



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL
ANTONIO DE VALDIVIESO

PROYECTO DE GRADO

PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERÍA EN AGROINDUSTRIA DE
ALIMENTOS.



“LICORERÍA MAREN”

“CRAZY COCO”

Autora:

Tec. Génesis Dayana Arauz Rodríguez.

Tutora:

Esp: Johana de los ángeles Mairena Zambrana.

Rivas, noviembre 2021

Dedicatoria.

Dedico este proyecto principalmente a Dios, a la memoria de mi padre Luis Enrique Arauz Jarquín, quién siempre me animó en este campo de estudio y me apoyo hasta donde la vida le permitió, a mi madre Martha Alicia Rodríguez Espinoza, quien me enseñó que incluso la tarea más grande se puede lograr si se hace un paso a la vez. A mis hermanos por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias.

A mi abuela paterna Susana por apoyarme en todos los sentidos e impulsarme siempre hacia mi formación profesional, a mi tutora quien con su dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración permitió el desarrollo de este trabajo, mil gracias.

Agradecimientos.

Me van a faltar páginas para agradecer a las personas que se han involucrado en la realización de este trabajo, sin embargo, merecen reconocimiento especial toda mi familia que con su esfuerzo y dedicación me ayudaron a culminar mi carrera universitaria y me dieron el apoyo suficiente para no decaer cuando todo parecía complicado e imposible.

Agradezco infinitamente a mis amigos que con sus palabras me hacían sentir orgullosa de lo que soy y de lo que puedo enseñar. Ojalá algún día yo me convierta en su fuerza para que puedan seguir avanzando en su camino.

De igual forma, agradezco a mi tutora de proyecto de grado, que gracias a sus consejos y correcciones hoy puedo culminar este trabajo. A los Profesores que me han visto crecer como persona, y gracias a sus conocimientos hoy puedo sentirme dichosa y contenta.

CONTENIDO

I. Resumen Ejecutivo	1
II. Introducción	2
III. Aspectos Estrategicos del Proyecto	4
3.1 Breve descripción del negocio.	4
3.2 Información sobre empresa:	4
3.2.1 Breve historia del negocio.....	5
3.2.2 Estructura legal de la empresa.....	5
3.2.3 Perspectivas de crecimiento del negocio.	5
3.2.4 Misión.	6
3.2.5 Visión.....	6
3.2.6 Valores.	6
3.2.7 Objetivo del Negocio.....	7
3.3 Análisis FODA.	8
3.4 las 5 fuerzas de PORTER.	9
IV. OBJETIVOS ESTRATEGICOS DEL PROYECTO.	10
4.1 Objetivo general:	10
4.2 Objetivos específicos:	10
V. Estudio de Mercado	11
5.1. Descripción del producto que desarrollará en el plan.	13
5.2. Segmento de mercado.	14
5.3 Demanda de Mercado.	15
5.4 Oferta de negocio.	16
5.5. Precio del producto o servicio.	16
5.6. Comercialización del producto.	17
5.7. Proyección de ventas con su calendarización.	17
5.8. Plan de Marketing.	18
5.8.1 Etiqueta.	19
5.9 CUATRO “P”.	19
6.9.1. Producto/Servicio.....	20
5.9.2 PLAZA.	20
5.9.3. PRECIO.....	21
6.9.4. Promoción.....	22
VI. Estudio Técnico	23

6.1 Tamaño	23
6.1.1 Localización	24
6.2 Producción y Flujo de proceso	25
6.2.1 Producción.....	25
6.2.2 Formulación.	25
6.2.3 Flujo de proceso.	26
6.2.4 Carta Técnica de Extracción de aceite de coco.....	27
6.2.5 Carta Técnica de Elaboración de CRAZY COCO.....	28
VII. Estudio Organizacional y Legal	29
7.1. Estructura organizativa de la empresa.	29
7.1.1 Definición del perfil y descripción de puesto.....	30
7.2. Aspectos legales.	32
7.2.1 Requisitos legales.....	32
7.2.2 Costo de los requisitos legales.....	33
7.3 Plan de inversión.	34
7.3.1 Explicación de la estructura del plan de inversión.	34
7.3 Plan de financiamiento.	34
7.3.1 Fuentes de financiamiento.....	35
7.3.2 Costos de las fuentes.....	35
7.4 Costo de capital promedio ponderado	36
7.4.1 Proyección de ingresos.....	37
7.4.2. BALANCE DE INGRESOS CON PRECIOS Y BALANCE ANUAL	38
7.4.3 Proyección de costos variables.....	38
7.4.4 Proyección de costos fijos.....	39
7.4.5 Programa de depreciación de activos amortización de intangibles.	40
7.5 Evaluación económica del proyecto.	41
7.5.1 Flujo de caja del proyecto.	41
7.5.2 El Punto de Equilibrio.....	42
7.5.3 Calculo de indicadores de evaluación financiera (PRI, VPN, TIR y R B/C)	43
7.5.4 Valoración de la inversión.	43
VIII. Estudio Ambiental	44
IX. Conclusiones	45
X. Recomendaciones	47
XI. Bibliografía	48

XII. Anexos	49
12.1. Anexo 1. Encuesta	49
12.2. Anexo 2. Graficas estudio de mercado.	53
12.3. Anexo 3. Cronograma de trabajo.	56

I. RESUMEN EJECUTIVO

La elaboración de licor con coco “CRAZY COCO” de licorería MAREN, es un proyecto ambicioso que pretende agregar valor y reconocimiento a los productos que se elaboran en nuestro país. Esta bebida ha sido creada para un mercado selectivo donde se dirige únicamente aquellas personas que han cumplido la mayoría de edad, debido a que dentro de sus componentes lleva un porcentaje de alcohol, por lo que, se debe de tomar con medida y responsabilidad.

CRAZY COCO, surge con la idea de aprovechar una demanda existente, debido a que cada vez se suman más personas al consumo de bebidas alcohólicas y cuando caen en la monotonía de los mismos productos despiertan el deseo de probar cosas nuevas, es por eso que, se quiso dar una alternativa diferente para todas aquellas personas que disfrutan de las bebidas de esta línea. Licorería MAREN quien es la creadora de CRAZY COCO cuenta con la ventaja de que en la ciudad de Rivas no existen empresas productoras de este tipo licor en cuanto a la variedad se refiere, esta es una ventaja con relación a la distribución, ya que la competencia se maneja por medio de distribuciones desde otros lugares del país y no de manera directa como sería nuestro caso, previo al estudio técnico, organizacional y financiero se establece un proceso de elaboración el cual involucra normas, optimización de recursos así como controles de calidad para obtener un producto que sea competitivo en el país como en el exterior a futuro, teniendo siempre como objetivo dejar en alto en nombre de Rivas, Nicaragua. En este proyecto se determina montos de inversión y financiamiento del cual el 60% será aportado por una financiera que presta fondos para la creación de microempresas el 40% restante será aportado por la gerente propietaria de la licorería la cual le corresponde a Génesis Arauz cuya inversión inicial totaliza los \$ 3,762.09 dólares, enfocados a la aplicabilidad y a la viabilidad del mismo. Los valores obtenidos arrojan como resultado una empresa sólida con una Misión y Visión determinadas, en base a la evaluación financiera y al análisis de los criterios de evaluación del proyecto, por todo a cuanto esto se refiere se determinó que este negocio es factible y rentable.



II. INTRODUCCIÓN

En el mundo actual el mercado y su estructura son factores predominantes para el desarrollo de cualquier proyecto, para poder conformar parte de él es necesario tener principalmente ideas que den paso a la formación de un producto que destaque en el mercado y segundo es importante saber reconocer cuál de estas ideas tienen más posibilidades de ser aceptadas por la población; por lo que resulta indispensable realizar un estudio de mercado, el cual consiste en la determinación de la cantidad de bienes y servicios que las empresas pueden producir para atender las necesidades de la población a un nivel de precio fijado bajo margen denominado por la competencia y la calidad.

Mediante el estudio de mercado es posible la recopilación de información lo cual se ve reflejado en la toma de decisiones. Ya que, en el caso de nuestro país, considerando su diversidad agrícola, es conveniente pensar en elaborar un producto que permita la utilización de materia prima poco aprovechada como lo es el coco y poder industrializarlo, esto sería un paso importante para el desarrollo agroindustrial y económico del país, que además permita añadirle un valor agregado al transformarlo en producto terminado.

La creación de la LICORERÍA MARENDR dedicada a la producción y comercialización de licor saborizado y con trozos de coco “CRAZY COCO” tiene como fin, proporcionar un licor de moderación a un costo accesible y en una nueva variedad, la cual no se encuentra en el mercado a excepción de licores importados los mismos que son escasos y poseen precios altos, que a su vez no cuentan con la característica única que posee “CRAZY COCO” como lo es la de incorporar trozos de coco en la bebida.

La ciudad de Rivas, al estar en los últimos años con una notable baja en el sector turismo que se encontraba en continuo desarrollo, necesita la creación de algo que llame la atención de las personas para aumentar la economía decadente y que a su vez pueda suplir los deseos de la población consumidora de bebidas alcohólicas. La LICORERÍA MARENDR busca satisfacer esas necesidades y gustos del cliente



tanto nacional como extranjero presentando productos innovadores, de buena calidad que están a la par de la competencia en un mercado donde el ser competitivo es indispensable para mantenerse en él.

Tomando en cuenta que en la ciudad de Rivas no existen empresas productoras de este tipo licor en cuanto a la variedad se refiere, esta es una ventaja con relación a la distribución, ya que la competencia se maneja por medio de distribuciones desde otros lugares del país y no de manera directa como sería nuestro caso.

Al elaborar este tipo de licor a base de coco, considerado como fruta tropical con carácter afrodisíaco, delicioso y saludable, poseen características medicinales ya que es un alimento indicado en las dietas de aumento de peso, para la osteoporosis, para la salud cardiovascular y para evitar la retención de líquidos.

La persona que adquiera este producto va a obtener un licor de buena calidad, agradable al paladar, que puede servir perfectamente para acompañamiento de comidas o reuniones de carácter social. Además, al ser un licor con un bajo grado de alcohol, disminuye los daños a la salud de los consumidores.

