

INDICE.

- INTRODUCCION...1

- OBJETIVOS...3

- CUERPO DEL INFORME... 17

- CONCLUSIONES...

- BIBLIOGRAFIA...

- ANEXOS...

INTRODUCCION.

En el presente informe se le da a conocer de nuestro producto y a la vez lo que se llevara a cabo el próximo año para formar y llevar a cabo nuestra microempresa, para así formarnos como administradores profesionales en este ámbito el cual es un requisito para nuestra carrera y es la base fundamental para desempeñarla como tal.

OBJETIVOS.

GENERAL: ESTUDIO DE MERCADO-CHILES

Crear un producto que se pueda obtener de una manera fácil, buscando siempre el bienestar de las personas. Elaborarlo de la mejor manera en un lugar higiénico para que los clientes queden satisfechos con nuestro producto y sigan comprándolo.

OBJETIVOS ESPECIFICOS: CHILES.

- Tratar de cumplir con los requisitos de salud para poder tener una buena aceptación en la población.

- Adquirir materia prima de calidad a un buen precio y siempre buscando la calidad del producto.

- Lograr que nuestros clientes nos prefieran por la calidad y el delicioso sabor, así ser un producto recomendado y obtener más clientes.

GENERAL: LUGAR PARA NUESTRA EMPRESA.

Buscar el lugar más adecuado para ejercer nuestra empresa para así dar a conocer nuestro producto.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS: LUGAR PARA NUESTRA EMPRESA.

- Tratar de que nuestra empresa este en lugar poblado para que así puedan adquirir mejor nuestro producto.

- Dar a conocer nuestra empresa por medios de comunicación reconocidos para darle una buena publicidad a nuestra empresa de todos nuestros productos de calidad.
- Conocer nuestro mercado y lograr que se encuentre en el lugar adecuado para nuestros comedores, teniendo en cuenta que los precios sean de mayor accesibilidad para ellos.

CUERPO DEL INFORME

ESTUDIO DE MERCADO

1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Gracias a la riqueza que tiene la ciudad cuenta con un número de habitantes de 56,000 habitantes podemos decir que el porcentaje de hombres es de 47% y de mujeres es de 63% actualmente se puede decir que transmite la Paz a la mayoría de personas que viene de otros lugares para vivir y formar parte de la nobleza de las personas que ya están estables.

INGRESOS

Cuenta con la ayuda de otros países sus ingresos son de 1,186.6 gracias a los turistas que dan mucho dinero para ver la riqueza maya.

NIVEL DE POBREZA

Un nivel de pobreza del 50% debido a un bajo nivel educativo, por situaciones de desnutrición, por muerte prematura especialmente de la población infantil.

- **CLIENTE:** Se recomienda hacer una segmentación del mercado para que se identifique quienes son:

- **DONDE ESTÁN:** En áreas rurales o urbanas.

- **CUÁNTO GANAN:** 9,000 Lempiras.
- **COMO CONSUMEN:** Lo consumen en diferentes presentaciones (Rodajas, Juliana y Salsa).

Por qué compra determinado producto: Porque da un toque especial a las comidas por eso hay personas que lo consumen.

Que espera el cliente del producto o servicio: Que sea de buena calidad con frutas frescas que satisfaga la necesidad del consumidor.

1.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA

- Tenemos la competencia por diversos puntos:
- Mercados
- Vendedores ambulantes

PUNTOS FUERTES :

- producto de buena calidad
- Una buena higiene
- Sin ningún colorante artificial.

PUNTOS DÉBILES:

- Lentitud en la atención.
- Poca variedad de productos.

- Incomodidad con las personas que quieren adquirir este producto y no pueden consumirlo.

1.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Producto es todo bien físico o servicio intangible que el cliente recibe a efectuar su compra, obteniendo satisfacción como consumidor o una ganancia que justifique el esfuerzo invertido en el por el producto.

Se venderá en diferentes presentaciones ya sea en bolsa o en bote, en corte juliana o en rodajas y en salsa para que el cliente lo pueda adquirir como más le guste.

ANÁLISIS DEL FODA

- **DEBILIDAD:** Carencia internas de la empresa que la pueden hacer poco competitivas en el mercado.
- **FORTALEZAS:** Aspectos internos en que basa las ventajas competitivas.

- **AMENAZAS:** Condiciones actuales o potencias que representa una ventaja para la empresa.

