

**MINISTERIO DE FOMENTO, INDUSTRIA Y COMERCIO**

**(MIFIC)**

**PLAN DE NEGOCIOS**

**[NOMBRE DE LA EMPRESA]**

**PROYECTO FOMENTO DE CAPACIDAD CREATIVA EN INNOVACIÓN EN PYMES INDUSTRIALES NICARAGUENSES**

 [CIUDAD], [DEPARTAMENTO]. [MES], [AÑO].



**ÍNDICE**

[I. FICHA BÁSICA DE LA EMPRESA 3](#_Toc152601119)

[II. RESUMEN EJECUTIVO 4](#_Toc152601120)

[III. ASPECTOS DE ORGANIZACIÓN. 5](#_Toc152601121)

[3.1. Estructura organizativa. 5](#_Toc152601122)

[3.2. Descripción de los trabajadores. 6](#_Toc152601123)

[IV. ASPECTOS DE MERCADO. 7](#_Toc152601124)

[4.1. Producto, precio y volumen de ventas. 7](#_Toc152601125)

[4.2. Clientes y canales de ventas. 8](#_Toc152601126)

[4.3. Estrategias de promoción 9](#_Toc152601127)

[V. ASPECTOS DE PRODUCCIÓN. 11](#_Toc152601128)

[5.1. Proceso de producción. 11](#_Toc152601129)

[5.2. Procesos y equipamiento de su proceso productivo. 11](#_Toc152601130)

[5.3. Capacidad de Producción actual. 13](#_Toc152601131)

[VI. ASPECTOS AMBIENTALES Y SOCIALES 14](#_Toc152601132)

[VII. INDICADORES DEL PLAN DE NEGOCIO. 15](#_Toc152601133)

[VIII. ASPECTOS FINANCIEROS 16](#_Toc152601134)

[7.1. Estado de pérdidas y ganancias proyectados. 16](#_Toc152601135)

[7.2. Estado de flujo de caja proyectado. 17](#_Toc152601136)

[7.3. Plan de Inversión a Financiar con el Proyecto Innovación 17](#_Toc152601137)

[IX. ANEXOS DEL PLAN 19](#_Toc152601138)

## **FICHA BÁSICA DE LA EMPRESA**

Incluir una Fotografía de la Fachada de la empresa y posteriormente la información básica de la empresa descrita en la tabla a continuación:



|  |  |
| --- | --- |
| Nombre Comercial de la empresa |  |
| Razón social |  |
| Número RUC |  |
| Tipo de Persona | [Persona Natural, Compañía limitada, Sociedad Anónima, Sociedad en nombre colectivo, Sociedad en comandita simple, Sociedad en comandita por acciones] |
| Regimen DGI | [Cuota Fija, Régimen General] |
| Número RUM |  |
| Propietario |  |
| Dirección |  |
| Coordenadas UTM |  |  |
| Teléfono |  |
| E-mail |  |
| Sitio Web |  |
| Producto principal |  |
| Producto complementario |  |

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Breve introducción de la Empresa, descripción del contenido y objetivo del plan de negocios, detallar principales resultados del plan de negocios.

## **ASPECTOS DE ORGANIZACIÓN.**

### Estructura organizativa.

La estructura organizativa actual y futura de nuestra organización es la siguiente:

Describe la estructura organizativa u organigrama del negocio actual y futura de acuerdo al crecimiento que pretendes tener con el plan de negocios.

1. **Organigrama actual:**
2. **Organigrama futuro:**

### Descripción de los trabajadores.

A continuación describiremos la cantidad de trabajadores por área de trabajo, genero y si cuántos de ellos actualmente son temporales y cuántos son fijos:

Describe la cantidad de trabajadores por área, de acuerdo a los campos de la siguiente tabla:

**Situación Actual:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Area de Trabajo** | **Mujeres** | **Hombres** | **Temporales** | **Permanentes** |
| Administración |  |  |  |  |
| Producción |  |  |  |  |
| Venta |  |  |  |  |
| **Total** |  |  |  |  |

Describe la cantidad de trabajadores por área, de acuerdo a los campos de la siguiente tabla, proyectado a 5 años:

**Situación Futura:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Area de Trabajo** | **Mujeres** | **Hombres** | **Temporales** | **Permanentes** |
| Administración |  |  |  |  |
| Producción |  |  |  |  |
| Venta |  |  |  |  |
| **Total** |  |  |  |  |

## **ASPECTOS DE MERCADO.**

### Producto, precio y volumen de ventas.

Nuestros productos principales y sus precios son los siguientes:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **N°** | **Productos** | **Precio (C$)** | **Ventas Promedio Mensual** |
| **Unidades** | **Monto (C$)** |
| 1 | Miel | 300 |  |  |
| 2 | Miel | 950 |  |  |
| 3 | Bolsos | 350 |  |  |
| 4 | Jeans | 540 |  |  |
| 5 |  |  |  |  |

Indica los principales productos que elaboras y el precio unitario. Describe tus ventas tanto en unidades como en valores o monto monetario por cada tipo de producto. Si los productos que tienes son muchos, puedes englobarlos en categorías.