Como se conoce hoy en día a causa de factores sociales, las personas ingieren licor más por cantidad que por calidad, sin importar cuánto esto afecte a su organismo. Considerando este particular carácter cultural, la elaboración de este tipo de licores con bajo grado alcohólico, de buena calidad y bajo costo, al ofrecerlo será más saludable para el consumo y más accesible.

Con la creación de esta empresa también se fomentan nuevas alternativas de trabajo a fin de disminuir la tasa de migración existente en el país y proporcionar un mejor nivel de vida a estas personas.

Este proyecto ha sido creado por la gerente propietaria cuyo nombre responde a Génesis Dayana Arauz Rodríguez, quien desea invertir y apostar a la elaboración y comercialización de licor saborizado con trozos de coco; debido a la gran demanda que tiene los productos de esta línea en el municipio de Rivas.



III. ASPECTOS ESTRATEGICOS DEL PROYECTO

3.1 Breve descripción del negocio.

MAREN, es una microempresa familiar que nace con la idea de emprender y darle solución a los problemas económicos que se vive en la actualidad, su nombre único y original está inspirado en la combinación de los nombres de los progenitores de la gerente propietaria.

La licorería MAREN, se dedicará a la elaboración comercialización de bebidas alcohólicas (licor con trozos de coco “CRAZY COCO”), situada en la ciudad de Rivas, contará con un personal altamente calificado para la producción de esta bebida, cumpliendo con las normas técnicas de calidad e inocuidad, de manera que supla las necesidades del consumidor final.

3.2 Información sobre empresa:

Nombre de la empresa: Licorería MAREN.

Slogan: “El sabor tropical de los rivenses”.

Teléfonos:

❖ **claro:** 57156265

❖ **movistar:** 87875249

Email: marenr_20

Dirección: Bº Las Piedra, costado sur del campo deportivo Leónidas Torres.



3.2.1 Breve historia del negocio.

La idea de conformar licorería MARENDR como microempresa familiar que surgió en el año 2019 partiendo de la crisis económica del país la gerente propietaria decide emprender un negocio, es de esta manera que pone atención en la alta demanda que hay en el mercado sobre la bebidas alcohólicas y es de esta manera que nace MARENDR que se dedicará a la elaboración y comercialización de licor saborizado con coco llamado “CRAZY COCO” esta microempresa venderá su producto por al detalle en el barrio Las Piedras, una vez ya estabilizado se ofertara el producto por mayor para satisfacer la demanda de esta bebida alcohólica.

3.2.2 Estructura legal de la empresa.

La estructura legal de la empresa está en calidad de persona jurídica donde la propietaria tiene por nombre Génesis Dayana Arauz Rodríguez, quien no tiene experiencia alguna en los negocios y ha decidido a emprender por primera vez.

3.2.3 Perspectivas de crecimiento del negocio.

Licorería MARENDR tiene proyecciones a futuro, se proyecta como un negocio que ya no solo vende a nivel local, sino que se ha expandido capaz de comercializar “CRAZY COCO” a nivel nacional, disponibles en supermercados y con múltiples puntos de ventas para facilitar la debida adquisición de los clientes.



3.2.4 Misión.

Nuestra misión es industrializar y comercializar una línea de licor saborizado con trozos de coco, integrando nuestros recursos humanos, tecnológicos y económicos mediante la utilización de productos agroindustriales e insumos de óptima calidad para lograr el posicionamiento de nuestra marca en el mercado, procurando la satisfacción de nuestros clientes y consumidores, contribuyendo al desarrollo social y bienestar de nuestro departamento.

3.2.5 Visión.

Nos consolidaremos como la MiPyme líder en la producción de licor con coco de óptima calidad, desarrollando importantes alianzas estratégicas que nos darán prestigio y reconocimiento a nivel regional para lograr expandirnos al mercado nacional. La calidad de nuestro producto y la excelencia en el servicio, serán la base para fortalecernos como uno de los más grandes contribuyentes al desarrollo social, económico y ambiental de nuestro departamento.

3.2.6 Valores.

Honestidad: capacidad de actuar siempre con base en la verdad, la ética y la justicia.

Permanencia: mantener una constante y duradera relación entre la MiPyme y sus clientes ofreciendo un servicio de calidad.

Compromiso: capacidad y actitud personal para involucrarse con los logros a fines, de los objetivos y metas institucionales.

Servicio: superar las expectativas de los clientes, en calidad, puntualidad y atención personalizada, anticipando a sus necesidades y creando en ellos un clima de confianza y amistad.

Respeto: aceptar y comprender a los demás tal como son u reconocer sus diferencias.



Responsabilidad: es realizar los compromisos adquiridos y prever, asumir o evitar, según sea el caso, sus consecuencias.

3.2.7 Objetivo del Negocio.

- ✓ Alcanzar los estándares más altos en la producción de licor con coco.
- ✓ Contribuir con la economía dando oportunidades de trabajo a personas con escasos recursos.



3.3 Análisis FODA.

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Bajo costo de producción.	Desarrollo en el mercado.	Falta de campaña y promoción de nuestro producto en el mercado.	Situación sociopolítica y económica en el país.
Conocimientos científicos y prácticos.	Materia prima fija.	Poca experiencia gerencial.	Caminos en mal estado.
Capacidad para elaborar el producto.	Producto innovador con características únicas.	Competencia en el mercado.	Retraso de materia prima.
producto 100% artesanal			Crisis sanitaria a nivel mundial (SARS-CoV-2).

3.4 las 5 fuerzas de PORTER.

CONCEPTOS	FUERZA	ANÁLISIS
COMPETIDORES ACTUALES	MEDIA ALTA	Nuestros principales competidores que hemos podido identificar representa un factor que puede detener el desarrollo de nuestra empresa, estos son: la Ron Plata, Ron Flor de Caña, etc. los cuales ya tiene la producción y comercialización de sus productos a los negocios destino y que a su vez no tienen el plus de integrar trozos de frutas en sus licores saborizados.
COMPETIDORES POTENCIALES	ALTA	La rivalidad o competencia es de gran impacto para la salida del producto. Los competidores son muchos, pero los más fuertes son: Ron Plata y Ron Flor de Caña.
PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES	MEDIA ALTA	Según la competencia, los compradores tienen derecho a la negociación en la compra del producto en el cual se le podría mantener o variar el costo a dicho producto, por lo que nuestra apuesta está en ofrecer producto de calidad al menor costo para captar la atención de los clientes.
PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES	ALTA	Los proveedores de nuestra materia prima son fáciles de encontrar, porque se pueden encontrar en diferentes lugares y a un precio muy accesible y así se beneficiarán tanto ellos como vendedores y nosotros como compradores. Para este proceso de compra se negociará con el proveedor.
PRODUCTOS SUSTITUTOS	MEDIA BAJA.	Los productos sustitutos más cercanos a los ofertados son: licor, licor saborizado: coco, Jamaica, café, cacao. Debido a su calidad; aunque se pueden conseguir otros con calidad más baja y precios más accesibles. Sin embargo, podemos considerar sustitutos cualquier producto que supla o que pueda satisfacer las necesidades del consumidor.

IV. OBJETIVOS ESTRATEGICOS DEL PROYECTO.

4.1 Objetivo general:

- ❖ Formular un proyecto a través de un estudio de mercado que verifique la viabilidad de producir y se comercializar licor saborizado y con trozos de coco en la ciudad de Rivas, Nicaragua, 2022.

4.2 Objetivos específicos:

- ❖ Conocer la demanda potencial y la oferta del producto a través de un estudio de mercado donde se definan precios, medios publicitarios y estrategias de marketing para la microempresa.
- ❖ Elaborar un estudio técnico administrativo para la producción de licor de coco.
- ❖ Evaluar la factibilidad del licor con coco a través de un estudio financiero que identifique aspectos económicos necesarios.



V. ESTUDIO DE MERCADO

En la idea de conocer que aceptabilidad podría tener el licor saborizado con trozos de coco en la ciudad de Rivas se realizó una encuesta a más de 100 personas *on line*, en la cual se hicieron preguntas sumamente importantes para la introducción de licor con coco en el mercado de la localidad, tal encuesta fue realizada en Rivas debido a que la microempresa productora del licor saborizado estará situada en una comarca de este municipio, lo cual genera una mayor facilidad para la distribución de dicho producto. Debido a la naturaleza del licor saborizado con coco se decidió destinar a personas de 18 años de edad en adelante, por lo tanto, el 100% de las personas o futuros clientes deben de ser mayores de edad.

Con resultados obtenidos en dicha encuesta notamos:

- Que el licor saborizado con trozos de coco puede ser consumido sin importar la profesión u oficio al que se dedique cada persona.
- Que existe un poder adquisitivo bueno para la obtención de nuestro producto.
- Se descubrió que ante los demás licores saborizados existente hay una inclinación por el de coco, demostrando que hay una aceptabilidad buena ante este licor saborizado lo cual hace factible su producción.
- Que las personas se inclinan por presentaciones de ½ litro, lo que quiere decir que el producto tiene mayor demanda en este volumen.

La encuesta realizada dejó datos contundentes donde las personas en su mayoría gastan más de C\$300 por mes en correspondencia que en su mayoría consume y están dispuestos a comprar el licor saborizado con una frecuencia de 1 a 3 veces al mes, lo cual nos indica que las personas mes a mes invertirán dinero en la compra de este producto, lo que significa que habrá una demanda fija de licor saborizado.

Además confirmamos que las personas estarían dispuestas a pagar por el licor saborizado con trozos de coco ya que a pesar que dijeron tener marcas preferidas de licor saborizado como la Ron Flor de Caña y la Ron Plata, están dispuesto a



consumir nuestra marca puesto que ellos también buscan calidad, precios bajos y accesibilidad es por eso que más del 84% de los encuestados afirmaron estar dispuestos a comprar nuestro licor saborizado con coco en la comarca Las Piedras, pero además de tener una localidad propia donde ofrecer nuestro licor saborizado notamos que un alto porcentaje de los encuestados quisieran adquirir el producto en los supermercados o delivery por lo que lo más viable para suplir la necesidades y expectativas del cliente sería tener la posibilidad de ofertar nuestro producto en los supermercados situados en este municipio.

En cuanto a la publicidad del producto la encuesta arrojó que una de las mejores maneras de ofertar un producto en la actualidad es utilizar los medios de comunicación al preguntarle a las personas más de la mitad prefiere que se utilicen las redes sociales ya que hoy en día es lo más práctico y la publicidad estaría disponible en todo momento, otros de los medios que la gente prefiere son las radios locales y solo una pequeña cantidad mencionó la tv.