DEBILIDADES:

- Falta De Personal
- Falta De Experiencia Laboral
- Desconocer El Producto A Elaborar

- No Contar Con El Capital Necesario

FORTALEZAS:

- El personal está preparado para clientes extranjeros
- Desear que nuestro producto compita con las demás empresas
- El personal cuente con altos conocimientos de administración
- Ofrecer una atención apropiada para los clientes

AMENAZAS:

- Falta De Organización Y Comunicación En Los Empleados
- Falta de recursos económicos
- Falta de mobiliario y equipo
- Ambiente adecuado para que los empleados trabajen libres y cómodos.

OPORTUNIDADES:

- Vender nuestro producto a nivel nacional e internacional
- Aprovechar la ayuda de los medios para dar a conocer nuestro producto al mercado
- Amplitud de medios
- Facilidad de capacitaciones a nuestros empleados.

1.3 ANÁLISIS DE PRECIO

- A partir de costos L20
- De acuerdo al potencial de ventas L15

- De acuerdo a la competencia L10

1.4 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

VENTAS:

Alcanzar el éxito en el mercado en el que se compiten es sin duda el objetivo de toda empresa y una de las expresiones más importantes del mismo es la venta de los productos y servicios que se ofrecen al mercado meta. Por ello resulte imprescindible que todas las personas que estén involucradas en actividades de ventas conozcan y dominen las técnicas de venta.

El éxito de un vendedor no reside en conseguir clientes, si no en ayudarlos a que tomen correctas decisiones de compra. Existen varios tipos de ventas:

- Venta personal
- Venta por teléfono.

PROMOCIÓN:

Así como la publicidad atrae los consumidores al producto, la promoción acerca los productos a los consumidores. Se requiere sobre todo en periodo de contracción de las ventas.

La promoción de venta no se aplica de modo permanente, es más bien, un plan de coyuntura, pero que si se debe estar establecido como política de la empresa. Debe estar considerado dentro del plan de comunicaciones en el campo publicitario que contempla las áreas de promoción y relaciones públicas.

Una promoción debe ser planeada con más cuidado que una campaña publicitaria, analizando varias alternativas de promoción.

- Les ofrecemos por la compra de una bolsa de chile escabeché y una de encurtido, lleve gratis nuestro chile en salsa.
- Por la compra de 6 bolsas de encurtido lleve una de escabeché gratis.

- Por la compra de 6 bolsas de escabeché lleve una de encurtido gratis.

- Por la compras de una docena de chile escabeché o encurtido le regalaremos 5 botellitas de chile en salsa.

2. ESTUDIOTÁCTICO

ANÁLISIS DE LA LOCALIZACIÓN

- **LOCALIZACIÓN “A”**

10, 000,000.00 Millones calle la plaza, avenida la cuesta, media cuadra abajo del vía vía.

- **LOCALIZACIÓN “B”**

200,000.00 mil, HermanAllASdos cuadras llegando al puente 2 kilómetros y medio a mano derecha, salida Asia la estanzuela.

- **LOCALIZACIÓN “C”**

300,000.00 mil carretera internacional que conduce a la frontera el florido, una cuadra arriba de calle llaragua , a la par de donde se está llevando a cabo la construcción de la “ Iglesia la cosecha “.

Criterio	Ponderación del criterio	Puntuación del criterio	Puntuación ponderada
Localización "A"			
Servicios básicos	5	5	10
Área para construcción	4	9	13
Seguridad	3	7	10
Costos	1	4	5
Vías de acceso	2	3	5
TOTAL			43

Criterio	Ponderación del criterio	Puntuación del criterio	Puntuación ponderada
----------	--------------------------	-------------------------	----------------------

Localización "b"			
Servicios básicos	4	4	8
Área para construcción	5	9	14
Seguridad	2	7	9
Costos	3	5	8
Vías de acceso	1	4	5
TOTAL			44

Criterio	Ponderación del criterio	Puntuación del criterio	Puntuación ponderada
Localización "c"			

Servicios básicos	3	3	6
Área para construcción	1	4	5
Seguridad	2	3	5
Costos	4	6	10
Vías de acceso	5	9	11
TOTAL			47

2.1 ANÁLISIS DEL TAMAÑO

$$56,000 \times 5\% = 2,800.00$$

2.2 ANÁLISIS DE LA TECNOLOGÍA

- **PRODUCCIÓN:** Se producirá de producto 2 veces al día.

- **ENVASADO:** Utilizaremos botes plásticos.

- **DISTRIBUCIÓN:** Será poniendo a nuestros empleados a repartir por los hogares para q así adquiera de mejor manera nuestros chiles.

