



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA**  
**FACULTAD DE TECNOLOGÍA DE LA INDUSTRIA**  
**INGENIERÍA INDUSTRIAL**

Estudio de Prefactibilidad para la importación y distribución de  
máquinas para realizar ejercicios

**AUTOR**

Br. Fausto Rene Tercero Pacheco

**TUTOR**

Msc. Ing. Juan José López Guadamuz

**Managua, 07 de Febrero de 2020**

## Dedicatoria

Dedico mis éxitos a Dios, quien me dio la oportunidad de llegar a la meta que me propuse, por mis años de esfuerzos y dedicatoria para finalizar mis estudios universitarios, dándome la vida y los dones de entendimiento, inteligencia y sabiduría.

El anhelo de muchos años de dedicación, sacrificio y el deseo de coronar mi ingeniería hoy lo he cumplido, gracias a ti mamá, por tu emprendedora labor de padre y madre, por luchar por mi formación como hombre, hijo y profesional de excelencia porque sin tu apoyo físico, moral y espiritual no lo hubiera logrado.

Me lleno de orgullo y satisfacción personal al dedicarle a mi madre **Marta Isabel Pacheco Cruz**, lo más apreciado e importante de mi vida, mis estudios, tu más que nadie sabe cuánto tiempo, cuanto sacrificio y cuantas lágrimas han ocurrido y hoy son el fruto que se ha cosechado en mi vida.

Dedico de una manera especialmente a mi abuela materna, **Luz Marina Cruz Pavón**, quien, a pesar de su partida al cielo, está ayudándome mutuamente, animándome a seguir adelante, y sus deseos de finalizar mis estudios. Así mismo a mi hermano Leonardo Jose, tíos, primos y amigos que tuvieron mucha confianza para que lograra la culminación de mis estudios.

***Br. Fausto Rene Tercero Pacheco***

## Agradecimiento

He recorrido un largo camino con el anhelo de alcanzar uno de los más grandes e importantes objetivos de mi vida coronar mis estudios universitarios, los cuales han sido gracias a la abnegación y dedicación personal para cumplir mi meta, pero también hoy me detengo un segundo para decirle gracias a todas aquellas personas que me dedicaron su tiempo, su compañía, su comprensión, su paciencia y tolerancia, es por eso que inicio primeramente invocándote a ti Señor por ser siempre nuestro Guía y Compañero Fiel, Gracias Señor por el don de vivir, el don de saber administrar nuestras vidas y por cuanto todo lo que tú nos has dado.

También quiero agradecer el estímulo y excelente apoyo que me brindo cada uno de los Docentes en todos los años de estudio en esta Alma Mater y en especial a mi Tutor el Ing. Juan José López Guadamuz quien me brindo todo su apoyo, sus conocimientos, su tiempo y dedicación para realizar esta tesis, y a las demás personas que también me brindaron su colaboración, consejo y motivación para poder culminar este preciado momento.

Mi último agradecimiento y el más emotivo, va dirigido muy especialmente de todo corazón a mi familia, por su compañía, empeño y paciencia para que pudiera brindar más tiempo a mis estudios herramienta fundamental de mi futuro, pero que hoy les entrego el resultado de este esfuerzo, ser Ingeniero Industrial.

***Br. Fausto Rene Tercero Pacheco***

## Contenido

<b>I. Introducción</b> .....	7
<b>II. Antecedentes</b> .....	8
<b>III. Justificación</b> .....	10
<b>IV. Objetivos</b> .....	11
Objetivo General:.....	11
Objetivos Específicos:.....	11
<b>V. Marco teórico</b> .....	12
<b>VI. Estudio de mercado</b> .....	23
Objetivo General:.....	23
Objetivos Específicos:.....	23
6.1 Análisis del sector. ....	24
6.2 Diseño Metodológico.....	26
6.3 Análisis de resultados.....	28
6.4 Análisis de la demanda.....	29
6.4.1 Comportamiento de la demanda .....	29
6.4.2 Identificación y evaluación de los segmentos de mercado.....	31
6.4.3 Descripción de público objetivo del proyecto.....	33
6.5 Análisis de la oferta.....	33
6.5.1 Comportamiento de la oferta .....	33
6.5.3 Participación en el mercado .....	35
6.6 Decisiones estratégicas de Marketing (Servicio, Precio, Plaza, Promoción) .....	35
6.6.1 Análisis del Servicio .....	35
6.6.2 Análisis del Precio. ....	43
6.6.3 Análisis de plaza y distribución. ....	44
6.6.4 Análisis de Promoción y Publicidad.....	45
<b>VII. Estudio Técnico</b> .....	46
Objetivo General:.....	46
Objetivos Específicos:.....	46
7.1 Localización óptima.....	47
7.1.1 Macrolocalizacion .....	47



## Estudio de Prefactibilidad para la importación y distribución de máquinas para realizar ejercicios

7.1.2	Microlocalización .....	48
7.2	Tamaño Optimo.....	48
7.2.1	Plano de la Empresa Distribuidora e Importadora de Máquinas para realizar ejercicios.....	49
7.3	Tamaño Del Proyecto.....	50
7.4	Sistema de distribución / comercialización .....	51
7.5	Proceso de Importación de Máquinas para Realizar Ejercicios.....	52
7.5.1	Documentos requeridos para el registro como nuevo importador .....	53
7.5.2	Sistemas Aduaneros Nicaragüenses.....	54
7.5.3	Procedimiento para Importación y Desaduanada de Mercancía en Puerto Corinto.....	55
7.6	Logística de Distribución .....	56
7.7	Estructura Organizacional. ....	57
7.7.1	Constitución de la empresa .....	57
7.7.2	Organigrama de la Empresa .....	59
7.8.2	Proceso de Distribución.....	64
<b>VIII.</b>	<b>Estudio Económico – Financiero .....</b>	<b>65</b>
	Objetivo General:.....	65
	Objetivos específicos:.....	65
8.1	Determinación De La Inversión Inicial .....	66
8.2	Mano de Obra Indirecta.....	68
8.3	Inversión en Activos Fijos.....	68
8.4	Terreno. ....	71
8.5	Transporte para Distribución. ....	71
8.6	Gastos Generales de la empresa.....	72
8.7	Costos de Importación.....	72
8.8	Gastos y Costos de Operación.....	73
	.....	73
8.9	Estado de Resultado .....	74
8.10	Flujo de Caja. ....	75
8.11	Balance General .....	76
8.12	Apalancamiento. ....	77
8.12.1	Palanca Financiera .....	77
8.13	Evaluación y Factibilidad Financiera y Económica.....	77
8.13.1	Valor Actual Neto (VAN) .....	78



Estudio de Prefactibilidad para la importación y distribución de máquinas para realizar ejercicios

8.13.2 Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	78
8.13.3 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) .....	78
<b>IX. Conclusiones</b> .....	<b>79</b>
<b>X. Referencias Bibliográficas</b> .....	<b>80</b>
<b>Anexos</b> .....	<b>82</b>



## I. Introducción

Un gimnasio es un lugar cerrado que permite realizar deporte y ejercicio. Según recomendaciones de expertos y entrenadores se puede comenzar en el gimnasio entre los 15 y 17 años de edad ya que ayuda a la motricidad y movilidad de toda la composición del cuerpo, teniendo en cuenta que debe ser a un nivel adecuado para esta edad e ir aumentándolo conforme el tiempo.

Hoy en día se puede observar que las personas quieren obtener un mejor cuerpo o figura y están cada vez más preocupados por su estado físico, atribuyéndole una gran importancia al hecho de mantenerse en forma. El sector gimnasio se encuentra en plena expansión debido al aumento de su demanda en las últimas décadas. Además, se considera un sector rentable y con expectativas de futuro para el pequeño y mediano empresario.

En Nicaragua existen gimnasios desde los más económicos hasta los más exclusivos de acuerdo a la zona de ubicación, sin embargo, no cuentan con un proveedor que suministre maquinaria segura, financiados, fiables y a costo competitivos.

El presente estudio pretende satisfacer un nicho de mercado demandante de los servicios de importación y distribución de maquinaria para hacer ejercicio, buscando así dar respuesta a los requerimientos de todas aquellas personas que incluyen en sus hábitos saludables el realizar actividades físicas o aquellas personas que quieran tener las máquinas más óptimas en sus propios gimnasios.



## II. Antecedentes

Como antecedentes relacionados con el tema de Estudio de Prefactibilidad para la importación y distribución de máquinas para realizar ejercicios, se ha consultado con la Biblioteca de la Facultad de Tecnología de la Industria y no hay ningún trabajo relacionado con el ámbito de los gimnasios o importación y distribución de maquinarias para ejercitarse.

La práctica del ejercicio físico como tal, apareció en las culturas milenarias orientales (China, Grecia y la India), así mismo las actividades bien diferenciadas de objetivos a vencer por los practicantes, unos lo de estética, otros como preparación para la guerra y otros que se dedicaban a relajarse mediante la meditación, los ejercicios respiratorios, los masajes y auto masajes.

En Nicaragua no existe una empresa como tal encargada plenamente de la importación y distribución de máquinas para realizar ejercicios, debido a esto empresas encargadas de la importación, distribución y comercialización de electrodomésticos, conocidas como casas comerciales, y ciertas cadenas de supermercados como Walmart y PriceSmart, han intentado adentrarse a cubrir esta necesidad, sin embargo, no abarcan todas las categorías de máquinas para realizar ejercicios existentes, concentrándose únicamente en las tradicionales para uso en casa de las personas.

Las cifras destacan el auge de importación de máquinas para realizar ejercicios desde el año 2014 cuando el ingreso fue de 452.8 toneladas de mercadería, obteniendo así un crecimiento en valor de 11.5 y un crecimiento en volumen de 16.94. Para el año 2015 las importaciones de estos artículos para gimnasios crecieron en un 9.75 por ciento en valor y en un 15.8 por ciento en volumen. Es así como en los últimos años se ha registrado un crecimiento en cantidad y valor de las importaciones de artículos para gimnasios, atletismo y otros deportes, con mayor énfasis en el año 2016 alcanzando hasta el 70.45 por ciento. Este tipo de artículos es clasificado según el Banco Central de Nicaragua como bienes





duraderos y lo constituyen principalmente las máquinas para hacer ejercicios. (La Prensa, 2016)

En Nicaragua existe mayoritariamente una cantidad de gimnasios de pesas, los cuales empezaron a adquirir auge en la década de los 70.

Para el año 2000, las personas asistían de forma habitual a un gimnasio con la intención de mejorar su imagen, su estado de salud y su calidad de vida. En el mismo artículo se refleja que cada vez son más numerosos los gimnasios, que en pocos años han evolucionado desde aquellos pequeños y austeros locales en los que se realizaban prácticas deportivas básicas (musculación, aeróbic, bicicleta estática y más), hasta los actuales establecimientos multiservicio donde, además de ofrecerse lo de siempre complementado con nuevas actividades y disciplinas deportivas, se despliega ante los usuarios todo un abanico de posibilidades.<sup>1</sup>

Para el año 2015 según fuentes de la municipalidad, en Managua existían más 400 gimnasios, pero solo cuatro se consideraban de lujo, donde además de entrenamiento con pesas, entre su oferta estaban otras actividades como spinning, pilates, zumba, aeróbicos, masajes y personal capacitado para atención al cliente.

La competencia entre gimnasios es cada vez mayor debido a que en los últimos años han surgido nuevos centros que ofrecen servicios de alta calidad, lo que obliga a estos negocios a mejorarlos ante la demanda de los clientes, innovando siempre con las mejores máquinas posibles.

En la actualidad la población en general, acude a los gimnasios con diversos propósitos, destacándose entre ellos bajar de peso, aumento de masa muscular, desarrollo de capacidades físicas básicas, recreación, fisicoculturismo, rehabilitación, entrenamiento deportivo, obtención de buena figura y condición física, provocando que los gimnasios se apropien de determinados medios, aparatos y máquinas, haciendo de esta manera más factible la realización de variados ejercicios destinados al cumplimiento de los propósitos del usuario.

---

<sup>1</sup> (El Nuevo Diario, Edición 7273., 2000)



### III. Justificación

Existe un interés creciente por hacer ejercicios con equipos que brinden mayor satisfacción y conformidad en el gimnasio. La competencia entre gimnasios es cada vez mayor debido a que en los últimos años han surgido nuevos centros que ofrecen servicios de alta calidad con maquinarias de alta tecnología lo que obliga a estos negocios a mejorarlos ante la demanda de los clientes.

En Nicaragua se ha podido observar una creciente demanda de los clientes por usar equipos de mayor tecnología que satisfagan sus necesidades obligando a los gimnasios existentes a tener maquinarias modernas y así tener mayor competitividad en el mercado.

En vista que existe una mayor demanda de equipos en los gimnasios, el presente estudio pretende satisfacer esta demanda de alta tecnología en las maquinarias para apoyar de esta manera a los gimnasios a que generen mayor competitividad, con un financiamiento viable y a costos accesibles.



## IV. Objetivos

### Objetivo General:

- Realizar un estudio de Prefactibilidad para la importación y distribución de máquinas para realizar ejercicios.

### Objetivos Específicos:

- Diseñar un plan de mercadeo que permita analizar los factores internos y externos para la creación y posicionamiento de la empresa.
- Definir la logística de importación y distribución de las máquinas para realizar ejercicios.
- Determinar los costos de importación y distribución de máquinas de hacer ejercicios para un horizonte de planeación de 5 años.
- Cuantificar la factibilidad financiera del estudio por medio de variables como el VPN, TIR y Apalancamiento Financiero.



## V. Marco teórico

### **ESTUDIO DE MERCADO**

Philip Kotler, define la investigación de mercados como el diseño, la obtención, el análisis y la presentación sistemáticos de datos y descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica que enfrenta la empresa. Dentro de un diseño de canal de distribución, la información obtenida gracias a una investigación de mercado es la base y el sustento real del contexto al cual se pretende ingresar y a partir de esta se definen y diseñan estrategias y planes de acción que estén encaminados a la satisfacción de las necesidades identificadas del mercado.

#### **Fases del estudio de mercado:**

Definir el problema y los objetivos de la investigación. Esta etapa consiste en delimitar de una forma muy clara las cuestiones que se pretenden contestar con ella. Proponer unos objetivos claros para ayudar a obtener unos resultados claros.

Diseño del plan de investigación: En este se decide el modo en que se llevará a cabo la investigación y los métodos a través de los cuales se obtendrá la información. En esta etapa hay que tener en cuenta que el modo mediante el cual se obtiene la información es muy diverso y trae consigo la consecuencia de que si se tarda mucho en obtener la información se puede perder la oportunidad de llevar a la práctica la información.

Búsqueda y obtención de la información: en este paso se determina si la información que se necesita ya existe y está disponible o por el contrario hay que obtenerla de primera mano. Para ello es básico distinguir entre información primaria y secundaria. La información primaria son los datos que la empresa recopila directamente a través de su propia investigación y con respecto a la información secundaria, es el conjunto de datos que ya están recogidos en publicaciones, bases de datos, o estudios realizados previamente.



