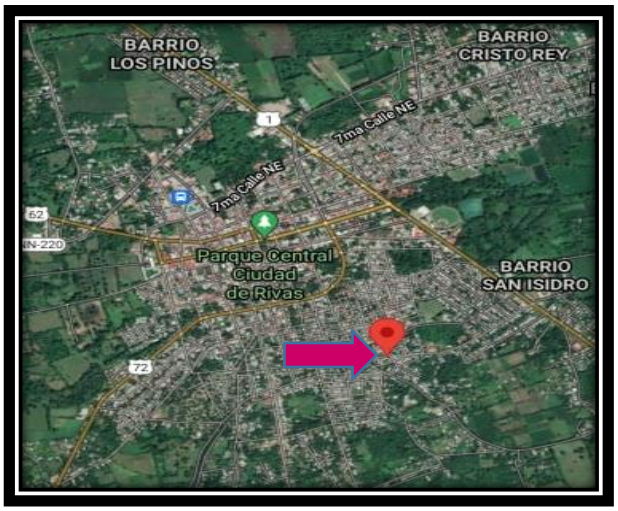
Para determinar el tamaño y ubicación de la planta, se toman en cuenta aspectos de vital importancia tales como: la proximidad a la materia prima, disponibilidad de mano de obra, cercanía al mercado y acceso a servicios básicos.

A continuación, se muestra la geolocalización de nuestra planta.

MACRO LOCALIZACIÓN

Tiene el propósito de encontrar la ubicación más ventajosa para el negocio, es decir cubriendo las exigencias o requerimientos contribuyendo a minimizar los costos de inversión y los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto.

Coordenadas: 11.432760, -85.823518.



MICRO LOCALIZACIÓN

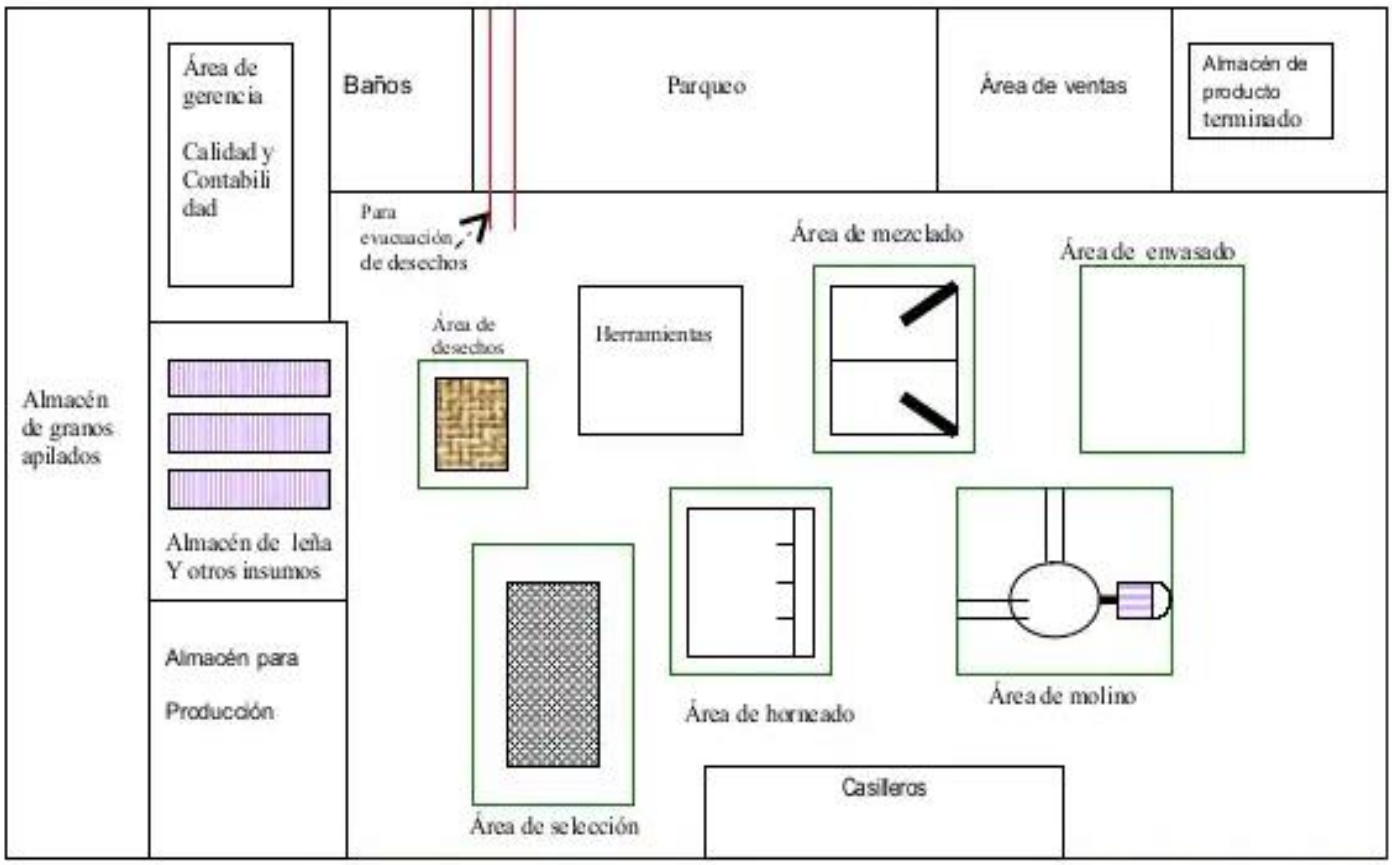
Tiene el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la planta, siendo este sitio el que permitirá cumplir con los objetivos del lograr la más alta rentabilidad.

6.2 INFRAESTRUCTURA

El terreno donde estará ubicada la planta procesadora es propio, con un área de 1,000 metros cuadrados. El área construida es de 540 metros cuadrados y posee un cerco perimetral de 140 metros lineales.

A continuación, se muestra el plano arquitectónico de la planta:

Vista de planta



6.3 PRODUCCIÓN Y FLUJO DE PROCESO.

6.3.1 FLUJO DE PROCESOS DEL PRODUCTO AVENA MOLIDA CON LINAZA Y PASAS

6.4 CARTA TÉCNICA DEL PRODUCTO: AVENA MOLIDA CON LINAZA Y PASAS.

a) **Recepción de materia prima:** el primer paso para empezar a realizar nuestro proceso, consiste en cuantificar la materia prima que entra para verificar sus características organolépticas, sabor, color, textura y firmeza, esto lo realiza el operario, en el caso de la avena el color deberá ser: blanco con ligeras tonalidades castaño a caoba, olor y sabor característicos de la avena, libre de olores y sabores extraños. Textura: Hojuelas de Avena.

   La linaza es ligeramente grande y tienen una cáscara dura que es lisa y brillante. Su color se extiende del ámbar profundo a rojizo marrón, por ultimo las pasas su pulpa es carnosa, jugosa, elástica y flexible. Sabor fuerte, sabor a moscatel y persistencia en el paladar, con ausencia de sabor acaramelado, típico del secado artificial.

b) **Pesado:** se realizará un primer pesado de la materia prima en este caso la avena en hojuela, linaza y pasas esto se hace con el fin de llevar un control de cuanta materia se recibe y determinar el rendimiento de esta. Esto lo realiza el operario con ayuda de una pesa.

c) **Formulación:** se realizó un formulario para poder saber la cantidad de ingredientes a utilizar para la elaboración del producto. Esto lo realizará el operario.

d) **Tostado y deshidratado:** procedimos a realizar el tostado de la linaza por un tiempo determinado de 30 minutos a fuego medio, esto con el objetivo de reducir los ácidos grasos (omega 3) que contiene, seguidamente llevamos a cabo la deshidratación de las pasas, este proceso se realiza de manera artesanal colocando las pasas a un sartén a fuego lento, por un tiempo terminado de 20 minutos con el objetivo de reducir por completo el contenido de humedad de estas. Esta actividad la realiza el operario.

e) **Homogenizado:** inmediatamente homogenizamos la avena, la linaza ya tostada y las pasas deshidratadas, la homogenización consiste en mezclar de manera uniforme en una pana plástica los ingredientes mencionados**.** Este proceso lo realizará el operario.

f) **1ra Molienda:** se procede a realizar la primera molienda, esta consiste en moler la avena, la linaza y las pasas ya homogenizadas en un molino industrial, por un tiempo determinado de 20 minutos**.** Esto acción la realiza el operario.

g) **Enfriamiento:** después de la primera molienda dejamos reposar por unos 10 minutos la avena ya molida hasta que esta enfrié, para proceder a la segunda molienda**.**

h) **2da Molienda:** seguidamente realizamos la segunda molienda esto con el objetivo de obtener la textura fina en polvo de la avena ya procesada. Este proceso lo realiza el operario.

i) **Enfriamiento:** después de terminar la molienda y de haber obtenido la textura fina en polvo de la avena, dejamos reposar aproximadamente unos 10 minutos hasta que esté completamente fría.

j) **Granulometría**: realizamos granulometría con tamices a la avena molida, esto con el objetivo de obtener una medida uniforme de la avena molida y eliminar las partículas de tamaño grande que no son apropiada para nuestro producto final. Este proceso lo realiza el operario.

k) **Pesado:** realizamos el último pesado utilizando una báscula para determinar el rendimiento de nuestro producto terminado.

l) **Empacado:** se realiza el empaquetado del producto terminado, el empaque seleccionado fue bolsas de polipropileno con un contenido de 250 gramos.

m) **Etiquetado:** se etiqueta el producto, para obtener la presentación del producto terminado.

n) **Almacenamiento:** el producto se almacena a temperatura ambiente, para poder conservar sus características organolépticas y evitar que sufra algún cambio o deterioro.

6.5 Formulación.

Ingredientes	Cantidad en gramos	Porcentaje (%)
Avena	3000	87.20
Linaza	250	7.26
Pasas	190	5.52
TOTAL		**99.98**

6.6 Análisis de peligros.

Los controles de calidad que se realizan antes del proceso, se centran en garantizar que los manipuladores de alimentos cumplieran con la vestimenta adecuada y realizaran los métodos de higiene correctamente. Asimismo, se realiza la limpieza y desinfección del área de trabajo y de cada uno de los utensilios que se utilizan en el proceso.

Durante el proceso los controles de calidad realizados se centran en la recepción de materia prima, en donde se verifican que cada uno de los ingredientes a utilizar cumplan con las características organolépticas propias de cada uno de ellos.

En todo el proceso se garantiza la limpieza los utensilios que se utilizan para evitar algún tipo de contaminación.

Se realiza la formulación de cada uno de los ingredientes con el fin de conocer las cantidades exactas a utilizar durante el proceso de producción. Al concluir con las formulaciones se realiza el pesado de cada ingrediente, calculando las cantidades exactas establecidas en las formulaciones.

Se procede a realizar el tostado y deshidratación controlando el tiempo y temperatura de la misma, lo que garantiza su uniformidad y calidad.

Se realiza la molienda de los ingredientes controlando el tiempo.

En resumen, durante el proceso se garantiza la calidad de nuestro producto cumpliendo con que las temperaturas, tiempos y cantidades establecidas en las formulaciones.

Durante el proceso se controla lo siguiente:

- Presencia de impurezas en la materia prima.
- Monitoreo y control de la temperatura adecuada para llevar a cabo el tostado y la deshidratación.
- Tiempo del tostado y deshidratado.
- Tiempo de la molienda.
- Tiempo del enfriamiento.
- Tipo de empaque.
- Sellado correcto del empaque.
- Características organolépticas propias del producto terminado.
- Almacenamiento (temperatura).

Después del proceso, no debemos perder de vista el etiquetado, el que debe de cumplir con las normas de etiquetado establecidas por las Nomas Técnicas Obligatorias Nicaragüenses (NTON), en donde se establece que la etiqueta debe de contener el nombre del producto, ingredientes, lote, fecha de vencimiento, registro sanitario, peso neto, dirección y país de origen.

Y por último se verifica que el almacenamiento cumpla con las temperaturas establecidas en la ficha técnica y a la vez que el área de almacenado cumpla con todas las normativas de higiene establecidas en las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).

Definición de Puntos Críticos de Control:

El Codex Alimentarius define un Punto Crítico de Control (PCC) como una etapa donde se puede aplicar un control y que sea esencial para evitar o eliminar un peligro a la inocuidad del alimento o para reducirlo a un nivel aceptable. Si se identifica un peligro y no hay ninguna medida de control para esa etapa o en cualquier otra, entonces el producto o el proceso debe ser modificado en dicha etapa, o en una etapa anterior o posterior, para que se pueda incluir una medida de control para ese peligro. La determinación de un Punto Críticos de Control en el sistema HACCP puede ser facilitada por la aplicación de un árbol de decisiones, como aquella incluida en las directrices para la aplicación de sistemas de

análisis de peligros y puntos críticos de control- HACCP, del Codex, que hace un abordaje de razonamiento lógico y que aplicaremos en toda la etapa de producción y comercialización de nuestro producto avena molida con linaza y pasas.

A continuación, se detallan las fases del proceso, el riesgo, y las medidas preventivas y de control que se identifican en la producción del producto avena molida con linaza y pasas.

Fase de proceso	**Categoría del riesgo**	**Justificación del riesgo**	**Medidas preventivas y de control**	**PCC**
Recepción de materia prima.	Riesgo biológico. Riesgo químico. Riesgo físico.	Carga bacteriana por contaminación del suelo y manipulación apropiada, restos de tierra, pelos, otros.	Inspeccionar las condiciones del producto de nuestros proveedores. Capacitación e implementación de las Buenas prácticas de manufactura por parte de los manipuladores de alimentos.	SI
Deshidratado y tostado.	Riesgo físico	No poseer las características organolépticas propias del producto por mal manejo de tiempo y temperatura	Mantener en constante inspección el área de deshidratación y tostado evaluando los parámetros establecidos	SI
Empacado	Riesgo físico	Daños en el producto terminado	Empacar de la forma más cuidadosa posible y utilizar los empaques adecuados al producto.	SI

Determinación de limites críticos

PCC	Peligros	Medidas preventivas	Limites críticos
Recepción de materia prima	Mala calidad en la materia prima, (Avena, linaza y pasas).	Correcta selección e inspección de materia prima	Permisibilidad de un 2% de materia prima en mal estado
Temperatura de deshidratación y tostado.	Mal proceso de deshidratación y tostado.	Regular y estar en constante inspección de la variación de temperatura	64 ^{0} C – 70 ^{0} C en condiciones óptimas 65 ^{0}C
Tiempo de deshidratación y tostado	Mal proceso de deshidratación y tostado	Regular y estar en constante inspección del tiempo	30 minutos
% de humedad	Mala calidad en producto terminado y proliferación de microorganismos	Procurar que se dé una deshidratación correcta	12-15%

Cabe destacar que nuestro PCC que se debe de tener cuidado es el tiempo de deshidratación de las pasas y el tostado de la linaza, ya que se debe de controlar la temperatura y el tiempo del proceso de deshidratado y tostado, para obtener la deshidratación adecuada de las pasas y el correcto tostado de la linaza.

- **Implementación de las Buenas Prácticas de Manufactura (BPN) en la elaboración de la avena molida con linaza y pasas en relación al cumplimiento de normas higiénicas.**

Para la operación de la planta es necesario monitorear adecuadamente si se están llevando a cabo las normas higiénicas adecuadas. Para asegurar que el ambiente sea el adecuado, el primer paso es asegurar que la estructura de la planta se encuentre de acuerdo a las normas BPM ya que en estas se detallan adecuadamente las estructura que debe tener

una planta para evitar el desarrollo de microorganismo y para facilitar también la limpieza de esta.

Una vez terminado esto hay que controlar todos los aspectos de limpieza y sanitización de la planta lo primero será controlar la sanitización del agua. Esta debe ser potable y debe presentar una concentración de cloro de 9 a 11 mg/l. Se debe hacer la inspección al local donde se almacena el agua semanalmente y se debe probar la concentración de cloro diario antes de iniciar el proceso de producción.

Seguido al agua, también hay que preparar adecuadamente todos los productos de limpieza de acuerdo a las normas POES (Prácticas Operativas Estandarizadas Sanitaria). El cloro debe tener la pureza adecuada para ser utilizado. El detergente se debe utilizar cuidadosamente y la mezcla entre agua y detergente debe tener una sociedad de 15ml/L con la sociedad extrema siendo 30 ml/L. La limpieza se debe hacer con ambos a mezcla de agua y detergente y agua potable para deshacerse del detergente. Dicha limpieza se elabora 2 veces al día, una antes de las operaciones y una después. De acuerdo a la situación puede ser necesario limpiar más veces ciertas áreas.

Para evitar la contaminación de nuestro producto dividiremos nuestra planta en 3 tipos de áreas:

- **Áreas blancas:** Son las áreas donde se elabora el producto. Deben estar adecuadamente limpias así que no debe haber un gran riesgo de contaminación
- **Áreas grises:** Son áreas que están separadas del área de producción y que presentan un cierto riesgo de contaminar los productos.
- **Áreas negras:** Son áreas donde no debemos llevar nuestro producto. Usualmente hace referencias a las áreas que están en el exterior de nuestra de planta.

Para asegurar que nuestro producto mantenga su calidad es importante cerciorarse que su circulación se mantenga en áreas blancas mientras no esté empacado. Una vez empacado lo ubicamos en un área gris para su almacenamiento.

Otro aspecto importante es el manejo de residuos sólidos. Cualquier desecho sólido que exista durante la fase de procesamiento debe ser recolectado manualmente y desechado adecuadamente si se encuentran en las mesas de trabajo. Si se encuentran en el suelo, se debe hacer uso de una pala y de una escoba para recogerlos y después poder desecharlos adecuadamente.

Con todo esto explicado cabe detallar los procesos de sanitización en sí en donde se tendrá también especial cuidado con los techos los cuales se deben limpiar cada 6 meses con agua y rociándolos con detergente para así permitir su desinfección.