**Situación Futura:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **N°** | **Productos** | **Precio (C$)** | **Ventas Promedio Mensual** |
| **Unidades** | **Monto (C$)** |
| 1 | Miel | 300 |  |  |
| 2 | Miel | 950 |  |  |
| 3 | Bolsos | 350 |  |  |
| 4 | Jeans | 540 |  |  |
| 5 |  |  |  |  |

### Clientes y canales de ventas.

Nuestros clientes principales y canales de venta son los siguientes:

|  |  |
| --- | --- |
| **Segmento de Cliente** | **Canales de Venta** |
| Restaurantes, Pulperías, Hoteles | Rutas de Venta |
| Consumidor Final  | Distribuidores, Sucursales, Redes Sociales |
| Empresas  | Venta en línea |

Describe a quién le vendes y los canales de ventas por medio del cual vendes. Por ejemplo, un productor de empanizador de carne podría tener diferentes tipos de cliente tales como: consumidores finales, hoteles, restaurantes, distribuidores. Los canales de venta representan el medio por el cual les vendemos, por ejemplo: ruteo (vendedores por ruta), local (los clientes llegan a las sucursales o local de ventas), redes sociales (se publica en redes y allí los clientes compran), Distribuidores (la empresa tiene distribuidores autorizados), etc.

**Situación Futura:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Segmento de Cliente** | **Canales de Venta** |
| Restaurantes, Pulperías, Hoteles | Rutas de Venta |
| Consumidor Final  | Distribuidores, Sucursales, Redes Sociales |
| Empresas  | Venta en línea |

### Estrategias de promoción

A continuación describímos nuestras Estrategias de promoción:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Medida Promocional** | **Descripción** | **Proyección en el Tiempo** | **Proyección de Unidades/Montos a Vender** |
| Descuentos Especiales | Ofrecer precios más bajos por un tiempo limitado. Por ejemplo, descuento del 10% en todos los zapatos durante la Semana del Cliente.  | Proyectado para una semana, cada trimestre. |  Aumento del 15% en las ventas durante la promoción  |
| Paquetes de Descuentos | Ofrecer descuentos adicionales al comprar varios productos. Por ejemplo, compra dos pares de zapatos y obtén el tercero al 50% de descuento. | Proyectado para todo el año, cada mes  |  Venta de 200 pares adicionales por mes  |
| Eventos Especiales | Organizar eventos o promociones en fechas especiales. Por ejemplo, venta especial por el Día del Padre con regalos adicionales para los clientes.  | Proyectado para eventos clave, anualmente |  Aumento de $2,000 en las ventas durante el evento  |
|  Programa de Lealtad | Ofrecer recompensas a clientes frecuentes. Por ejemplo, tarjeta de lealtad: después de comprar 5 pares, el próximo tiene un descuento del 20%.  | Continuo, proyectado para todo el año |  Incremento del 10% en las ventas a clientes leales  |
|  Regalos con Compra | Dar regalos gratuitos al realizar una compra específica. Por ejemplo, compra un par de zapatos y recibe un par de calcetines de regalo.  | Proyectado para ciertas temporadas, trimestralmente  |  Venta de 150 pares adicionales por temporada  |

Estrategias de Promoción: Enumera las estrategias promocionales específicas que planeas implementar en tu negocio, como descuentos especiales, paquetes de descuentos, eventos especiales, programa de lealtad y regalos con compra.

Descripción: Proporciona una descripción clara y sencilla de la estrategia promocional. Explica cómo funciona y qué esperas lograr con ella.

Proyección en el tiempo: Indica la duración o frecuencia estimada de cada medida promocional. Esto puede ser semanal, mensual, anual, o en función de eventos clave. También, establece cuándo planeas implementar cada promoción.

Proyección de Unidades/Montos a Vender: Proyecta cuántas unidades adicionales o cuánto más esperas vender como resultado de cada medida promocional. Puedes basar estas proyecciones en datos históricos, investigaciones de mercado o estimaciones realistas.

Consejos Adicionales:

Asegúrate de que las proyecciones sean realistas y basadas en información sólida. Considera las estacionalidades, eventos del mercado y otros factores relevantes.