2.3 Balance de equipo

Ítem	Cantidad	Costo	total	Vida útil (año)	Valor de liquidación	Ingreso total
EQUIPO						
Computadora	1	20,000	20,000	6	2000	2,000
MOBILIARIO						
Mesas	6	1,000	6,000	7	300	1,800
Tablas	10	40	400	3	20	200
Cuchillos	10	80	800	2	50	500
Botes						
Ollas	7	500	4000	3	250	1750
Licadoras	4	1500	6000	4	800	3200
Nevera	1	25000	25000	8	15000	15000
Tenazas y cucharones	4 y 3	50 y 80	200 y 240	2 y 2	25 y 50	100 y 150
Estufa	1	12,000	12,000	7	1200	1200
Embazadora	1	5,000	5,000	6	1,000	1,000
Extractor	1	600	600	4	400	4000
hieleras	6	1200	7200	2	700	4200
Estante	3	1500	4500	5	1000	3000
Sillas	2	1800	3600	6	900	1800
escritorio	2	3000	6000	10	1500	3000
Insumo	Cantidad	Consumo unitario		Consto total		
Gerente	1	Lps.11,000		Lps.11,000		
Sub-gerente	1	9,000		9,000		

Recepción	2	4,000	8,000
Producción	6	3,500	21,000
Envasado	4	2,000	8,000
Distribuidores	4	1,500	6,000

2.4 PERFIL DE PUESTOS Y REQUERIMIENTOS DE PERSONAL

2.5 Balances de insumos

Insumo	Cantidad	Costo unitario	Costo total
zanahoria	500 lbs.	5	2500
Cebolla	300 lbs.	13	3900
Chile	250 lbs.	13	2250
vinagre	300 botes	15	4500

pimienta	10 lbs.	10	100
orégano	10 lbs.	10	100
Sal	10 lbs.	3	30
papaya	50 u.	20	1000
coliflor	50 u.	20	1000
culantro	50manojos	3	150
pepino	100 u.	4	400
tomate	200 lbs.	13	2600
rábano	50manojos	6	300
agua	10 botes	17	170

2.6 Aspectos Legales

Obtención de escritura publica	5,000.00
Inscripción en el registro mercantil	450
Solicitud del registro tributario nacional	200
Registro en la cámara de comercio	600
Permiso de operación	2.5 por mí del volumen/2 por hj
Autorizacion de libros contables	320
Permisos para instalar rótulos	Área urbana 15/área rural 75
Permiso salubridad	800
Total	8,995.00

Descripción de los procesos legales

- **Obtención de la escritura pública:**

La escritura pública es un instrumento o documento públicoilegal que contiene: Los nombres de las personas que conforman la organización; el nombre o razón social de la organización y de qué tipo es; el capital inicial; su duración; su naturaleza y objeto.

Quien realiza el trámite: Un notario público.

Tiempo promedio: Un día hábil.

Costo: El costo depende del tipo de sociedad a construir. También hay que pagar honorarios al apoderado legal, según el arancel del colegio de abogados, de acuerdo al monto de capital social.

- **Requisitos:**

Nombre o razón social de la sociedad.

Descripción de la actividad a la que se dedicara la empresa.

Domicilio o dirección de la empresa.

Capital inicial-depende de la personería jurídica que adopte.

Fotocopia de los documentos personales de los socios-tarjeta de identidad o pasaporte, registro tributario nacional (RTN) de los socios y solvencia municipal.

- **Inscripción en el registro mercantil:**

Se conoce como registro mercantil a la institución a través de la cual se inscriben los contratos y los actos comerciales. Se trata de una entidad pública cuyos límites y alcances están fijados por la ley.

- **Registro de la cámara de comercio:**

Una cámara de comercio es una organización formada por empresarios o dueños de pequeños, medianos o grandes comercios con el fin de elevar la productividad, calidad y competitividad de sus negocios. Las personas que lo conforman eligen a sus autoridades o consejos ejecutivos para definir las políticas de la cámara. El consejo o directorio contrata un presidente o director ejecutivo y empleados para administrar la organización.

Una cámara de comercio no es un organismo o institución gubernamental, y no posee un rol directo en la escritura y aprobación de leyes o regulaciones que afecten a los negocios. Sin embargo, actúa como un grupo de lobby en un intento de influir sobre la promulgación de leyes que sean favorables para las empresas.