Las paredes se deben lavar diario con agua clorada y detergente para que estas mantengan un buen estado y no haya riesgo de contaminar el producto. Los pisos serán lavados con cepillos plásticos y escobas, haciendo uso de detergente y agua limpia para escurrirlos.

En el caso del almacén, se limpiará el piso con lampazo para de esta forma evitar el humedecimiento. Cuando sea necesario lavar, se sacará todo lo que esté en el interior y se lavaran todas las áreas adecuadamente. El proceso de lavado de los pisos se debe elaborar al menos cada dos semanas.

Los servicios sanitarios se lavarán dos veces al día. Primero se deben de humedecer y después lavar adecuadamente con pastes y cepillos, además de equipos de protección como botas de hule, guantes, gabachas de PVC, etc. El personal encargado de la limpieza debe tener la entrada restringida a las áreas de producción para evitar la contaminación del producto.

Los equipos de protección se lavarán con detergente y se enjuagarán con agua y concentración de cloro en 2 ppm

Monitoreo de trabajadores.

La higiene de los trabajadores debe ser la adecuada para evitar al máximo que estos sean una fuente de contaminación. Los trabajadores tienen la obligación de bañarse diariamente, así como también deben mantenerse limpio durante su estadía en la planta.

En el caso de los hombres estos deben controlar el tamaño de su pelo y barba para así evitar la transferencia de pelos al producto. En el caso de las mujeres, estas deben tener su pelo bien amarrado y deben evitar llevar aretes o cualquier accesorio que pueda permitir el crecimiento de micro organismos como anillos, pulseras etc.

Todo trabajador debe portar la vestimenta adecuada. No se permiten ciertas vestimentas como shorts, camisolas o chinelas. Deben también portar todo el equipo de seguridad de acuerdo a la norma.

Por último, se asegurará el monitoreo de los trabajadores referente a su estado de salud, los cuales no deben presentar enfermedades que puedan poner en peligro la estabilidad del producto, significando que se debe hacer exámenes médicos a los trabajadores obligatoriamente por parte de “Avenas Nadi”.

6.7 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO AVENA MOLIDA CON LINAZA Y PASAS

Ficha técnica del producto: Avena molida con linaza y pasas	
Producto: Avena molida con linaza y pasas	**Fecha de elaboración:** 01 agosto del 2021
Nombre del producto: Avena molida con linaza y pasas	
Ingredientes:	Avena, linaza y pasas.
Procedimiento general de fabricación:	Se realiza primeramente la verificación de la materia prima entrante cuantificándola y verificando las características organolépticas (sabor, color, textura y firmeza). Luego realizamos el primer pesado de la materia prima, esto con el objetivo de llevar un control de cuanta materia prima se recibe y determinar el rendimiento de esta. Se realiza un formulario para poder saber la cantidad de ingredientes a utilizar para la elaboración del producto. Procedemos a realizar el tostado de la linaza por un tiempo determinado de 30 minutos a fuego medio, esto con el objetivo de reducir los ácidos grasos (omega 3), seguidamente llevamos a cabo la deshidratación de las pasas, este proceso se realiza de manera artesanal colocando las pasas a un sartén a fuego lento, por un tiempo determinado de 20 minutos con el objetivo de reducir por completo el contenido de humedad. Seguido homogenizamos la avena, la linaza ya tostada y las pasas deshidratadas (la homogenización consiste en mezclar de manera uniforme en una pana plástica los tres ingredientes).

	Procedemos a realizar la primera molienda, esta consiste en moler la avena, la linaza y las pasas ya homogenizadas en un molino industrial por un tiempo determinado de 20 minutos, después de la primera molienda dejamos reposar por unos 10 minutos la avena molida hasta que esta enfrié, para continuar con la segunda molienda. Se procede a realizar la segunda molienda con el objetivo de obtener una textura fina. Una vez terminada la segunda molienda y después de haber obtenido una textura mucho más fina de la avena, dejamos reposar aproximadamente unos 10 minutos hasta que esta esté completamente fría. Luego realizamos granulometría con tamices con el objetivo de obtener una medida uniforme de la avena molida y así eliminar las partículas de tamaño grande que no son apropiada para nuestro producto final. A continuación, realizamos el último pesado utilizando una báscula para determinar el rendimiento de nuestro producto terminado. Se procede a realizar el empaque del producto terminado en bolsas de polipropileno con un contenido de 250 gramos. Finalmente se realiza el proceso de pegado de la etiqueta al producto ya terminado, para obtener la presentación del producto para ser comercializado. Por último, se dispone a almacenar el producto a temperatura ambiente, para poder conservar sus características organolépticas y evitar que sufra algún cambio o deterioro.
Uso esperado:	Listo para consumirse.
Empaque primario:	Bolsas de polipropileno.
Contenido neto:	250 gramos
Instrucciones de etiqueta:	La etiqueta debe contener la información generalizada, en donde se presenta el nombre del producto,

	ingredientes, país de origen, fecha de vencimiento, instrucciones de consumo e instrucciones para su conservación, entre otros.
Vida útil:	Aproximadamente 7 meses, manteniéndolo a temperaturas óptimas (22º a 32º C).
Instrucciones de distribución:	Rotación de inventario primero en entrar primero en salir (Método PEPS). Mantener a temperatura ambiente en un lugar fresco y seco.
Punto de venta:	Venta directa al consumidor, pulperías, misceláneas, supermercados, tiendas naturistas, gimnasios, etc.
Instrucciones de venta al detalle:	Mantener a temperatura ambiente en un lugar fresco y seco. Rotación de inventario primero en entrar primero en salir (método PEPS).
MARCO REGULATORIO Requisitos mínimos y normatividad.	Para la elaboración del producto avena molida con linaza y pasas se consultó las siguientes normas**.** 1. Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) **2.** Sistema HACCP. 3. Normas POES (Prácticas Operativas Estandarizadas Sanitaria). 4. NTON-03-021-08 (Norma Técnica Obligatoria Nicaragüense) para el etiquetado de alimentos pre envasados para el consumo humano.

6.8 MAQUINARIA, EQUIPO, UTENSILIOS Y MOBILIARIO DE OFICINA

PROYECTO: AVENA MOLIDA CON LINAZA Y PASAS						
PRESUPUESTO DE EQUIPOS, UTENSILIOS Y MOBILIARIO DE OFICINA						
UNIDAD MONETARIA: DÓLAR						
Concepto	**Proveedor**	**Cantidad**	**Costo del Activo**	**Vida Útil**	**Valor Residual**	**Total**
Mesa de acero inoxidable 124.4 cm x 61 cm x 89 cm	Industrias López	1	140.00	10 años	14.00	140.00
Cocina industrial de 3 quemadores	Industrias López	1	450.00	15 años	45.00	450.00
Molino industrial de 5Hp	Maquinaria Industrial FR	1	300.00	10 años	30.00	300.00
Balanza electrónica 3kg / 6.6lb	Casa de las Pesas Daetz Porta & Cía Ltda.	1	100.00	5 años	10.00	100.00
Balanza gramera de escala 0.01x2000 gramos	Casa de las Pesas Daetz Porta & Cía Ltda.	1	45.00	5 años	4.50	45.00
Perol de aluminio	Industrias Torres, Mercado Oriental	2	50.00	2 años	10.00	100.00
Panas plásticas grandes	Comercial Paola, Mercado Oriental	3	6.00	5 años	1.80	18.00
Cucharon de acero inoxidable	Alke de Nicaragua, S.A.	3	10.00	10 años	3.00	30.00
Cilindro de gas de 100 libras	Agencia Tropigas Honey, Rivas	1	54.00	20 años	5.40	54.00
Tamices de acero inoxidable	Alke de Nicaragua, S.A.	3	14.90	5 años	4.47	44.70
Computadora de escritorio	Comtech	1	300.00	4 años	30.00	300.00
Escritorio de tres gavetas	Mueblysa	1	120.00	10 años	12.00	120.00
Sillas giratoria con brazo semiejecutiva	Mueblysa	1	65.00	10 años	6.50	65.00
Sillas de espera sin brazo	Mueblysa	3	35.00	10 años	10.50	105.00
Exhibidor de productos de melamina	Mueblysa	1	94.00	5 años	9.40	94.00
Total					**196.57**	**1,965.70**

Para iniciar operaciones de nuestro negocio “Avenas Nadi”, será necesario invertir en maquinaria, equipos, utensilios y mobiliario de oficina, para asegurar los activos fijos del negocio, entre los cuales vamos adquirir: cocina industrial de 3 quemadores, molino industrial 5Hp, mesa de acero inoxidable entre otros. Según cotizaciones realizadas los precios más bajos y que cumplen con las especificaciones para llevar a cabo el proceso productivo los encontramos en las empresas: Industrias López, Maquinaria Industrial FR, Casa de las Pesas, COMTECH, entre otros. La inversión para compra de maquinaria, equipos, utensilios y mobiliario de oficina es de $ 1,965.70 dólares.

6.9 COSTOS OPERATIVOS.

Los costos operativos son aquellos en los que se incurre durante el proceso de producción del bien u operación del servicio correspondiente al objetivo del proyecto (Avena molida con linaza y pasas).

6.10 COSTOS DE PRODUCCIÓN

6.10.1 PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA

PROYECTO: AVENA MOLIDA CON LINAZA Y PASAS						
PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA						
MONEDA EN DÓLAR						
Concepto	Proveedor	Unidad de Medida	Cantidad	Precio Unitario	Total Mensual	Total Anual
Avena	Distribuidora Jirón	Quintal	2.65	29.5	78.18	938.10
Linaza	Distribuidora los NICAS	Libras	28	1.38	38.64	463.68
Pasas	Distribuidora Jirón	Libras	23	1.6	36.80	441.60
Bolsas de polipropileno	Fernandez Sera	Unidad	1005	0.13	130.65	1,567.80
Etiquetas	Imprenta Argentina	Unidad	1005	0.041	41.21	494.46
TOTAL					**325.47**	**3,905.64**

En la tabla anterior, se muestran las cantidades exactas de materia prima: avena, linaza, y pasas, al igual que la cantidad de empaque a utilizar y cantidad de etiquetas. También se pueden apreciar los precios ya definidos de estos, totalizando mensualmente $ 325.47 dólares y anualmente $ 3,905.64 dólares.

6.10.2 PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA

PROYECTO: AVENA MOLIDA CON LINAZA Y PASAS					
PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DE SERVICIOS					
Concepto	Cargo	Cantidad	Salario Mensual	Total Mensual	Salario Anual
Gerente propietario	Gerente general	1	180.00	180.00	2,160.00
Operario	Responsable de producción	1	145.00	145.00	1,740.00
Operario	Responsable de mercadeo y ventas	1	145.00	145.00	1,740.00
Total de Salarios			**470.00**	**470.00**	**5,640.00**

Nuestro negocio, cuenta con un Gerente General, quien es a su vez la propietaria, y dos operarios, que fungen como colaboradores realizando las funciones de producción, administración, mercadeo, publicidad, y operarios. El Gerente General percibirá un sueldo de $ 180.00 dólares y los operarios $ 145.00 dólares cada uno, totalizando los salarios mensuales en $ 470.00 dólares y anuales de $ 5,640.00 dólares.

6.10.3 PRESUPUESTO DE MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA

PROYECTO: AVENA MOLIDA CON LINAZA Y PASAS						
PRESUPUESTO DE MANTENIMIENTO DE LIMPIEZA						
UNIDAD MONETARIA: DÓLAR						
Concepto	Proveedor	Unidad de medida	Costo unitario	Cantidad	Total	Total Anual
Alcohol gel	La Casa de la Limpieza	Litro	5.30	1	5.30	63.60
Basurera	Mercado Local	Unidad	8.45	1	8.45	16.90
Bolsa para basura grande	La Casa de la Limpieza	Bolsa	0.61	5	3.05	73.20
Botas de hule	Mercado Local	Unidad	6.03	1	6.03	18.09
Bote de basura grande	Mercado Local	Unidad	10.00	1	18.00	18.00
Caja de guantes	La Casa de la Limpieza	Caja	8.00	1	8.00	48.00
Caja de redecillas	La Casa de la Limpieza	Caja	7.54	1	7.54	45.24
Caja de tapa bocas	La Casa de la Limpieza	Caja	3.77	1	3.77	45.24
Cloro al 5%	La Casa de la Limpieza	Galón	1.26	2	2.52	15.12
Desinfectante	La Casa de la Limpieza	Galón	1.50	1	1.50	18.00
Detergente Xedex	La Casa de la Limpieza	Kilogramo	1.60	3	4.80	144.00
Dispensador de jabón liquido	La Casa de la Limpieza	Litro	11.90	1	11.90	11.90
Escoba	La Casa de la Limpieza	Unidad	1.50	1	1.50	18.00
Estante plástico	Mercado Local	Unidad	16.30	2	32.60	32.60
Gabacha	Uniformania	Unidad	9.01	2	18.01	108.06
Jabón Extra ristra de 4	La Casa de la Limpieza	Ristra	2.20	1	2.20	13.20
Jabón liquido neutro	La Casa de la Limpieza	Galón	1.80	1	1.80	21.60
Jabón para lavar trastes	La Casa de la Limpieza	Unidad	0.60	4	2.40	28.80
Lampazo	La Casa de la Limpieza	Unidad	2.35	1	2.35	9.40
Mecha para lampazo	La Casa de la Limpieza	Unidad	2.20	1	2.20	13.20
Palas recolectoras de basura	La Casa de la Limpieza	Unidad	2.41	1	2.41	9.64
Papel higienico paquete de 4	La Casa de la Limpieza	Paquete	1.78	1	1.78	21.36
Papel Toalla	La Casa de la Limpieza	Unidad	1.17	3	3.51	42.12
Pastes de alambre	La Casa de la Limpieza	Ristra	0.90	1	0.90	9.00
Pastes de esponja	La Casa de la Limpieza	Ristra	0.90	1	0.90	9.00
Toallas de limpieza	La Casa de la Limpieza	Unidad	0.60	5	3.00	36.00
Total					**156.42**	**889.27**

“Avenas Nadi” dentro de su tabla de costos establece que se invertirán $ 156.42 dólares mensuales y $ 889.27 dólares anuales, para realizar el mantenimiento y limpieza, en donde como distribuidores principales tenemos: La Casa de la Limpieza, el Mercado Local y la empresa UNIFORMANÍA.

6.10.4 PRESUPUESTO DE PAPELERÍA Y ÚTILES DE OFICINA

PROYECTO: AVENA MOLIDA CON LINAZA Y PASAS					
PRESUPUESTO DE PAPELERÍA Y ÚTILES DE OFICINA					
UNIDAD MONETARIA: DÓLAR					
Concepto	**Proveedor**	**Cantidad**	**Costo unitario**	**Total**	**Total anual**
Almohadilla para sello	Librería Gonper	1	12.13	12.13	12.13
Archivador ampo	Librería Gonper	3	1.95	5.85	70.20
Caja de Clip niquelados	Librería Gonper	1	0.34	0.34	1.70
Caja de folder tamaño carta	Librería Gonper	1	2.72	2.72	16.32
Caja de lápiz de grafito	Librería Gonper	1	1.68	1.68	3.36
Calculadora de 12 digitos	Librería Gonper	1	10.38	10.38	10.38
Clamp de 3/4″	Librería Gonper	2	0.40	0.80	9.60
Clamp de 1 5/8″	Librería Gonper	2	1.98	3.96	47.52
Engrapadora mediana	Librería Gonper	1	2.59	2.59	2.59
Etiquetas adhesivas 3x3	Librería Gonper	1	0.42	0.42	5.04
Grapas estandar	Librería Gonper	1	0.81	0.81	0.81
Lapiceros varios colores	Librería Gonper	3	0.17	0.51	2.04
Libro de registro order book	Librería Gonper	1	1.21	1.21	3.63
Marcadores acrilicos	Librería Gonper	1	0.61	0.61	3.66
Marcadores permanentes	Librería Gonper	1	0.77	0.77	4.62
Maskingtape	Librería Gonper	1	0.70	0.70	8.40
Papelera	Librería Gonper	1	7.04	7.04	7.04
Perforadora	Librería Gonper	1	5.64	5.64	5.64
Pizarra acrilica	Librería Gonper	1	33.42	33.42	33.42
Regla de 30 cm	Librería Gonper	1	0.59	0.59	1.18
Resaltadores flourecentes	Librería Gonper	1	0.32	0.32	1.92
Resma de papel tamaño carta	Librería Gonper	2	2.72	5.44	65.28
Saca grapas	Librería Gonper	1	0.63	0.63	0.63
Sello automático del negocio	Imprenta Argentina	1	18.34	18.34	18.34
Sello de cancelado	Librería Gonper	1	1.72	1.72	1.72
Talonario de facturas	Imprenta Argentina	1	7.79	7.79	46.74
Talonario de recibo oficial de caja	Imprenta Argentina	1	6.51	6.51	39.06
Tinta para sellos	Librería Gonper	1	1.42	1.42	4.26
Total				**134.34**	**427.23**

“Avenas Nadi” realizará una inversión de $ 134.34 mensuales para costear papelería y útiles de oficina, de modo que se invertirá un total de $ 427.23 dólares anuales. Sus principales proveedores son Librerías GONPER e Imprenta Argentina.

6.11 COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN

6.11.1 PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD Y RECLUTAMIENTO

Concepto	Frecuencia	Medio Publicitario	Costo	Total
Facebook anuncios	15 dias	Facebook	6.03	6.03

Para que la gente conozca nuestro producto, la mejor vía para realizar nuestra publicidad son las redes sociales por ese motivo, “Avenas Nadi”, se suscribirá a la red social Facebook para contratar los servicios de publicidad de anuncios por un costo de $ 6.03 dólares por un período de 15 días.