**Situación Futura:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Medida Promocional** | **Descripción** | **Proyección en el Tiempo** | **Proyección de Unidades/Montos a Vender** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |   |  |  |
|  |  |  |  |
|   |  |  |  |

## **ASPECTOS DE PRODUCCIÓN.**

### Proceso de producción.

A continuación describiremos, de manera general, nuestro proceso de produccción para nuestro producto principal:

Detalla el proceso de producción en términos sencillos y comprensibles para cualquier lector, incluso aquellos sin experiencia técnica. Describe las etapas específicas del proceso de producción desde la adquisición de materias primas hasta la entrega del producto o servicio al cliente. Puedes visualizar el flujo del proceso a través de un diagrama de flujo simple o un esquema.

### Procesos y equipamiento de su proceso productivo.

A continuación, presentamos el equipamiento utilizado en nuestra empresa, por proceso productivo:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Procesos** | **Equipos** | **Costo de Adquisición** | **Años de uso** |
| Formulación y Pesado  | Balanza digital XJ-9000 | C$ 1,500.00 | 1 |
| Balanza Romana | C$ 5,400.00 | 12  |
| Amasado | Batidora V4-17G |  |  |
| Laminadora HS342K |  |  |
| Porcionado y Figurado |   |  |  |
| Fermentación |   |  |  |
| Horneo |  |  |  |
| Enfriado |  |  |  |
| Empaque |  |  |  |
| Distribución |  |  |  |

Equipos a futuro

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Procesos** | **Equipos** | **Costo de Adquisición** | **Años de uso** |
| Formulación y Pesado  |  |  | 1 |
|  |  | 12  |
| Amasado |  |  |  |
|  |  |  |
| Porcionado y Figurado |   |  |  |
| Fermentación |   |  |  |
| Horneo |  |  |  |
| Enfriado |  |  |  |
| Empaque |  |  |  |
| Distribución |  |  |  |

### Capacidad de Producción actual.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Producto o Tipo de Producto** | **Unidad de Medida** | **Capacidad Actual (Año)** | **% de crecimiento proyectado** | **Capacidad Proyectada (Próximo Año)** |
| Pan Simple | Quintales | 1,200 quintales | 10% | 1,320 quintales |
| Pan Dulce | Quintales | 960 quintales | 5% | 1,008 quintales |
| Reposterías | Quintales | 600 quintales | 10% | 660 quintales |

Describe la capacidad actual de producción de tu empresa. Es decir, la cantidad de productos que puedes producir en un mes.

Producto o Tipo de Producto: Enumere todos los productos específicos, si es posible. Sin embargo, si la empresa ofrece una amplia variedad y enumerar cada producto es complicado, agrupe los productos similares o relacionados bajo categorías generales. Por ejemplo, en lugar de enumerar cada uno de los panes que elabora, agrúpelos bajo categorías como "Pan Simple," "Pan Dulce”, "Reposterías”, etc).

Unidad de Medida: Indica la unidad de medida utilizada para cuantificar la producción de cada categoría (puede ser unidades, kilogramos, etc.).

Capacidad Actual (Año): Proyecta la capacidad de producción anual para cada categoría. Puedes hacer esto multiplicando la capacidad mensual por 12 o ajustando según la temporada y las variaciones estacionales.

## **ASPECTOS AMBIENTALES Y SOCIALES**

En nuestra PYME actualmente realizamos las siguientes prácticas para contribur con el medio ambiente y la sociedad:

Describe las medidas que implementas actualmente y las que pretendes realizar a futuro para garantizar prácticas ambientales sostenibles. Puede incluir en la situación actual la identificación de alguna problemática que tenga pendiente de resolver y una propuesta de mejora de esta problemática en la situación a futuro ya sea de agua, energía, materiales, desechos y emisiones. También puede incluir como necesidad o problema, certificaciones ambientales como requerimiento de mercado.

**Situación Actual:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Descripción y especificaciones técnicas** | **Costo US$** |
| 1 |  |  |
| 2 |  |  |
| 3 |  |  |
| 4 |  |  |
| 5 |  |  |

**Situación Futura:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Descripción y especificaciones técnicas** | **Costo estimado US$** |
| 1 |  |  |
| 2 |  |  |
| 3 |  |  |
| 4 |  |  |
| 5 |  |  |

## **INDICADORES DEL PLAN DE NEGOCIO.**

Con las inversiones proyectadas del presente plan de negocios pretendemos mejorar los siguientes indicadores:

Indicar al menos dos indicadores de mejora:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Indicador** | **Situación Actual** | **Situación Futura** |
| Empleos permanentes (Cantidad) |  |  |
| Empleos temporales (Cantidad) |  |  |
| Ingresos (Monto) |  |  |
| Producción (Cantidad) |  |  |
| Costos de Producción (Monto) |  |  |
| Nuevos o mejoras de procesos, productos o diseños (Número) | - | 5 |