Análisis e interpretación de los datos obtenidos: El resultado del análisis y las conclusiones de la investigación se concretan en un informe que se utilizará para la toma de decisiones.

**Canal de Distribución:** Un canal de distribución es una estructura de organizaciones interdependientes que interactúan entre sí con el objetivo de permitir el flujo in interrumpido de un producto desde su origen hasta el consumidor final. Los productores se mueven a través de los canales de mercadotecnia por medio de la distribución física.

### **El estudio de mercado primario**

Implica pruebas como focus group, encuestas, investigaciones en terreno, entrevistas u observaciones llevadas a cabo o adaptadas específicamente al producto.

### **El estudio de mercado para la planeación de negocios**

Es para descubrir lo que la gente quiere, necesita o cree. También puede implicar el descubrir cómo actúan las personas. Una vez que la investigación está completa, se puede utilizar para determinar cómo comercializar su producto.

### **Segmentación del mercado**

La segmentación del mercado es la división de la población en sub-grupos con motivaciones similares. Los criterios más utilizados para segmentar incluyen las diferencias geográficas, diferencias de personalidades, diferencias demográficas, diferencias en el uso de productos y diferencias Psicográficas.

### **Tendencias de mercado**

Se definen como los movimientos al alza o a la baja del mercado durante un periodo de tiempo.



Es más complicado determinar el tamaño del mercado si estas comenzando con algo completamente nuevo. En este caso se deberá obtener el número de clientes potenciales o segmentos de clientes.

Además de la información acerca del mercado objetivo se debe tener información acerca de la competencia, clientes, productos, etc.

### **ESTUDIO TECNICO.**

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita. (Rosales, 2005)

Los aspectos que se relacionan con la ingeniería del proyecto son probablemente los que tienen mayor incidencia sobre la magnitud de los costos y las inversiones que deberán efectuarse a la hora de implementar un proyecto. En el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico cumple la función de proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes. (Sapag, 2008)

Una de las conclusiones más importantes derivada en este estudio, es que se deberá definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto. (Sapag, 2008)



El estudio técnico no se realiza en forma aislada de los demás estudios existentes. El estudio de mercado definirá ciertas variables relativas a características del producto, demanda proyectada a través del tiempo, estacionalidad en las ventas, abastecimiento de materias primas y sistemas de comercialización adecuados, entre otras materias, dicha información deberá tomarse en cuenta al seleccionar el proceso productivo. El estudio legal podrá señalar ciertas restricciones a la localización del proyecto que podrían de alguna manera condicionar el tipo de proceso productivo.

El estudio financiero por otra parte, podrá ser determinante en la selección del proceso si en él se definiera la imposibilidad de obtener los recursos económicos suficientes para la adquisición de la tecnología más adecuada. En este caso, el estudio deberá tender a calcular la rentabilidad del proyecto, haciendo uso de la tecnología que está al alcance de los recursos disponibles. (Sapag, 2008)

Sapag & Sapag (2008) detalla la estructura del estudio técnico en la evaluación de proyectos de la siguiente manera:

**1. Proceso de producción:** el proceso de producción se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología (combinación óptima de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación, entre otros.)

Se define también como un conjunto secuencial de operaciones unitarias aplicadas a la transformación de materias primas en productos aptos para el consumo, es decir, es el conjunto de equipos que realizan todas las operaciones unitarias necesarias para conseguir dicha transformación. (Sapag, 2008)

**2. Capacidad de producción:** máximo nivel de producción que puede ofrecer una estructura económica determinada: desde una nación hasta una empresa, una máquina o una persona. La capacidad de producción indica qué dimensión debe adoptar la estructura económica, pues si la capacidad es mucho mayor que la producción real estaremos desperdiciando recursos.



Lo ideal es que la estructura permita tener una capacidad productiva flexible (minimizando costos fijos e incrementando los variables), que nos permita adaptarnos a variaciones de los niveles de producción. Esto se puede conseguir con herramientas como la subcontratación. (Sapag, 2008)

**3. Inversiones en equipamiento:** por inversión en equipamiento se entenderán todas las inversiones que permitan la operación normal de la planta de la empresa creada por el proyecto. En este caso estamos hablando de maquinaria, herramientas, vehículos, mobiliario y equipos en general. (Sapag, 2008)

**4. Localización:** la actividad industrial se desarrolla habitualmente dentro de una planta industrial. La fase de localización persigue determinar la ubicación más adecuada teniendo en cuenta la situación de los puntos de venta o mercados de consumidores, puntos de abastecimiento para el suministro de materias primas o productos intermedios, la interacción con otras posibles plantas, etc.

En el caso de una construcción nueva, el sitio puede estar impuesto desde el principio del proyecto (es una constante) o depende de los primeros estudios técnicos (es una variable). En cualquier caso, la elección del sitio debe efectuarse lo más tarde después de la fase de validación del anteproyecto. (Sapag, 2008)

**5. Distribución de planta:** la producción es el resultado de hombres, materiales y maquinaria, que deben constituir un sistema ordenado que permita la maximización de beneficios, pero dicha interacción debe tener un soporte físico donde poder realizarse. La distribución en planta es el fundamento de la industria, determina la eficiencia, y en algunos casos, la supervivencia de una empresa. Así, un equipo costoso, un máximo de ventas y un producto bien diseñado, pueden ser sacrificados por una deficiente distribución de planta.

La distribución en planta implica la ordenación física de los elementos industriales. Esta ordenación, ya practicada o en proyecto, incluye tanto los espacios necesarios para el movimiento del material, almacenamiento, trabajadores, como todas las otras actividades o servicios, incluido mantenimiento. (Sapag, 2008)





**6. Inversión en obras físicas:** en relación con las obras físicas, las inversiones incluyen desde la construcción o remodelación de edificios, oficinas o salas de venta, hasta la construcción de caminos, cercos o estacionamientos.

Para cuantificar estas inversiones es posible utilizar estimaciones aproximadas de costos (por ejemplo, el costo del metro cuadrado de construcción) si el estudio se hace en nivel de perfectibilidad. Sin embargo, en nivel de factibilidad la información debe perfeccionarse mediante estudios complementarios de ingeniería que permitan una apreciación exacta de las necesidades de recursos financieros en las inversiones del proyecto. (Sapag, 2008)

**7. Cálculo de costos de producción:** se refiere a las erogaciones o gastos en que se incurre para producir un bien o un servicio, en donde se incluyen los siguientes costos:

- Costos directos de producción: materias primas, mano de obra directa.
- Costos indirectos: depreciación, mano de obra indirecta, insumos o materiales menores. (Sapag, 2008)

## **ESTUDIO ECONOMICO.**

El estudio económico del proyecto es uno de los pasos claves para identificar la viabilidad de un proyecto, pero no es el único. Un estudio que sólo se base en el aspecto económico, será incompleto y, por tanto, su viabilidad no será fiable.

La puesta en marcha de cualquier proyecto debe ir precedida de un análisis exhaustivo de:

- El entorno en el que se asienta la empresa, a fin de conocer su situación.
- El mercado al que se dirige, para conocer sus características concretas.
- Las características técnicas que hacen falta para llevarlo a cabo.
- Los recursos administrativos que hay que tener presente para su puesta en marcha.
- Los requisitos legales que hay que cumplir para que el proyecto se ejecute.



- Los gastos económicos que conlleva poner en funcionamiento el proyecto.

Para realizar este estudio económico, es preciso estructurarlo atendiendo a estos cuatro elementos:

## **1. Las inversiones**

En todo proyecto existen tres tipos de inversiones, cuya suma proporcionará el total de inversiones necesario para poner en marcha el proyecto.

- Inversiones en Activos fijos: Son aquellas destinadas a recursos de tipo tangible, como la maquinaria o el mobiliario preciso, o intangible, es decir, que no se pueden “tocar”, como los estudios, las relaciones con los proveedores, derechos y permisos.

- Inversiones en Capital de trabajo o activos circulantes: Se trata de determinar los recursos necesarios para poner en funcionamiento el proyecto (materias primas, mano de obra, etc.). Para calcular este capital de trabajo, es preciso restar a los activos corrientes que ya posee la empresa para poner en marcha el proyecto (capital disponible en efectivo o no, materias primas, repuestos y productos), los pasivos o deudas por pagar a proveedores. También hay que tener en cuenta cuales son las fuentes de financiación del proyecto y en qué medida lo van a financiar, si se posee capital, existen inversores, se va a pedir un crédito a los bancos o si la financiación va a ser mixta, combinando dos o más fuentes de financiación.

- Gastos previos preoperatorios: es decir, aquellos destinados a la realización de estudios, captación de capital, y la realización de diseños y planes, previos a la puesta en marcha del proyecto.

## **2. Los gastos totales**

Son los gastos totales que va a suponer el proyecto. Para obtener este resultado es preciso analizar:



- Los gastos de administración y ventas, donde se engloban los gastos derivados de la remuneración del personal, depreciaciones, etc.
- Los gastos financieros, aquellos gastos correspondientes a los intereses de las obligaciones financieras.
- Los gastos de fabricación y comercialización, serían aquellos gastos derivados de facturas de luz, combustibles, impuestos, repuestos, etc.

### **3. Los costos**

Se trata de los costos de producción, dentro de los que se encuentran las materias primas, materiales y recursos necesarios para crear el producto o dar el servicio. Estos costos se pueden clasificar en función de su valor, como variables o fijos.

### **4. Ingresos**

Por otro lado, en el estudio económico, además de los gastos, hay que realizar una valoración del dinero que se estima se puede recaudar gracias a la venta del producto o servicio realizado y de otros tipos de ingresos que puedan beneficiar la rentabilidad del proyecto.

## **EVALUACION FINANCIERA.**

Analiza las principales técnicas de medición de la rentabilidad de un proyecto individual. Su análisis considera la inversión como el menor consumo presente y la cuantía de los flujos de caja en el tiempo como la recuperación que debe incluir esa recompensa. (Baca, 2012)

La evaluación financiera tiene como objetivo determinar los niveles de rentabilidad de un proyecto para lo cual se compara los ingresos que genera el proyecto con los costos en los que el proyecto incurre tomando en cuenta el costo de oportunidad de los fondos. Por otro lado, también se debe determinar la estructura y condición de financiamiento, y a su vez la afectación del proyecto hacia las finanzas de la entidad, ya que esto determinará si la misma es sujeto de crédito ante la posible necesidad de financiamiento.



En general se puede decir que la evaluación financiera es el estudio que se hace de la información, que proporciona la contabilidad y toda la demás información disponible para tratar de determinar la situación financiera o sector específico de ésta.

**Estados Financieros:** tienen como objetivo pronosticar un panorama futuro del proyecto, y se preparan a través de la información recopilada de los presupuestos estimados de cada uno de los rubros que se invierten desde la ejecución del proyecto hasta su operación. Se los utiliza principalmente, para realizar evaluaciones y para la toma de decisiones de carácter económico, por lo que, deben contener en forma clara y comprensible la información relevante de la empresa expresada en términos monetarios. (Baca, 2012)

### **Valor Presente Neto (VPN)**

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual, todos los flujos de caja, futuros o en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. (Chain, 1991)

Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor actualizado de las inversiones y otros egresos de efectivo. La tasa que éste utiliza para descontar los flujos es el rendimiento mínimo aceptable de la empresa (K), por debajo del cual los proyectos de inversión no deben ser ejecutados.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Presente Neto es:

$$VPN = FC_1(1+i)^{-1} + FC_2(1+i)^{-2} + \dots + FC_n(1+i)^{-n}$$

**Dónde:** PN = Valor Presente Neto, FC = Flujo de caja, i = Costo de oportunidad, n = Número de periodos considerado.



Si el proyecto no tiene riesgo, se tomará como referencia el tipo de la renta fija, de tal manera que con el VPN se estimará si la inversión es mejor que invertir en algo seguro, sin riesgo específico.

### **Tasa Interna De Retorno (TIR)**

Expresa que la tasa interna de retorno de una inversión o proyecto es la tasa efectiva anual compuesto de retorno o tasa de descuento que hace que el valor actual neto de todos los flujos de efectivo (tanto positivos como negativos) de una determinada inversión igual a cero. (Chain, 1991)

Podrían existir varias TIR para un mismo proyecto. Esto suele suceder en proyectos donde hay reinversiones importantes después de haber recibido flujos positivos por algunos períodos.

En términos más específicos, la TIR de la inversión es la tasa de interés a la que el valor actual neto de los costos (los flujos de caja negativos) de la inversión es igual al valor presente de los beneficios (flujos positivos de efectivo) de la inversión.

### **Fórmula De La TIR**

$$\text{TIR} = (FC_1(1+i)^1 + FC_2(1+i)^2 + \dots + FC_n(1+i)^n) - \text{Inversión}$$

**Dónde:** TIR =Tasa Interna de Retorno, FC =Flujo de caja, i =Costo de oportunidad, n=Número de periodos considerado.

La TIR tiene ventajas y desventajas las cuales son:

Ventajas:

- Toma en cuenta todos los flujos y su distribución en el tiempo.
- Sí pondera intrínsecamente la importancia de la inversión inicial.
- Si el TIR es mayor que K (Cálculo del costo de capital), se garantiza cubrir la inversión, el costo financiero y generar un excelente que incrementa la riqueza de la empresa.



Desventajas:

- No maximiza la ganancia, que es el objetivo de la empresa.
- No conduce a decisiones óptimas ante proyectos con vidas económicamente desiguales, por lo que no se recomienda usarlo.
- Es posible que se presenten varios TIR en un solo proyecto.

### **APALANCAMIENTO FINANCIERO.**

El apalancamiento financiero consiste en utilizar algún mecanismo (como deuda) para aumentar la cantidad de dinero que podemos destinar a una inversión. Es la relación entre capital propio y el realmente utilizado en una operación financiera.

La fórmula para calcular el apalancamiento financiero de una operación será:

$$\text{Apalancamiento financiero} = 1 + \frac{\text{Valor de la inversión}}{\text{Recursos propios invertidos}}$$

Con el apalancamiento financiero logramos invertir más dinero del que realmente tenemos y así podemos obtener más beneficios (o más pérdidas) que si hubiéramos invertido solo nuestro capital disponible. Una operación apalancada (con deuda) tiene una mayor rentabilidad con respecto al capital que hemos invertido. Esto se puede hacer por medio de deuda o a través de derivados financieros.

Cuanta más deuda se utilice, mayor será el apalancamiento financiero. Un alto grado de apalancamiento financiero conlleva altos pagos de interés sobre esa deuda, lo que afecta negativamente a las ganancias.



## VI. Estudio de mercado.

### Objetivo General:

- Diseñar un plan de mercadeo que permita analizar los factores internos y externos para la creación y posicionamiento de la empresa.

### Objetivos Específicos:

- Analizar el sector industrial en la que se desarrollará el servicio.
- Determinar el conocimiento e interés de los clientes acerca de las maquinarias para hacer actividades físicas.
- Conocer el grado de aceptación de un servicio de distribución e importación de máquinas para realizar ejercicios
- Definir la mezcla de Marketing para el proyecto.