6.12 COSTOS FIJOS Y VARIABLES

6.12.1 COSTOS VARIABLE

PROYECTO: AVENA MOLIDA CON LINAZA Y PASAS

Producto/Servicios	COSTO UNITARIO	CALENDARIZACION												Cantidad total de eventos	Año 1
		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC		
Venta de avena molida con linaza y pasas 250 gr. Consumidor Final	1.82	1005	1005	1005	1005	1005	1005	1005	1005	1005	1005	1005	1005	12057.5304	21995.85186
TOTAL															21,996

El costo unitario de la Avena molida con linaza y pasas de 250 gramos es de $ 1.82 dólares para el consumidor final, lo cual conlleva a un total de ventas anuales de $ 21,996 dólares.

Cabe destacar que “Avenas Nadi” producirá mensualmente 1005 unidades de avena molida con linaza y pasas de 250 gramos.

6.12.2 PROYECCIONES DE COSTOS FIJOS

PLAN DE NEGOCIOS AVENA MOLIDA CON LINAZA Y PASAS
Tabla # 3
Proyección de Costos Fijos
(Cifras en US$)

CONCEPTOS	AÑOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO				
	1	2	3	4	5
Gastos personales:					
Salarios	5,640.00	5,922.00	6,218.10	6,529.01	6,855.46
Prestaciones de ley	1,325.40	1,391.67	1,461.25	1,450.89	1,523.43
Gastos patronales	1,128.00	1,243.62	1,305.80	1,371.09	1,439.65
Sub total gastos personales	**8,093.40**	**8,557.29**	**8,985.15**	**9,350.99**	**9,818.54**
Gastos no personales:					
Cargos básicos	1,020.00	1,051.93	1,084.85	1,118.81	1,153.83
Gasto en papelería y útiles	427.23	440.60	454.39	468.62	483.28
Gastos de Suministros	889.27	917.10	945.81	975.41	1,005.94
Gastos en publicidad	6.03	6.22	6.41	6.61	6.82
Otros gastos	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00
Sub total gastos no personales	**2,402.53**	**2,475.85**	**2,551.47**	**2,629.45**	**2,709.87**
Gastos fijos totales	**10,495.93**	**11,033.14**	**11,536.62**	**11,980.44**	**12,528.41**

En esta tabla se presenta el balance que conlleva la proyección de costos fijos, gastos personales (salarios, prestaciones de ley, gastos patronales), los gastos no personales como los cargos básicos que se incurrirá en los próximos 5 años.

De igual forma se incluyen los gastos de papelería y útiles para el uso de oficina y registro de las cuentas contables.

Los gastos de materiales y suministros y los gastos de publicidad proyectados para los próximos a 5 años.

“Avenas Nadi”, tendrá en sus gastos totales anuales en su primer año $ 10,495.93 dólares, en su segundo año $ 11,033.14 dólares, tercer año $ 11,536.62, cuarto año $ 11,980.44, y quinto año $ 12,528.41 dólares.

Se proyecta un ajuste salarial del 5% anual y prestaciones de Ley (antigüedad, vacaciones, décimo tercer mes) del primer al tercer año del 23.50% y del cuarto al quinto año del 22.22%.

VII. ESTUDIO ORGANIZACIONAL - LEGAL (ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE AVENAS NADI)

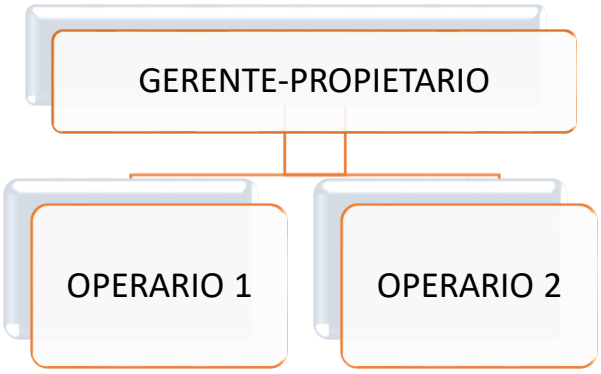
La estructura organizacional de “Avenas Nadi”, está conformada como un negocio unipersonal, significando que el Gerente General será únicamente el propietario.

La Gerencia General de “Avenas Nadi”, así como la parte Técnica de Producción, Administración y Finanzas, estará a cargo de su propietaria Martha Nadieska Salas Gutiérrez, la experiencia se remite a conocimientos técnicos y prácticos en la elaboración de productos alimenticios en el área Agroindustrial, adquiridos durante la carrera de Ingeniería en Agroindustria de Alimentos y cursados en la Universidad Internacional Antonio de Valdivieso (UNIAV).

Dentro de su perfil como emprendedora, es una joven estudiante del cuarto año de la carrera Ingeniería en Agroindustria de Alimentos en Universidad Internacional Antonio De Valdivieso (UNIAV). A través del conocimiento de la agroindustria ha desarrollado ciertas habilidades en cuanto procesamiento de alimentos en diferentes líneas como cárnicos, lácteos, frutas, hortalizas y cereales poniendo en práctica las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) manteniendo en todo momento la inocuidad. Se han definido los cargos y funciones, de acuerdo a una estructura organizativa adaptada para Pequeñas Empresas en proceso de apertura.

7.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE “AVENAS NADI”

La estructura organizacional de “Avenas Nadi”, está conformada por un total de tres colaboradores, entre ellos su propietaria Martha Nadieska Salas Gutiérrez.
Las funciones que desempeñan cada personal dentro de nuestro negocio, se ven en el organigrama siguiente:



7.2 DEFINICIÓN DEL PERFIL Y OCUPACIÓN DEL PUESTO.

PUESTOS DE TRABAJO EN "AVENAS NADI"

Nuestro negocio pretende generar un total promedio de tres nuevos empleos directos de forma permanente (incluyendo a su propietario).

En el cuadro siguiente se muestran los cargos propuestos, así como información adicional de cada colaborador.

1ra. FICHA OCUPACIONAL

<table>
<tr><td>NOMBRE DEL CARGO

Gerente General</td><td>TIPO DE CONTRATO

Por tiempo indefinido</td><td>FECHA DE INICIO

01 de agosto 2021</td></tr>
<tr><td>SEDE DEL TRABAJO

En la ciudad de Rivas, con dirección de la escuela especial 7 cuadras al Sur, 1 cuadra el Este, Barrio Nueva Jerusalén.</td><td>FINANCIAMIENTO

Banca Nacional</td><td>CLASIFICACIÓN

Personal Profesional Nacional</td></tr>
<tr><td colspan="2">A. RESULTADOS ESPERADOS

Asegurar el funcionamiento óptimo de todas las áreas del negocio, encaminando todos los esfuerzos a generar mayor volumen de ventas y productividad, de acuerdo a la misión, visión y objetivos.

B. OBJETIVO DEL CARGO

Responsable de la representación legal, judicial y extrajudicial, estableciendo las políticas generales que regirán al negocio. Desarrolla y define los objetivos organizacionales. Planifica el crecimiento del negocio a corto y largo plazo. Además, presenta al Directorio los estados</td><td>C. DEFINICIÓN DEL PERFIL

C.1. Competencias profesionales

Se requiere de un profesional graduado en Administración de empresas o Ingeniería en Agroindustria de los alimentos.

C.2. Experiencia laboral

Experiencia técnica - profesional demostrable en el campo de la Administración de al menos tres años.

Planificación, Dirección, Supervisión y Control en el área administrativa y de operación.</td></tr>
</table>

financieros, el presupuesto, programas de trabajo y demás obligaciones que requiera.	**C.3. Habilidades y Cualidades** Planificación estratégica Liderazgo Visión de Negocios Orientación a Resultados Liderazgo Comunicación efectiva a todo nivel. Manejo de paquetes computacionales.
D. PRINCIPALES FUNCIONES Ejercer la representación legal del negocio. Realizar la administración global de las actividades en el negocio, buscando su mejoramiento organizacional, técnico y financiero. Garantizar el cumplimiento de las normas, reglamentos, políticas e instructivos internos y los establecidos por las entidades de regulación y control. Participar en reuniones con el resto de personal, para analizar y coordinar las actividades del negocio. Coordinar y controlar la ejecución y seguimiento al cumplimiento del Plan Estratégico. Participar en reuniones con Asociaciones, Cámaras, Ministerios y demás Instituciones Públicas y Privadas. Asegurar pago a proveedores y salario a colaboradores. Llevar registros contables y financieros.	**E. CONDICIONES LABORALES:** **E.1.** El Contrato laboral será suscrito con “Avenas Nadi” y se regirá a las Normas y Regulaciones laborales que rigen este tipo de contratos. **E.2.** El contrato será por tiempo indeterminado. **E.3.** Los honorarios serán de $ 180 dólares mensuales más las cargas sociales de ley. **G. DEPENDENCIA JERARQUICA** Ninguna.

2da. FICHA OCUPACIONAL

NOMBRE DEL CARGO	**TIPO DE NOMBRAMIENTO**	**FECHA DE INICIO**
Operario 1. Responsable de Producción.	Por tiempo indefinido, un primer contrato será de un año, renovable según resultados de evaluación al desempeño.	01 Agosto 2021
SEDE DEL TRABAJO	**FINANCIAMIENTO**	**CLASIFICACIÓN**
En la ciudad de Rivas, con dirección de la escuela especial 7 cuadras al Sur, 1 cuadra al Este, Barrio Nueva Jerusalén.	Banca Nacional	Personal Profesional Nacional

A. RESULTADOS ESPERADOS

La organización del flujo de proceso, la mejora constante de los procesos, y ser un líder para que todos se involucren en la mejora continua para el crecimiento del negocio.

B. OBJETIVO DEL CARGO

Asegurar el correcto funcionamiento de las líneas de **producción**, supervisar el trabajo de **producción**, resolver problemas que se presente en maquinaria y herramientas de trabajo. Garantizar que se tenga abastecimiento de materias primas, encargado de que se cuente con las normas y políticas de seguridad adecuados.

C. DEFINICIÓN DEL PERFIL

C.1. Competencias profesionales

Se requiere de un profesional como mínimo graduado en Técnico Superior en Agroindustria.

C.2. Experiencia laboral

Experiencia técnica - profesional demostrable en el campo de la Agroindustria al menos un año.

Conocimientos sobre normas NTON, HACCP.

Manejo de situaciones inesperadas, y soluciones apegadas a normas.

C.3. Habilidades y Cualidades

Creatividad e iniciativa.

	Facilidad para establecer relaciones humanas y habilidades de trabajo en equipo, en ambientes multidisciplinario. Habilidad de comunicarse efectivamente, de forma clara y concisa tanto verbal como por escrito. Manejo básico de office. Disposición al trabajo en equipo y al aprendizaje en entornos laborales basados en la confianza, la comunicación abierta, el trabajo multidisciplinario y el respeto mutuo. Disponibilidad para trabajo fuera de horario cuando sea requerido. Habilidades de planificación y organización para poder ejecutar y supervisar el proceso de producción. Fuertes habilidades de negociación para así obtener los materiales dentro del presupuesto, en el momento adecuado.
D. PRINCIPALES FUNCIONES Asegurar que los procesos de producción se ejecuten de manera confiable y eficiente. Coordinar, planificar y dirigir las actividades y procesos para crear una amplia gama de productos. La gestión de los recursos materiales. El control de stocks y la gestión de almacenes.	**E. CONDICIONES LABORALES:** **E.1.** El Contrato laboral será suscrito con “Avenas Nadi” y se regirá a las Normas y Regulaciones laborales que rigen este tipo de contratos. **E.2.** El contrato será por tiempo indeterminado, renovable según resultados de evaluación al desempeño.

La supervisión de los procesos de producción. La innovación y el diseño de productos. Garantizar que se tenga abastecimiento de materias primas. Supervisa toda la transformación de la materia prima y material de empaque en producto terminado. Entrega pedidos para su distribución y comercialización.	**E.3.** Los honorarios serán de $ 145 dólares mensuales más las cargas sociales de ley. **G. DEPENDENCIA JERARQUICA** Dependerá jerárquicamente del Gerente General quien deberá ejercer una permanente supervisión de las actividades que realice, buscando eficiencia y calidad en el desempeño de sus funciones.

3ra. FICHA OCUPACIONAL

NOMBRE DEL CARGO Operario 3. Responsable de Mercadeo y Ventas.	**TIPO DE NOMBRAMIENTO** Por tiempo indefinido, un primer contrato será de 3 meses, renovable según resultados de evaluación al desempeño.	**FECHA DE INICIO** 01 Agosto 2021
SEDE DEL TRABAJO En la ciudad de Rivas, con dirección de la escuela especial 7 cuadras al Sur, 1 cuadra al Este, Barrio Nueva Jerusalén.	**FINANCIAMIENTO** Banca Nacional	**CLASIFICACIÓN** Personal Profesional Nacional
A. RESULTADOS ESPERADOS Realizar investigaciones de mercado, tendientes a determinar los nuevos nichos	**C. DEFINICIÓN DEL PERFIL** **C.1. Competencias profesionales**	

del mercado, analizar la competencia y realizar monitoreo constante a las variables del entorno, que puedan afectar el negocio. **B. OBJETIVO DEL CARGO** Diseñar, planear y controlar las estrategias de mercadeo y ventas, que permitan ampliar la cobertura de los productos y servicios además la creación de nuevos productos y servicios para incrementar la satisfacción del cliente.	Profesional en administración de empresas o carreras afines con el mercadeo y ventas, **C.2. Experiencia laboral** Experiencia técnica - profesional demostrable en el campo del mercadeo y ventas de al menos 1 año. Conocimientos en indicadores de gestión, formulación y evaluación de proyectos, estadística, sistemas, investigación de mercados y conocimientos en canales de distribución. Experiencia en planificación, dirección y coordinación de las actividades de ventas y comercialización. **C.3. Habilidades y Cualidades** Planificación estratégica Liderazgo Visión de Negocios Orientación a Resultados Liderazgo Comunicación efectiva a todo nivel. Manejo de paquetes computacionales.
D. PRINCIPALES FUNCIONES Garantizar la recepción, el trámite y respuesta de las peticiones quejas y reclamos Realizar mediciones de satisfacción del cliente. Garantizar la existencia de una base de datos de los clientes actuales y potenciales.	**E. CONDICIONES LABORALES:** **E.1.** El Contrato laboral será suscrito con “Avenas Nadi” y se regirá a las Normas y Regulaciones laborales que rigen este tipo de contratos. **E.2.** El contrato será por tiempo indeterminado.

Apoyar y liderar la creación de nuevos productos y servicios que permitan ampliar la participación en el mercado. Garantizar el cumplimiento de las metas establecidas. Direccionar las estrategias de venta. Fijar las listas de precios, los porcentajes de descuento y los plazos de entrega, los presupuestos para campañas de promoción de ventas, los métodos de venta, y los incentivos y campañas especiales.	**E.3.** Los honorarios serán de $ 145 dólares mensuales más las cargas sociales de ley. **G. DEPENDENCIA JERARQUICA** Dependerá jerárquicamente del Gerente General quien deberá ejercer una permanente supervisión de las actividades que realice, buscando eficiencia y calidad en el desempeño de sus funciones.

CUADRO RESUMEN PERSONAL Y SALARIOS

NOMBRE	CARGO	ESCOLARIDAD	ÁREA DE TRABAJO	SALARIO BÁSICO
Operario 1	Gerente General	Administración de empresas o Ingeniería en Agroindustria de los alimentos	Gerencia General	$ 180.00
Operario 2	Responsable de Producción	Técnico Superior en Agroindustria	Producción	$ 145.00
Operario 3	Responsable de mercadeo y ventas	Administración de empresas o carreras afines con el mercadeo y ventas	Mercadeo y Ventas	$145.00

Nota: Según Acuerdo Ministerial ALTB-01-03-18 sobre la aplicación de los salarios mínimos aprobados por el Ministerio del Trabajo, para el sector Micro y pequeña Industria artesanal y turística nacional.

7.3 ASPECTOS LEGALES

7.3.1 REQUISITOS LEGALES PARA LA FORMALIZACIÓN DEL NEGOCIO.

a) Cedula de identidad: Para la realización de cualquier trámite, debemos portar en todo momento el documento oficial de identidad (cédula).

b) Requisitos para cédula RUC: Gestionar el número de registro Único de Contribuyente (RUC) ante la Dirección General de Ingresos (DGI), donde se le solicitan lo siguiente:

- Cédula de identidad nicaragüense o cédula de residencia.
- Recibo público (agua, luz, teléfono, o contrato de arriendo notariado), del domicilio o del negocio.
- Formularios de inscripción de contribuyente Persona Natural completamente llenos, (1 original y 2 copias).

c) Matricula

Solicitar matricula de la Alcaldía debe presentar copia del RUC proporcionado por la DGI

Requisitos:

- ✓ Copia y original del número RUC.
- ✓ Copia y original de la cédula de identidad.
- ✓ Solvencia municipal o boleta de NO contribuyente.
- ✓ Carta poder (si actúa en representación del contribuyente).
- ✓ Permiso de la policía nacional, urbanismo y medio ambiente (si aplica).
- ✓ Especificar el barrio, teléfono, y dirección exacta del negocio y del duelo de la actividad.
- ✓ Formulario de apertura de matrícula de cuota fija debidamente lleno.

Valor de la matrícula del negocio: el valor de la matrícula se establece según el tipo de actividad económica.

d) Registro de Marca

Si desea patentizar su producto innovador o registrar la marca de su negocio y calificarlo según su tamaño (Micro, Pequeña o Mediana Empresa) deberá presentarse al Ministerio de Fomento Industria y Comercio- MIFIC (Registro DE Propiedad Intelectual).

e) Negocio de alimentos

Si su negocio es del sector alimentos y bebidas, debe visitar la unidad de salud más cercana (Centro de salud-MINSA) para solicitar tu licencia sanitaria o del establecimiento.

f) Licencia Sanitaria.

El interesado presenta la solicitud ante la autoridad sanitaria del centro de salud correspondiente, de acuerdo a su ubicación geográfica.