- **Permiso de operaciones para negocios se clasifica en 2 categorías:**

Categoría 1: Incluye control urbanístico, control ambiental y de seguridad, con la ventaja que su entrega es inmediata, pero hay una inspección posterior. (Vendedores y negocios pequeños)

Categoría 2: Incluye todos los anteriores a la otra categoría, con la única diferencia que el permiso se entrega posterior a la inspección de la alcaldía. (Negocios que incluyan construcciones)

- **Autorización de libros contables:**

Los libros contables son aquellos archivos o documentos donde se plasma la información financiera de la empresa, operaciones que se realizan durante un periodo de tiempo determinado y los cuales hay que legalizar de manera periódica.

- **Permisos para instalar rótulos:**

Una de las licencias municipales que puede solicitar un autónomo en el ayuntamiento es la licencia para instalar rótulos publicitarios en locales comerciales.

3. Análisis Financiero

3.1 Descripción de la metodología de evaluación realizada

Tras haber identificado las características principales que debe ofertar los Chiles Rivera Maya comprobar que es un producto consumido por una importante cantidad de personas, identificado que es posible producirlo y que se puede contar con el personal adecuado, resta saber si su comercialización nos permitiría como inversionistas recibir una retribución económica positiva, es decir si el proyecto es viable financieramente.

3.2 Principales supuestos usados para el cálculo de ingresos y gastos

El proyecto contara con financiamiento externo a través de un préstamo, se tiene planificado mantener el nivel de ventas los primeros dos años y de aquí en adelante aumentar las ventas un 4% cada año. Se espera obtener una rentabilidad de 30%.

En los cálculos se tendrá en cuenta una inflación de 3.3% (Cierre año 2017). El producto será vendido un total de 24 días por mes.

3.3 Estimación de ingresos de venta

Producto	Demanda diaria	Demanda mensual	Demanda anual	Precio	Ventas totales
Salsa	250	24,000	288,000	15	4,320,000
Encurtido	250	24,000	288,000	20	5,760,000
escabeche	250	24,000	288,000	15	4,320,000
Corte juliana	250	24,000	288,000	20	5,760,000
total	1,000	96,000	1,152,000	70	20,160,000

Estimación de Gastos

Ítem	Gasto diario	Gasto mensual	Gasto anual
Insumos por producción	24,396	487,920	5,855,040
Insumos por envasado	31,480	629,600	7,555,200
Insumos por distribución	579.28	11,585.6	139,027.2
Personal		128,800	1,545,600
Total			15,049,867.2

Estimación de gastos

Compra de terreno	300,000
Equipo	20,000
Mobiliario	45,000
Obras de construcción	100,000
Permisos legales	50,000
Total	515,000

3.4 Ingresos por venta de Activos

Ítem	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Embazadora										5,000
Congelador								4,000		
Estufa									2,000	
Licuadaora						1,800				
Extractor				600						
Computadora										20,000
Mesa					3,000					
Hielera										4,000
Cuchillo		300								
Cucharas				1,000						
Estante						2,000				
Silla								400		
Escritorio										2,000
Total		300		1,600	3,000	3,800		4,400	2,000	31,000

3.5 estado de resultados

CONCLUSIONES

CHILES.

Según las encuestas aplicadas nos dios un dato q se aplicaron a mas al sexo masculino

Masculino: 140 femenino: 135

Encuestas 128. En un rango de edades se aplicaron más a personas menores de 25 años.

1. En base a las encuestas se sacó que las gente prefiere el encurtido es vendible en la población.

2. La frase que tuvo más preferencia fue vida bien vida al 100 comiendo chile todo está bien. Y esa es la que poseerá nuestra empresa porque es la más dotada por los clientes.

3. La mayoría está dispuesta a comprarlo ya que es un producto muy buscado y consumido por su rico sabor.

4. Presupuesto del producto

- Chile en escabeche: la población estaría dispuesta a pagar 15lps
- Chile en corte juliana: la población estaría dispuesta a pagar 20lps
- Chile en salsa: la población estaría dispuesta a pagar 15lps
- Encurtido: la población estaría dispuesta a pagar 15lps

5. A la población le gustaría que el producto les llegase a la puerta de su casa. SERVICIO ADOMICILIO.

6. Las personas comprarían este producto una vez a la semana.

7. Según las encuestas aplicadas nuestros clientes les gustaría adquirir nuestro producto en: BOTE DESECHABLE.

8. A las personas q encuestamos preferirían q anunciáramos nuestro producto por: FACEBOOK. Ya que es una de las redes sociales q las personas más utilizan.

9. El logo que gano fue el primero ese fue el que prefirió la población.

10. Las personas consumen la cantidad de chile entre 1 y 2 unidades semanalmente.

BIBLIOGRAFIA

- INTERNET.
- OPINIONES.