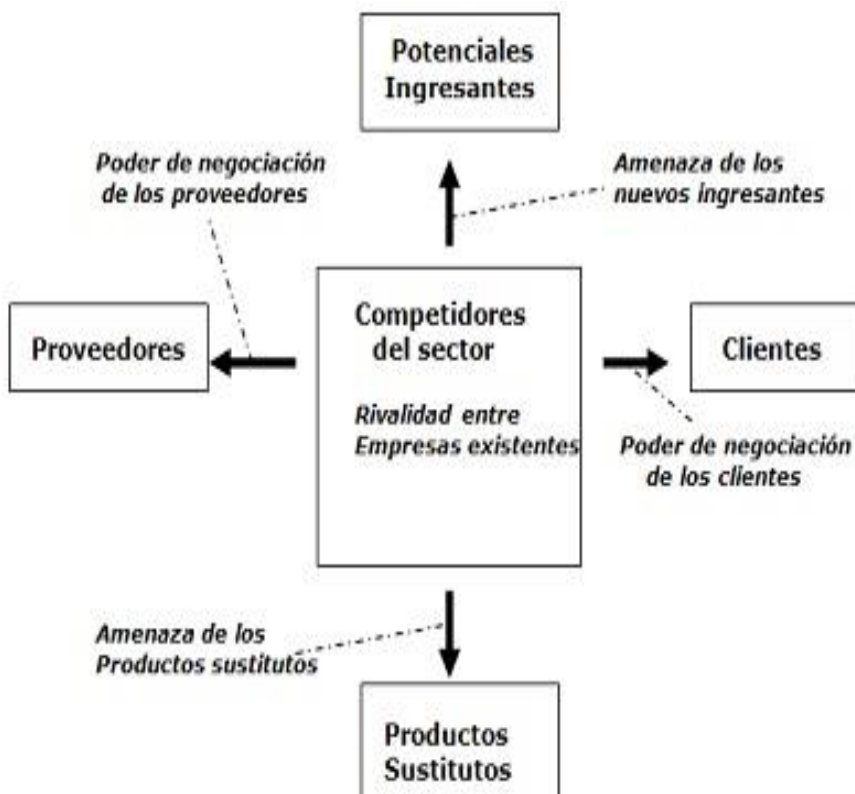
Al estudiar el mercado de un proyecto es preciso conocer todos y cada uno de los agentes que, con su actuación, tendrá algún grado de influencia sobre las decisiones que se tomaran al definir su estrategia comercial.

El estudio de mercado de este proyecto estará orientado a hacer un análisis de la demanda y oferta, observar su comportamiento y analizar si es rentable o no realizar una inversión dentro de la empresa.

### 6.1 Análisis del sector.

En la siguiente Ilustración No. 1 se muestra el resumen de las cinco fuerzas de Michael Porter, este es un modelo estratégico que establece un marco para analizar el nivel de competencia dentro de la industria, y poder desarrollar una estrategia de negocio en relación a oportunidades de inversión y rentabilidad.






Las fuerzas competitivas son:



**Ilustración 1: Las cinco fuerzas competitivas. Michael Porter. Tomado de: Conceptos de Administración estratégica, Fred R. David.**





<i>Estado</i>	<i>Componente</i>	<i>Aplicado: Importadora y distribuidora de máquinas para realizar ejercicios</i>
	Amenaza de nuevos ingresantes	Esta amenaza es baja, tomando como base las barreras de entrada las cuales tienen como requerimientos contar con una fuerza financiera que soporte la compra de las máquinas, así como la promoción y publicidad de la empresa. Otra de las barreras de entrada sobre la cual este proyecto tiene ventaja es el efecto diferenciador del servicio en ser la primera empresa distribuidora e importadora de este tipo de máquinas, con amplio stock de maquinarias de alta tecnología y un personal altamente calificado.
	Amenaza de productos o servicios sustitutos.	Esta fuerza es considerada alta, debido al posible surgimiento de una empresa creadora de máquinas caseras para hacer ejercicio que venda a precios accesibles a otros gimnasios u personal naturales. También se tomaría en cuenta como posibles servicios sustitutos cualquier forma de hacer deporte, ya sea zumba, crossfit, aerobics, entre otros.
	Rivalidad Entre Competidores	Teniendo en cuenta que el servicio que se propone es nuevo tanto en el mercado como en el sector entrenamiento la competencia no es totalmente directa. En cuanto a competencia indirecta, se conoce que en Nicaragua las casas comerciales son las encargadas en vender algún tipo de maquinaria para hacer ejercicios, pero enfatizado en la venta al detalle, es decir que este tipo de negocios no están aptos para suplir las necesidades que tenga un gimnasio en cuanto a adquisición de maquinarias al por mayor, por lo que se considera esta fuerza con un nivel bajo.
	Poder de negociación con los proveedores	El poder negociador es alto, dado que existen diversos proveedores a nivel internacional que surten en la venta de maquinaria a los gimnasios con gran variedad de marcas y precios y que cuentan con envíos hacia Nicaragua, teniendo como ventaja además que el volumen de compra sería alto lo que facilitaría el proceso de importe.
	Poder de negociación con los clientes	Normalmente en el sector deportivo los clientes tienen bastante poder de negociación, ya que comprarse máquinas para hacer ejercicios o pagarse un gimnasio no se considera un servicio de primera necesidad y se puede prescindir del cliente fácilmente, por lo tanto, esta fuerza es considerada baja.

**Tabla No. 1: Fuerzas de Porter aplicada al proyecto. Elaboración Propia.**



## 6.2 Diseño Metodológico

### 6.2.1 Enfoque del estudio.

El presente estudio tiene un enfoque de estudio mixto, es decir tanto cualitativo como cuantitativo, esto ayudó a que los resultados obtenidos fueran más completos.

La información generada del estudio cualitativo permitió ver la necesidad que tienen los gimnasios y las personas naturales interesadas en que exista una empresa importadora y distribuidora nacional de máquinas de hacer ejercicios. Por otro lado, en el estudio cuantitativo se realizará una evaluación financiera que determinará la rentabilidad de este proyecto.

### 6.2.2 Alcance de la investigación.

En Nicaragua actualmente no existe una empresa como tal que se encargue de importar y distribuir máquinas para realizar ejercicios, con miras a obtener un panorama más amplio sobre la situación que determine el curso de acción para el proyecto, se ha elegido realizar una *investigación exploratoria y concluyente descriptiva*, esta última ayudó a comprender el sector y potenciales clientes.

### 6.2.3 Técnica utilizada para la recolección de datos.

Para este estudio se hizo uso del método de *entrevista*, los cuales proporcionaron información útil para describir las características de los potenciales clientes y su aceptación del proyecto en el mercado.

La fuente principal utilizada para la recolección de datos fue la *encuesta*, elegido por ser uno de los medios más prácticos, menos costosos y fácil de interpretar, además de que permite obtener la información requerida de los clientes, conocer su percepción y la aceptación de un proyecto como este. Las encuestas fueron realizadas de forma personal y contendrá preguntas tanto abiertas como cerradas.



#### **6.2.4 Población**

Se tomó como universo de estudio de este proyecto el departamento de Managua, municipio de Managua.

#### **6.2.5 Muestra**

La muestra tomada en cuenta fue todos los gimnasios existentes en el departamento de Managua, municipio de Managua, así como las personas naturales que requieran algún tipo de maquinaria de las que esta empresa distribuirá.

#### **6.2.6 Fuente de datos**

Para establecer el número de personas existentes en la ciudad de Managua se tomaron proyecciones de población suministradas por el Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE).

#### **6.2.7 Descripción del muestreo a utilizar.**

Se ha seleccionado el muestreo no probabilístico, de tipo discrecional, en el cual el investigador seleccionará muestras basadas en un juicio subjetivo donde se tomará en cuenta únicamente a personas relacionadas con el sector gimnasio y aquellas personas naturales interesadas en realizar ejercicios físicos.

Para la determinación de la cantidad de encuestas a realizar, se utilizó la fórmula de población finita, que es la siguiente:

$$n: \frac{N (Z^2a)(p)(q)}{d^2(N-1)+(Z^2a)(p)(q)}$$

Dónde:

n: Total de la población

Z<sup>2</sup>a: 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

p: proporción esperada (en este caso 5%)

q: 1-p (en este caso 1-0.05= 0.95)

d: precisión (usar el 5%)



Nivel de confianza	de 95%
N	1,042,641
Z <sup>2</sup> a	1.96
P	0.05
Q	0.95
D	0.05
N	385

Por lo tanto, al ingresar los datos a la fórmula, se obtiene:

El número de encuestas total a realizar serán para 385 gimnasios y personas naturales, que habiten en el departamento de Managua, municipio de Managua.

### 6.3 Análisis de resultados

Los resultados que se obtuvieron del instrumento utilizado para la obtención de datos fueron analizados con base a los objetivos planteados en la investigación de los cuales se determinó lo siguiente:

- *Los encuestados corresponden a un 70.1% del género masculino y a un 29.9% al género femenino, en su mayoría con un 77.9% pertenecientes a un público joven y el 22.1% restante pertenece al público adulto. Por otra parte, el 77.1% de los encuestados cataloga sus ingresos como medios y un 14.8 % sus ingresos como altos, siendo este último dato beneficioso para la viabilidad del proyecto y así enfocar los recursos de este para el segmento de mercado de la clase media- alta*
- *En cuanto al comportamiento de consumo que los encuestados mostraron, se obtuvo que el 66.2% realiza ejercicios con máquinas en su casa, asimismo el interés por querer adquirir máquinas para realizar ejercicios es de carácter positivo con un 56.6% y existe una posibilidad de un 40.3% de los encuestados en tal vez adquirir dichas máquinas en un tiempo determinado, tomando este dato rentable para la oferta de servicio que se detalla en este proyecto.*



- *Los encuestados en su mayoría dieron a conocer que las principales máquinas que ellos han adquirido para uso propio son la máquina corredora con una frecuencia del 45.9%, la bicicleta estática con un 20.9% y las mancuernas con un porcentaje de 18.6, utilizando estos datos como una herramienta a tomar en cuenta en el abastecimiento de la empresa, siendo las máquinas mencionadas anteriormente las de carácter principal en el stock de inventario.*
- *En cuanto a la aceptación mostrada por parte de los consumidores al proyecto, un 95.3% determino que si le gustaría en Managua una oferta de servicio como la que se provee en este proyecto, asegurando así la viabilidad en este nicho de mercado de la capital.*
- *Los encuestados en su mayoría determinaron que les gustaría que fuesen informados a través de las redes sociales con un 67.9%, seguido de anuncios en periódico con un 12%, estableciendo así que la publicidad para el proyecto será tanto online como escrita, de igual manera determinaron con un 43.6% que la ubicación de la empresa fuera en Carretera a Masaya.*

*(Nota: En Anexos se especifica mediante gráficas los resultados de la encuesta).*

## 6.4 Análisis de la demanda

### 6.4.1 Comportamiento de la demanda.

La demanda por parte de los capitalinos en formar parte de un gimnasio o realizar ejercicios físicos por su propia cuenta ha adquirido mayor importancia en las últimas décadas, el aumento de optar por una mejor calidad de vida con respecto a la salud ha permitido florecer la demanda de este tipo de servicios, quienes a su vez han demandado más y mejores maquinarias para cubrir esta necesidad. Según fuentes de la municipalidad actualmente existen un aproximado de 400 gimnasios que van desde los más sencillos hasta los más lujosos. (El Nuevo Diario, 2015)

Las cifras destacan el auge de importación de máquinas para realizar ejercicios desde el año 2014 cuando el ingreso fue de 452.8 toneladas de mercadería, obteniendo así un crecimiento en valor de 11.5 y un crecimiento en volumen de



16.94. Para el año 2015 las importaciones de estos artículos para gimnasios crecieron en un 9.75 por ciento en valor y en un 15.8 por ciento en volumen.

Es así como en los últimos años se ha registrado un crecimiento en cantidad y valor de las importaciones de artículos para gimnasios, atletismo y otros deportes, con mayor énfasis en el año 2016 alcanzando hasta el 70.45 por ciento. Este tipo de artículos es clasificado según el Banco Central de Nicaragua como bienes duraderos y lo constituyen principalmente las máquinas para hacer ejercicios. (Prensa., 2016)

Por lo tanto, a medida que crece la demanda por adquirir este tipo de servicios, crece también el nivel de importaciones, sin embargo, se debe tomar en cuenta que aún muchos gimnasios o personas naturales utilizan máquinas artesanales fabricadas localmente, por lo cual este último debe ser tomado en cuenta.

A falta de información específica para estimar la demanda actual, se realizó un estimado de la cantidad de gimnasios existentes en la capital, y para estimar la demanda de personas naturales que adquieren máquinas para realizar ejercicios fue establecida con base a la población mayor a los 15 años de edad de la ciudad de Managua, y referido al porcentaje de encuestados que establecieron hacer uso de máquinas para realizar ejercicios.

<b><i>Demanda estimada actual</i></b>	
Gimnasios en la ciudad de Managua.	400
Hombres y mujeres, de 15 a 59 años. (Fuente: INIDE)	893,295 personas.
De los 385 encuestados. El 66.2% realiza ejercicios con máquinas propias.	255 personas

***Tabla No. 2: Demanda estimada actual de las máquinas para realizar ejercicios.***

***Fuente: Elaboración Propia***



La demanda potencial fue enfatizada a un plazo de 5 años, con base al crecimiento demográfico de la población joven- adulto en un 1.7% (CISAS, s.f.), el auge de nuevos gimnasios el cual se estima un crecimiento del 5 %, y a los encuestados que mostraron un interés en adquirir a futuro máquinas para realizar ejercicios, con un crecimiento estimado anual de 25%.

<b><i>Demanda potencial a 5 años.</i></b>					
<b><i>Demanda</i></b>	<b><i>Año 1</i></b>	<b><i>Año 2</i></b>	<b><i>Año 3</i></b>	<b><i>Año 4</i></b>	<b><i>Año 5</i></b>
56.6% de los 385 encuestados.	218 personas.	<b>25%</b> 273 personas	341 personas	426 personas	533 personas.
Gimnasios en Managua	400	<b>5%</b> 420 gimnasios	441 gimnasios	463 gimnasios	486 gimnasios
Crecimiento de la población.	893,295	<b>1.7%</b> 908,481 personas	923,925 personas	939, 631 personas	955, 605 personas

***Tabla No. 3: Demanda potencial estimada del proyecto. Fuente: Elaboración Propia***

#### 6.4.2 Identificación y evaluación de los segmentos de mercado

En este punto se identificaron los criterios de segmentación más relevantes.

Para la selección del mercado objetivo se ha determinado dividir este y trabajar con dos mercados metas debido a la oferta de servicio del proyecto.

Para el reconocimiento del primer segmento de mercado se procede a tomar en cuenta las siguientes características:



<b>Variables de Segmentación</b>		
<b>Características</b>		<b>Aspectos</b>
Geográficas	País	Nicaragua
	Departamento	Managua
	Municipio	Managua
	Sector	Indistinto
Demográficas.	Edad	15 a 60 años
	Sexo	Hombres y mujeres
	Estado Civil	Indistinto
Socioeconómicas.	Ingresos	Medio y medio alto
	Profesión	Indistinto
Psicográficas	Clase social	Media alta.
	Estilo de vida	Realizar ejercicios ya sea por estética o salud.