Posteriormente se procede al llenado de formulario para la solicitud de trámite de licencia sanitaria y el centro de salud.

La fecha aproximada para realizar la inspección es de 20 días máximo, Posterior a la inspección el interesado entrega los siguientes requisitos:

- ✓ Matricula de la alcaldía.
- ✓ Constancia de fumigación.
- ✓ Certificados de salud.
- ✓ Fotocopia de la cedula, si es persona natural o cedula RUC en caso de ser jurídico.
- ✓ Resolución administrativa emitida por la policía nacional (Los establecimientos que no tengan expendios de bebidas alcohólicas, omitir este requisito).
- ✓ Ficha de inspección sanitaria.

g) Seguro INSS

Si quieren registrar a sus colaboradores para que gocen de la seguridad social, deberán acudir a la sucursal más cercana del Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (INSS).

Requisitos:

- ✓ Inscripción como pequeño negocio MYPIME.
- ✓ Llenado de registro patronal.
- ✓ Presentar documento de identidad de los colaboradores.
- ✓ Llenado de ficha de inscripción del asegurado.
- ✓ Firma de empleador o dueño del negocio.

7.3.2 COSTOS DE LOS REQUISITOS LEGALES

PROYECTO: AVENA MOLIDA CON LINAZA Y PASAS		
	PRESUPUESTO DE CONSTITUCION	
Concepto	**Costo de inscripcion**	**Costo mensual**
DGI	0	0
Alcaldia municipal	7	7
MINSA	37	37
Bomberos	7	7
Libros Contables	3	3
Total	**54**	**54**

En la tabla anterior se presenta la información de los costos en dólares de nuestro negocio, para gastos de requisitos legales al igual todos los permisos que se necesitan para el inicio de operaciones de “Avenas Nadi”, tales son: la Alcaldía Municipal, MINSA, Bomberos, DGI, pago de INSS, libros contables.

VIII. ESTUDIO AMBIENTAL

8.1 Aplicación de producción más limpia (PML) en procesos agroindustriales.

Producción más Limpia ha alcanzado reconocimiento a nivel mundial como una estrategia preventiva para la protección del medio ambiente; a la vez que permitirá una reducción en los costos de producción de “Avenas Nadi”.

De acuerdo con el Programa Ambiental de las Naciones Unidas (PNUMA), la Producción más Limpia (PML) es la aplicación continua a los procesos, productos, y servicios, de una estrategia integrada y preventiva, con el fin de incrementar la eficiencia en todos los campos, y reducir los riesgos sobre los seres humanos y el medio ambiente.

La producción más limpia permite reducir el consumo de recursos evita la contaminación, mejora las prácticas de gestión y, en algunos casos, la introducción de nuevas tecnologías todo esto no solo contribuye a mejorar el desempeño ambiental, sino también a incrementar la competitividad y la eficiencia global de “Avenas Nadi”.

8.2 ¿Por qué implementar Producción más Limpia en Avenas Nadi?

La Producción más Limpia llevará al ahorro de costos y mejorará la eficiencia de las operaciones en “Avenas Nadi” para alcanzar sus metas económicas mientras simultáneamente mejorará el ambiente. En general, los beneficios derivados de la PML traerán consigo a “Avenas Nadi”, entre otros:

- ✓ Optimización del proceso y ahorro de costos mediante la reducción y el uso eficiente de materias primas en insumos en general.
- ✓ Mejoramiento de la eficiencia operativa de la planta.
- ✓ Mejoramiento de la calidad de los productos y consistencia porque la operación de la planta es controlada y por ende más predecible.
- ✓ La recuperación de algunos materiales de los subproductos.
- ✓ Reducción de residuos y, por ende, reducción de costos asociados a su correcta disposición.
- ✓ Mejoramiento de la imagen de “Avenas Nadi” ante clientes, proveedores, socios, comunidad, entidades financieras, etc.

Las estrategias de PML en “Avenas Nadi” permitirán reducir el costo de tratamiento de los desechos, así como los impactos negativos en el medio ambiente. Por lo tanto, el incremento de la eficiencia productiva, implicará beneficios económicos y ambientales simultáneos, que pueden no solo solventar las acciones de PML, sino mejorar la competitividad del negocio. Por tal razón, la PML debe concebirse como una estrategia empresarial que, al minimizar los daños ambientales y maximizar los rendimientos económicos, es ambiental, social y económicamente sostenible, por lo que “Avenas Nadi” se apropiará de este concepto.

Para identificar los impactos ambientales negativos y su grado de afectación, generados en todo el proceso productivo de elaboración Avena molida con linaza y pasas, se ha considerado el análisis de los cuatro criterios siguientes:

- **Utilización del recurso agua.**

“Avenas Nadi” requerirá del uso del agua para operar en lo correspondiente a los procesos de limpieza diaria, lavado de manos y utensilios, con un consumo promedio de 100 litros de agua diariamente. Debido a su importancia para la inocuidad, nos aseguraremos que el agua y su sistema de abastecimiento cumplan con la calidad necesaria.

- **Generación de desechos sólidos.**

El concepto de desecho sólido es el que se aplica a todo tipo de residuo o desecho que genera el ser humano a partir de su vida diaria y que tienen forma o estado sólido a diferencia de los desechos líquidos o gaseosos. Los desechos sólidos son los que ocupan un mayor porcentaje en el total de desechos o residuos que el ser humano genera debido a que gran parte de lo que se consume o se utiliza en la vida cotidiana deja desechos de este tipo.

En este caso al procesar la Avena molida con linaza y pasas, no se genera ningún desecho sólido, lo que significa que “Avenas Nadi” contribuye a la no contaminación del medio ambiente y se minimizan los desperdicios.

- **Consumo de energía.**

La energía es imprescindible para la vida. Consumir energía se ha convertido en sinónimo de actividad, de transformación y de progreso, hasta tal punto de que la tasa de consumo energético es hoy en día un indicador del grado de desarrollo económico de un estado. El consumo de energías provenientes de combustibles fósiles (carbón y petróleo principalmente) durante el siglo XX se ha incrementado tanto que se corre el riesgo de agotar estos recursos.

Durante la elaboración de Avena molida con linaza y pasas, se utilizará energía eléctrica al empacar y moler la materia prima del producto por lo que no se genera un consumo excesivo de energía.

- **Emisiones de gases.**

Se denomina gas al estado de agregación de la materia en el cual, bajo ciertas condiciones de temperatura y presión, sus moléculas interaccionan débilmente entre sí, sin formar enlaces moleculares, adoptando la forma y el volumen del recipiente que las contiene y tendiendo a separarse, esto es, expandirse, todo lo posible por su alta concentración de energía cinética. Los gases son fluidos altamente compresibles, que experimentan grandes cambios de densidad con la presión y la temperatura.

Al aplicar fuego en el momento de tostar la linaza y deshidratar las pasas, se generaría vapor (gas caliente) por lo que se contará con extractores de aire y ventilación adecuada para disminuir el calor que se genere. Los gases emitidos no son gases contaminantes por lo tanto no afecta el medio ambiente.

Aplicación de estrategias de PML, para prevenir impactos ambientales negativos en el proceso productivo para la elaboración de avena molida con linaza y pasas.

Haciendo uso de estrategias de producción más limpia, que se fundamentan en la aplicación preventiva de acciones ambientales sostenibles en todos los procesos productivos, en la elaboración de Avena molida con linaza y pasas, se han definido estrategias de PML, para el manejo integral sostenible del recurso agua, de los desechos sólidos, del consumo de energía y de las emisiones de gases que se detallan a continuación:

- **Manejo sostenible del recurso agua.**

El agua residual del proceso se podría reutilizar en irrigación de plantas ornamentales, frutales o maderables dentro de la propiedad.

- **Manejo sostenible de los desechos sólidos.**

En este caso al momento de procesar la materia prima no se genera ningún desecho sólido, puesto que se utiliza el 100% de la materia prima.

- **Manejo sostenible del consumo de energía.**

Se podría utilizar equipos eléctricos eco amigable y a futuro según el crecimiento del negocio se podrá instalar paneles solares para garantizar una disminución en los costos de la energía eléctrica mensual.

- **Manejo sostenible de las emisiones de gases.**

Se instalarán ventanas amplias para la libre circulación de aire en el interior del negocio y en el techo se ubicarían extractores de vapor.

IX. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero nos muestra que tan rentable es nuestro negocio según las proyecciones estimadas, primeramente, iniciaremos con:

9.1 PROYECCIONES DE VENTAS

PROYECTO: AVENA MOLIDA CON LINAZA Y PASAS

Producto/Servicios	COSTO DE VENTA	CALENDARIZACIÓN EN UNIDADES												Cantidad Total ventas	Año 1
		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC		
Venta de avena molida con linaza y pasas 250 gr. Consumidor Final	2.92	1005	1005	1005	1005	1005	1005	1005	1005	1005	1005	1005	1005	12058	35208
TOTAL															35,208

Las proyecciones de venta mensual, con la presentación de 250 gramos nos arrojan ingresos anuales de $ 35,208 dólares.

9.2 BALANCE ANUAL

PLAN DE NEGOCIOS AVENA MOLIDA CON LINAZA Y PASAS
Tabla # 2
Proyección de ingresos por ventas
(Cifras en US$)

CONCEPTOS	AÑOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO				
	1	2	3	4	5
Ingresos por venta de productos	35,207.99	37,036.20	38,959.34	40,982.34	43,110.39
Ingresos Totales	**35,207.99**	**37,036.20**	**38,959.34**	**40,982.34**	**43,110.39**

Con relación al balance anual, “Avenas Nadi” en su proyección de ingresos por ventas anuales se plantea un incremento de la demanda en 2% y un 3.13 % en el incrementó de la inflación teniendo como ingresos en el Primer año $ 35,207.99 dólares, Segundo año $ 37,036.20 dólares, Tercer año $ 38,959,34 dólares, Cuarto año $ 40,982.34 y en el Quinto año de operaciones se calculan de ingresos por ventas $ 43,110.39 dólares.

9.3 COSTOS OPERATIVOS

COSTOS ANUALES

PLAN DE NEGOCIO.....

Tabla # 3

Proyección de costos variables

(Cifras en US$)

CONCEPTOS	AÑOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO				
	1	2	3	4	5
Costos variables de productos	21,995.85	23,138.01	24,339.47	25,603.32	26,932.80
Costos variables totales	**21,995.85**	**23,138.01**	**24,339.47**	**25,603.32**	**26,932.80**

"Avenas Nadi", tendrá en su primer año como gastos variables totales $ 21,995.85 dólares, segundo año $ 23,138.01 dólares, tercer año $ 24,339.47 dólares, cuarto año $ 25,603.32 y en el quinto año $ 29,932.80 dólares.

9.4 PRESUPUESTO DE COSTOS VARIABLES.

PROYECTO: AVENA MOLIDA CON LINAZA Y PASAS

Producto/Servicios	COSTO UNITARIO	CALENDARIZACION													
		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Cantidad total de eventos	Año 1
Venta de avena molida con linaza y pasas 250 gr. Consumidor Final	1.82	1005	1005	1005	1005	1005	1005	1005	1005	1005	1005	1005	1005	12057.5304	21995.85186
TOTAL															**21,996**

En presupuesto de costo variable, "Avenas Nadi" tendrá $ 21,996 dólares.

9.5 PUNTO DE EQUILIBRIO.

GRÀFICA DE PUNTO DE EQUILIBRIO.

En el punto de equilibrio se calcula el nivel de producción que se necesita producir para que cubra todos los costos.

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{CF + \dfrac{\text{UTI ODJ + AMORT DE PRESTAMO}}{1 \quad 30\%}}{\text{P.V - C.V}}$$

SUSTITUYENDO

$$\text{Punto. Equilbr=} \frac{10{,}495.93 + \dfrac{725.51 \quad 902.70}{70\%}}{2.90 \quad 1.82}$$

$$\text{Punto. Equili=} \frac{12{,}821.94}{1.08}$$

Punto. Equilibr= 11,918.98 unidades

En referencia al punto de equilibrio en relación a la producción que debe alcanzar “Avenas Nadi”, refleja que se logra al producir 11,918.98 unidades de bolsas de Avena molida con linaza y pasas de 250 gramos, con ello se puede decir que estas serían las unidades que cubre los costos de producción en un año.

Por lo tanto, se considera un negocio rentable, puesto que nuestra proyección de venta anual es de 12,057.53 bolsas de avena molida con linaza y pasas que serán destinadas a la satisfacción del consumidor final.

9.6 DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN DE LOS ACTIVOS

9.6.1 DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS

La depreciación nos muestra según el método de línea recta en cuanto se depreciará cada activo fijo utilizado, tomando como valor de salvamento el 10% y según la vida útil de cada activo fijo.

PLAN DE NEGOCIOS AVENA MOLIDA CON LINASA Y PASAS

Tabla # 4

Programa de depreciación de activos

(Cifras en US$)

ACTIVO	CANTIDAD	COSTO INSTALADO	VALOR RESIDUAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL					DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
					1	2	3	4	5		
Cocina Industrial	1.00	350.00	120.00	10 Años	23.00	23.00	23.00	23.00	23.00	115.00	235.00
Molino industrial	1.00	260.00	52.00	10 Años	20.80	20.80	20.80	20.80	20.80	104.00	156.00
Selladora de bolsa manual	1.00	50.00	10.00	5 Años	8.00	8.00	8.00	8.00	8.00	40.00	10.00
Balanza electronica 3kg a 6.6lb	10.00	89.00	17.80	5 Años	142.40	142.40	142.40	142.40	142.40	712.00	178.00
Balanza gramera de escala 0.01	1.00	140.00	28.00	5 Años	22.40	22.40	22.40	22.40	22.40	112.00	28.00
Mesa De acero inoxidable	1.00	120.00	210.00	10 Años	(9.00)	(9.00)	(9.00)	(9.00)	(9.00)	(45.00)	165.00
Computadora de escritorio	2.00	200.00	5.80	4 Años	97.10	97.10	97.10	97.10	-	388.40	11.60
Escritorio de tres gavetas	2.00	90.00	27.00	10 Años	12.60	12.60	12.60	12.60	12.60	63.00	117.00
Exhibidor de productos	2.00	94.00	50.00	10 Años	8.80	8.80	8.80	8.80	8.80	44.00	144.00
Silla giratoria con brazo	2.00	40.00	1.30	10 Años	7.74	7.74	7.74	7.74	7.74	38.70	41.30
TOTALES					333.84	333.84	333.84	333.84	236.74		1,085.90

En la tabla anterior se muestra la depreciación de los activos fijos, que serán adquiridos por “Avenas Nadi”, dicha depreciación está calculada en los siguientes 5 años.

9.6.2 AMORTIZACIÓN

PLAN DE NEGOCIOS AVENA MOLIDA CON LINAZA Y PASAS
Plan de Amortización de la Deuda

Valor Préstamo:	3,065.98	Frec. Pagos:	Mensual	Tipo Amortiz:	Cuota nivelada	Moneda C$	U$ ✓
Plazo en años:	3 Años	Tasa anual:	12.00%	Fecha entrega:	1-Dic-21	Procesar	

CUOTA N°	FECHA	DIAS	PAGO	MANTEN. VALOR	INTERESES	AMORTIZACIÓN	SALDO
0	44531						3065.976
1	1/1/2022	31/1/1900	101.83	0	31.25	70.58	2995.4
2	1/2/2022	31	101.83	0	30.53	71.3	2924.1
3	1/3/2022	28	101.83	0	26.92	74.91	2849.19
4	1/4/2022	31	101.83	0	29.04	72.79	2776.4
5	1/5/2022	30	101.83	0	27.38	74.45	2701.95
6	1/6/2022	31	101.83	0	27.54	74.29	2627.66
7	1/7/2022	30	101.83	0	25.92	75.91	2551.75
8	1/8/2022	31	101.83	0	26.01	75.82	2475.93
9	1/9/2022	31	101.83	0	25.23	76.6	2399.33
10	1/10/2022	30	101.83	0	23.66	78.17	2321.16
11	1/11/2022	31	101.83	0	23.66	78.17	2242.99
12	1/12/2022	30	101.83	0	22.12	79.71	2163.28
13	1/1/2023	31	101.83	0	22.05	79.78	2083.5
14	1/2/2023	31	101.83	0	21.23	80.6	2002.9
15	1/3/2023	28	101.83	0	18.44	83.39	1919.51
16	1/4/2023	31	101.83	0	19.56	82.27	1837.24
17	1/5/2023	30	101.83	0	18.12	83.71	1753.53
18	1/6/2023	31	101.83	0	17.87	83.96	1669.57
19	1/7/2023	30	101.83	0	16.47	85.36	1584.21
20	1/8/2023	31	101.83	0	16.15	85.68	1498.53
21	1/9/2023	31	101.83	0	15.27	86.56	1411.97
22	1/10/2023	30	101.83	0	13.93	87.9	1324.07
23	1/11/2023	31	101.83	0	13.49	88.34	1235.73
24	1/12/2023	30	101.83	0	12.19	89.64	1146.09
25	1/1/2024	31	101.83	0	11.68	90.15	1055.94
26	1/2/2024	31	101.83	0	10.76	91.07	964.87
27	1/3/2024	29	101.83	0	9.2	92.63	872.24
28	1/4/2024	31	101.83	0	8.89	92.94	779.3
29	1/5/2024	30	101.83	0	7.69	94.14	685.16
30	1/6/2024	31	101.83	0	6.98	94.85	590.31
31	1/7/2024	30	101.83	0	5.82	96.01	494.3
32	1/8/2024	31	101.83	0	5.04	96.79	397.51
33	1/9/2024	31	101.83	0	4.05	97.78	299.73
34	1/10/2024	30	101.83	0	2.96	98.87	200.86
35	1/11/2024	31	101.83	0	2.05	99.78	101.08

La amortización nos muestra el monto que vamos a tomar prestado, que equivale a $ 3,065.98 dólares. Para respaldar la inversión, al igual que la cuota oficial por mes que se pagara al Banco de la Producción, S.A. (BANPRO) con su tasa de interés de 12.00%, anual, a un plazo de 36 meses o 3 años respectivamente.