5.1. Descripción del producto que desarrollará en el plan.

El licor saborizado con trozos de coco es una bebida alcohólica cuyas características son:

- ❖ Color: transparente blanquecino.
- ❖ aroma: característico a coco.
- ❖ sabor: coco sutil con notas alcohólicas.
- ❖ Textura: predominante líquida con trozos sólidos característicos de coco.

El consumo del licor trae múltiples beneficios siempre y cuando se consuma moderadamente, dentro de los beneficios más sobresalientes tenemos:

- ❖ Protege el corazón: el porcentaje de alcohol una copa de licor reduce el riesgo de sufrir enfermedades cardiovasculares pues aumenta los niveles de colesterol bueno (HDL).
- ❖ Reduce el riesgo de mortalidad temprana: esto estaba asociado con los riesgos de pacientes que sufrían de hipertensión.
- ❖ Ataque al corazón: el consumo moderado de alcohol está asociado con la reducción del riesgo de sufrir ataque al corazón.
- ❖ Protege las articulaciones.
- ❖ Aumenta la agudeza mental: el beber alcohol moderadamente reduce el riesgo de sufrir declives cognitivos y se ha demostrado que reduce la posibilidad de sufrir de Alzheimer.
- ❖ Cuida tu peso: esto se debería a que los que beben moderadamente metabolizan el alcohol de manera diferente lo que les ayudaría a mantener su peso.

El consumo de coco por otro lado trae consigo grandes beneficios: es su bajo contenido en hidratos de carbono. Además, es rico en proteína, fósforo, vitamina B, calcio, magnesio y potasio. Gracias a estos componentes es recomendada para fortalecer el cabello y las uñas. Por otra parte, el coco es altamente recomendado

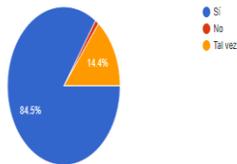


en las dietas; así como, también, resulta efectivo en tratamiento de bacterias y parásitos intestinales. El coco es conocido también por sus efectos diuréticos y laxantes; ayuda a estimular el aparato digestivo.

El coco disminuye los efectos del alcohol en la sangre, por esta razón y las antes mencionadas es que esta combinación de coco y licor la hace un producto ideal que ayudan a la salud integral de los consumidores.

5.2. Segmento de mercado.

Si un pequeño emprendimiento de Rivas comercializara un licor con trozos de coco, lo apoyarías???



Al realizar la encuesta se determinó que en el municipio de Rivas el 33.9% de los encuestados afirma consumir licor saborizado; ¿mostrando un alto índice de consumo de este producto, lo cual demuestra que si hay un mercado existente que

demanda el producto por otro lado se cuestionó a las personas que a pesar de no consumir licor saborizados estarían dispuestos a probar y apoyar el emprendimiento? A los que más 84.5% manifestó estar interesados y dispuesto a pagar por nuestro producto que será producido en la localidad.

Dentro de esta determinación del mercado meta al cual pretendemos dirigir este producto licor con coco “CRAZY COCO” que elabora la empresa “LICORERA MAREN” que por su naturaleza y las leyes que rigen en el país este producto se producirá para el consumo de personas de 18 años de edad en adelante y ambos sexos.



5.3 Demanda de Mercado.

En el mercado hay múltiples licores saborizados, del 33.9% de los encuestados en el municipio de Rivas que dijeron que si tomaban licor saborizado el 24% afirmo preferir el de coco imponiéndose con una amplia diferencia sobre los demás demostrando que hay una aceptabilidad que da puerta abierta para entrar en el mercado de la localidad.

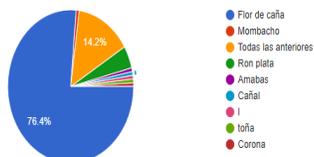
Al realizar las encuestas el 84.5% brindó respuestas positivas en correspondencia del consumo de nuestro producto donde manifiestan que a pesar de no consumir licor saborizado están dispuestos a consumir y apoyar este pequeño emprendimiento que quiere surgir en su ciudad, esto hace que se vuelva notorio que tenemos una amplia y contundente oportunidad para entrar en el mercado rivense. Todo lo antes mencionado, hace entender que la producción del licor saborizado con trozos de coco es factible.

Partiendo de los porcentajes arrojados por las encuestas y tomando el 1% de la población del Municipio de Rivas que según registros es de 41,080 habitantes en el municipio de Rivas; realizamos una estimación de la demanda del licor saborizado con trozos de coco, la cual nos dan como resultados que estaremos produciendo por mes 367 unidades donde 236 serán de ½ litro y 131 de 1 litro respectivamente. Donde a largo plazo pretendemos producir el doble de las cantidades mencionadas.



5.4 Oferta de negocio.

¿Qué marca de licor prefieren?



En el departamento de Rivas hay una amplia variedad de licores, las cuales varían tanto en calidad como precios, la línea de licores saborizados consta con marcas establecidas y que rigen en la compra-venta de este producto las más populares son: la Ron Flor de caña y la Ron Plata. Estos licores cuentan con una desventaja y es el trato cara a cara con el cliente por lo que nosotros brindaremos esa atención personalizada para agarrar popularidad y fidelidad ante los clientes.

5.5. Precio del producto o servicio.

El precio del producto estará fijado considerando primeramente nuestros costos y después la opinión de las personas encuestadas, puesto que es importante considerar la situación económica actual en el país, partiendo de los encuestados que dijeron estar dispuestos a pagar por el licor saborizado con coco hasta C\$ 290 en correspondencia de 1 litro y hasta C\$150 por el medio litro como precio introductorio; de esta manera estaríamos ofreciendo un licor de calidad a bajos costo en comparación del de la competencia que andan rondando de C\$180 a C\$250 por medio litro y de C\$ 385 a C\$450 por litro, con esto damos por asentado un costo económicamente accesible para los clientes.

5.6. Comercialización del producto.

El comercializar un producto nuevo por un pequeño emprendimiento es algo difícil pero no imposible, es por esto que para inicial el canal por el cual se pretende comercializar el licor saborizado con coco será directo, un local propio donde la comercialización sea personalizada para cada consumidor, una vez nuestra clientela empiece a crecer y la demanda vaya incrementando se pretende ampliar los canales de distribución, conformando rutas de distribución para entregar a punto de ventas en lugares estratégicos que cubran zonas donde no se hayan tenido alcance antes y supermercado para tener permanecía y mayor accesibilidad de compra para el cliente.

5.7. Proyección de ventas con su calendarización.

LICORERIA MAREN																
Unidad Monetaria Dolar																
Producto	Ingresos		Calendarizacion.											Cantidad Total	\$ Año 1	
	Unitario	Enero	Feb	Mar	Abril	May	Jun	Jul	Agost	Sep	Oct	Nov	Dic			
Licor con Coco "CRAZY COCO" 500 ml	3.40	236	236	236	236	236	236	236	236	236	236	236	236	236	2828	9609
Licor con Coco "CRAZY COCO" 1000 ml	6.79	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	1571	10677
TOTAL	10.19														4399.67	20286

Partiendo del 0.003% de la población existente en la actualidad en el municipio de Rivas y según el porcentaje de aceptación de los encuestados se determinó que necesitaremos producir 367 unidades que según la aceptación de los encuestados en la preferencia de las presentaciones se harán 236 unidades de ½ litro y 131 unidades de un litro por mes, por lo tanto, estaríamos produciendo 4,400 unidades, que generarían \$ 20,286 dólares en el primer año proyectado de funcionamiento.



5.8. Plan de Marketing.

Las estrategias de marketing que licorería MARENDR pretende aplicar para ofertar CRAZY COCO será la divulgación por diferentes medios, en la actualidad uno de los medios con mayor espectadores son las redes sociales (WhatsApp, Facebook, Instagram, etc.) lo cual es un buen indicador que a través de este medio se creara una enorme publicidad para que los demás conozca el negocio y sobre todo el producto, además se pondrán precios razonables y cómodos para el bolsillo de los clientes, ya que conocemos la situación económica que viene arrastrando el país desde la crisis sociopolítica y actualmente con las crisis sanitaria que se vive a nivel mundial ha provocado un desplome considerable en la economía por lo que resulta ventajoso lanzar productos que la gente pueda adquirir, así mismo se resaltara las características tanto como del producto como la logística que conlleva la producción de este, lo cual lo hace un producto altamente competitivo y capaz de permanecer en el mercado.



5.8.1 Etiqueta.

Dentro de nuestra etiqueta hacemos referencia a la tropicalidad del coco, además de contener en ella una linda imagen lleva la información del producto como lo es: grado alcohólico, ingredientes, volumen, nombre del producto, la marca, lugar de elaboración, país de origen, número de lote, condiciones de almacenamiento, enlaces en donde se pueden contactar con la licorería.

Dentro de la etiqueta se cuenta con un pequeño cuello que se pone en la botella donde lleva en que año se fundó la marca, el nombre del producto y su lugar de origen; este cuello se elaboró con el fin de resaltar aún más la atracción visual de la botella en los estantes.



5.9 CUATRO “P”.

Este análisis tiene como objetivo explicar a fondo el funcionamiento de manera integral y completa del marketing que se implementará en la empresa, de esta manera se podrá tomar las mejores decisiones para que nuestro producto sea todo un éxito una vez este dentro del mercado.

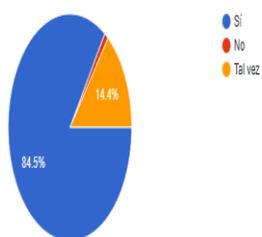


6.9.1. Producto/Servicio.

El licor saborizado con trozos de coco es una bebida alcohólica preparada principalmente con Ron y coco el cual requiere de 2 días en su preparación para que el licor adquiera consistencia y se acentúen sus características organolépticas. esta bebida será envasada en botellas de vidrio para una mejor conservación y mayor atracción visual, este producto será una alternativa que se destacara ante el consumidor por poseer una característica que resalta sobre las demás bebidas saborizada y esta será la de contener trozos de coco, lo cual le dará un plus y llamara la atención de nuestros clientes. Este producto a su vez cuenta con una etiqueta muy bonita y atractiva para impactar a los clientes desde la primera impresión como lo es la visual.