## **ASPECTOS FINANCIEROS**

### Estado de pérdidas y ganancias proyectados.

Presenta las proyecciones de ingresos y gastos a lo largo del tiempo.

|  |
| --- |
| **ESTADO DE RESULTADO** |
| RENTABILIDAD DEL NEGOCIO - OPERACIÓN EN PERIODO DETERMINADO |
| PRESTAMO |  C$ -  |
| PLAZO (Meses)  | 0 |
|   |   |
| (+)Venta |   |
| Ventas Contado |  C$ -  |
| Ventas Credito |  C$ -  |
| (-)Costo de Venta/Producción |  C$ -  |
| Margen Bruto |   |
| Gastos Generales |  C$ -  |
| Salarios |   |
| Alquiler del local |   |
| Servicios Basicos |   |
| Telefonia |   |
| Transporte |   |
| Combustible |   |
| Mantenimiento |   |
| Mobiliario y Equipo |   |
| Impuesto |   |
| Publicidad |   |
| UTILIDAD OPERATIVA |   |

### Estado de flujo de caja proyectado.

Muestra las proyecciones de ingresos y gastos de efectivo a 5 años

|  |
| --- |
| **FLUJO DE CAJA** |
| LIQUIDEZ DEL NEGOCIO - MOVIMIENTO DE EFECTIVO EN TIEMPO DETERMINADO |
| Ventas Contado |  C$ -  |
| Recuperacion de CxC |   |
| (-)Costo de Venta |  C$ -  |
| Gastos Generales(Negocio) |  C$ -  |
| (=)Flujo del Negocio |  C$ -  |
| (-)Consumo Familiar |  C$ -  |
| Alquiler |   |
| Servicios Básicos |   |
| Alimentación |   |
| Educación |   |
| Otros Gastos |   |
|  (H) FLUJO BRUTO |  C$ -  |
| (-)Pago a otros Créditos |  C$ -  |
| (+)Otros Ingresos |   |
| (=)FLUJO NETO |  C$ -  |
| Cuota a este Crédito |   |
|   |   |
| Total Cuota |  C$ -  |

### Plan de Inversión a Financiar con el Proyecto Innovación

Presenta las inversiones a financiar con el Proyecto de Innovación.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **#** | **Descripción** | **U/M** | **Cantidad** | **Precio(C$)** |  | **Total** |
|   |   |   |   |   |   |  |
|   |   |   |   |   |   |  |
|   |   |   |   |   |   |  |
|   |   |   |   |   |   |  |

## **ANEXOS DEL PLAN**

Documentación legal.

Cotizaciones (proformas) del bien o servicio a financiar.

Información RUM

Flujo de caja proyectado a 5 años

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **INGRESOS** | **Año 1** | **Año 2** | **Año 3** | **Año 4** | **Año 5** |
| Ventas Contado |  |  |  |  |  |
| Otros Ingresos  |  |  |  |  |  |
| Ventas al Crédito  |  |  |  |  |  |
| **TOTAL DE INGRESOS DE EFECTIVO** |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **EGRESOS** |  |  |  |  |  |
| Salarios |  |  |  |  |  |
| Costos de venta |  |  |  |  |  |
| Alquiler del local |  |  |  |  |  |
| Servicios Básicos |  |  |  |  |  |
| Telefonía |  |  |  |  |  |
| Transporte |  |  |  |  |  |
| Combustible |  |  |  |  |  |
| Mantenimiento |  |  |  |  |  |
| Mobiliario y Equipo |  |  |  |  |  |
| INSS e INATEC |  |  |  |  |  |
| **Impuestos DGI** |  |  |  |  |  |
| **Impuestos Alcaldía** |  |  |  |  |  |
| Publicidad |  |  |  |  |  |
| **Consumo Familiar**  |  |  |  |  |  |
| Alquiler |  |  |  |  |  |
| Servicios Básicos |  |  |  |  |  |
| Alimentación |  |  |  |  |  |
| Educación |  |  |  |  |  |
| Otros Gastos |  |  |  |  |  |
| Pago a otros Créditos |  |  |  |  |  |
| **SUBTOTAL** |  |  |  |  |  |
| Cuota de Crédito |  |  |  |  |  |
| Compra de capital (especifique) |  |  |  |  |  |
| Ejecución de Financiamientos |  |  |  |  |  |
| **TOTAL DE EFECTIVO PAGADO** |  |  |  |  |  |
| **Posición de Efectivo (final de mes)** |  |  |  |  |  |
| **Flujo** |  |  |  |  |  |





Para inscripción:

MIFIC – DDE

Km 6 Carretera a Masaya, Frente a Camino

Managua, Nicaragua.

Teléfono: 22489300- Ext. 1120 y 3272

Correo: desarrollopymes@mific.gob.ni