Esta tasa de interés corresponde a una tasa preferencial para las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) otorgada por el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE) y que se canaliza a través de Instituciones Financieras Intermediarias, en este caso optamos por BANPRO.

9.7 PAGO DE IMPUESTOS

PROYECTO: AVENA MOLIDA CON LINAZA Y PASAS		
	PRESUPUESTO DE CONSTITUCION	
Concepto	**Costo de inscripcion**	**Costo mensual**
DGI	0	0
Alcaldia municipal	7	7
MINSA	37	37
Bomberos	7	7
Libros Contables	3	3
Total	**54**	**54**

Para iniciar el negocio “Avenas Nadi”, se deberá de contar con una serie de permisos aprobados por la DGI, Alcaldía municipal, MINSA y Bomberos, por dichos permisos pagaremos mensualmente 54 dólares.

9.8 VALOR DE SALVAMENTO

PROGRAMA DE DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS

DEPRECIACIÓN ANUAL					DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
1	2	3	4	5		
23.00	23.00	23.00	23.00	23.00	115.00	235.00
20.80	20.80	20.80	20.80	20.80	104.00	156.00
8.00	8.00	8.00	8.00	8.00	40.00	10.00
142.40	142.40	142.40	142.40	142.40	712.00	178.00
22.40	22.40	22.40	22.40	22.40	112.00	28.00
(9.00)	(9.00)	(9.00)	(9.00)	(9.00)	(45.00)	165.00
97.10	97.10	97.10	97.10	-	388.40	11.60
12.60	12.60	12.60	12.60	12.60	63.00	117.00
8.80	8.80	8.80	8.80	8.80	44.00	144.00
7.74	7.74	7.74	7.74	7.74	38.70	41.30
333.84	**333.84**	**333.84**	**333.84**	**236.74**		**1,085.90**

Tomando en cuenta que a todos los activos fijos se le tomo un 10% de valor residual se tendría que recuperar un valor de salvamento según depreciación estipulada de $ 1,085.90 dólares para los 5 años, (valor en libros).

9.9 INVERSIÓN INICIAL NECESARIA

PLAN DE NEGOCIOS AVENA MOLIDA CON LINAZA Y PASAS
Tabla # 1
Balanza de Inversión Consolidada
(Cifras en U$)

CONCEPTOS	VALOR
Inversión en Capital de Trabajo:	
Caja	50.00
Banco	3,269.65
Sub Total Inversión en Capital de Trabajo	**3,319.65**
Inversión en Capital Fijo:	
Equipos, utensilios y mobiliario de oficina	1,610.00
Sub Total Inversión en Capital Fijo	**1,610.00**
Inversión en Gastos Preoperativos:	
Gastos de Investigación	60.00
Gastos Legales	120.31
Sub Total Inversión en Gastos Preoperativos	**180.31**
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	**5,109.96**

La inversión inicial muestra todo el capital inicial para el inicio de operaciones del plan de negocios, esta nos refleja el capital de trabajo que corresponde a caja chica y banco, el monto de caja chica está sujeta a gastos imprevistos, mientras que banco está provisto a suplir de 1 a 2 meses en el año por si no logramos vender en este tiempo, los costos de capital fijo son mobiliario y equipos, maquinaria, Gastos pre operativos gastos de investigación y gastos legales, siendo un total de $ 5,109.69 dólares en relación a la fuente de financiamiento será el Banco de la Producción, S.A. (BANPRO).

9.10 CAPITAL DE TRABAJO INICIAL

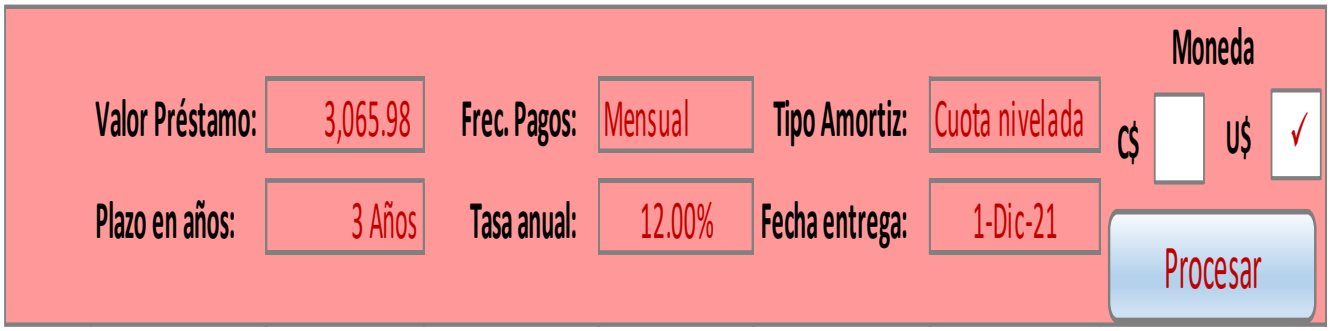
TASA DE RENTABILIDAD MÍNIMA DE REQUERIMIENTO

PLAN DE NEGOCIOS AVENA MOLIDA CON LINAZA Y PASAS
Tabla # 5
Tasa de Rentabilidad Mínima Requerida del Proyecto
(Cifras en US$)

FUENTES	APORTE MONETARIO	PESO (%)	COSTO	COSTO PONDERADO
Recursos Propios	2,043.98	40.00%	11.50%	4.60%
Prestamo Bancario	3,065.98	60.00%	15.00%	9.00%
		0.00%		0.00%
TOTAL	**5,109.96**	**100.00%**	**CCPP:**	**13.60%**

Para el financiamiento la tasa de rentabilidad mínima requerida, muestra el capital que se va utilizar y su distribución. Tomando en cuenta la situación actual realizaremos un préstamo que abarque el 60 % del total de la inversión en el Banco Nacional (Banco de la Producción, BANPRO) y el restante 40% será con capital propio. La tasa interés financiera es del 15%, reflejando al finalizar un costo ponderado de 13% que será nuestro indicador mínimo para la TIR.

9.11 FUENTES DE FINANCIAMIENTO



La fuente de financiamiento de “Avenas Nadi” será gestionada en el Banco Nacional, Banco de la Producción, S.A. (Banpro). Se solicitará un 60% equivalente a $3,065.98 dólares del total de la inversión a través de un préstamo bancario con una tasa de interés anual del 12% con una frecuencia de pago mensual durante el lapso de 3 años.

9.12 ESTADO DE RESULTADO ANUAL Y FLUJO DE CAJA

9.12.1 ESTADO DE RESULTADO

AVENAS NADI

Cifra en Dolares

Tabla # 9

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

Concepto	*Año 1*	*Año 2*	*Año 3*	*Año 4*	*Año 5*
Ventas	34,115.62	35,887.11	37,750.59	39,710.82	41,772.85
costos variables	21,460.40	22,574.75	23,746.96	24,980.05	26,277.16
Utilidad Bruta	12,655.23	13,312.36	14,003.62	14,730.77	15,495.68
Gastos operativo	9,927.07	10,349.79	10,825.45	12,314.28	12,765.15
(gastos de vta y de adm)	10,495.93	11033.14119	11,536.62	11980.43629	12528.40939
(Depreciaciones)	333.84	333.84	333.84	333.84	236.74
(amortizaciones)	(902.70)	(1,017.19)	(1,045.01)	-	-
Utilidad Operativa	2,728.16	2,962.57	3,178.17	2,416.50	2,730.53
Gastos Financieros					
Interes por pagar	95.778	61.431	22.536	0	0
Utilidad antes de Imp.	2,632.38	2,901.14	3,155.63	2,416.50	2,730.53
impuestos ISR	(100.27)	(100.27)	(100.27)	(100.27)	(100.27)
Utilidad Neta	**2,732.65**	**3,001.41**	**3,255.90**	**2,516.77**	**2,830.80**

El estado de resultado anual refleja todas las ventas y costos que se harán en el año, reflejando la utilidad operativa como neta, adquiriendo de ello los impuestos, tasa de intereses, amortizaciones, mostrándonos un monto positivo en el primer año de $ 2,732.65 dólares.

9.12.2 FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

PLAN DE NEGOCIOS AVENA MOLIDA CON LINAZA Y PASAS
Tabla # 7
Flujo de caja del proyecto
(Cifras en Dolares)

Conceptos	Años de operación del proyecto					
	0	1	2	3	4	5
Inversiones realizadas en el año cero						
Inversión en Capital de Trabajo	(3,319.65)					
Inversión en Capital Fijo	(1,610.00)					
Inversión en Gastos Preoperativos	(180.31)					
Flujos operativos del proyecto						
Ingresos por venta de bienes y servicios		34,115.62	35,887.11	37,750.59	39,710.82	41,772.85
Costos variables de bienes y servicios		(21,460.40)	(22,574.75)	(23,746.96)	(24,980.05)	(26,277.16)
Costos fijos		(10,495.93)	(11,033.14)	(11,536.62)	(11,980.44)	(12,528.41)
Depreciaciones		(333.84)	(333.84)	(333.84)	(333.84)	(236.74)
Amortización de intangibles		(36.06)	(36.06)	(36.06)	(36.06)	(36.06)
Utilidades antes de impuestos		**1,789.40**	**1,909.32**	**2,097.10**	**2,380.43**	**2,694.47**
Impuestos sobre la renta		(100.27)	(100.27)	(100.27)	(100.27)	(100.27)
Utilidades después de impuestos		**1,689.13**	**1,809.05**	**1,996.83**	**2,280.16**	**2,594.20**
(+) Depreciaciones y amortizaciones		369.90	369.90	369.90	369.90	272.80
(=) Flujos de caja anuales del proyecto		**2,059.03**	**2,178.95**	**2,366.73**	**2,650.07**	**2,867.00**
Flujo de caja del último año						
Retorno del Capital de trabajo						3,319.65
Valores de salvamento neto						1,085.90
Sub total flujo de caja del último año						**4,405.55**
Flujos de caja neto sin financiamiento	(5,109.96)	2,059.03	2,178.95	2,366.73	2,650.07	7,272.55
Financiamiento						
Préstamos	3,065.98					
Amortización del principal		(902.70)	(1,017.19)	(1,045.01)	-	-
Escudo fiscal de los intereses		95.78	61.43	22.54	-	-
Flujos de caja neto con financiamiento	**(2,043.98)**	**1,252.11**	**1,223.19**	**1,344.25**	**2,650.07**	**7,272.55**

El flujo de caja nos refleja todas las transacciones realizadas durante la proyección de plan de negocios (5 años), la cual refleja en año cero montos negativos siendo positivo desde el primer año hasta el quinto, que se ha descrito en los balances anteriores tanta inversión inicial de capital, ingresos y demás gastos.

9.13 INDICADORES DE RENTABILIDAD (PRI, VAN, TIR Y RB/C)

INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA

INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA	
PERÍODO DE RECUPERACIÓN (PRI)	1.65 Años
VALOR PRESENTE NETO AL 13.60%	6,358.39
TASA INTERNA DE RETORNO	76.51%
RELACIÓN BENEFICIO/COSTO	4.11

El **PRI** (Periodo de recuperación de la inversión), nos muestra el periodo en que se va recupera la inversión en los 5 año proyectados. Se pretende recuperar la inversión en 1.65 años lo que significa que vamos a recuperar la cuenta en un año y siete meses.

VAN (Valor Actual Neto), es el monto en dólares de ganancia que arroja el plan de negocios durante los 5 años proyectados y que equivale a 6,358.39 dólares lo cual es la ganancia que se obtendrá durante los 5 años.

TIR (Tasa Interna de Retorno) Es el porcentaje de ganancia que se obtendrá durante los 5 años proyectados su parámetro de medición está en el costo ponderado, en este caso es de 13.60% menor al porcentaje obtenido en el plan de negocios de 76.51% que está por encima del valor otorgado por el banco siendo así rentable nuestro negocio.

RB/C (Relación Beneficio Costo) arrojo 4.11 esto nos dice que por cada dólar invertido la ganancia será de 4.10 ya que se le resta un dólar.

X. CONCLUSIONES

“Avenas Nadi” producirá la avena molida con linaza y pasas por todos los aportes a la salud que brindan los ingredientes con la que está elaborada, no obviando que el producto posee características que lo diferencian de otros cereales existentes en el mercado, haciéndolo novedoso y atractivo para los consumidores. Adicional a ello se mantendrán niveles de calidad en su producción y comercialización, tamaños, envase, etiquetas y precio lo cual vendrá a cubrir las necesidades del consumidor generando así una experiencia única al degustar nuestra avena molida con linaza y pasas.

El producto tiene una presentación de 250 gramos y está dirigido para un segmento de mercado, en rango de edades de 5 años en adelante, se comercializará por mayoreo, menudeo y por servicio en diferentes puntos de ventas, como pulperías, misceláneas, supermercados, minisúper, gimnasios y ventas naturistas. Su precio es de 2.92 dólares para el consumidor final y para ventas al por mayor tiene un valor de 2.74 dólares.

Por medio de este documento se establece la producción, comercialización y la factibilidad, técnica, financiera y económica del producto “Avena molida con linaza y pasas” elaborada por “Avenas Nadi” en el municipio de Rivas, Nicaragua.

Concluimos que el Plan de Negocios formulado para comercializar el producto “Avena molida con linaza y pasas” es viable teniendo en cuenta que en el desarrollo del documento y de las variables financieras se determina que tiene un alto potencial en cuanto a su rentabilidad y la tasa de retorno de la inversión.

Adicionalmente el producto “Avena molida con linaza y pasas” vendrá a satisfacer a un público objetivo que busca productos saludables y que cumplan con los nutrimentos necesarios para el organismo, por lo que se determina que existe un amplio mercado en el cual se puede ofrecer.

XI. RECOMENDACIONES.

Dentro de las recomendaciones planteadas se mencionan la siguientes:

- Mantener el producto en temperatura ambiente, en un lugar seco y fresco antes y después de abierto.
- Leer la información impresa en la etiqueta.
- Procurar mantener los precios y costos establecidos en las tablas antes descritas.
- Mantener el orden y aseo en todo momento durante proceso productivo.

XII. Bibliografía

cuerpomente. (s.f.). https://www.cuerpomente.com/alimentacion/superalimentos/beneficios-avena_2239.

deleitese. (12/05/19). http://www.deleitese.co/estos-son-los-beneficios-de-consumir-linaza-852.

productos del pilar. (s.f.). https://www.productosdelpilar.com/.

XIII. ANEXOS

Ingredientes: Avena, linaza Y pasas

Deshidratación de pasas

Tostado linaza

Molienda

Producto terminado

Degustación

“Avenas Nadi”

XIV. ENCUESTAS

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL
ANTONIO DE VALDIVIESO

Encuesta #:

Nombre del encuestado:

Tipo de negocio:

Sexo: **teléfono:**

Estimado cliente mucho gusto, me dirijo hacia usted para aplicar la siguiente encuesta, con el objetivo de formular y desarrollar mi plan de negocio, el cual es un requisito indispensable para optar por mi título como egresado de la carrera Técnico Superior en Agroindustria de alimentos en la UNIAV sede, Rivas.

1) ¿vende usted en su negocio avena?

Sí___ No___

2) ¿vendería usted en su negocio avena saborizada?

Sí___ No ___

3) ¿Qué tipo de avena compran más sus consumidores “avena molida” o “avena en hojuela”?

Molida___ Hojuela___ Ambas___

4) ¿Con qué frecuencia, compran avena sus consumidores?

Diariamente___ Semanal___ Mensual___ De vez en cuando___ Poco___

5) ¿Cuál es el precio de las avenas que comercializa en su negocio? Y ¿en qué presentación las ofrece?

Precio____ Presentación____ Precio____ Presentación____

6) ¿Vendería usted en su negocio una avena molida con linaza y pasas?

Sí___ No___

7) ¿En qué presentaciones le gustaría comprar la avena molida con linaza y pasas?

454 gr___ 250 gr___ 100 gr___

8) ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el nuevo producto según sus presentaciones?

454 gr 35 C$___ 250 gr 25 C$___ 100 gr 15 C$___

9) ¿En que se basa al momento de comprar una avena, para poder venderla en su negocio?

Marca___ Calidad___ Precio___ Presentación___

10) ¿Tiene alguna marca preferida de avenas?

Sí___ No___

11) ¿Qué marca de avena vende en su negocio?

Quaker___ SaSa___ Nestlé___ El caracol___ Mosh___

14.1. INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL
ANTONIO DE VALDIVIESO

ENCUESTA DE ACEPTACION DEL PRODUCTO AVENA CON LINAZA Y PASAS

Fecha: _____ Encuesta #____

Municipio_____ Barrio_____

Estimados encuestados, soy estudiante del técnico superior de Agroindustria de los Alimentos que brinda la Universidad Internacional Antonio de Valdivieso en Rivas, estamos realizando una encuesta con el objetivo de conocer el nivel de aceptación o rechazo del producto de introducción al mercado, Avena con Linaza y Pasas. Solicitamos su gentileza para que nos dedique de su tiempo, para poder llenar la encuesta.

Datos de clasificación

_____

Nombre del consumidor

Sexo del consumidor Hombre ☐ Mujer ☐

Teléfono

_____

1) ¿Consume usted avena?

Sí____ No____

Si su respuesta es no, por que_____

2) ¿Cuántas veces a la semana hace compra de avena?

Diario___ De 1 a 3 veces___ de 4 a 6 veces____ Otra_____

3) ¿Qué cantidad invierte a la semana por la compra de avenas?

C$_____ córdobas.

4) ¿En qué presentaciones adquiere el producto?