5.9.2 PLAZA.

Si un pequeño emprendimiento de Rivas comercializara un licor con trozos de coco, lo apoyarías???



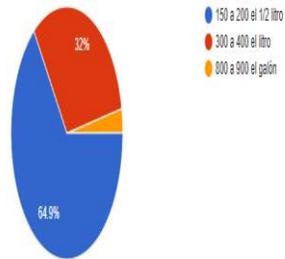
La empresa será un emprendimiento pequeño que pretende crecer con el paso del tiempo por lo que primeramente tendrá un local para comercializar el licor saborizado con trozos de coco donde los clientes puedan adquirir el producto al detalle y por mayor según sea sus necesidades, cuando el emprendimiento empiece a ver frutos y crezcas, se le dará pase

para poder venderlo a grandes escala y poderlo ofrecer en los estantes de los supermercados a todo esto le sumaremos los puntos de ventas que se establezcan en puntos clave de comercialización con el fin de lograr tener una mayor cobertura en el mercado local primeramente, departamental y con el tiempo nacional e internacional, para que los clientes tengan mayor accesibilidad.



5.9.3. PRECIO.

Cuánto dinero en cordoba estaría dispuesto a pagar por el licor saborizado y con trozos de coco?
97 respuestas



Tomando en cuenta nuestros costos de producción el precio considerado en las encuestas y la influencia del precio definido por las marcas ya establecidas en el mercado, el emprendimiento ha determinado que las presentaciones de 1 litro a \$ 6.79 dólares y las de ½ litro a \$ 3.40 dólares con estos precios pretendemos ofrecerles un producto a las personas con calidad y que a su vez cuide el bolsillo de ellos, a su vez estaríamos resaltando

ante la competencia al ofrecer calidad y economía, buscando conseguir permanencia en el mercado y fidelidad en nuestros clientes

6.9.4. Promoción.

El licor saborizado con coco se promocionará principalmente en las redes sociales puesto que la población en la encuesta dijo que sería el mejor medio para promocionar este producto, debido a que actualmente la mayoría de las personas están conectadas a ellas, además la publicidad en este medio sería permanente y disponible a cualquier hora y en cualquier lugar. En este medio daremos a conocer las propiedades físicas de producto, así como la accesibilidad de adquisición del mismo; al promocionar el licor saborizado a coco por este medio baja nuestros costos en cuanto propaganda y publicidad lo que nos permitirá realizar promociones por mes en donde por la compra de una botella se les adjuntará una muestra de cortesía captando así la atención de los clientes, por otro lado, se realizarán rifas donde se inste a los clientes a compartir nuestra campaña publicitaria, donde que nos permitan llegar a más personas elevando la posibilidad de llegar a un mercado más diversificado.

También participaremos en ferias locales, organizadas a nivel municipal por el gobierno con el fin de promocionarnos y darnos a conocer, de esta manera nuestra marca y producto se van apoderando de fama y seamos reconocidos que las personas con solo escuchar el nombre del producto o de la marca sepa reconocer exactamente que somos y a que nos dedicamos.



VI. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico se realizó para saber dónde, cuándo, cuanto y con que producir el CRAZY COCO y que todo esto tenga relación con el funcionamiento y la actividad productiva de licorería MARENDR.

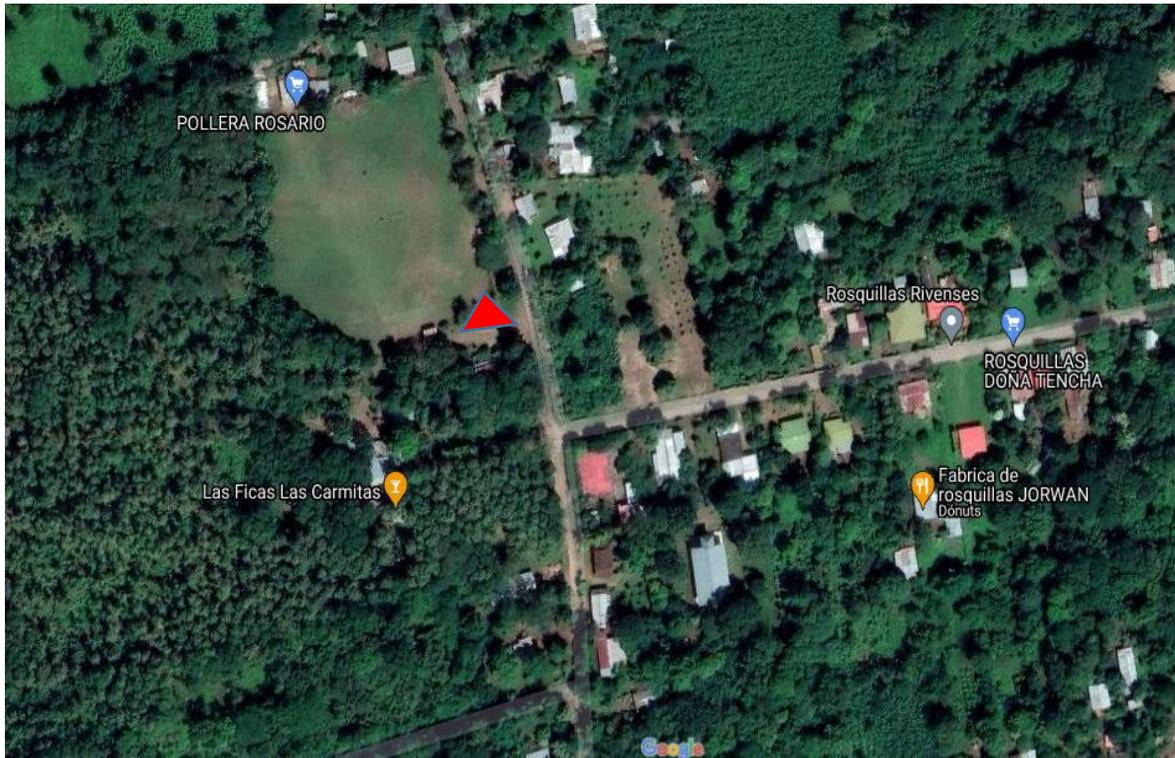
6.1 Tamaño



el lugar de elaboración contará con un área de recepción de materia prima en donde se recibirá cada uno de los ingredientes que conforma el licor saborizado con coco CRAZY COCO, tendrá el área de procesamiento donde se dará el proceso productivo del jarabe y licor, así como también una habitación de envase y etiquetado.

Se tendrá un baño para realizar actividades fisiológicas como higiénica del personal, además contará con área de almacenamiento y comercialización de CRAZY COCO.

6.1.1 Localización



Licorería MARENR estará ubicado en el municipio de Rivas, B° Las Piedras, segunda calle, costado norte de la finca Las Carmitas, frente al campo de Beisbol.

6.2 Producción y Flujo de proceso

El flujo de proceso y la producción del licor saborizado con coco CRAZY COCO son la parte primordial y razón de ser tanto del producto como de la MiPyme y es importante describirlo detalladamente.

6.2.1 Producción.

La licorería MAREN R es una microempresa pequeña con una capacidad de producción de 249 litros por mes, debido a su proceso se realizarán 30 litros por cada 2 días, el costo total para la producción es de \$ 567.6 dólares por mes solo en la materia prima en cuanto a mano de obra se pagarán \$ 360 y en cuanto a maquinaria que se comprara, ya que son necesarias para llevar a cabo la producción tendrán un costo de \$ 872 dólares.

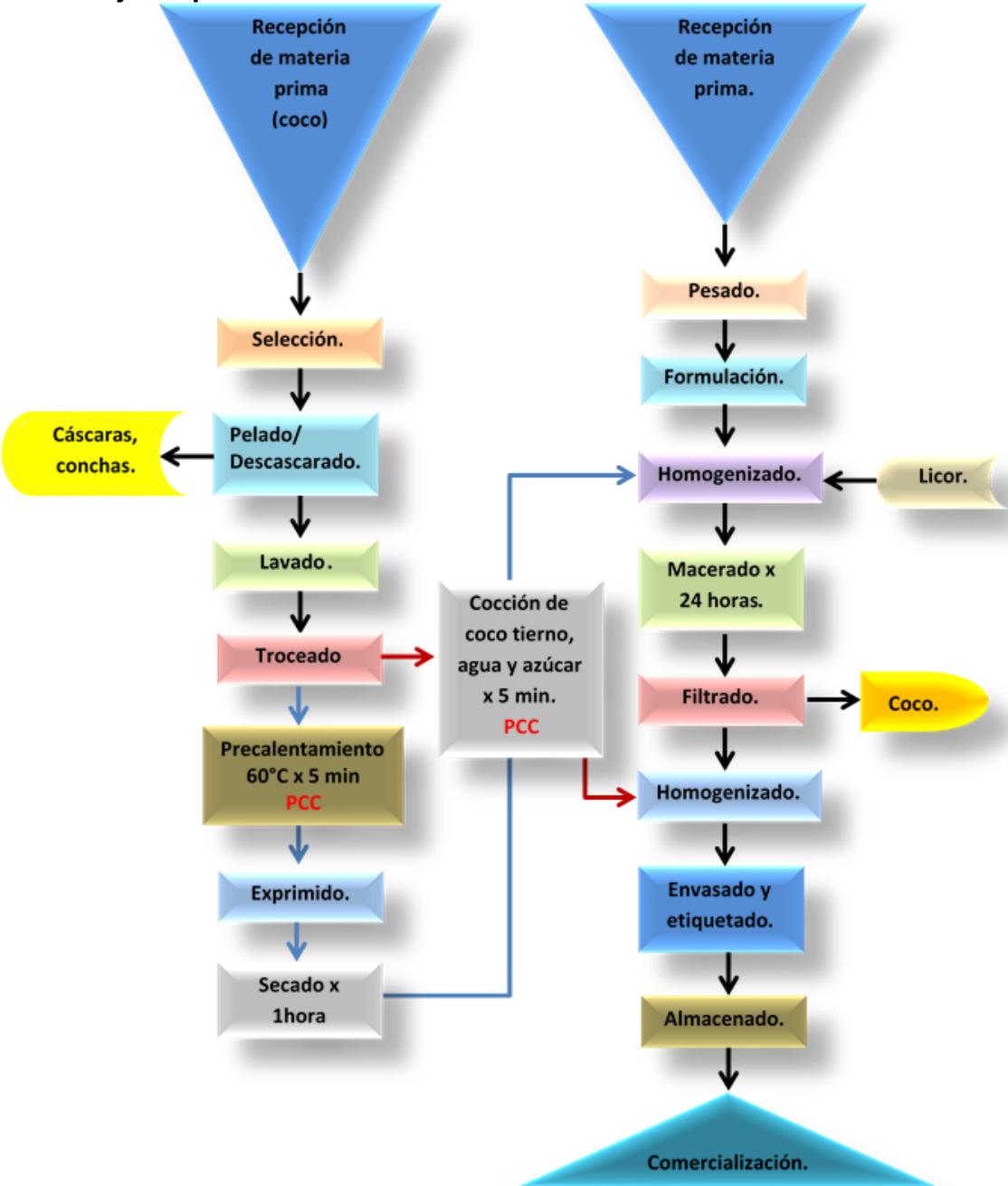
La producción de licor saborizado con coco CRAZY COCO requiere de múltiples actividades, así como también gastos, todo esto con el fin de obtener un producto inocuo y con las características organolépticas que lo harán sobresalir en la industria para conocer con detalle cada uno de los equipos, maquinaria, ingredientes, etc. Se presentarán sus debidos balances.