**Tabla No. 4: Variables de segmentación del mercado meta 1. Elaboración propia.**

Con base al servicio que se pretende ofertar como lo es la importación y distribución de máquinas para realizar ejercicios, el segundo mercado meta serán **gimnasios**, para este se tomaron en cuenta las siguientes características:

<b>Variables de Segmentación.</b>		
<b>Características</b>		<b>Aspectos</b>
Geográficas.	País	Nicaragua
	Departamento	Managua
	Municipio	Managua
	Sector	Indistinto.
Psicográficas	Clase social	Gama media- media alta.

**Tabla No.5: Variables de segmentación del mercado meta 2. Elaboración propia.**





Se determinó este tipo de segmento de mercado debido a que forma parte de un mercado atractivo en cuanto al requerimiento de este tipo de máquinas y que en los últimos años ha tenido un crecimiento acelerado y una mayor demanda.

Por tanto, la necesidad de tener mejor o renovar el stock con el que actualmente cuentan las máquinas de última tecnología hacen que representen para este proyecto un alto número de clientes potenciales que necesiten dicho servicio.

#### 6.4.3 Descripción de público objetivo del proyecto.

Con base a la Tabla No. 3, se puede perfilar al primer mercado meta del proyecto, los cuales serán *“hombres y mujeres que residan en la ciudad de Managua, con una edad comprendida entre los 15 y 60 años de edad, pertenecientes a un nivel socioeconómico medio y medio alto, y que tengan hábitos en su vida de realizar ejercicios ya sea por estética o por salud”*.

Con respecto a la Tabla No. 4 se perfilo el segundo mercado meta, estos son los *“gimnasios de la ciudad de Managua, considerados de gama media y media alta, esto debido a la capacidad adquisitiva con la que tienen que contar para la compra y renovación constante de este tipo de maquinaria”*.

### 6.5 Análisis de la oferta

#### 6.5.1 Comportamiento de la oferta

Al no existir en el país una empresa donde se pueda contar toda la maquinaria suficiente para realizar ejercicios, los gimnasios y aquellos lugares que requieren de estas maquinarias como los hoteles han optado por realizar la compra de dicha maquinaria a través de internet y empresas extranjeras dedicadas a este rubro.

Se considera que la oferta actual de máquinas para realizar ejercicios es de más debilidades que fortalezas, por tanto, son susceptibles de ser atacados por un competidor nuevo en el sector, esto debido a sus limitadas y repetitivas máquinas con las que cuentan.

Los cambios en las necesidades y gustos de la población en referencia a las máquinas para realizar ejercicios encontrada en gimnasios propician un aumento



en la demanda de maquinaria más innovadoras, modernas, por lo que ese sector se categoriza en una fase emergente.

#### 6.5.2 Estructura del sector.

Casas comerciales	
Empresa	Tipo de maquinaria que ofertan
<b>Grupo UNICOMER: La Curacao y Almacenes Tropigas.</b>	Elíptica, Banca para abdominales, Bicicleta estática, Barra escaladora, Mini gimnasio.
<b>Grupo MONGE: El Gallo más Gallo y El Verdugo.</b>	Bicicleta estática
<b>Centro deportivo Garsa</b>	Banca para abdominales

*Tabla No. 6: Estructura del sector Casas comerciales. Elaboración propia.*

Super mercados	
Empresa	Tipo de maquinaria que ofertan
<b>Walmart</b>	Barras olímpicas y Mancuernas
<b>PriceSmart</b>	Bicicletas Elípticas, Banca para abdominales y para realizar ejercicios de Pectorales, Barras olímpicas y Mancuernas

*Tabla No. 7: Estructura del sector Super mercados. Elaboración propia.*

Debido al auge que han tenido las ventas en línea, se debe de considerar espacios en de compra en internet como Encuentra24.com, Amazon, EBay, donde también se ofertan este tipo de maquinarias.



### 6.5.3 Participación en el mercado

Con base a las encuestas realizadas en la investigación se determinó la participación de mercado de la siguiente forma:

<i><b>Lugar de compra</b></i>	<i><b>% de mercado.</b></i>
<i>Internet</i>	54.8%
<i>Casas comerciales</i>	40.2%
<i>Otras (Super mercados- Anuncios en TV)</i>	5%

**Tabla No. 8:**  
**Participación del**  
**mercado. Elaboración**  
**propia.**

## 6.6 Decisiones estratégicas de Marketing (Servicio, Precio, Plaza, Promoción)

### 6.6.1 Análisis del Servicio

La empresa es de carácter comercial y consiste en la importación de maquinaria para realizar ejercicios, por ende se contará en todo momento con máquinas en stock para compra inmediata, las cuales serán comercializadas ya sea en el local o distribuidas a los gimnasios o personas naturales de la ciudad de Managua, la toma de decisión de solo cubrir el departamento y municipio de Managua fue en base al ciclo de vida de este servicio el cual está en su etapa de nacimiento, por tanto se centrará todos los esfuerzos y recursos tanto físicos como del talento humano para poder brindar un servicio completo y satisfacer este mercado. El servicio que se ofrecerá está caracterizado por excelente instalación, atención personalizada y una logística que busque satisfacer la necesidad de todas aquellas personas que incluyen en sus hábitos saludables el realizar actividades físicas o aquellas personas que quieran tener las maquinas más optimas en sus propios gimnasios.



➤ Beneficio básico

Las personas realizan ejercicios por salud, por lo que ofrece múltiples beneficios como control del asma, fortalecimiento del corazón, mejora de la circulación sanguínea, ayuda en el control del peso, por lo que el realizar actividades físicas con algún tipo de máquinas es algo más que solo vanidad o estética.

➤ Servicio Esperado o Real

Instalación con muy buen nivel con respecto al espacio, iluminación, ventilación, higiene, limpieza del lugar, música agradable, máquinas de alta calidad, con avances tecnológicos y en constantes mantenimiento para que siempre estén en buen estado y ofrecer la mejor atención al cliente con un servicio personalizado, una amplia variedad de máquina y precios accesibles.

➤ Servicio Ampliado o Aumentado

Capacitaciones de ejercicios, métodos saludables y maquinarias con grandes avances tecnológicos para los gimnasios y personas naturales que quieran realizar actividades físicas. Además, los clientes pueden optar por las redes sociales, donde podrán dejar sus comentarios, ver foto e información de la empresa en las cuales cualquier duda que tengan será aclarada en el menor tiempo posible.

➤ Servicio potencial

Abrir una empresa que pueda distribuir e importar máquinas de ejercicios en la zona de Managua e introducir maquinarias con mejor nivel tecnológico para lograr ser más competitivos y así poder atraer a nuevos clientes.



### 6.6.1.1 Flor de Servicio para el Proyecto de Importación y Distribución de máquinas para hacer ejercicios.

Consiste en la creación de una flor con sus diferentes pétalos y en cada uno de ellos los elementos complementarios del servicio básico, que funcionan como técnicas para lograr que el cliente prefiera a una empresa por encima de otras con productos o servicios similares. (Cristopher Lovelock, 2009)

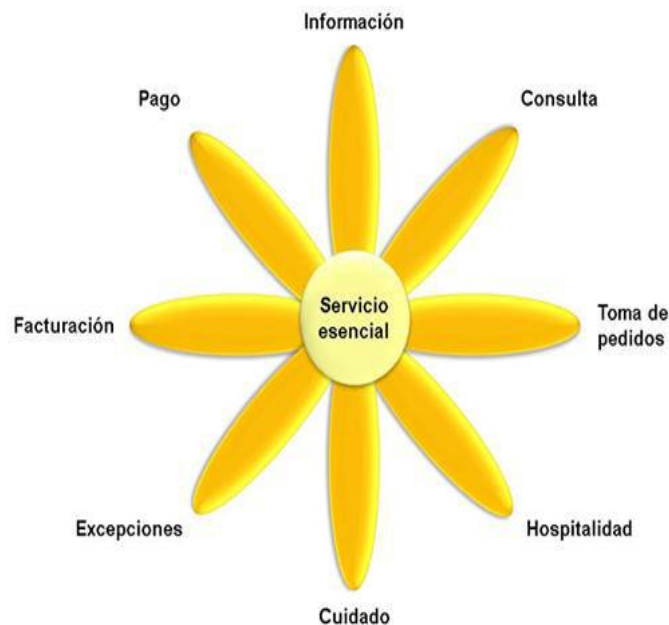
Los servicios complementarios se pueden dividir en dos clases de acuerdo al papel que cumplen. Los de facilitación que se requieren para la prestación del servicio mientras que los de mejora añaden valor para los clientes.

Servicios de facilitación:

- ✓ Información
- ✓ Toma de pedidos
- ✓ Facturación
- ✓ Pago

Servicios de mejora:

- ✓ Consulta
- ✓ Hospitalidad
- ✓ Cuidado
- ✓ Excepciones.



**Ilustración 2: Flor de servicio. Tomado de: Marketing de Servicios, Cristopher Lovelock, 2009.**



**1. Información:** Se brindará información a través de todas las redes sociales, se creará interacción con los clientes para brindar información sobre promociones y también por medios como la radio y los periódicos y en las instalaciones del local mediante folletos, afiches, etc.

**2. Toma de pedido:** Se tomarán los pedidos en el local con la persona encargada y también se podrá hacer compras vía telefónica con pagos de tarjeta electrónica.

**3. Facturación:** El sistema de facturación será de forma electrónica y al cliente se le entregará una factura física original firmada y sellada y una copia queda en la empresa para llevar un mejor control de las ventas realizadas.

**4. Pago:** La forma de pago será de tipo directo; aceptando dinero en efectivo y tarjetas de crédito y débito, así mismo se aceptarán métodos de pago a distancia a través de transferencias bancarias.

**5. Consulta:** Los clientes podrán consultar en la empresa directamente o a través de mensajes en las páginas de las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram) y a los números de teléfonos de la empresa.

**6. Hospitalidad:** La empresa contará con personal capacitado que deberán atender de manera amable, respetuosa y educada, las dudas que tengan los clientes se tratarán siempre de resolverse de manera eficiente y eficaz.

**7. Cuidado:** Los clientes no tienen que preocuparse de sus compras y del tipo de maquinaria que adquieren ya que tendrán su garantía y podrán realizar cualquier reclamo sobre alguna falla de estas. Además, que como servicio adicional se ofrecerá el mantenimiento para las máquinas.

**8. Excepciones:** En dicha empresa se tendrá un buen manejo de comunicaciones especiales que consiste en que se aceptaran los reclamos y sugerencias las cuales serán directamente atendidas por el gerente propietario lo que va a generar confianza y satisfacción en los clientes y eso ayudara a reforzar la credibilidad del servicio.



### 6.6.1.2 Cartera de productos y servicios.

Los productos ofertados por esta empresa serán variados, con distintos tipos de maquinarias para hacer ejercicios, tales como mancuernas, máquinas para pectorales, máquinas cardiovasculares, máquinas para abdomen, y toda la amplia variedad de máquinas existentes para el trabajo de distintas zonas del cuerpo.






Estos productos estarán en innovaciones constantes adaptándose a las nuevas necesidades y avances tecnológicos, así como, los gustos y preferencias de los clientes.

En la siguiente tabla se detalla el tipo de maquinaria que ofrecerá la empresa y cuáles son las características de cada una de ellas:

NOMBRE	IMAGEN	DESCRIP,
Banco de pecho plano.		Banco plano para trabajar toda la parte pectoral, también se trabaja tríceps y abdomen o cualquier ejercicio que necesite de un soporte para que el cuerpo permanezca horizontal.  Precio unitario \$200 dólares
Banco de pecho inclinado		Posición ajustable recta o inclinada para trabajar la parte superior del pecho Soportes verticales ajustables Diseño plegable Incluye desarrollador para piernas en el cual podemos trabajar los cuádriceps.  Precio unitario: \$200 dólares
Femoral acostado		Máquina en la deben trabajar recostados, es decir, boca abajo, permite trabajar femorales, músculos situados en la parte posterior de la pierna.  Precio unitario: \$350 dólares








Estudio de Prefactibilidad para la importación y distribución de máquinas para realizar ejercicios

Predicador		<p>Se Utiliza Para ejercitar los bíceps de una manera más cómoda su forma de uso puede ser con mancuernas o con una barra Z.</p> <p>Precio unitario: \$300 dólares</p>
Peck deck + deltoides		<p>Permite cargar peso y posee asiento para trabajar desde posición sentado. Con ella podemos trabajar pectorales y también hombros al realizar aperturas con mancuernas.</p> <p>Precio unitario: \$500 dólares</p>
Prensa atlética		<p>Sirve para trabajar la parte posterior de las piernas. Es una máquina con respaldar inclinado que permite posicionar la espalda y posee una plataforma en la cual debemos colocar los pies para levantar con las piernas el peso. Sirve para trabajar femorales y glúteos, aunque también se puede trabajar en ella cuádriceps y aductores.</p> <p>Precio unitario: \$500 dólares</p>
Prensa hack		<p>A diferencia de las sentadillas tradicionales, la inclinación hacia atrás de la máquina permite realizar el ataque desde otro ángulo, en general se trabaja todos los músculos de las piernas, pero el cuádriceps es que está más implicados en dicha máquina.</p> <p>Precio Unitario: \$500 dólares</p>
Polea		<p>Contiene un arco metálico en cuyos dos extremos se colocan los pesos y las poleas para tomar de manos y piernas. Es una máquina muy utilizada debido a que es multifuncional se puede trabajar cualquier musculo que se desea entrenar.</p> <p>Precio unitario: \$500 dólares</p>





Estudio de Prefactibilidad para la importación y distribución de máquinas para realizar ejercicios

Cuádriceps		<p>Esta máquina tiene una doble función Trabaja los cuádriceps cuando estas sentado, pero si se baja el espaldar y te acuestas boca abajo también sirve como máquina de femoral.</p> <p>Precio Unitario: \$500 dólares</p>
Abductores		<p>Sirve únicamente para trabajar el tren inferior en posición sentada. Se carga el peso en ellas y debemos juntar las piernas o separarlas, es decir, llevarlas al centro o llevarlas hacia afuera del cuerpo. Se trabaja cara interna y externa de las piernas.</p> <p>Precio Unitario: \$500 dólares</p>
Cintura		<p>Esta máquina consiste en girar en un disco sirve para reducir la cintura y tonificar los oblicuos.</p> <p>Precio Unitario: \$150 dólares</p>
Dip and Leg Rises Machine		<p>Para un trabajo de: Espalda con tracciones Tríceps, Abdominales con levantamiento de piernas Reforzado para un uso intensivo. Agarraderas grandes cómodas. La estación para levantamientos incluye un escalón para facilitar el uso La estación para lagartijas es acolchada y montada del piso para ofrecer el ejercicio más profundo y fortalecer los pectorales</p> <p>Precio Unitario: \$200 dólares</p>
Soporte de sentadillas.		<p>Para realizar sentadillas, fortaleciendo así piernas y glúteos. 23 posiciones con 3" de distancia de apertura 2 levantadores ajustables y barras de seguridad de largo completo incluidas Acabado duradero con cobertura de pintura en polvo.</p> <p>Precio Unitario: \$200 dólares</p>