5) Presentación 100gr ____ presentación 250gr___Presentación 454gr____ Otras especifique_____

6) ¿Cuánto paga por la compra del producto?
Hasta 20____ C$20-$30____ C$ 40 a más_____

7) ¿Generalmente en qué momento del día consume avena?
Mañana___ Mediodía____ Tarde____ Noche____ Otro_____

8) ¿Tiene alguna marca preferida de avena?
Sí____ No____

9) ¿Cuál es su marca preferida?
Quaker___ SaSa___ Nestlé___ El caracol___ Mosh___

10) ¿Por qué prefiere esa marca? Puede seleccionar más de una opción.
Precio___ Sabor___ calidad___ Empaque___ accesibilidad___ Otra_____

11) ¿Consumiría una nueva Avena molida con linaza y pasas, producida en Rivas?
Sí____ No____

12) ¿Si la respuesta es No, indicar por qué? y termina la encuesta.
_____

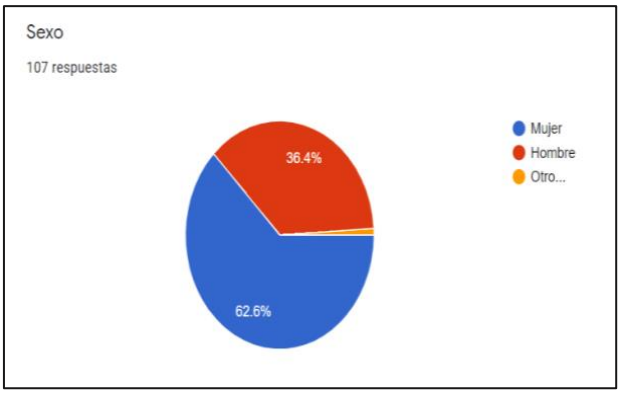
13) ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el nuevo producto, según sus presentaciones?
a) 454 gr $? ____ b) 250 gr $? ____ c) 100 gr $? ____

14) ¿Por cuales medios de comunicación les gustaría que se promocionara nuestro nuevo producto?
Redes sociales___ Radio locales___ Revistas___ Volantes___ Otros____

14.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS:

A continuación, se realiza el análisis y representación de los resultados obtenidos mediante la aplicación de una encuesta de 14 preguntas para los posibles clientes. La muestra para la aplicación de la encuesta fue de 107 personas.

Gráfico 1. Sexo.



El sexo femenino es el predominante representando el 62.6% y el sexo masculino con un 36.4%.

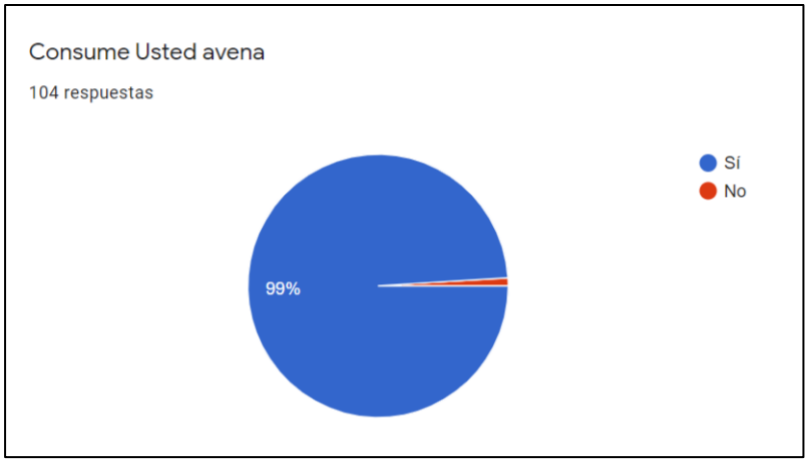
Se puede justificar esta diferencia debido a que mayormente las mujeres son las que asisten en las compras de los productos del hogar, sin embargo, vemos como la equidad de género ha ido cambiando los patrones de conducta y ahora se puede apreciar un apoyo mutuo en la obtención de productos alimenticios saludables para todas las personas en el hogar.

Gráfico 2. Nombre del encuestado.

El nombre del encuestado nos sirve para identificar quién respondió a la encuesta y qué respuesta pertenece a cada quién.

Esta información nos sirve para documentar el tamaño de nuestra muestra y un posterior seguimiento a nuestros posibles clientes.

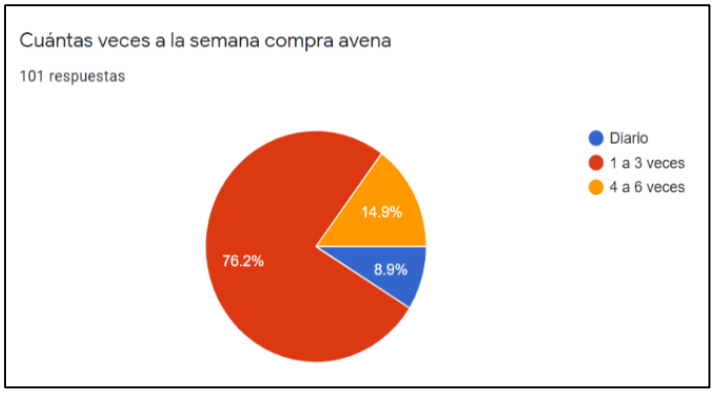
Gráfico 3. Consume Usted avena.



Del grupo de personas encuestadas se determinó que el 99% de personas consume avena y el 1% afirmo que no la consume.

Esto nos indica que la avena es un producto de consumo habitual y que está presente en los hogares nicaragüenses no perdiendo de vista la tendencia de consumir productos saludables y la avena es un complemento en la dieta alimenticia por ser un cereal completo y equilibrado.

Gráfico 4. Cuántas veces a la semana compra avena.



Se identificó que el 76.2% realiza la compra de avena de 1 a 3 veces a la semana, por consiguiente, el 14.9% compra de 4 a 6 veces por semana y por último el 8.9% realiza compra de avena diario, lo que significa que se tiene un alto porcentaje de posibles compradores y confirma la necesidad con un plan de marketing estratégico de nuestro negocio.

Gráfico 5. Qué cantidad invierte a la semana en la compra de avenas (en C$).

Tal y como se observan los datos, podemos visualizar que los encuestados invierten entre 50 a 150 córdobas a la semana, por lo que la frecuencia de compra de la avena y la cantidad de dinero que invierten en su adquisición se corresponden, lo que nos garantiza un mercado potencial.

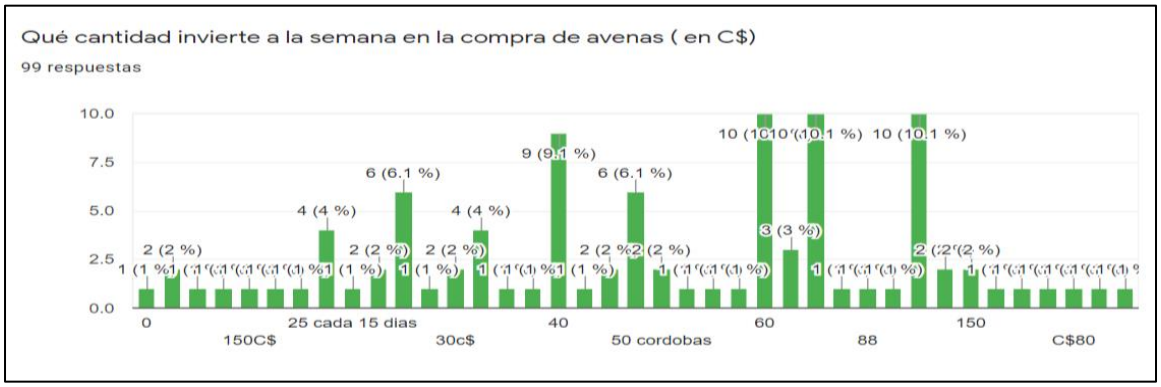
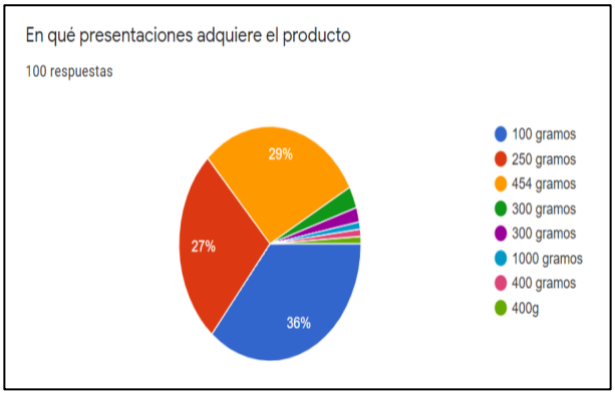


Gráfico 6. En qué presentaciones adquiere el producto.

El 36% de los encuestados prefieren presentaciones de 100 gramos y el 27% en presentaciones de 250 gramos, el restante 37% adquiere en producto en distintas presentaciones.

Esto nos indica que el tamaño o la presentación de nuestro producto es la adecuado adaptándose así a las necedades del consumidor final.



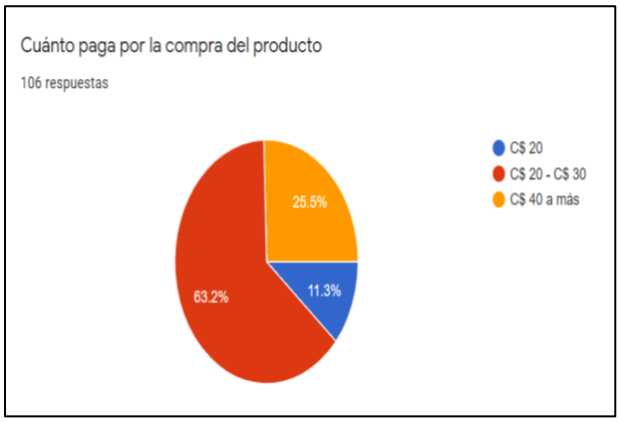
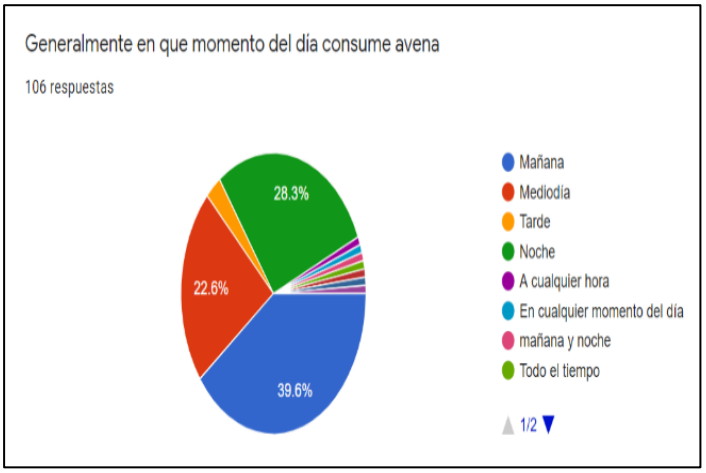


Gráfico 7. ¿Cuánta paga por la compra del producto?

Se observa que la mayoría de los encuestados, representando un 63.2% de la muestra, compra avena a un precio entre 20 y 30 córdobas. Un 25.5% de la muestra afirma que compra avena a un precio de 40 córdobas a más y por último un 11.3% compra avena a un precio de 20 córdobas.

Este dato nos arroja un dato interesante para poder fijar el precio de nuestro producto y asimismo analizar el precio de venta de nuestros competidores.

Gráfico 8. ¿Generalmente en qué momento del día consume avena?



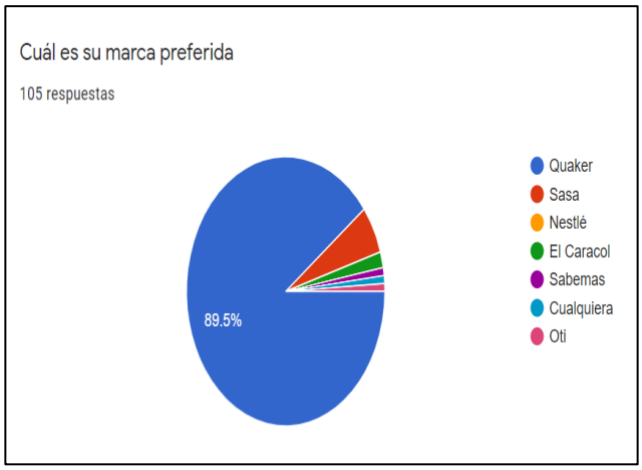
El grafico nos indica que un 39.6% consume avena por la mañana, un 28.3% consume la avena por la noche y un 22.6% a mediodía. Adicionalmente un 9.5% consume avena ya sea en la tarde, en cualquier momento del día, entre otros.

Claramente el grafico nos muestra que el consumo está dado por los gustos y necedades lo que permitirá enfocarnos en una estrategia de mercadeo y publicidad que vaya dirigida a los hábitos de nuestros potenciales clientes.

Gráfico 9. ¿Tiene alguna marca preferida de avena?

El 100% de los encuestados mencionan que tienen una marca preferida lo que señala que los potenciales clientes conocen bien el mercado e identifican su preferencia de consumo con una marca la que garantiza la lealtad y las expectativas que tienen de ella. Esto nos arroja información necesaria para identificar claramente a nuestra competencia y de esta manera enfocarnos en potencializar nuestra marca para entrar en la mente del consumidor y poder influir en sus decisiones de compra, más que los atributos o características reales de nuestro producto.

Gráfico 10. ¿Cuál es su marca preferida?



El 89.5% de los encuestados asocia su decisión de compra con la marca de Avenas Quaker, el 5.7% con Cereales Sasa y el restante 4.8% asocian su fidelidad con otras marcas. Concluimos que los clientes confían y prefieren marcas o productos más publicitados.

Esto nos conllevará a incluir una estrategia agresiva con el fin de promover la calidad de nuestro producto y utilizar elementos conductuales con el fin de propiciar el cambio de actitudes respecto a dichas marcas, utilizando la demostración o degustación como técnicas de promoción en el punto de venta.

Gráfico 11. ¿Por qué prefiere esa marca?

El 76.7% de las personas encuestadas identifican la marca de su avena preferida y la asocian principalmente por la calidad, seguido de un 32% que la asocian por precio y un 30.1% por sabor.

Queda más que claro que debemos de posicionarnos con nuestro producto destacando los atributos que este posee y principalmente teniendo como elementos principales la calidad, el precio y sabor y de esta forma poder ser competitivos en el mercado.

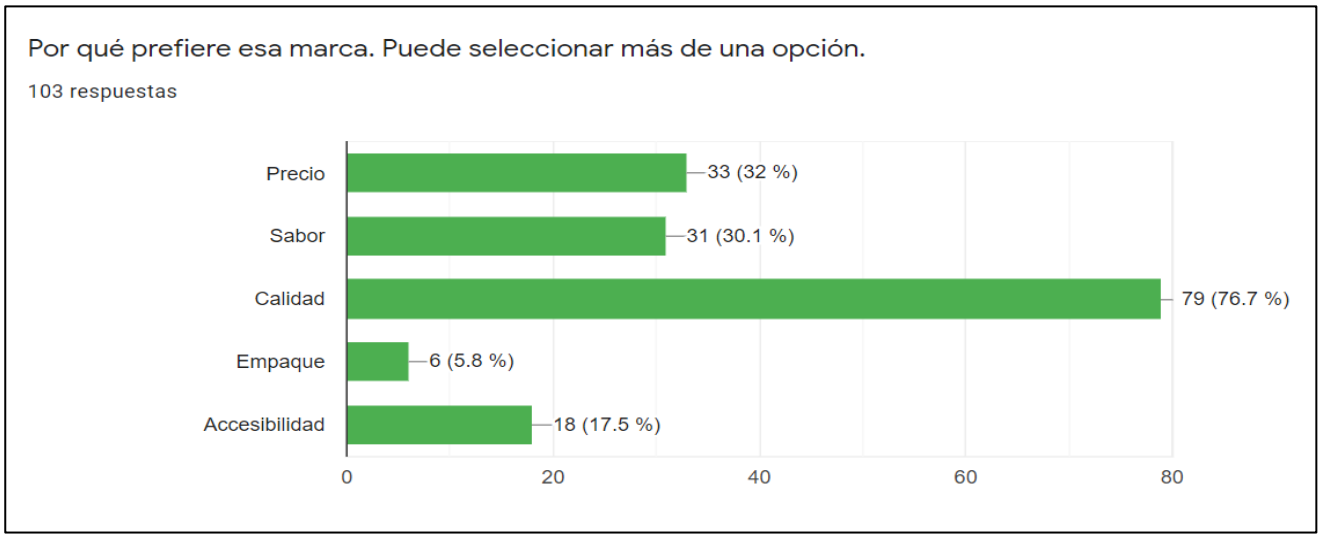


Gráfico 12. ¿Consumiría una nueva Avena molida con linaza y pasas, producida en Rivas?

El 79.4% de los encuestados dijeron que consumirían nuestro producto, seguidamente de un 19.6% que mencionan que tal vez y un 0.9% dicen que definitivamente no consumirían nuestro producto.

Esto nos permite identificar la aceptación de nuestro producto y que existe un alto potencial de consumo. Para quedarse en la mente y corazón de nuestros clientes debemos de crear estrategias que ayuden a posicionarlo bien en el mercado y potencializar su comercialización.

Gráfico 13. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el nuevo producto (en C$)?

En el siguiente grafico observamos que un alto porcentaje de los encuestados establece precios de compra de nuestro producto entre 20 a 50 córdobas, este dato se corresponde con los precios de mercado que ofrecen nuestros competidores, por lo que determinamos que nuestro producto se encuentra en ese rango lo cual entrará al mercado con precios atractivos y competitivos.