6.2.2 Formulación.

Materia prima	Porcentaje
Licor	44.5
Agua	30.3
Azúcar	20.2
Coco	5
Total	100%



6.2.3 Flujo de proceso.



6.2.4 Carta Técnica de Extracción de aceite de coco.

Operación	Descripción
Recepción de materia prima	Esta actividad se realiza con el fin de verificar que la materia prima a utilizar se encuentre en óptimas condiciones, se revisa que la fruta no presente daño físico, químico o microbiológico.
Selección	Se selecciona el coco según su especie, y grado de madurez, corroborando que se encuentre en buen estado físico y microbiológico, esto se hace con el fin de obtener un producto inocuo.
Pelado/Descascarado.	Se retira la cáscara y concha del coco, ya que, esta no forma parte del procesamiento en la transformación de la fruta, esto se realiza de forma manual con cuchillos de acero inoxidable.
Lavado.	Se realiza con el fin de eliminar las materias extrañas que puedan estar adheridas a la fruta. Se realiza sumergiendo las frutas en agua restregándolas para retirar cualquier residuo que contenga para luego rociarlas nuevamente con agua.
Troceado	El troceado se hace con ayuda de un procesador con el fin de convertir el coco en partículas más pequeñas. Luego se extrae el coco tierno para someterlo a cocción con agua desmineralizada y azúcar durante 5 minutos procurando que la azúcar se disuelva por completo.
Precautado.	Se somete el coco a una temperatura de 60° C con el fin que las células se expandan y den salida al contenido grasoso de la fruta.
Exprimido.	Una vez precautado el coco se exprime con bastante presión para eliminar la grasa de la fruta.
Secado	Después de exprimido el coco se pone a secar a temperatura ambiente por alrededor de 1 hora.

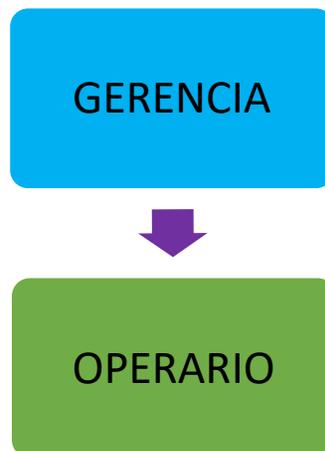
6.2.5 Carta Técnica de Elaboración de CRAZY COCO.

Operación	Descripción
Recepción de materia prima.	Esta actividad se realiza con el fin de verificar que la materia prima a utilizar se encuentre en óptimas condiciones, se revisa que el coco, azúcar y licor este en las óptimas condiciones para el procesamiento.
Pesado.	Se pesa, el coco, azúcar, así como también se realizan mediciones de licor y agua para determinar el peso inicial con el que entra a proceso y así poder determinar los rendimientos que se obtiene en el producto final.
Formulación.	Una vez definidos peso procedemos a formular y determinar cantidades específicas que entraran al proceso.
Homogenización	Se mezcla el coco con el licor para que el licor adquiera las características organolépticas deseadas.
Reposo.	Una vez mezclado el coco con el licor que deja reposar por 24 horas, en un lugar fresco donde no le dé la luz solar.
Filtrado.	Después que han transcurrido las 24 horas de reposo se procede a filtrar con ayuda de papel filtro y un colador para separar el coco del licor.
Homogenizado.	En este paso entra en acción el jarabe realizado con agua y azúcar el cual se disuelve a fuego lento durante 15 minutos a 95° C, una vez disuelta la azúcar se deja enfriar a temperatura ambiente, luego de enfriado mezclamos con el licor saborizado con coco.
Envasado.	Una vez obtenido el licor completamente saborizado se procede a envasar en botellas con capacidad de 1 litro y ½ litro. Terminado el proceso de envasado se ubican su debida etiqueta con información importante del producto.
Almacenamiento.	Se almacena el producto a temperatura ambiente, en un lugar fresco con poca iluminación.
Comercialización.	Ya obtenido el producto final sale del área de almacenamiento para ser distribuido y comercializado.

VII. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

El estudio organizacional es determinar la Estructura Organizacional Administrativa óptima y los planes de trabajo administrativos con la cual operara el proyecto una vez este se ponga en funcionamiento.

7.1. Estructura organizativa de la empresa.



7.1.1 Definición del perfil y descripción de puesto.

❖ Gerente.

Puesto:	Gerente.	Categoría del puesto:	Importante
Rango o nivel de salario:	260 dólares o su equivalente a 9,100 córdobas.	Tipo de posición:	Estudios en ingeniería en agroindustria de los alimentos, con conocimientos en la línea de licores saborizados, control y aseguramiento de la calidad, administración, entre otros.
Contacto de recursos humanos:	5715-6265	Fecha de publicación:	Enero 2022
Formación de solicitantes:	Bachiller	Expiración de la publicación:	***
Solicitudes aceptadas por:			
FAX O CORREO ELECTRÓNICO: MAREN20@GMAIL.COM		B ^o Las Piedra, costado sur del campo deportivo Leónidas Torres, Rivas, Rivas, Nicaragua. Nombre MAREN	
Descripción del puesto			
ROL Y RESPONSABILIDADES			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Atención al cliente. 2. Comercialización del producto. 3. Actividades de producción, empaque y limpieza. 			
Revisado por:	Genesis Arauz	Fecha: ***	Fecha ***
Aprobado por:	Genesis Arauz	Fecha: ***	Fecha ***
Última actualización por:	Genesis Arauz	Fecha y hora: ***	Fecha y hora

❖ Operario.

Puesto:	Operario de Producción.	Categoría del puesto:	Elemental
Rango o nivel de salario:	140 dólares o su equivalente a 4,900 córdobas.	Tipo de posición:	estudios y conocimientos básicos, primaria y secundaria terminado, con muchos deseos de trabajar.
Contacto de recursos humanos:	5715-6265	Fecha de publicación:	Enero 2022
Formación de solicitantes:	Bachiller	Expiración de la publicación:	***

Solicitudes aceptadas por:

FAX O CORREO ELECTRÓNICO:

MAREN_20@GMAIL.COM

R^o Las Piedra, costado sur del campo deportivo Leónidas Torres, Rivas, Rivas, Nicaragua.

Nombre
MAREN

Descripción del puesto

ROL Y RESPONSABILIDADES

1. Actividades de producción, empaque y limpieza.

Revisado por:	Genesis Arauz	Fecha: ***	Fecha ***
Aprobado por:	Genesis Arauz	Fecha: ***	Fecha ***
Última actualización por:	Genesis Arauz	Fecha y hora: ***	Fecha y hora

7.2. Aspectos legales.

7.2.1 Requisitos legales.

Constituir un negocio requiere de muchos permisos y más aún cuando lo que se quiere comercializar es licor, estos permisos son indispensables para poder comercializar este producto. Entre los permisos tenemos: el permiso de operación de los bomberos el cual nos dará un seguro para las instalaciones en casos de emergencias, la matricula en la matricula en la alcaldía el cual es necesario para registrar cualquier negocio, el permiso de expendio de licor que se tramita en la policía debido a que los productos de esta línea tiene ciertas restricciones para menores de edad y debe ser bajo reglamentos policiales, el permiso del SILAIS y del MINSA son papeleos y registros que hagan contar que el licor saborizado con trozos de coco CRAZY COCO cumplirá con las normas de salubridad tanto en el producto como en las instalaciones donde será elaborado.

A su vez se tramitará registro sanitario que es el documento que nos autoriza fabricar, envasar, e importar un alimento con destino al consumo humano, licencia sanitaria que es el documento o tramite que autoriza que nuestro establecimiento puede fabricar un producto de carácter alimenticio y que cumple con todas las normas de calidad y se registrará la marca, para que la empresa tenga el derecho exclusivo a impedir que terceros comercialicen productos idénticos o similares con la misma marca o utilizando una marca tan similar que pueda crear confusión, en términos similares a las patentes. Todo esto es debido a que nuestro producto es del sector alimentario y teniendo todos estos sellos le daremos seguridad y confianza para los futuros clientes y consumidores.



7.2.2 Costo de los requisitos legales

Balance de Constitucion	
Concepto	Costo
Permiso de operación de los bomberos	50.00
Matricula Alcaldia	40.00
Permiso de expendio de licor	45.00
Permiso SILAIS	
Permiso del MINSA	16.00
libros contables	20.00
Licencia Sanitaria	157.00
Registro Sanitario	70.00
Registro de la Marca	225.00
Total	623.00

La constitución del negocio son un sin número de papeleos para que se nos otorgue los permisos para poder comercializar licor, tal proceso requiere por lo menos 30 días para ser completado y aprobado por las autoridades correspondientes y teniendo un total de \$ 623 dólares, licorería MARENR es una MiPyme con una única propietaria cuyo nombre es Génesis Dayana Arauz Rodríguez.