Estudio de Prefactibilidad para la importación y distribución de máquinas para realizar ejercicios









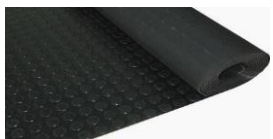
Barra olímpica		Barra olímpica de acero para entrenamientos funcionales en el gimnasio Gran capacidad de carga de hasta 350 kg Marca: Hampton Precios unitarios: \$300 dólares
Barra olímpica z		Se utiliza para ejercitar los músculos tríceps y bíceps. Marca: Hampton Precio Unitario: \$300 dólares
Porta discos		Mantiene de manera ordenada los diferentes discos. Marca: Hampton Precio unitario: \$50 dólares
Discos		Para agregar peso a las barras. Discos de 5, 10, 20, 25,35 y 45 libras a \$2.50 dólares cada uno. Par de Discos de cada libra: \$5 cada par.
Mancuernas hexagonales		Bordes y esquinas son pulidos para asegurar un manejo adecuado. Set Par de mancuernas de 5 hasta 50 libras a un precio de \$1,500 dólares
Porta mancuernas		Mantiene el orden de las mancuernas. Rack a un precio de \$100 dólares
Bicicleta de spinning		Este aparato para Cardio tiene un soporte de hasta 100 kg, sirve para quemar calorías y trabajar distintas zonas de tu cuerpo como piernas y glúteos. Costo unitario: \$585 dólares
Elíptica spinning		Zancada de 45,72cm Rueda libre con inercia mejorada Resistencia magnética silenciosa Agarraderas para trabajar la parte superior del cuerpo. Marca: LifeFitness Costo unitario: \$485 dólares
Caminadora		Equipamiento para Cardio moderno y elegante, fabricado para ofrecer durabilidad y rendimiento. Marca: LifeFitness Precio Unitario \$650 dólares
Piso antideslizante		Fabricado con vinil duradero Para usarlo debajo del área de maquinaria y pesas.

Tabla No. 9: Maquinas a ofertar en la empresa. Fuente: Elaboración Propia



#### 6.6.1.3 Productos sustitutos a tomar en cuenta.

La presencia de productos sustitutos representa una amenaza competitiva para la empresa, limita el precio, fragmenta el mercado, reduciendo así la rentabilidad de las mismas.

Con base a distintos factores como; los costos, innovación y modernización, calidad de las máquinas de ejercicios que se pretenden importar y distribuir se consideraran como productos sustitutos las máquinas de ejercicios caseras, las cuales son realizadas en el país por soldadores. Entre las locaciones dedicadas a vender este tipo de maquinaria casera se encuentran tres:

- Fábrica de Máquinas para Gimnasio Pauls Design. Boaco, Nicaragua.
- Máquinas para Gimnasios. Bo. San Luis, Managua Nicaragua.
- Fábrica de máquinas Tipitapa- Tipitapa, Managua. (Sánchez, 2012)

#### 6.6.2 Análisis del Precio.

El objetivo que perseguirá la empresa es establecer una relación de precio-calidad, el cual consiste en que las personas perciban que el precio está relacionado con un mejor servicio, de modo que se obtenga un nivel de ingresos satisfactorios que permitan cubrir los gastos y obtener un margen de rentabilidad adecuado. El precio que tiene el comprador estará sujeto a las características de la máquina que vaya a adquirir.

Se utilizará el método de precio basado en el costo, el cual parte de considerar el costo y sumarle el margen de ganancia o beneficio. (Sánchez, 2012)

**Precio de venta= precio de costo + margen de utilidad (beneficio)**

Es decir, se tendrá como precio de venta lo que es el precio de costo de la máquina que vaya a adquirir más el margen de utilidad o beneficio el cual dependerá del valor agregado que la empresa les ofrecerá a sus clientes como el tener un local ya dentro del país con un amplio stock de maquinaria, un servicio con atención personalizada y entrega inmediata de su equipo para realizar ejercicios.



Se utilizará la estrategia de precios neutros ya que no se tendrá ni precios altos ni bajos sino más bien una estrategia reactiva de modo que si la tendencia del mercado es subir los precios, la empresa subirá el precio de las maquinarias y viceversa.

### 6.6.3 Análisis de plaza y distribución.

El canal de distribución será directo, al ser un negocio de servicio no de producción por lo tanto no se considerará la existencia de intermediarios.

La forma de comercialización de la empresa será presencial, sin embargo, también se atenderán a consultas y solicitud que tengan los clientes a través de la página web y las redes sociales, tomando en cuenta a que el mercado meta es en su gran mayoría una población joven.

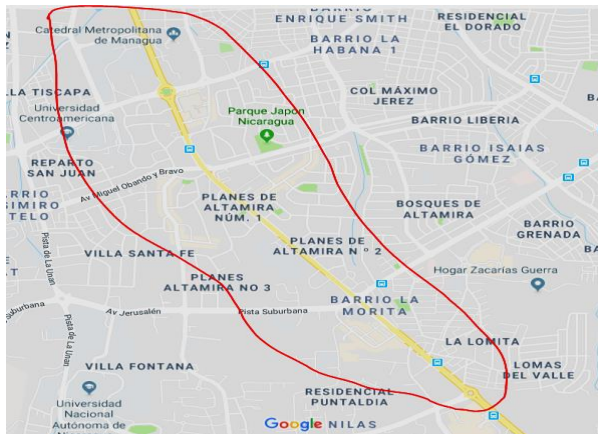
Se hará uso de un catálogo en digital, este canal permitirá realizar visitas a los gimnasios que son clientes potenciales para mostrarles los tipos de máquinas que se tendrán en stock, sin necesidad de que estos visiten a la empresa.

En el local los clientes serán atendidos y obtendrán información detallada de los equipos para realizar actividades físicas. La distribución exclusiva se define en este caso, puesto que existe un único local o punto de venta.

El lugar donde la empresa se establecerá para ofrecer sus servicios al público en general, es en la ciudad de Managua, específicamente en Km5 Carretera a Masaya. El local se ubicará en una zona comercial de la ciudad, en una ubicación de alto tránsito concurrida por personas de los sectores cercanos. Cabe mencionar que la empresa tendrá un medio de transporte (camión distribuidor) el cual será alquilado para realizar la entrega de los pedidos a los clientes en la dirección y tiempo que ellos especifiquen.



## Estudio de Prefactibilidad para la importación y distribución de máquinas para realizar ejercicios



**Ilustración 3: Ubicación del local de la empresa importadora y distribuidora de máquinas para realizar ejercicios. Tomado de Google Maps. 2019**

### 6.6.4 Análisis de Promoción y Publicidad

Se utilizará la estrategia pull, debido a que este servicio no cuenta con ningún intermediario, por lo cual la empresa dirigirá todos sus esfuerzos de comunicación hacia el consumidor final y para poder alcanzar los objetivos planteados se realizarán las siguientes promociones

Se tendrán promociones para atraer a clientes como el envío de la maquina sin costo adicional al lugar que desee dentro de la ciudad de Managua o mantenimiento gratuito de la maquinaria por un tiempo dado.

En lo que respecta a precios promocionales, en temporadas del año específicas se darán descuentos especiales en los equipos, promociones de 2x1, el 50% de descuento al comprar la segunda máquina y también al realizar compras al por mayor de maquinarias tendrá un precio especial por cada equipo.

La publicidad de la empresa se dará por medio de volantes que se distribuirán en las calles principales, a través de cuñas de radios en Frecuencia Moderada (FM), y publicaciones por páginas de redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram.

A pesar que la televisión se considera el medio más efectivo, no se tomará en cuenta por ser muy costoso, por lo cual se considera destinar el presupuesto a otros medios para publicidad y así abarcar un mayor porcentaje del mercado.



## VII. Estudio Técnico.

### Objetivo General:

- Definir la logística de importación y distribución de las máquinas para realizar ejercicios.

### Objetivos Específicos:

- Establecer la localización óptima para la instalación del proyecto.
- Determinar el tamaño y capacidad del negocio.
- Definir la estructura organizacional requerida para la prestación de los servicios.
- Conocer cuáles serían los requisitos legales sobre la importación y distribución que permitan la ejecución del proyecto.



## 7.1 Localización óptima.

La localización es muy importante dado que condiciona la tecnología a utilizar ya sea por restricciones físicas como por la variabilidad de los costos de operación de las distintas alternativas tecnológicas asociadas a cada ubicación posible. Este consta de dos etapas: Macrolocalización y Microlocalización.

### 7.1.1 Macrolocalización

El Departamento de Managua cuenta con una extensión territorial actual de 267.00 Km<sup>2</sup>, la altitud alcanza los 50 metros sobre el nivel del mar y su clima se clasifica como Tropical Seco.

Sus coordenadas geográficas son las siguientes:

Longitud 86° 15' 01''

Latitud 12° 07' 58''



**Ilustración 4: Mapa de los municipios del Departamento de Managua.**

La ubicación del proyecto se encontrará en la ciudad de Managua, ciudad que alberga a la gran mayoría de población con una cultura de realizar actividades físicas y con la mayor cantidad de gimnasios a nivel nacional, teniendo así la oportunidad de atender a un gran porcentaje del mercado meta.



### 7.1.2 Microlocalización

El municipio de Managua será la ubicación inicial de este proyecto. Específicamente en el Km5 Carretera a Masaya, ubicado en el Distrito 5 de Managua, dicha localidad se alquilará y se determinó de acuerdo a la encuesta realizada, buscando siempre tener de cerca a los clientes y que se sientan cómodos al visitarnos, en un espacio tranquilo y accesible. Se sabe del buen servicio público que se tiene en el municipio



**Ilustración 5: Mapa de los distritos del municipio de Managua.**

## 7.2 Tamaño Optimo

La empresa distribuidora e importadora de máquinas para realizar ejercicio se adecuará en un área de 800 mts<sup>2</sup> que es la medida completa del local que se tomará en alquiler para las instalaciones de la empresa, que contará con espacio suficiente para las diferentes áreas presentadas en los servicios del local; estará ubicado en el Km5 Carretera a Masaya, lugar muy transitado, con mucha accesibilidad y con suficiente comodidad para sus clientes.

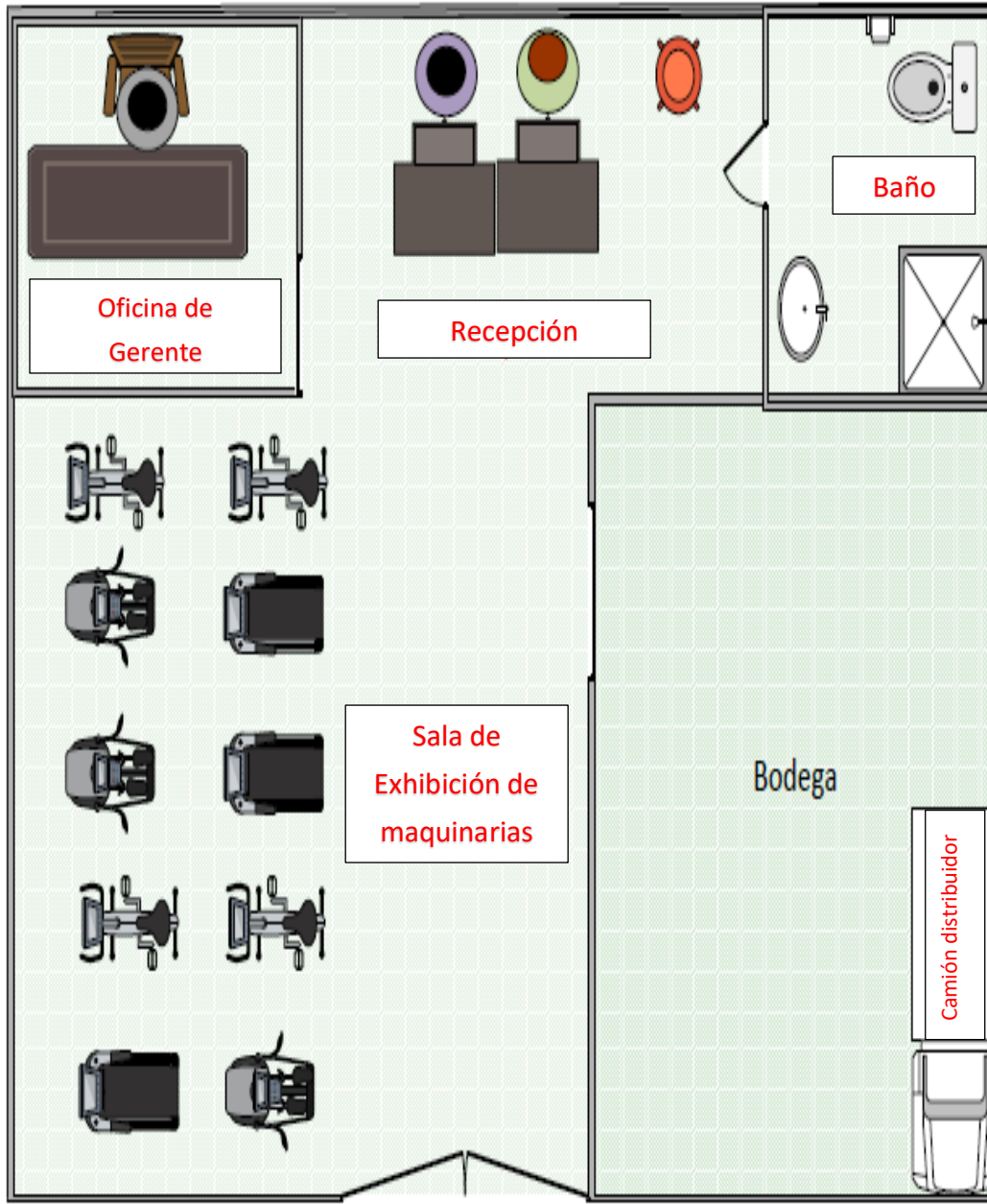
Distribución de Espacios	Metros
Área de Exhibición de Maquinarias	250mts <sup>2</sup>
Bodega	400mts <sup>2</sup>
Baños	40mts <sup>2</sup>
Oficina de Gerente	50mts <sup>2</sup>
Recepción	50mts <sup>2</sup>
Área Total	790mts <sup>2</sup>

**Tabla No. 12: Distribución de espacios en mts<sup>2</sup>. Fuente: Elaboración Propia**





### 7.2.1 Plano de la Empresa Distribuidora e Importadora de Máquinas para realizar ejercicios.



**Ilustración 6: Plano de la empresa. Fuente: Elaboración propia.**



### 7.3 Tamaño Del Proyecto

La determinación y análisis de este punto resulta importante para la posterior realización y evaluación del proyecto porque permitirá en primera instancia llevar a cabo una aproximación de costos involucrados en las inversiones necesarias para la realización y puesta en marcha del proyecto, que conlleven a un grado óptimo de aprovechamiento conforme a lo requerido por un tamaño y capacidad determinados.