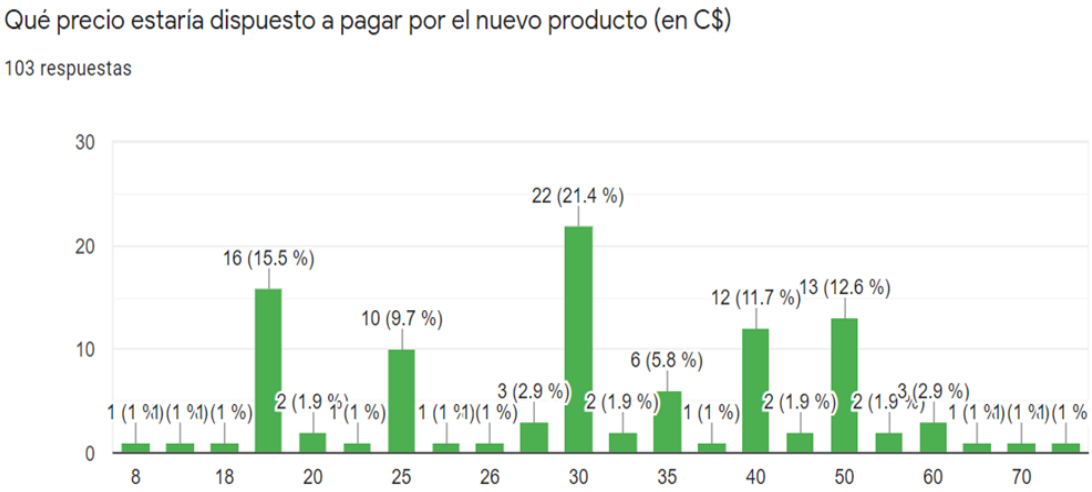
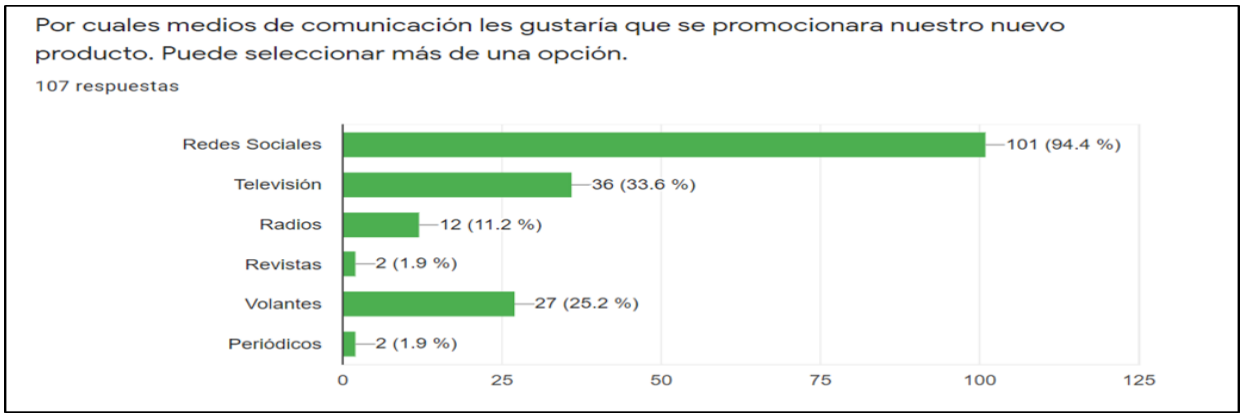


Gráfico 14. ¿Por cuales medios de comunicación les gustaría que se promocionara nuestro nuevo producto?

.



El 94.4% de los encuestados sugieren promocionar nuestro producto a través de redes sociales, seguido con un 33.6% en la televisión y como tercer elemento de promoción más fuerte lo asocia un 27% con las volantes. Por último, nos encontramos con otros medios de promoción menos recomendados. Este dato nos ayuda a dirigir nuestra publicidad en los medios de mayor impacto comercial y que son de bajo costo, lo cual nos ayuda a optimizar nuestros recursos captando potenciales clientes de una forma eficaz y segura.

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL
ANTONIO DE VALDIVIESO

14.3 ENCUESTAS DE DEGUSTACIÓN

EVALUACIÓN SENSORIAL DE AVENA MOLIDA CON LINAZA Y PASAS
ELABORADO POR ESTUDIANTES DE LA PLANTA DE PROCESAMIENTO
CEDEAGRO FORMULACIÓN PARA PLANES DE NEGOCIOS

FECHA DE EVALUACIÓN: 27 DE ABRIL DEL 2021

SEXO: FEMENINO_____MASCULINO: _____EDAD: _____

TABLA DE EVALUACIÓN (Señale con "X" cada criterio evaluado.

CARACTERÍSTICAS ORGANOLÉPTICAS	ESCALA HEDÓNICA DE EVALUACIÓN				
	1 Muy malo	2 Malo	3 Regular	4 Bueno	5 Muy bueno
Color					
Olor/aroma					
Sabor					
Textura					
apariencia					

Indique con una cruz según corresponda:

¿Suele usted comprar avena molida? Si____ No____

¿Cuántas veces a la semana compra avena?

- Todas las semanas ( )
- De vez en cuando ( )
- Rara vez ( )

¿Es fiel a una marca? Si____ No____

¿compraría usted avena molida con linaza y pasas? Si____ No____

Escala estructurada: Indique su nivel de agrado del producto

____ Gusta muchísimo

____ Gusta mucho

____ Gusta moderadamente

____ Gusta un poco

____ Me es diferente

____ Disgusta moderada

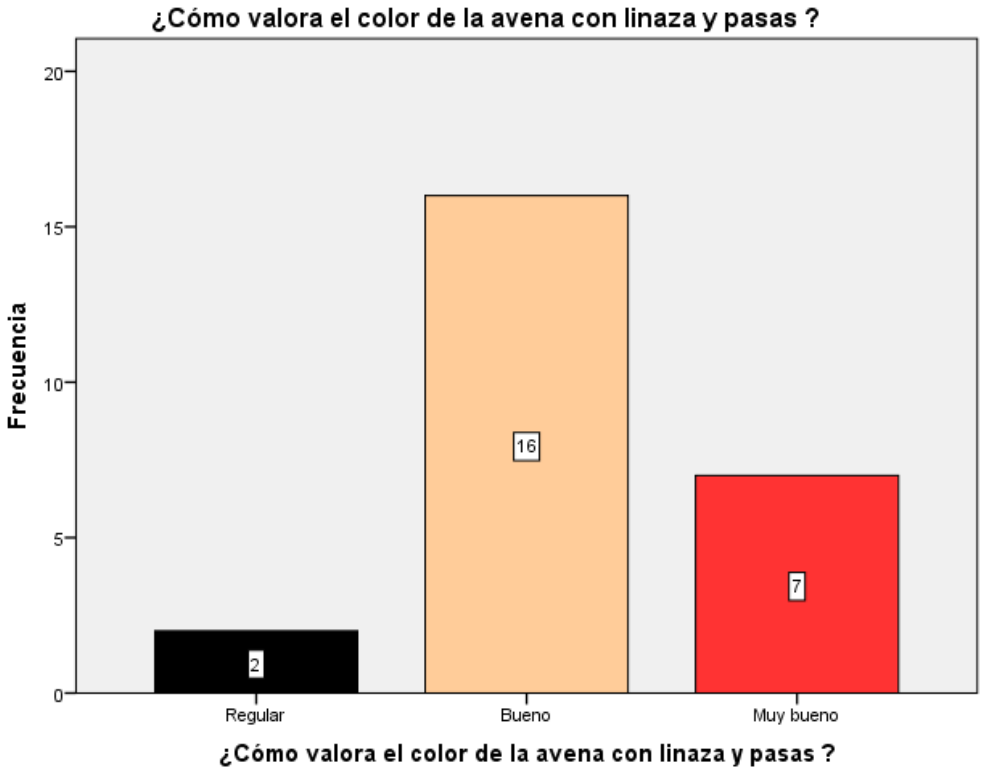
____ Disgusta mucho

¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!...

14.4 Análisis de las encuestas de degustación.

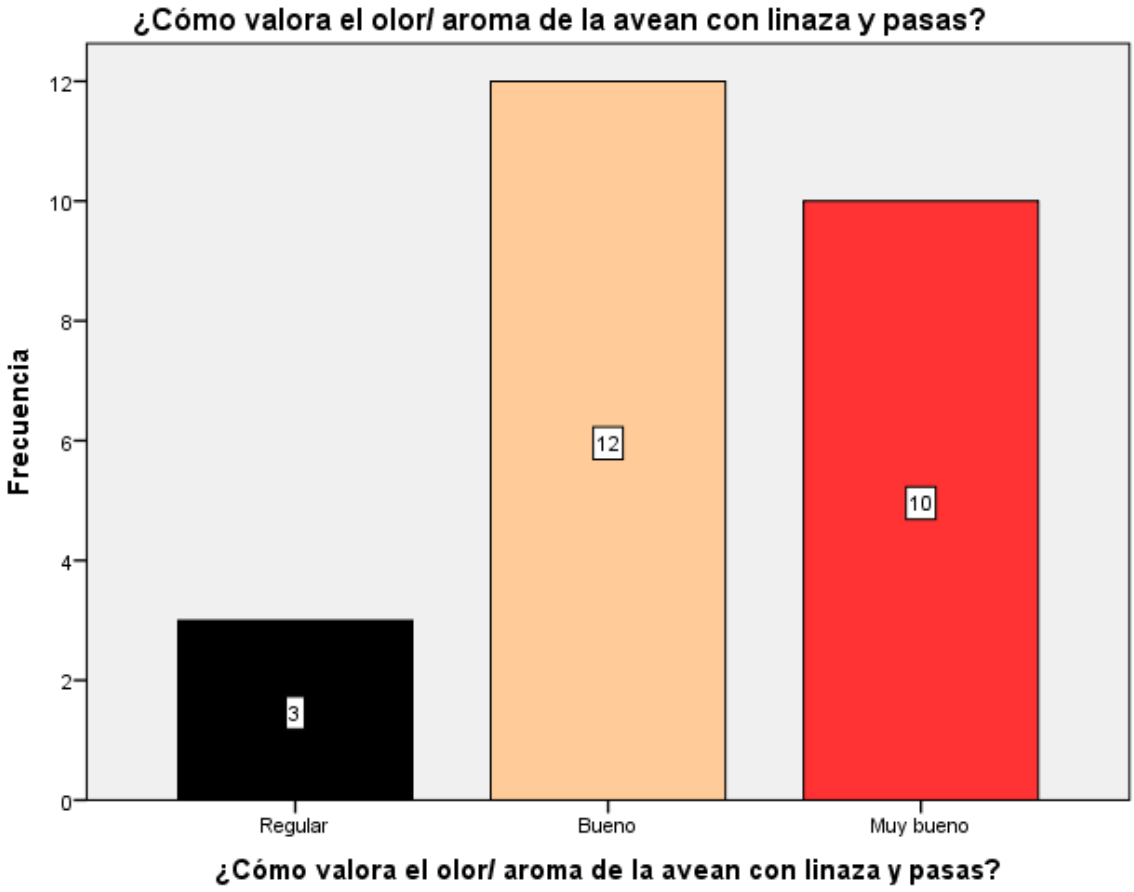
Al realizar la degustación de la Avena molida con linaza y pasas, las primeras 25 personas que degustaron tenían que llenar un formato de encuestas referente a como les pareció el producto. En la siguiente información se detalla todos los puntos buenos que hicieron las personas al degustar la avena.

¿Cómo valora el color de la avena con linaza y pasas?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	2	8.0	8.0	8.0
	Bueno	16	64.0	64.0	72.0
	Muy bueno	7	28.0	28.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	



La primera pregunta hacia énfasis de como valoraba el color de la avena, 16 personas les parecía bueno, 7 muy bueno y 2 regular.

¿Cómo valora el olor/ aroma de la avena con linaza y pasas?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	3	12.0	12.0	12.0
	Bueno	12	48.0	48.0	60.0
	Muy bueno	10	40.0	40.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	



La segunda pregunta hace énfasis de cómo valora el olor/aroma de la avena, de las 25 personas que degustaron y llenaron la encuesta, 12 dijeron que el olor les parecía bueno, 10 muy bueno y 3 regular.

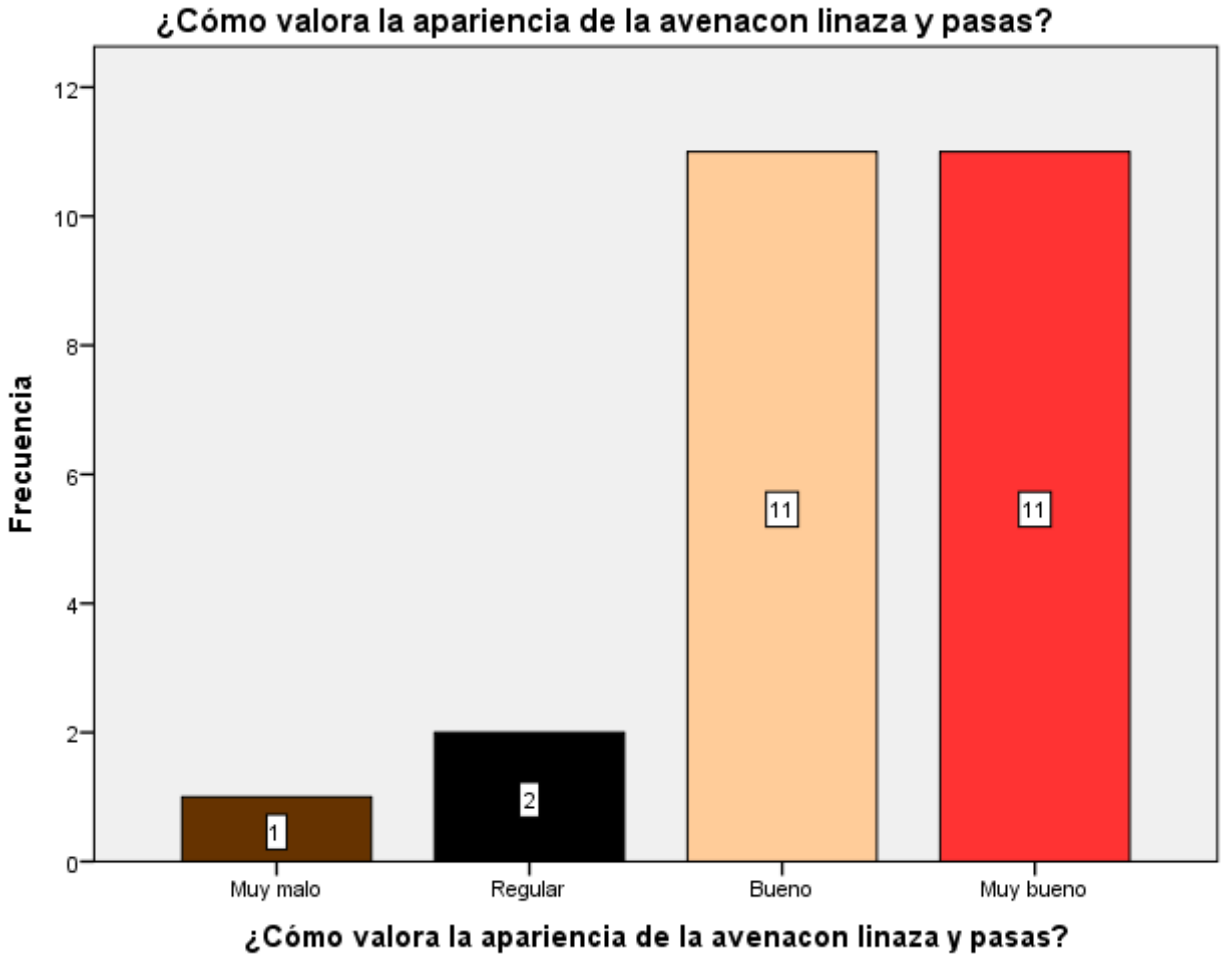
¿Cómo valora el sabor de la avena con linaza y pasas?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	3	12.0	12.0	12.0
	Bueno	8	32.0	32.0	44.0
	Muy bueno	14	56.0	56.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

La tercera hace referencia al sabor de la avena, 14 afirmaron que el sabor estaba muy bueno, 8 que estaba bueno y 3 les parecía regular.