7.3 Plan de inversión.

7.3.1 Explicación de la estructura del plan de inversión.

LICORERIA MAREN R	
Balanza de Inversión Consolidada	
CIFRA EN DOLARES	
CONCEPTOS	VALOR
Inversión en Capital de Trabajo:	
CAJA	100.00
BANCOS	1,062.64
Sub Total Inversión en Capital de Trabajo	1,162.64
Inversión en Capital Fijo:	
MUEBLERIA Y EQUIPO	466.00
MAQUINARIA	872.00
Sub Total Inversión en Capital Fijo	1,338.00
Inversión en Gastos Preoperativos:	
CONSTITUCIÓN	623.00
INVERSION EN INVESTIGACION DE MERCADO	154.14
Sub Total Inversión en Gastos Preoperativos	777.14
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	3,277.78

La inversión inicial fue estimada mediante las compras, gastos de materiales y logística que se estima además de muchas actividades como investigación de mercado, la inversión en caja es el dinero que el vendedor estima que debería de tener en liquidez cuando oferte el producto de licorería MAREN R, el saldo en banco es el empleado para cubrir

el primer mes de operaciones generales de la empresa. El requerimiento de inventario es el mínimo utilizado en la producción del licor saborizado con trozos de coco, donde se ha contemplado maquinaria y mueblería necesaria para iniciar procesamiento del licor saborizado, la constitución del negocio que es prácticamente las autorizaciones para poder echar a andar el negocio, por todo lo antes mencionado se estimó que la inversión inicial para la licorería MAREN R será de \$ 3,277.78 dólares.

7.3 Plan de financiamiento.

El financiamiento que se necesita para para iniciar operaciones en la licorería MAREN R será correspondiente al 60% de la inversión inicial, monto que se gestionará al Banco con tasas de interés baja la cual se pretende pagar a cuotas, el 40% restante será el dinero que pondrá la persona dueña del emprendimiento para iniciar funciones de la microempresa.



7.3.1 Fuentes de financiamiento.

La licorería MARENDR gestionará préstamo por una suma de \$ 1,966.67 dólares, la cual se irá pagando en cuotas mensuales durante 2 años de plazo, el cual tendrá una tasa de interés del 18% anual, con amortización nivelada, este préstamo será gestionado en Banpro (Banco de la Producción) que facilita los financiamientos a esta tasa a emprendimientos que requieran préstamos a corto plazo siempre y cuando se cumpla con los requisitos necesarios.

7.3.2 Costos de las fuentes.

LICORERIA MARENDR
Plan de Amortización de la Deuda en Dolares

Valor Préstamo: 1,966.67		Frec. Pagos: Mensual	Tipo Amortiz: Cuota nivelada	Moneda		
Plazo en años: 2 Años		Tasa anual: 18.00%	Fecha entrega: 1-dic-22	CS	US	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="button" value="Procesar"/>						
36	31	-	-	-	-	-
0	44896					1966.67
1	1/1/2023	31/1/1900	98.18	0	30.48	67.7
2	1/2/2023	31	98.18	0	29.43	68.75
3	1/3/2023	28	98.18	0	25.62	72.56
4	1/4/2023	31	98.18	0	27.24	70.94
5	1/5/2023	30	98.18	0	25.3	72.88
6	1/6/2023	31	98.18	0	25.01	73.17
7	1/7/2023	30	98.18	0	23.11	75.07
8	1/8/2023	31	98.18	0	22.72	75.46
9	1/9/2023	31	98.18	0	21.55	76.63
10	1/10/2023	30	98.18	0	19.7	78.48
11	1/11/2023	31	98.18	0	19.14	79.04
12	1/12/2023	30	98.18	0	17.34	80.84
13	1/1/2024	31	98.18	0	16.66	81.52
14	1/2/2024	31	98.18	0	15.4	82.78
15	1/3/2024	29	98.18	0	13.21	84.97
16	1/4/2024	31	98.18	0	12.8	85.38
17	1/5/2024	30	98.18	0	11.11	87.07
18	1/6/2024	31	98.18	0	10.13	88.05
19	1/7/2024	30	98.18	0	8.48	89.7
20	1/8/2024	31	98.18	0	7.37	90.81
21	1/9/2024	31	98.18	0	5.97	92.21
22	1/10/2024	30	98.18	0	4.39	93.79
23	1/11/2024	31	98.18	0	3.08	95.1
						103.77

La amortización no es más ni nada menos que el monto de la cuota oficial por mes que se pagara a la institución financiera que prestara sus fondos para el inicio de operaciones de la licorería MARENDR y la cual ya tiene su tasa de interés fijada.



7.4 Costo de capital promedio ponderado

LICORERIA MAREN
Tasa de Rentabilidad Mínima Requerida del Proyecto
CIFRA EN DOLARES

FUENTES	APORTE MONETARIO	PESO (%)	COSTO	COSTO PONDERADO
FINANCIAMIENTO BANCARIO	1,966.67	60%	18.00%	10.80%
APORTES DE SOCIO	1,311.11	40%	15.00%	6.00%
TOTAL	3,277.78	100%	CCPP:	16.80%

El financiamiento para llevar a cabo el inicio de producción de licor saborizado con trozos de coco donde el Banco aportara el 60% que corresponde a \$ 1.966.67 cuyo interés se cobrara al 1.5% mensual o 18% anual que es lo mismo.

El 40% restante que equivale a \$1,311.11. dólares tomará el 15% de interés anual, sumando los costos ponderados de cada tasa de interés nos arroja un 16.80% que será el indicador mínimo de la TIR correspondiente de este proyecto



7.4.1 Proyección de ingresos.

LICORERIA MARENDR
Tabla # 2
Proyección de ingresos por ventas
CIFRA EN DOLARES

CONCEPTOS	AÑOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO				
	1	2	3	4	5
		-	-	-	-
Ingresos por venta de servicios	20,285.50	21,338.85	22,446.89	23,612.47	24,838.57
		-	-	-	-
Ingresos Totales	20,285.50	21,338.85	22,446.89	23,612.47	24,838.57

los ingresos por la venta de CRAZY COCO son de \$20,285.50 dólares en el primer año presentando un incremento del 2% de la demanda entre cada año del segundo al quinto año, este incremento de La demanda se da, tomando en cuenta que el sector licorero ha presentado un incremento del 2% anual.

para lograr captar 24,838.57 dólares y licorería MAREMR pretende vender 236 botellas de 1/2 litro a \$ 3.40 y 131 botellas de 1 litro a \$ 6.79; haciendo la sumatoria de estos precios obtenemos el ingreso en el primer año y sucesivamente de acuerdo a los índices inflacionarios los demás años.

Los ingresos son una transacción única (venta) que justifica la entrada de efectivo a las empresas. Es decir, todo ingreso de dinero por parte de una transacción que tenga la MiPyme.



7.4.2. BALANCE DE INGRESOS CON PRECIOS Y BALANCE ANUAL

LICORERIA MAREN				
PROYECCION DE INGRESOS				
UNIDAD MONETARIA EN DOLAR				
CONCEPTO	PREC VTA	Q. CONSUM	INGRE MENSUAL	INGRE ANUAL
Licor saborizado de 500 ml	3.40	236	801	9609
Licor saborizado de 1000 ml	6.79	131	890	10677
Total ingresos		367	1690	20286

En el balance de los ingresos se manifiesta que la única vía de ingreso que tendrá la licorería MAREN será la de las ventas de CRAZY COCO el cual se ofertará en dos presentaciones las cuales corresponden a 500 ml con un precio de \$ 3.40 dólares y 1000 ml con un precio de \$ 6.79 dólares de los cuales proyectamos que se venderán 236 de 500 ml y 131 de 1000 ml respectivamente generando un ingreso anual de \$ 20,286 dólares durante el primer año.

7.4.3 Proyección de costos variables.

LICORERIA MAREN						
Presupuesto de Materia Prima en dólares						
Costos Variables						
Concepto	Proveedor	Unidad de Medida	Cantidad	Precio Unitario	Mensual	Annual
Licor	Distribuidora	caja	5	19	95	1140
Coco	Mercado	unidad	300	0.15	45	540
Azucar	Distribuidora	quintal	2	37	74.00	888
Papel filtro	Distribuidora	caja	1	25	25	300
Envases de 500 ml	S.A Envasa	caja	10	17.04	170.40	2044.80
Envases de 1000 ml	S.A Envasa	caja	6	17.04	102.24	1226.88
Etiqueta	Imprenta Unicornio	paquetes de 100	4	14	56.00	672.00
TOTAL					567.64	6811.68

En el balance de materia prima se describió que materiales se iban a ocupar dentro de la producción del CRAZY COCO, los cuales forman parte de nuestros costos variables y como se ha mencionado antes son los que están directamente involucrados en la producción y según sea esta producción ellos tienden a variar (aumentar o disminuir). Partiendo de la información revelada en las encuestas nuestra demanda del licor saborizado con coco será de 249 litros por mes y para lograr obtener esa cantidad de producción es necesario comprar las cantidades mostradas en el balance.



7.4.4 Proyección de costos fijos.

LICORERIA MARENDR
 Tabla #3
 Proyección de Costos Fijos
 CIFRA EN DOLARES

CONCEPTOS	AÑOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO				
	1	2	3	4	5
Gastos personales:					
Salarios	4,800.00	5,063.52	5,341.51	5,634.76	5,944.10
Prestaciones de ley	1,200.00	1,265.88	1,335.38	1,252.17	1,320.91
Gastos patronales	960.00	1,063.34	1,121.72	1,183.30	1,248.26
Sub total gastos personales	6,960.00	7,392.74	7,798.60	8,070.22	8,513.28
Gastos no personales:					
Cargos básicos	1,140.00	1,175.68	1,212.48	1,250.43	1,289.57
Gasto en papelería y útiles	116.00	119.63	123.38	127.24	131.22
Gastos en materiales y suministros	848.19	874.74	902.12	930.35	959.47
Gastos en publicidad	208.00	208.00	208.00	208.00	208.00
Sub total gastos no personales	2,312.19	2,378.05	2,445.97	2,516.02	2,588.26
Gastos fijos totales	9,272.19	9,770.79	10,244.57	10,586.25	11,101.54

En los costos fijos de la licorería MARENDR contemplamos los salarios de los trabajadores ellos se encargarán de la producción del licor saborizado con coco CRAZY COCO, las prestaciones de ley es el pago de los aguinaldos vacaciones, que contempla la ley y los gastos patronales es el pago del seguro social por parte de la licorería a sus trabajadores, los gastos no personales incluyen los cargos básicos como agua, fluido eléctrico, teléfono e internet, también estos gastos no personales incluyen los gastos provisionados de materiales y suministro, mantenimiento de maquinaria y equipo, los gastos que se incurrirán en publicidad, para darse a conocer en el mercado, incluye promociones y descuentos las cuales permitirán posicionarse en el mercado. Todos los gastos que refleja este cuadro son provisiones expresadas anualmente.