El tamaño y capacidad de este proyecto en particular, se debe a dos aspectos principalmente: la porción de demanda insatisfecha que se pretende sea cubierta por el proyecto y a la dimensión del área total con que cuenta el terreno disponible para la instalación de la empresa.

Tanto la determinación del tamaño como la capacidad que tendrá el negocio, serán de mucha utilidad para la estimación de las inversiones necesarias que mejor se ajusten a las necesidades del mismo y para cálculos futuros en las etapas del estudio.

Factores que condicionan el tamaño del proyecto:

- ✓ Dimensión del mercado: el objetivo del proyecto es la creación de una empresa de servicio que suministre e importe máquinas para realizar ejercicio, supliendo así una necesidad de todas aquellas personas que realizan actividades físicas o aquellas que quieran tener las maquinas más optimas en sus propios gimnasios.
- ✓ Disponibilidad de insumos: La disponibilidad de máquinas para hacer ejercicios es un factor determinante a la hora de las ventas, ya que la ausencia de estos puede des-estimular la demanda y expectativas de la empresa. En segundo término, un stock de inventario que se acumule por falta de rotación (estrategias erróneas de venta y promociones) conlleva a la generación de grandes costos que representaría a la empresa grandes pérdidas.
- ✓ Capacidad financiera: el capital propio disponible para la iniciación del proyecto es mínimo, por lo cual la capacidad financiera estará atada de los financiamientos bancarios.



- ✓ Capacidad administrativa: la gestión adecuada del establecimiento requiere del buen uso de las capacidades administrativas para el manejo del mismo. Las limitaciones económicas que pueden llegar a impedir en un principio la contratación de personal capacitado deberán suplirse mediante alternativas como la administración por parte del gestor del proyecto. Esto constituye una buena alternativa para garantizar el funcionamiento correcto del negocio en sus periodos de creación e iniciación hacia una opción de crecimiento a medida que se posiciona el servicio y se consolida el mercado.

#### 7.4 Sistema de distribución / comercialización

Es necesario incluir a los canales de comercialización por ser estos los que definen y marcan las diferentes etapas que la propiedad de un servicio atraviesa. Por ello los cambios que se están produciendo en el sector indican la evolución que está experimentando el marketing, ya que junto a la logística serán los que marquen el éxito de toda empresa.

El sistema que se utilizara para distribuir y comercializar el producto es mediante la venta directa en el local donde los clientes encontraran todo tipo de maquina necesaria para que realicen actividades físicas. En el punto se deberá cumplir con unos requerimientos técnicos específicos con el fin de brindar un alto nivel de servicio y satisfacción.

La distribución será en todo lo que abarca el municipio de Managua en la dirección exacta donde el cliente especifique, entregando en el tiempo establecido por el cliente, ya que se tendrá el alquiler de un camión distribuidor para dicha gestión.



## 7.5 Proceso de Importación de Máquinas para Realizar Ejercicios.

1. Se hace el pedido a Proveedor y éste envía la mercancía a Nicaragua
2. La Agencia de Servicios de Transporte (Terrestre o Acuático) se encarga de traer la mercancía desde el local del proveedor hasta la Aduana Nicaragüense.
3. La Agencia de Servicios de Transporte envía toda la documentación e información específica de la mercancía vía correo electrónico a las autoridades aduanera nicaragüense.
4. Se genera una lista de descargue de mercancía utilizada por el oficial de patio y funcionarios de la DGA al momento de ingresar la mercancía al puerto.
5. La Aduana asigna a un Custodio para llevar al Almacén de Depósitos el transporte que trae la mercancía.
6. Se descarga la mercancía en el Almacén y un inspector elabora el Informe de Recepción de Mercancías en Almacén.
7. El agente aduanero presenta la póliza de Recepción de Mercancías en Almacén a la sección de Aceptación para chequear que toda la información esta correcta y registrarla en la póliza.
8. La póliza es sometida a Valoración donde se determina si los valores de las mercancías coinciden con los del banco de datos de la aduana.
9. Se procede a liquidar la póliza en las cuentas bancarias de la DGA y así cancelar los aranceles y valores antes establecidos.
10. La minuta bancaria se presenta en la caja de la aduana para que le entreguen un recibo oficial de caja de la DGA al agente aduanero.
11. Se entrega el recibo aduanero en la administración y se recibe una orden de salida.
12. La mercancía es cargada en el transporte del importador, se paga el servicio de almacenaje y se presenta la orden de salida-
13. El transporte del importar llega a la empresa con la mercancía.



### **Registro como nuevo importador.**

Las personas naturales o jurídicas que se encuentren inscritas en la administración tributaria (Dirección General de Ingresos) como responsables recaudadores del IVA y su actividad económica principal sea la importación y comercialización habitual, pueden realizar su registro como nuevo importador en la oficina de Servicio de Atención al Usuario (SAU) de la DGA, así como por medio de una agencia aduanera, en ambos casos la información y documentos requeridos deben ser registrados a través del MGU y presentados en físico en el SAU.

La información y documentación será verificada por el funcionario del Departamento de Notaria y Registro de la División de Asuntos Jurídicos de la DGA, si todo se encontrase conforme se procederá con su validación.

Adicionalmente, se verificará el cumplimiento de las regulaciones establecidas para la liberación definitiva de la retención del Impuesto sobre la Renta (IR) y el incremento de la comercialización del Impuesto al Valor Agregado (IVA).

#### 7.5.1 Documentos requeridos para el registro como nuevo importador

##### a) Persona Natural:

- i. Fotocopia de Cedula RUC y original para su cotejo.
- ii. Solvencia Fiscal, original y copia para cotejo.
- iii. Cedula identidad, original y copia para cotejo
- iv. Poder especial en el caso que actué en nombre y representación de otra persona.
- v. Constancia de inscripción definitiva emitida por la DGI.
- vi. Consulta de actividad económica emitida por la DGI.
- vii. Constancia de responsable Directo emitida por la DGI.



- b) Persona Jurídica:
- i. Testimonio de escritura de constitución con su razón de inscripción.
  - ii. Testimonio de escritura de poder general / general de administración con su razón de inscripción.
  - iii. Fotocopia de Cedula RUC y original para su cotejo.
  - iv. Solvencia Fiscal, original y copia para cotejo.
  - v. Cedula identidad del representante legal, original y copia para cotejo
  - vi. Poder especial en el caso que actué en representación de otra persona.
  - vii. En el caso de asociaciones, fundaciones, federaciones u otra entidad que sea regulada por la ley 147, Ley General sobre Personas Jurídicas Sin Fines de Lucro, deberán presentar la correspondiente constancia de cumplimiento y constancia de junta directiva actualizada y extendidas por el departamento de registro y control de asociaciones del Ministerio de Gobernación.
  - viii. En el caso de las cooperativas, el certificado de cooperados y/o asociados y de junta directiva, emitidas por el INFOCOOP.
  - ix. Constancia de inscripción definitiva emitida por la DGI.
  - x. Consulta de actividad económica emitida por la DGI.
  - xi. Constancia de responsable Directo emitida por la DGI.

### 7.5.2 Sistemas Aduaneros Nicaragüenses

REQUISITOS PARA IMPORTAR	
DOCUMENTOS	FUENTE
LICENCIA PARA IMPORTAR	MINISTERIO DE ECONOMIA Y DESARROLLO (MEDE)
PODER DE AUTORIZACION DE AGENTE ADUANERO	NOTARIO PUBLICO
FOTOCOPIA RUC	MINISTERIO DE FINANZAS (MIFIN)
SOLVENCIA FISCAL ACTUALIZADA	DIRECCION GENERAL DE INGRESOS (DGI)
CONSTANCIA DE RETENCION DEL IGV	DIRECCION GENERAL DE INGRESOS (DGI)
FACTURA COMERCIAL	PROVEEDOR
CARTA DE PORTE	PROVEEDOR
LISTA DE EMPAQUE	PROVEEDOR
POLIZA	DIRECCION FENERAL DE ADUANA (DGA)
CERTIFICADOS FITO-ZOOSANITARIOS	MINISTERIO AGROPECUARIO (MAG)
PERMISO DE LIBRE VENTA MINSAL	MINISTERIO DE SALUD (MINSAL)
CERTIFICADO CITES	MINISTERIO DEL AMBIENTE Y LOS RECURSOS NATURALES (MARENA)

**Tabla No. 13: Requisitos para importar Fuente: Elaboración Propia.**



### 7.5.3 Procedimiento para Importación y Desaduanada de Mercancía en Puerto Corinto.

Descarga del contenedor: Dicho proceso comprende desde el momento que la unidad de carga queda colgada de los medios de izajes hasta que es desganchada por los estibadores de un barco. El proceso de descarga se considera finalizado cuando la mercancía descansa en el vehículo que la va a transportar y se ha desganchado de la grúa.

La línea naviera recibe la información mediante correo electrónico con el plano de salida del puerto anterior, en el cual refleja toda información necesaria para poder realizar la descargar de la nave y de esa forma tener en claro los espacios para embarcar todos los contenedores designados.

En el correo electrónico se recibe información como: la ubicación en la nave, tipo y tamaño del contenedor y las características del mismo (si es normal o dimensionado, si viene vacío o lleno y si corresponde a carga seca o refrigerada).

Con la información anterior se genera la lista de descargue que utiliza el oficial de patio, funcionario de la DGA y empresa de estiba. En caso de identificar un contenedor con abolladura u otro daño deberá permanecer el contenedor en rastra hasta que sea verificado por el oficial del buque.

Durante las actividades de descargue de los contenedores será responsabilidad de cada línea naviera contar con un chequeador al costado del buque para asegurar que el contenedor está bajando en buenas condiciones.

Para la entrega de los contenedores y una vez efectuado los pagos correspondientes, la agencia aduanera presenta la Autorización de Liberación en el que se indica el servicio solicitado, ya sea inspección, vaciado o entrega, posterior a este se llama al Antepuerto para que envíen el camión hacia el puerto. Una vez cargado el camión el agente aduanero se dirige a la ventanilla única con todos los documentos requeridos para que se le elabore su respectiva boleta de salida, para luego despachar el camión fuera del recinto portuario.

El agente aduanero presentara la declaración de importación con la documentación correspondiente ante la DGA, para la nacionalización. Si, de conformidad al artículo 326 del RECAUCA, la declaración es rechazada, se procederá a devolverla al declarante con una



esquela donde se consignarán los elementos que deberán ser subsanados para su posterior presentación.

Cuando los documentos de transporte (Bill of Loading, manifiesto) presenten errores, podrán ser corregidos por la autoridad aduanera de conformidad con el artículo 314 del RECAUCA, a solicitud de la naviera.

Con el resultado del Módulo Aleatorio (Rojo, Amarillo o Verde) y el recibo oficial de Caja, el Agente Aduanero solicitara ante la DGA el levante de la mercancía de conformidad a la CT/031/2013:

- a) Si es Verde, el agente aduanero con Nota de Salida se presenta a la TC APC a realizar pagos pendientes a facturación y Caja de APC para cancelar los adeudos y posteriormente presenta de nuevo a la TC APC con el recibo de pago de APC y nota de salida y el certificado del contenedor emitido por DGA y la liberación del contenedor emitida por el agente naviero para que se llame al transporte.
- b) Si es Amarillo, después de su revisión documental por la DGA y autorizado el levante, se proseguirá el procedimiento descrito en el literal a).
- c) Si es Rojo, se presenta la Facturación y Caja de APC para cancelar los dos movimientos. Si del reconocimiento físico resultare duda razonable al valor o se genere cualquier otra obligación, se procederá de conformidad a la legislación aduanera vigente. Si todo resulta conforme a lo declarado, se autorizará el levante y se seguirá el procedimiento descrito en el literal a).

En todos los casos anteriores si estos no son retirados en tiempos de ley, la DGA procederá con lo establecido en el art.604 y sus literales del RECAUCA.

Toda mercancía en contenedores que salga del Puerto debe ampararse en la Boleta de Salida de APC y Nota de salida de las mercancías de DGA, la que será verificada por el inspector aduanero y el guarda de Seguridad de APC.

## 7.6 Logística de Distribución

Logística: Se contará con un Gerente Propietario encargado directamente de las Operaciones en la empresa y que coordina todo el tema de inventarios y traslado de las maquinarias para realizar actividades físicas a los diferentes lugares que los clientes





soliciten al realizar su compra. Cada equipo cuenta con su hoja de vida, sus condiciones de uso, beneficios y precauciones.

Ventas: Se contará con recepcionistas y servicio al cliente, quienes estarán encargados de realizar todo el proceso de captación y fidelización de clientes.

Los clientes serán directamente atendidos en la empresa, lo que garantizara la prestación un servicio personalizado y bien integrado. Las quejas y reclamos serán directamente recepcionadas por el gerente propietario lo que generara un análisis inmediato de la situación y una acción de mejoramiento adecuada que refuerza la credibilidad del servicio. Por ser una pequeña empresa, da la posibilidad de tener un contacto preferencial y más personalizado con los clientes lo que genera una mayor cercanía y confianza, generando altos niveles de compromiso y bienestar.

## 7.7 Estructura Organizacional.

### 7.7.1 Constitución de la empresa

#### **Forma de Constitución Legal:** Natural

Según lo establecido en la Ley 645, la empresa pertenece a las MIPYME debido a que es una pequeña empresa que opera como persona natural en el sector de servicios. Para el gobierno nicaragüense esta sociedad es de carácter mercantil. Estas se clasifican dependiendo al número total de trabajadores permanentes que en este caso son 5 trabajadores, activos totales y ventas totales anuales.

Pasos para constituir una empresa en Nicaragua:

1. Constituirse legalmente ante el registro público mercantil y de la propiedad mediante escritura de constitución.
2. Registrar los libros contables cotidianos, un libro diario, un libro mayor, un libro de participación accionaria, un libro de actas y un libro de acuerdos.
3. Otorgar Poder de Administración a su representante legal.
4. Registrarse como contribuyente ante la Administración de Rentas de su área (RUC) ante la Dirección General de Ingresos (DGI).



5. Registrarse en la Alcaldía de Managua, para lo cual se debe presentar copia de escritura de constitución, RUC Actualizado, Solvencia Fiscal y Certificado de Registro Definitivo en la Administración de Rentas de su circunscripción y los libros contables debidamente registrados en la Administración de Rentas.