¿Cómo valora la textura de la avena con linaza y pasas?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	2	8.0	8.0	8.0
	Bueno	12	48.0	48.0	56.0
	Muy bueno	11	44.0	44.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

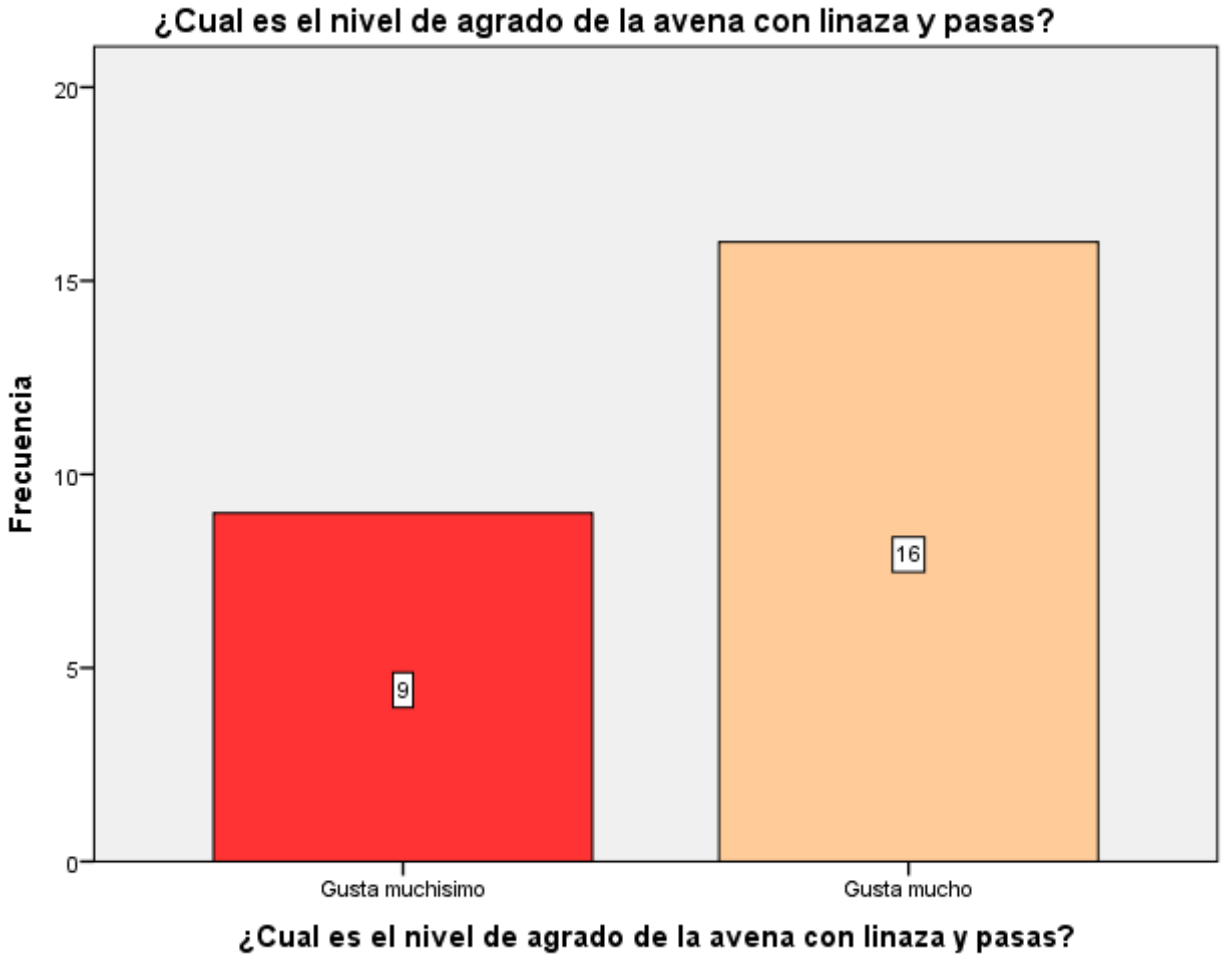
La cuarta pregunta es acerca de la textura de la avena, 12 personas les parecía buena la textura de la avena, 11 muy buena y 2 regular.

¿Cómo valora la apariencia de la avena con linaza y pasas?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	1	4.0	4.0	4.0
	Regular	2	8.0	8.0	12.0
	Bueno	11	44.0	44.0	56.0
	Muy bueno	11	44.0	44.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	



La quitan pregunta es referente a la apariencia de la avena, 11 personas les pareció buena la apariencia de la avena, 11 muy buena, 2 regular y 1 muy malo.

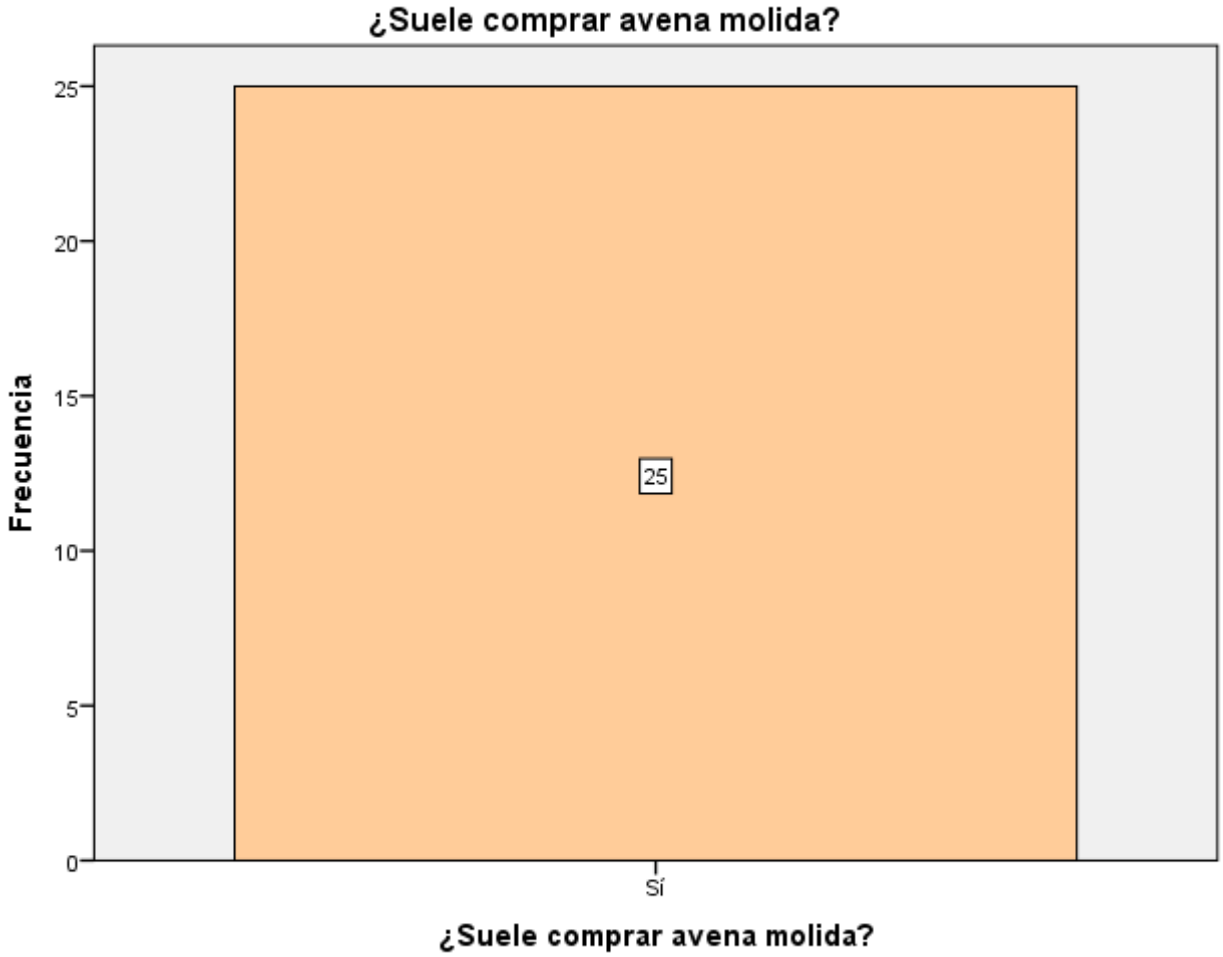
¿Cuál es el nivel de agrado de la avena con linaza y pasas?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Gusta muchísimo.,……	9	36.0	36.0	36.0
	Gusta mucho	16	64.0	64.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	



En la pregunta número 6 se les pregunto a las personas que degustaron, cuál era el nivel de agrado de la Avena molida con linaza y pasas 16 personas dijeron gustarle mucho y 9 gustarle muchísimo.

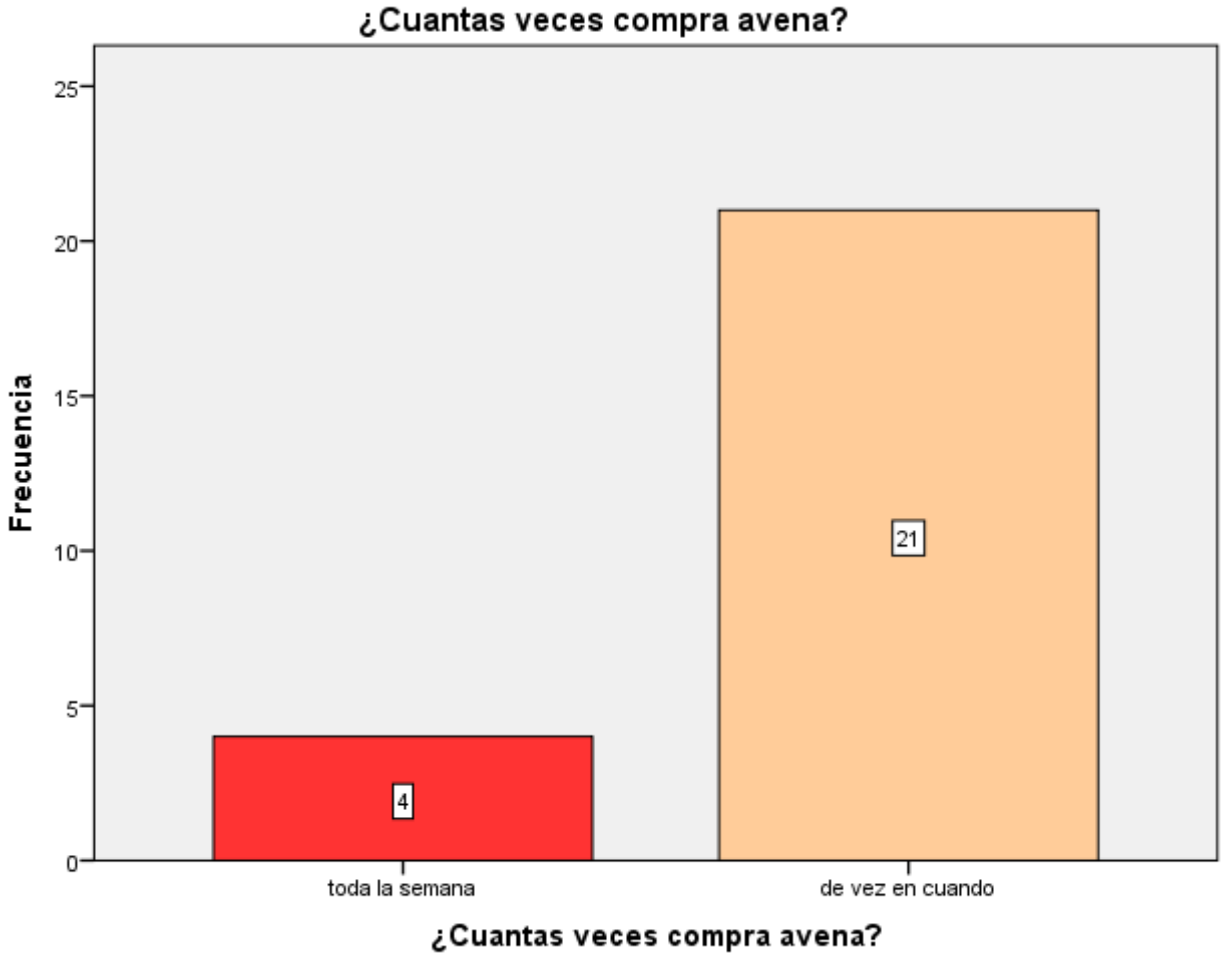
¿Suele comprar avena molida?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	25	100.0	100.0	100.0



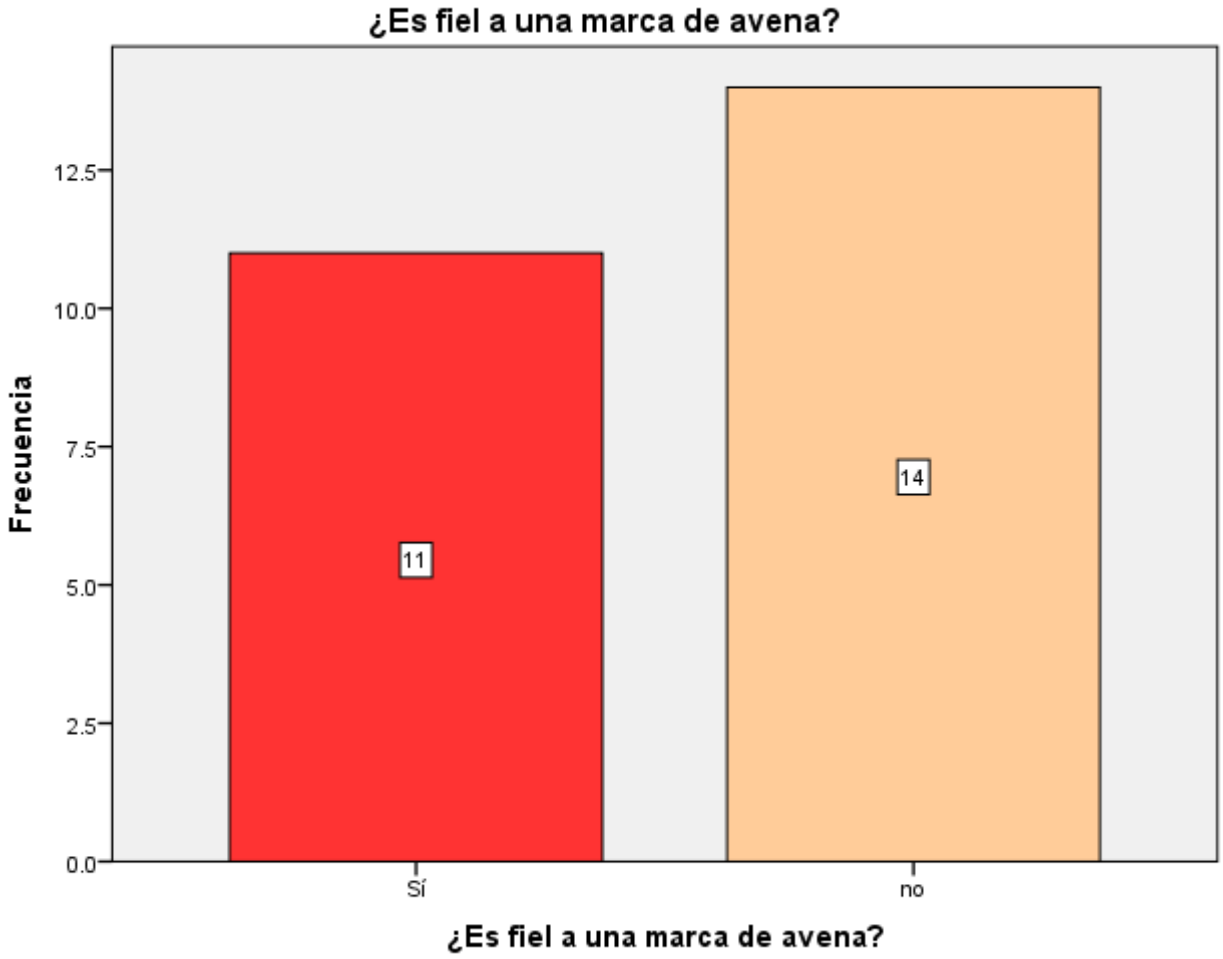
En la pregunta número 7 se les hizo la pregunta a los degustadores, si solían comprar avena las 25 personas afirmaron que compraban avena.

¿Cuántas veces compra avena?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	toda la semana	4	16.0	16.0	16.0
	de vez en cuando	21	84.0	84.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	



Seguidamente se les pregunto cuántas veces a la semana compraban avena, 21 personas dijeron que solían comprar de vez en cuando y 4 que compraban avena toda la semana.

¿Es fiel a una marca de avena?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	11	44.0	44.0	44.0
	no	14	56.0	56.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	



Luego se les pregunto si solían ser fiel a alguna marca de avena, 14 personas dijeron que no y 11 afirmaron que si eran fiel a una marca de avena.

¿Compraría esta avena con linaza y pasas en particular?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	24	96.0	96.0	96.0
	no	1	4.0	4.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Por último, se les hizo la pregunta a todas las personas que degustaron la avena molida con linaza y pasas. Si comprarían esta avena 24 personas dijeron que si y 1 dijo que no.

14.5 IMÁGENES Y ESPECIFICACIONES DE MAQUINARIA, EQUIPOS, UTENSILIOS Y MOBILIARIO DE OFICINA.

a) Molino Industrial: de 5HP para granos, de una sola tolva fabricada en acero inoxidable, incluye banco metálico, dos pares de disco de repuesto, capacidad de molienda 120 libras por hora, voltaje: 110V.

b) Mesa de acero inoxidable tipo isla, con entrepaño y medidas de 124.4 cm X 61 cm X 89 cm, acero inoxidable de la alta calidad, duradero y resistente a la corrosión, Peso: 60 Kg.

c) Cocina industrial de 3 quemadores con estructura integral de acero inoxidable, 03 quemadores a gas de hierro fundido, de Ø 5″ (potencia de 31500 Btu/Hr de cada quemador), llave independiente de acero inoxidable para cada quemador.

d) Balanza gramera de escala 0.01x2000 gramos 110 voltios, se puede usar con baterías AA.

e) Balanza electrónica de 3 KG/ 6.6 Libras con batería interna recargable, pantalla LED. Incluye cargador y manual de uso. Funciones de zero, tara y contador de piezas. Tiene una plancha de acero inoxidable y patas graduables. Pesa kilogramos, libras y onzas.

f) Computadora de escritorio clon con procesador I3 de 3Mhz, memoria RAM de 4 Gb, Disco duro de 1 TB, puerto RJ45, de 4 a 6 puertos USB, teclado en español, mouse de dos botones y rueda de movimiento, WIFI, monitor de 21".

g) Escritorio de tres gavetas secretarial con material de metal con sobrecubierta de melanina, 1 gaveta central, 1 archivador carta, 1 gaveta de papelería, estructura color beige medidas: Ancho 119 cm, Fondo 76 cm y Alto 75 cm.

h) Silla giratoria secretarial con brazos semiejecutiva 250 libras con respaldo medio, giratoria, ergonómica, alta transpiración en la espalda con maya, brazos de apoyo lumbar, color negra.

i) Exhibidor tipo góndola para productos fabricado en melamina de alta resistencia, medidas: de largo: 0.90, alto: 1.35 y fondo 0.66 metros, con 3 bandejas regulables más la base.

j) Silla de espera sin brazo con respaldar medio con espuma de uretano de 4cms de espesor y tela damasco color negro, base trasera del respaldo forrada con polipropileno de alta resistencia.

k) Utensilios

Perol de aluminio

Tamiz de acero inoxidable

Cucharón de acer. inoxidable

Panas de 30 libras

Cilindro de gas de 100 libras