7.4.5 Programa de depreciación de activos amortización de intangibles.

LICORERIA MAREN
Programa de depreciación de activos
CIFRA EN DOLARES

ACTIVO	CANTIDAD	COSTO INSTALADO	VALOR RESIDUAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL					DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
					1	2	3	4	5		
Cocina a gas industrial tropigas 3 quemadores	1	380.00	38.00	5 Años	68.40	68.40	68.40	68.40	68.40	342.00	38.00
Procesador oster 3	1	250.00	25.00	5 Años	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	225.00	25.00
Refractómetro	1	125.00	12.50	5 Años	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	112.50	12.50
Pesa en libra	1	117.00	11.70	5 Años	21.06	21.06	21.06	21.06	21.06	105.30	11.70
Juego de cuchillos	1	5.00	0.50	5 Años	0.90	0.90	0.90	0.90	0.90	4.50	0.50
olla de coccion.	1	210.00	21.00	5 Años	37.80	37.80	37.80	37.80	37.80	189.00	21.00
TOTALES					195.66	195.66	195.66	195.66	195.66	978.30	108.70

el cuadro superior muestra la depreciación de equipos utilizados para realizar las labores en la producción de licor saborizado con coco, de la licorería MAREN sonde se refleja el costo de adquisición y su valor final en libros contables. El valor residual se estimó en la mayor parte de los activos fijos en un 50% de su valor, para ser recuperado al final del 5to año si se liquidara el proyecto.

7.5 Evaluación económica del proyecto.

7.5.1 Flujo de caja del proyecto.

LICORERIA MARENDR
 Tabla # 7
 Flujo de caja del proyecto
 CIFRA EN DOLARES

Conceptos	Años de operación del proyecto					
	0	1	2	3	4	5
<u>Inversiones realizadas en el año cero</u>						
Inversión en Capital de Trabajo	(1,162.64)					
Inversión en Capital Fijo	(1,338.00)					
Inversión en Gastos Preoperativos	(777.14)					
<u>Flujos operativos del proyecto</u>						
Ingresos por venta de bienes y servicios		20,285.50	21,338.85	22,446.89	23,612.47	24,838.57
Costos variables de bienes y servicios		(9,523.71)	(10,018.24)	(10,538.45)	(11,085.66)	(11,661.30)
Costos fijos		(9,272.19)	(9,770.79)	(10,244.57)	(10,586.25)	(11,101.54)
Depreciaciones		(195.66)	(195.66)	(195.66)	(195.66)	(195.66)
Amortización de intangibles		(155.43)	(155.43)	(155.43)	(155.43)	(155.43)
Utilidades antes de impuestos		1,138.51	1,198.73	1,312.78	1,589.47	1,724.64
Impuestos sobre la renta (15%)		(170.78)	(179.81)	(196.92)	(238.42)	(258.70)
Utilidades después de impuestos		967.74	1,018.92	1,115.86	1,351.05	1,465.94
(+) Depreciaciones y amortizaciones		351.09	351.09	351.09	351.09	351.09
(=) Flujos de caja anuales del proyecto		1,318.83	1,370.01	1,466.95	1,702.14	1,817.03
<u>Flujo de caja del último año</u>						
Retorno del Capital de trabajo						1,162.64
Valores de salvamento neto						108.70
Sub total flujo de caja del último año						1,271.34
Flujos de caja neto sin financiamiento	(3,277.78)	1,318.83	1,370.01	1,466.95	1,702.14	3,088.37
Financiamiento						
Préstamos	1,966.67					
Amortización del principal		(891.52)	(971.38)	-	-	-
Escudo fiscal de los intereses		85.99	32.58	-	-	-
Flujos de caja neto con financiamiento	(1,311.11)	513.30	431.21	1,466.95	1,702.14	3,088.37

Se presentan todos los registros de los ingresos y egresos a la caja a lo largo del tiempo mediante proyecciones realizadas en base a la aceptación del producto, en dicho flujo lo proyectamos para la evaluación del proyecto dentro del cual se determinó la viabilidad del mismo

La evolución esperada del proyecto se resume en este flujo de caja la información contenida en estados financieros pro-forma (proyectados) como son: balances, estados de pérdidas y ganancias o flujos de caja.

7.5.2 El Punto de Equilibrio.

	10,058.86				
Punto. Equili=					
	5.4				
Punto. Equibr=	1,860.32	unidades			
costo unitario promedio					
Licor saborizado de 500 ml	1,860.32	x	0.643	=	1,195.92
Licor Saborizado, de 100 ml	1,860.32	x	0.357	=	664.40
TOTAL					1,860.32

El punto de equilibrio es la cantidad de producto en este caso de botellas de licor que son necesarias producir en el año mediante el cual no se gana ni se pierde dinero simplemente se mantiene la función de la empresa, en la producción de licor saborizado con trozos de coco CRAZY COCO, es de 1,860.32 unidades totales perteneciendo de estas 1,195.92 unidades en presentaciones de 500 y 664.40 unidades de 1000 ml respectivamente, según nuestra demanda de producción es de 367 unidades totales sin separar presentaciones, anualmente estaríamos produciendo alrededor de 4,400 unidades, por lo que concluimos ser rentable para la licorería MAREN R ya que estaríamos generando ganancias bastante buena para el negocio.



7.5.3 Calculo de indicadores de evaluación financiera (PRI, VPN, TIR y R B/C)

INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA	
PERÍODO DE RECUPERACIÓN (PRI)	2.25 Años
VALOR PRESENTE NETO AL 16.80%	2,700.40
TASA INTERNA DE RETORNO	63.60%
RELACIÓN BENEFICIO/COSTO	3.06

PRI (periodo de recuperación de la inversión), muestra el periodo el periodo en el que se recupera la inversión en los 5 años proyectados, 2.25 años lo que significa que se recuperara la cuenta en 2 año, 3 meses y 4 días.

VAN (valor actual neto), es el monto en dólares de la ganancia que arroja el plan de negocio durante los 5 años que se proyectaron \$ 2,700.40 dólares es la ganancia que se obtendrá durante el tiempo proyectado.

TIR (tasa interna de retorno), es el 63.80 % de ganancia que se obtendrá durante los 5 años proyectados con un parámetro de costo ponderado con un porcentaje de 18.60 %.

RB/C (relación beneficio/costo) proporciono 3.06 lo cual indica que por cada dólar que se invierta se ganaran \$2.06 dólares. Por todo el antes mencionado se puede decir que el plan de negocio de CRAZY COCO de licorería MARENDR es completamente rentable.

7.5.4 Valoración de la inversión.

La inversión estimada para iniciar el proyecto se considera aceptable, puesto que la elaboración y comercialización de CRAZY COCO que es un bebida alcohólica única que además de ser saborizada con coco lleva los trozos incluido en su contenido tiene un alto porcentaje de aceptación la gente tiene interés en comprarlo porque es una bebida de bajo costo con altos estándares de calidad por lo que resulta mucho considerar las inversiones ya que al cabo de 2.25 años se habrá recuperado la inversión obteniendo de este modo 63.80% de tasa interna de retorno.



VIII. ESTUDIO AMBIENTAL

El estudio ambiental es una parte sumamente importante, cuando se pretende constituir una empresa. Licorería MARENR dedicada a la producción y comercialización de licor saborizado con coco considera importante regular cualquier actividad que genere afectaciones a un ecosistema, entre nuestros objetivos principales están:

- ❖ Comercializar la mayor parte de desechos, para reducir riesgo, con la pulpa del coco se aprovechará en la elaboración de cajetas, así como la concha en la producción de bisutería.
- ❖ Minimizar y controlar los impactos sobre los componentes físicos, químicos, biológicos incluyendo los socioeconómicos, derivados de la operación del proyecto.
- ❖ Proporcionar al dirigente, un plan de manejo ambiental sencillo de aplicar donde se establezcan los límites permisibles de acuerdo a las normativas ambientales para la mitigación, minimización o anulación de los impactos negativos, bajo sistema de reciclaje, limpieza y programas que puedan ayudar a la comunidad.
- ❖ Implementar programas de seguimiento y monitoreo, para realizar mediciones ambientales y observaciones directas para un eficiente control por las partes responsables.
- ❖ Se utilizarán bombillos de ahorro energético.

Estas medidas más que una inversión se trata de concientización y voluntad de ayudar el medio ambiente y de trabajar en conjunto, puesto que esta microempresa no crea impactos negativos para el medio ambiente.



IX. CONCLUSIONES

En el estudio realizado se resaltan varios puntos que deben ser considerados básicos y que permiten determinar que el proyecto elaborado en la creación de la licorería MARENR el cual consiste en la producción y comercialización de licor saborizado con coco “CRAZY COCO”, será una propuesta exitosa, ya que, en la forma propuesta, justifica el financiamiento y el respaldo necesario para la ejecución del proyecto presentado y la conveniencia de la inversión.

- ❖ Los licores de bajo contenido alcohólico, son una necesidad sentida en la ciudad de Rivas, ya que por factores socioeconómicos la población consume licor más por cantidad que por calidad quebrantando cada vez más su salud, en vista que los llamados buenos licores que en su gran mayoría son fruto de las importaciones poseen precios elevados.
- ❖ Al verificar en base a observación directa y a datos obtenidos de la Cámara de Comercio de la ciudad, que no existen empresas productoras de licor de frutas tropicales como lo es el coco, la licorería MARENR tiene una gran oportunidad dentro segmento de mercado hacia el cual se dirige, al ser pionera en la producción de licor en la ciudad, siendo esto una ventaja para la obtención de ingresos.
- ❖ La licorería MARENR posee instalaciones e infraestructura aptas para el buen desarrollo de las actividades administrativas como de producción. El personal de producción se encuentra capacitado, para el manejo de la maquinaria, ya que su proceso no es complejo y se encuentra bien definido, además se cuenta con la supervisión de un Ingeniero en Agroindustria de alimentos, lo que garantiza el buen desarrollo de todas las fases del proceso de producción, como también se dispone de la infraestructura, tecnología, vías de acceso, servicios básicos, materia prima y recursos financieros apropiados y necesarios para el éxito del negocio.