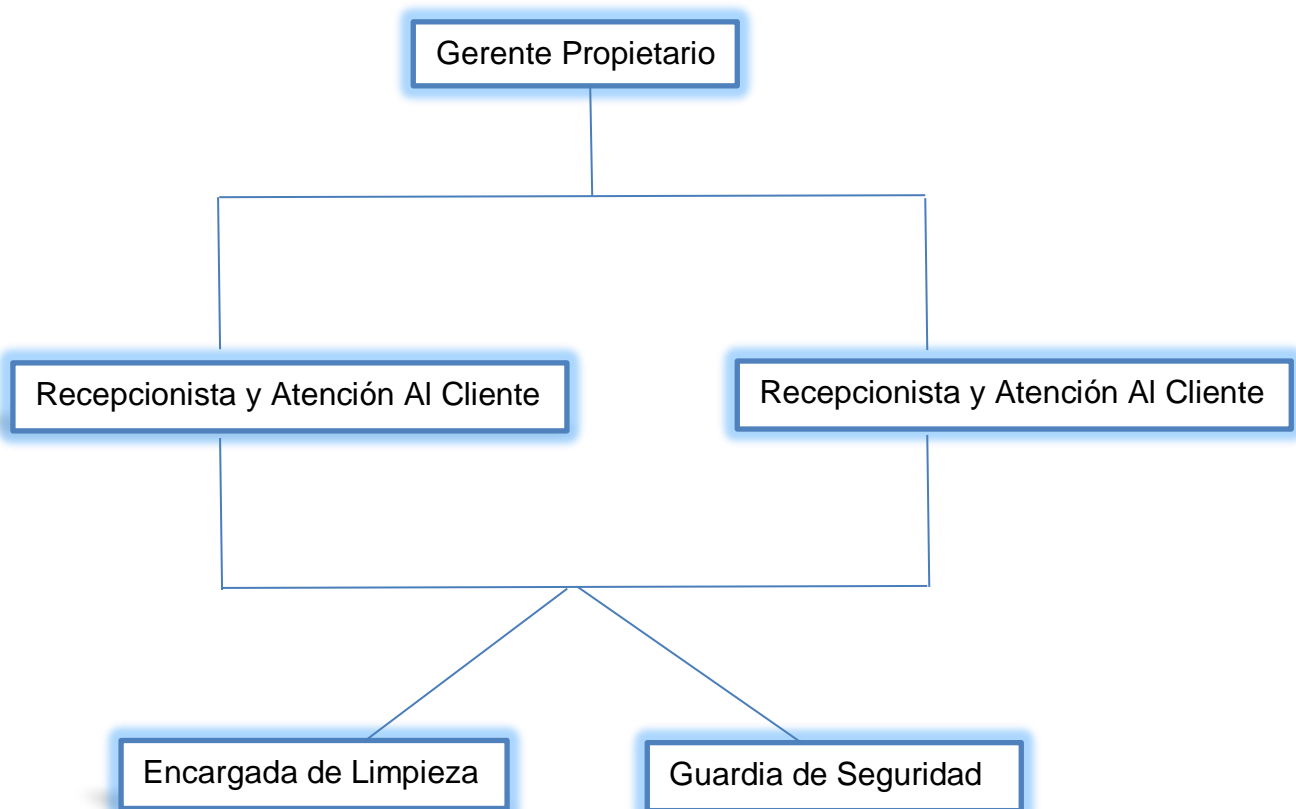
<b>Trámite</b>	<b>Instancia /Institución de tramite</b>	<b>Requisitos</b>	<b>Duración</b>
Constitución de la empresa	Registro público Mercantil	<ul style="list-style-type: none"><li>• Escritura de Constitución de Sociedad, en original.</li><li>• Solicitud de Inscripción como Comerciante original en papel sellado, firmada por el presidente. (Si la solicitud es firmada por un apoderado especial, se debe relacionar el poder que lo acredita y adjuntar original).</li><li>• Fotocopia de la cedula de identidad o pasaporte de la persona que firma la solicitud de comerciante.</li><li>• Libros contables de la empresa</li></ul>	1 mes
Inscripción de Sociedad anónima	Registro público mercantil	<ul style="list-style-type: none"><li>• Original y copia del acta constitutiva y de los estatutos, debidamente inscrita en el Registro Mercantil.</li><li>• Fotocopia de recibo de agua, luz, teléfono</li><li>• Fotocopia de cédula del representante legal</li><li>• Inscripción de libros contables en la Admón. de Rentas.</li></ul>	1 mes
Inscripción y constancia de matrícula	ALMA DGI	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fotocopias Certificadas de Constitución de Sociedad, inscrita en el Registro Mercantil.</li><li>• Fotocopias de Solicitud de Comerciante, inscrita en el Registro Mercantil.</li><li>• Fotocopias del Poder General de Administración, inscrito en el Registro Mercantil.</li><li>• Fotocopias de cédula de identidad Nicaragüense del Representante Legal.</li><li>• Fotocopias de cédula de identidad de cada socio o Copia del RUC</li><li>• Fotocopias de servició público para constatar domicilio del presidente o representante legal.</li><li>• Fotocopias del contrato de arriendo notariado para constatar domicilio de la empresa.</li><li>• Formularios de Inscripción llenos</li></ul>	2 meses



Inscripción de asegurar trabajadores en planilla	INSS	<ul style="list-style-type: none"><li>• Inscripción y movimiento del empleador.</li><li>• Inscripción e ingreso del trabajador.</li><li>• Inscripción del beneficiario (a).</li><li>• Acceso al Sistema integrado de aplicaciones específicas.</li><li>• Contrato de Acceso al sistema integrado de aplicaciones específicas.</li><li>• Si la persona es nacional, deberá presentar la respectiva cédula de identidad, si el interesado es extranjero, deberá presentar su cédula de residencia.</li><li>• Copia de la Cédula RUC.</li><li>• Matrícula municipal.</li><li>• Licencia en materia de higiene y seguridad del MITRAB.</li><li>• Constancia de la DGI.</li><li>• Carta de Solicitud de Afiliación.</li></ul>	2 meses
--	------	--	---------

**Tabla No. 14: Requisitos para poner en marcha la empresa. Fuente: Elaboración Propia**

### 7.7.2 Organigrama de la Empresa



**Figura1: Organigrama**  
**Fuente: Elaboración Propia.**



El tipo de organigrama aplicado es el vertical porque este implica que cada puesto esté subordinado a otro, representados por cuadros ligados con líneas que llevan la comunicación responsable y autoridad. A la vez se refleja la autoridad más importante está arriba y abajo el trabajador con menos poder de decisión. Las organizaciones verticales proporcionan líneas claras de autoridad y una amplitud estricta de control, lo que puede conducir a la alta eficiencia de operación. Como ventaja, la organización está compuesta por departamentos relativamente pequeños, lo que permite que los administradores supervisen de cerca y controlen las actividades de sus subordinados.

Cada capa de la organización informa al que está directamente encima de él, recorriendo toda la cadena hasta la alta dirección, y cada capa tiene sus propias funciones y responsabilidades claramente definidas. Los empleados que buscan progresar dentro de la organización también tienen un bien definido escala laboral, donde cada nivel de la organización representa otro paso que el empleado intenta alcanzar.

A continuación, se muestran las descripciones de los cargos de cada uno de los colaboradores a requerir en la empresa:

Nombre Del Cargo: **Gerente Propietario**

Formación académica: Título profesional en Administración de Empresas, Ingeniería Industrial o carreras afines.

Conocimientos adicionales: Logística, Planificación estratégica y paquetes Office.

Experiencia: Mínimo 5 año en posiciones o en responsabilidades similares.

Plazas Vacantes: 1

Cualidades personales: Liderazgo, orientación a resultados, capacidad de planeación y organización, pro actividad y trabajo en equipo.

Habilidades Mentales: numérica, de lenguaje, conocimientos básicos de las actividades de los subordinados y psicológicas como la empatía, etc.



Funciones y Responsabilidades:

- ✓ Dirigir, planificar y coordinar con todos los demás colaboradores, el correcto funcionamiento de la empresa.
- ✓ Desarrollar planes y programas especiales para mejorar los servicios de acondicionamiento físico.
- ✓ Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.
- ✓ Dictar normas para orientar y controlar la utilización del recurso humano, económico, técnico y administrativo.
- ✓ El gerente podrá presentar a los usuarios los productos y servicios, responder preguntas y preocupaciones sobre las máquinas, los precios, o los horarios, y saludar a los clientes entrantes.

Nombre Del Cargo: **Recepcionista y Atención Al Cliente.**

Formación académica: Estudios en contabilidad e informática.

Conocimientos adicionales: Paquetes de Office, contabilidad, calidad de servicio al cliente y Conocimientos en maquinarias de gimnasios.

Experiencia: 1 año en venta de productos y servicio al cliente. Plazas Vacantes: 2

Cualidades personales: Excelente comunicación verbal y escrita, identificación de problemas, iniciativa, tolerancia a la presión y solución de problemas.

Funciones Y Responsabilidades:

- ✓ Apoyar al Gerente Propietario en tareas administrativas.
- ✓ Ofrecer detalles de los bienes y servicios del establecimiento a los clientes.
- ✓ Recibir pagos por concepto de productos y servicios
- ✓ Atender personal a los clientes que lleguen a la empresa y que realicen llamadas telefónicas, Brindarles un trato amable, ser atento y tolerante.
- ✓ Gestión de correos electrónicos y redes sociales.
- ✓ Remitir a los clientes al Gerente o al supervisor en caso de que tengan alguna inquietud que ellos no puedan resolver.



Nombre Del Cargo: **Encargada de Limpieza**

Formación académica: Mínimo Bachiller en Ciencias y Letras.

Experiencia: Mínimo 2 año de experiencia como Encargada de Limpieza.

Cualidades personales: Eficiente, Responsable, Proactiva Buenas Relaciones Interpersonales y Ordenada.

Funciones:

- ✓ Garantizar la limpieza e higiene de las instalaciones.

Nombre Del Cargo: **Guardia de Seguridad**

Formación académica: Mínimo Bachiller en Ciencias y Letras.

Experiencia: Mínimo 3 año de experiencia como Guarda de Seguridad.

Cualidades personales: Eficiente, Responsable, Proactiva Buenas Relaciones Interpersonales y Ordenada.

Funciones Y Responsabilidades:

- ✓ Verificar entrada y salida de personal y visitantes.
- ✓ Registro de entrada y salida de cualquier tipo de bien: material, mobiliario y mercancía.
- ✓ Apoyo en la apertura y cierre de la empresa.

<b>Mano de Obra Indirecta</b>	
<b>Puesto</b>	<b>Nº empleados</b>
Gerente Propietario	1
Recepcionista y Atención al Cliente	2
Encargada de Limpieza	1
Guardia de Seguridad	1
<b>Total</b>	<b>5</b>

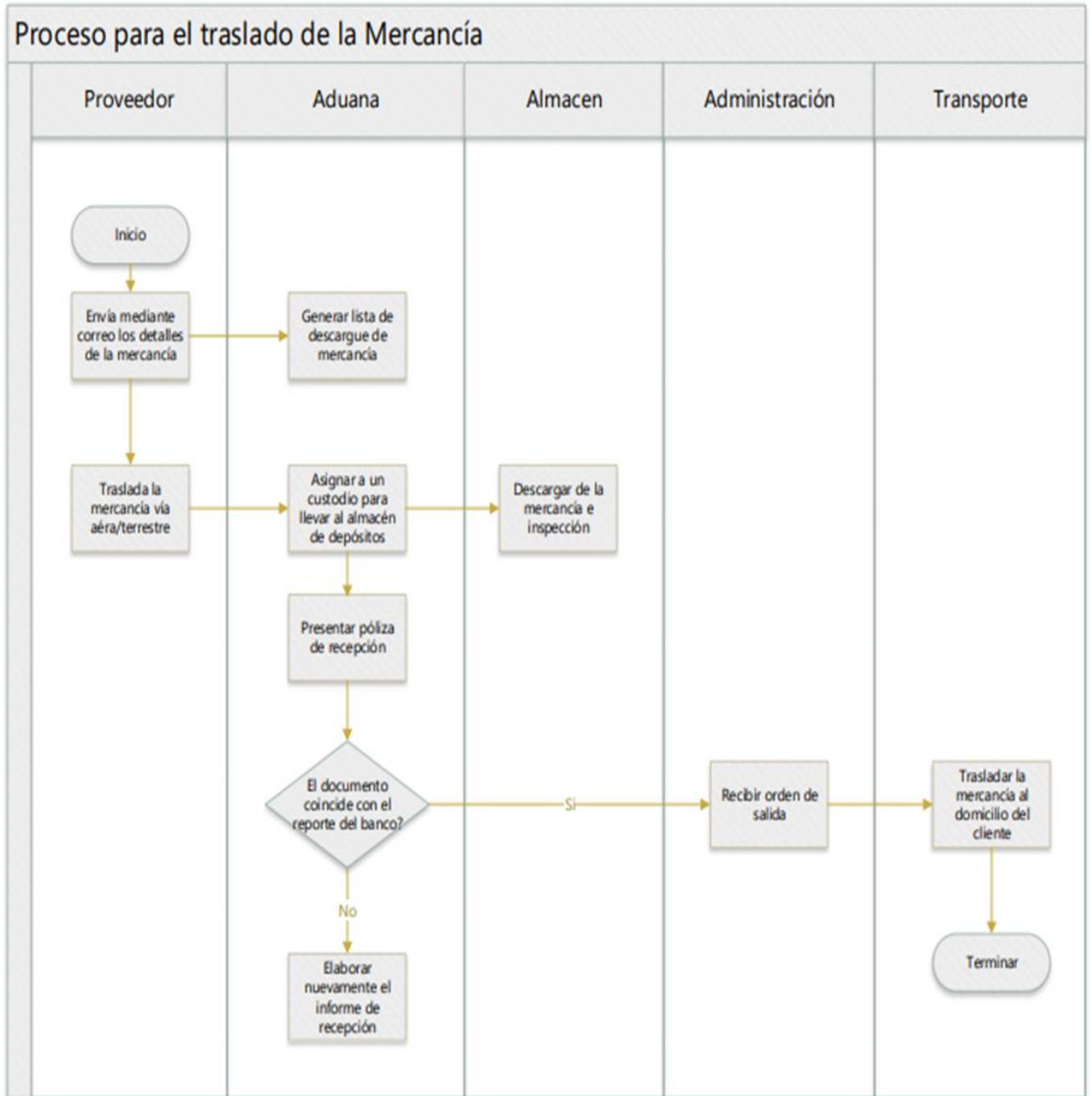
*Tabla No. 15: Mano de Obra Indirecta de la empresa.*