- ❖ En base a la evaluación financiera como al análisis de los criterios de evaluación del proyecto se ha concluido que este es viable y rentable ya que posee un VAN positivo de \$ 2,700.40 dólares, la TIR se ubica en 63.60%, esto garantiza que el proyecto está en capacidad de generar mayor rentabilidad que una inversión alternativa, con una proyección de ingresos bastante buena en cuanto a la relación beneficio costo es de 3.06 es decir que por cada dólar invertido se gana 2.06 dólares, lo que justifica la inversión.



X. RECOMENDACIONES

- ❖ Realizar un estudio de mercado para ver la viabilidad y aceptación que puede tener un negocio.
- ❖ Realizar cada acción tanto productiva como económica, de la manera descrita en el documento.
- ❖ Respetar costos de venta determinado según los costos y gastos en los que incurre el negocio.
- ❖ Tomar las decisiones de manera acertada, para fortalecernos como emprendimiento y darles solución a los problemas encontrados según análisis FODA y fuerzas de PORTER.
- ❖ Comunicar a los clientes que este producto es de característica alcohólica por lo que el consumo excesivo pueda causar daños a la salud, por ende, se debe consumir por personas mayores de edad.
- ❖ Mantener un sistema de control contable lo cual permita tener claro las cuentas por pagar, cuentas por cobrar, rotación de inventarios.
- ❖ Reforzar en forma periódica el posicionamiento a través de campañas publicitarias, degustaciones, sondeos, lo que permitirá mayor participación en el mercado.



XI. BIBLIOGRAFÍA

- ❖ Guía de elaboración de proyecto de grado. Esp. Johana Mairena.

- ❖ NORMA Oficial Mexicana NOM-142-SSA1-1995. Bienes y servicios. Bebidas alcohólicas. Especificaciones sanitarias. Etiquetado sanitario y comercial.
<http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/nom/142ssa15.html>

- ❖ NORMA Oficial Mexicana NOM-199-SCFI-2017, Bebidas alcohólicas- Denominación, especificaciones fisicoquímicas, información comercial y métodos de prueba.
http://dof.gob.mx/nota_to_doc.php%3Fcodnota%3D5502882

- ❖ http://www.slideshare.net/blanca_garcia/analisis-de-la-demanda

- ❖ <http://bebidas.itematika.com/articulo/b52/tecnicas-para-purificar-los-licorescaseros.html>



XII. ANEXOS

12.1. Anexo 1. Encuesta

ENCUESTA DE ACEPTACIÓN DE PRODUCTO O LICOR SABORIZADO Y CON TROZOS DE COCO.

Estimados encuestados, soy una estudiantes de la Universidad Internacional Antonio de Valdivieso, de la facultad de Agroindustria, estoy realizando una encuesta con el objetivo de conocer el nivel de aceptación o rechazo del producto de introducción al mercado de licor saborizado y con trozos de coco. Solicitamos su gentileza para que nos dedique de su tiempo para llenar la encuesta, la que tiene una duración de aproximadamente cinco minutos.

¿Qué edad tiene? *

De 18 a 25

De 26 a 35

Otra...

¿A que se dedica?

Respuesta breve

Texto de respuesta breve

Obligatoria

¿De cuanto es su ingreso promedio mensual? *

0 a 1000

1000 a 2000

2000 a 3000

3000 a más

¿Consumen usted licor? *

- Sí
- No

¿Con que frecuencia lo consume? *

- Semanal
- Quincenal
- Mensual

¿Dónde compra usted el licor?

- Mercado
- Supermercados
- Pulperías
- Todas las anteriores

¿Qué marca de licor prefiere?

- Flor de caña
- Mombacho
- Todas las anteriores



⋮
¿Probaría un licor saborizado con coco y que además contenga trozos de la fruta? *

- Sí
- No
- Tal vez

En que empaque le gustaría que fuese envasado el licor con coco?

- Vidrio
- Botella de Plastico
- Bolsas

Cual presentación le gustaría adquirir?

- Medio litro
- Litro
- Galón
- Todas las anteriores

Cuánto dinero en cordoba estaría dispuesto a pagar por el licor saborizado y con trozos de coco?

- 150 a 200 el 1/2 litro
- 300 a 400 el litro
- 800 a 900 el galón



¿Dónde le gustaría que se hiciera la publicidad de este producto? *

- Televisión
- Radio
- Redes sociales
- Otra...

¿Dónde le gustaría comprar este licor? *

- Mercado
- Supermercados
- Pulperías
- Delivery

Si un pequeño emprendimiento de Rivas comercializara un licor con trozos de coco, lo apoyarías???

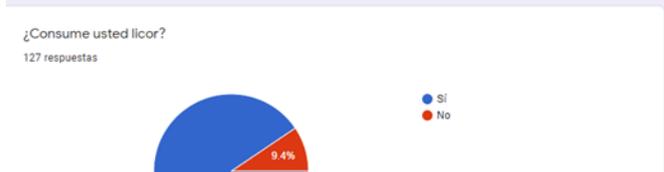
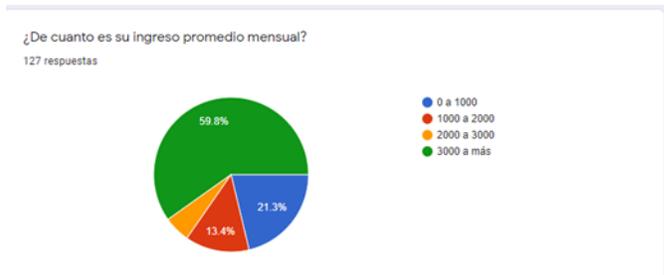
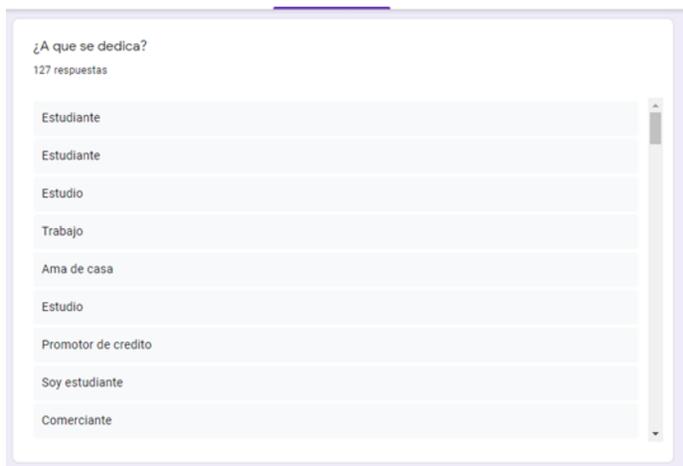
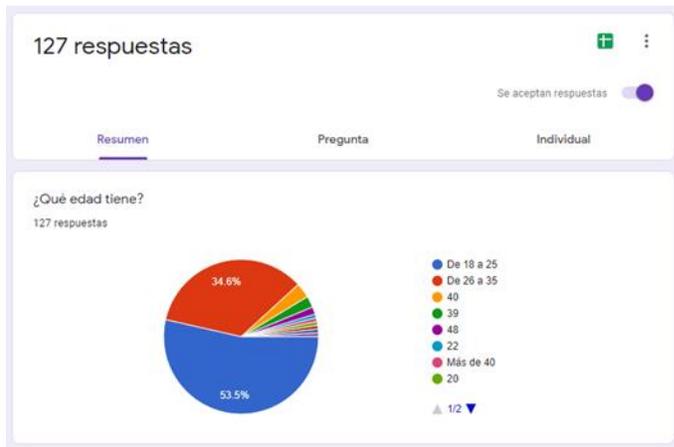
- Sí
- No
- Tal vez

Gracias por su tiempo.

Descripción (opcional)

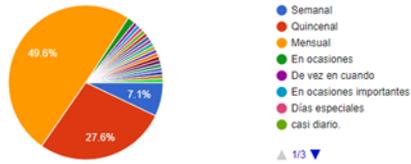


12.2. Anexo 2. Graficas estudio de mercado.



¿Con que frecuencia lo consume?

127 respuestas



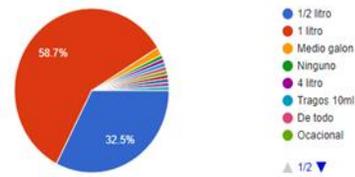
¿Cuanto dinero destina para la compra de licor?

127 respuestas



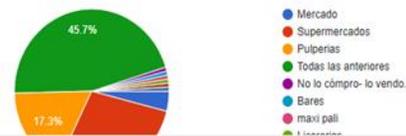
¿En que presentaciones lo compra?

126 respuestas



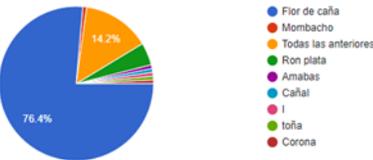
¿Dónde compra usted el licor?

127 respuestas



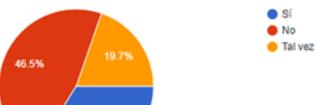
¿Qué marca de licor prefiere?

127 respuestas



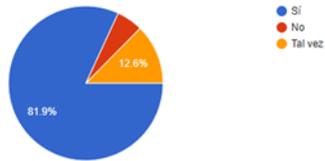
¿Consume usted licor saborizado con coco?

127 respuestas



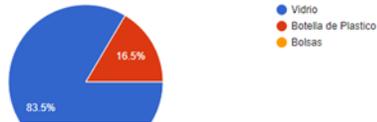
¿Probaría un licor saborizado con coco y que además contenga trozos de la fruta?

127 respuestas



En que empaque le gustaría que fuese envasado el licor con coco?

97 respuestas



Cual presentación le gustaría adquirir?

97 respuestas



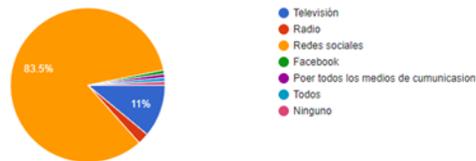
Cuánto dinero en cordoba estaría dispuesto a pagar por el licor saborizado y con trozos de coco?

97 respuestas



¿Dónde le gustaría que se hiciera la publicidad de este producto?

127 respuestas



¿Dónde le gustaría comprar este licor?

127 respuestas





12.3. Anexo 3. Cronograma de trabajo.