*Fuente: Elaboración Propia*



## 7.8 Diagrama de flujo de los procesos.

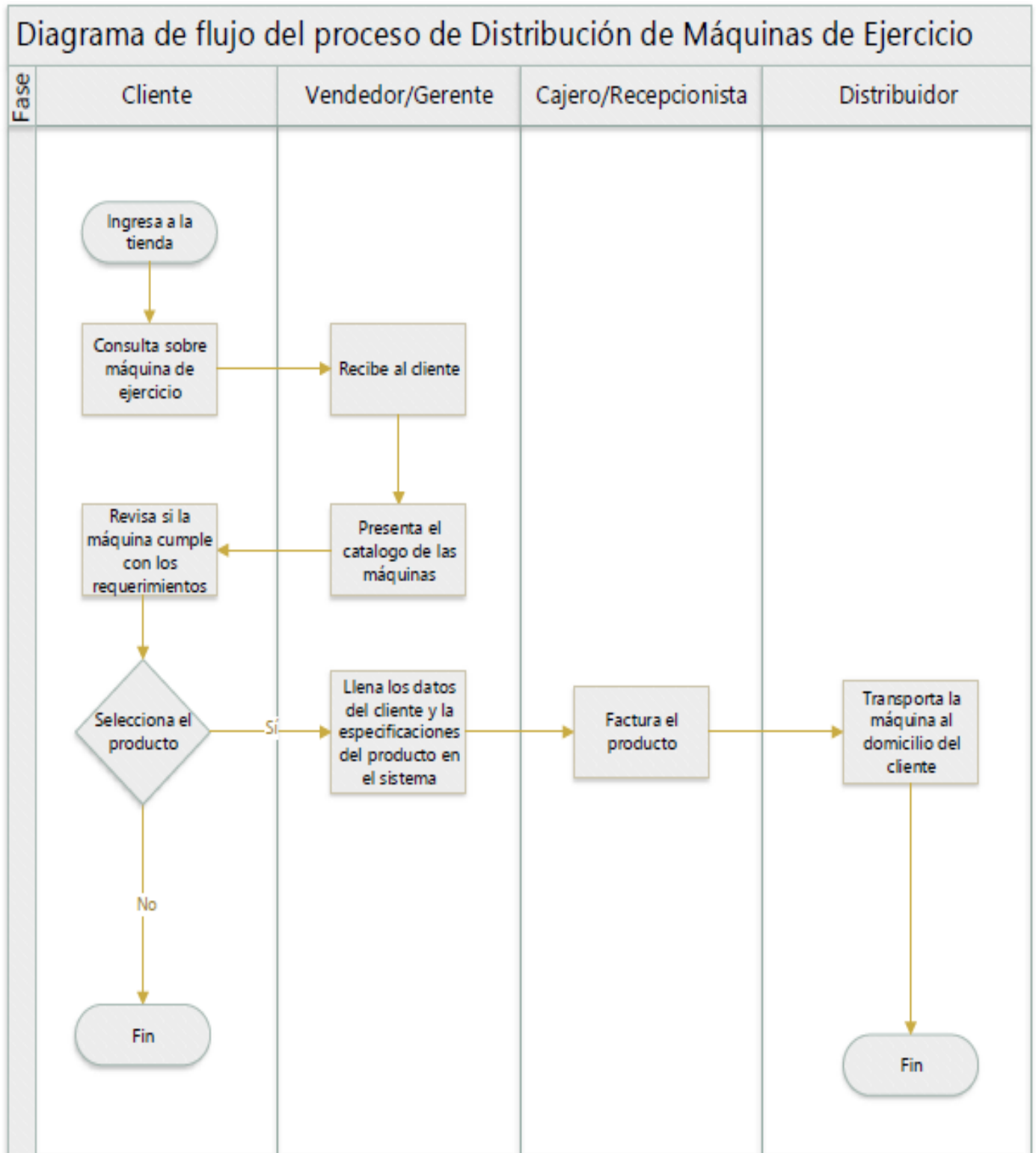
### 7.8.1 Proceso de importación.



**Ilustración 7: Diagrama de flujo del proceso de Importación. Fuente: Elaboración Propia.**

**Herramienta utilizada: Microsoft Visio Document**

7.8.2 Proceso de Distribución



**Ilustración 8: Diagrama de flujo del proceso de Distribución. Fuente: Elaboración Propia. Herramienta utilizada: Microsoft Visio Document**





## VIII. Estudio Económico – Financiero

### Objetivo General:

- Determinar los costos de importación y distribución de máquinas de hacer ejercicios para un horizonte de planeación de 5 años.

### Objetivos específicos:

- Determinar el monto de inversión total requerida y el tiempo en que será realizada.
- Llevar a cabo el presupuesto de ingresos y egresos en que incurrirá el proyecto.
- Aplicar las tasas de depreciación y amortización correspondientes a activos tangibles e intangibles.
- Analizar costos y gastos incurridos.
- Cuantificar la factibilidad financiera del estudio por medio de variables como el VPN, TIR y Apalancamiento Financiero.



El Estudio Económico-Financiero recoge la información elaborada de los estudios de mercado y técnico, lo que permite identificar elementos tales como: costos de inversión, costos de operación e ingresos. El inversionista realiza asignaciones importantes de recursos, solo si espera en un futuro recuperar una cantidad mayor a la erogación realizada, es decir, tiene la esperanza de obtener utilidades de acuerdo con el monto de la inversión y el riesgo que corra.

La etapa final del estudio de Prefactibilidad cuyo objetivo principal es conocer en forma monetaria la inversión necesaria para que la idea de negocio pueda funcionar de manera correcta, así como, conocer de forma efectiva el tiempo que es necesario para poder recuperar la inversión y empezar a generar ganancias.

Los Estados Financieros a presupuestar serán Balance General y Estado de Flujos de Caja. Posterior a esto, es necesario recurrir a herramientas financieras para la toma de decisiones en la factibilidad de un proyecto, las cuales son Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Periodo de recuperación de la Deuda, Punto de Equilibrio, entre otras.

Después de haber realizado todo este análisis, se podrá emitir una opinión final sobre la factibilidad económica del proyecto, que conjuntamente con las conclusiones de los estudios de mercado y técnico, se determinará la real factibilidad de la implementación del proyecto.

#### 8.1 Determinación De La Inversión Inicial

El Capital de Trabajo desde el punto de vista contable representa la diferencia entre los activos corrientes y los pasivos corrientes; sin embargo, desde el punto de vista financiero corresponde a la inversión de capital, necesaria para iniciar actividades hasta recibir los primeros ingresos, en tal sentido requeriremos primero de un préstamo bancario de U\$ 50,000.00 para cubrir la compra de los equipos necesarios a utilizar y las maquinarias, dicho préstamo será a un plazo de 5 años con una tasa de interés del 15% anual se expone a continuación:

Una vez que se ha determinado que tipos de inversiones requiere la empresa es necesario identificar las fuentes de financiamiento para que la empresa pueda empezar con sus actividades productivas.



Las fuentes de financiamiento que existen son dos:

**Las Fuentes Internas:** Se hará mediante recursos propios del gerente de la empresa, destinando para ello un monto total de U\$ 20,000 dólares.

**Las Fuentes Externas:** Es el uso de recursos de terceros, en este caso préstamo bancario de U\$50,000 dólares otorgado por el Banco BAC a un interés anual de 15%, a 5 años plazo, realizando pagos anuales.

CAPITAL DE TRABAJO	
Aporte de Capital	Monto U\$
Gerente Propietario (16.67%)	USD 20,000
Préstamo Inicial (83.33%)	USD50,000
<b>Total</b>	<b>U\$70,000</b>

**Tabla No. 16: Capital de Trabajo.**

*Fuente: Elaboración Propia*

### Tabla de Amortización Anual

Principal USD 50,000.00  
 Tasa 15%  
 Plazo 5 años  
 Amortización USD 10,000.00

Fecha	Principal	Amortización	Intereses	Cuota	Nuevo saldo
0	-	-	-	-	-
1	\$ 50,000.00	\$ 7,259.63	\$ 7,014.33	\$ 14,273.96	\$ 42,740.37
2	\$ 42,740.37	\$ 8,426.65	\$ 5,847.31	\$ 14,273.96	\$ 34,313.72
3	\$ 34,313.72	\$ 9,781.27	\$ 4,492.69	\$ 14,273.96	\$ 24,532.45
4	\$ 24,532.45	\$ 11,353.65	\$ 2,920.31	\$ 14,273.96	\$ 13,178.80
5	\$ 13,178.80	\$ 13,178.80	\$ 1,095.16	\$ 14,273.96	-
		<b>\$ 50,000.00</b>	<b>\$ 21,369.80</b>	<b>\$ 71,369.80</b>	

**Tabla No. 17: Amortización Anual de Financiamiento.**

*Fuente: Elaboración Propia*



## 8.2 Mano de Obra Indirecta

El proyecto contempla la participación total dentro de los próximos cinco años de 5 Colaboradores en el cual se incluye un Gerente Propietario y dos Recepcionista y Atención Al Cliente, una Encargada de la Limpieza y un Guarda de Seguridad debidamente distribuidos para cada área de trabajo.

El sueldo básico mensual para todo el capital humano se expresa en el cuadro siguiente:

Cargos	Sueldo mensual C\$
Gerente Propietario	27,000.00
Recepcionista y atención al cliente	10,000.00
Recepcionista y atención al cliente	10,000.00
Encargada de Limpieza	6,500.00
Guarda de Seguridad	6,500.00

**Tabla No. 18: Mano de Obra Indirecta.**  
**Fuente: Elaboración Propia**

La nómina a pagar asciende a C\$60,000.00 Córdobas que en dólares equivale a U\$1,818.18 dólares, y a los cuales se les pagara su salario más prestaciones y seguridad social con un aumento de los salarios de los colaboradores del 5% anual de acuerdo a la demanda o aumento de los servicios a ofertar.

## 8.3 Inversión en Activos Fijos

La inversión fija para la parte administrativa estaría conformada por los activos fijos necesarios para el inicio de las operaciones del presente proyecto, los cuales son:

Mobiliario y Equipos de Oficina	Costo Unitario	Unidades	Total
Escritorio	\$180.00	3	\$540.00
Sillas	\$40.00	10	\$400.00
Computadoras	\$400.00	3	\$1,200.00
Equipo de Sonido	\$250.00	1	\$250.00
Teléfonos	\$30.00	3	\$90.00
<b>Total general</b>			<b>\$2,480.00</b>

**Tabla No. 19: Costo de Activos Fijos.**  
**Fuente: Elaboración Propia**



Para iniciar las actividades es imprescindible la inversión en activos fijos, siendo estos, adquisiciones en bienes muebles necesarios, así como equipos de cómputo. Los insumos, equipos, muebles y enseres, suministros y demás son de fácil obtención; lo cual obedece a que los mismos no son artículos de alta especificidad o alta tecnología y además existe una amplia gama de proveedores; por lo que, pueden obtenerse con gran facilidad en el mercado y por ende esto genera una fortaleza para la organización.

De acuerdo a lo establecido en la ley 822 Ley de concertación tributaria y su reglamento la depreciación de los bienes de la empresa distribuidora e importadora según su clasificación será la siguiente:

Los Equipos de Computación (CPU, Monitor, teclado, impresora, laptop, tableta, equipo de sonido, teléfonos, entre otros) alcanzan su depreciación total en 2 años teniendo una depreciación anual del 50% y de un 4.17% mensual.

El mobiliario y equipo de oficina al igual que en el caso anterior Presenta una depreciación del 20% anual para una vida útil de 5 años. (Art. 34 del reglamento de la Ley 822).

Computadora		3	Procesador Intel Core I5, 3.3 GHz Memoria RAM 4 GB Disco Duro 500GB DVD Windows 7 – 10
Equipo de sonido		1	Panasonic Minicomponente 300W Ambientación del gimnasio
Teléfonos		3	Recepción de llamadas y comunicación interna de las áreas de la empresa



Escritorio		3	<p>Escritorio Euro Ejecutivo, Escritorio Euro Secretarial y Escritorio Euro Funcional.</p> <p>Base de metal con pedestales de 3 gavetas. Top en melanina de 1”</p>
Sillas		10	<p>Silla de Oficina</p> <p>Asiento: 45cm de fondo 45cm de ancho          Respaldo: 43cm de ancho x 53cm de alto          Altura mínima del asiento: 45 cm          Brazos: 23cm de alto x 29cm de ancho.</p>

**Tabla No. 20: Mobiliario y Equipos de Oficina.**  
**Fuente: Elaboración Propia**

Datos de los Productos		Proyección Depreciación Anual					TOTAL
Mobiliario y Equipos de Oficina	Precio de adquisición	1	2	3	4	5	
Escritorio	\$ 540.00	\$ 108.00	\$108.00	\$ 108.00	\$108	\$ 108.00	\$ 540.00
Sillas	\$ 400.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80	\$ 80.00	\$ 400.00
Computadoras	\$ 1,200.00	\$ 600.00	\$600.00				\$1,200.00
Equipo de Sonido	\$ 250.00	\$ 125.00	\$125.00				\$ 250.00
Teléfonos	\$ 90.00	\$ 45.00	\$ 45.00				\$ 90.00
<b>Total</b>	<b>\$ 2,480.00</b>	<b>\$ 958.00</b>	<b>\$958.00</b>	<b>\$ 188.00</b>	<b>\$188</b>	<b>\$ 188</b>	<b>\$2,480.00</b>

ADQUISICION DE ACTIVOS							
EQUIPO DE OFICINA				EQUIPO DE COMPUTACION			
Detalle	unds	Costo Unitario U\$	Costo Total	Detalle	unds	Costo Unitario U\$	Costo Total
Escritorio	3	\$180.00	\$540.00	Computadoras	3	\$400.00	\$1,200.00
Sillas	10	\$40.00	\$400.00	Equipo de Sonido	1	\$250.00	\$250.00
				Teléfonos	3	\$30.00	\$90.00
<b>Total</b>			<b>\$940.00</b>	<b>Total</b>			<b>\$1,540.00</b>
<b>Depreciación 20%</b>		<b>U\$</b>	<b>\$188.00</b>	<b>Depreciación 50%</b>		<b>U\$</b>	<b>\$770.00</b>

**Tabla No. 21: Depreciación de Mobiliario y Equipos de Oficina.**  
**Fuente: Elaboración Propia**



#### 8.4 Terreno.

Con los resultados obtenidos a través del estudio de mercado se determinó que el mejor sector para la ubicación de la empresa será en Km5 Carretera Masaya y por temas como reducción de costos se tomó la decisión de alquilar el local, donde estaría cerca de varias instituciones como la Alcaldía de Managua, MITRAB, Varias Sucursales Bancarias (BAC, BANCENTRO, entre otros) y sus costos son más razonables tomando en cuenta que estamos en inicio de operaciones.

- Tamaño: 800m2. Precio de alquiler: U\$ 500.00 dólares, 1 baño, 1 Parqueadero
- Acceso para transportes livianos y pesado
- Institución cercana: ALMA, DGI, MITRAB, Sucursales Bancarias u otras.

Local	PAGO MENSUAL	MESES AL AÑO	PAGO ANUAL
Alquiler de local en Carretera a Masaya	\$500.00	12	\$ 6,000.00

**Tabla No. 22: Costo de Alquiler de Terreno.**  
**Fuente: Elaboración Propia**

#### 8.5 Transporte para Distribución.

- Se determinó que en dicho proyecto se alquilaría el transporte para realizar las funciones de traer maquinarias a aduanas (Puerto Corinto) hacia la empresa la cual será una vez al año y también la distribución de las maquinarias en la dirección donde el cliente indique al momento de realizar su compra (se tiene previsto realizar un aproximado de 24 viajes en el año para entrega de máquinas).

Transporte	Pago Por Camión	Veces en el Año a Utilizar	Pago Anual
Alquiler de camión distribuidor	\$40	24	\$ 960.00
Alquiler de camión - traslado de inventario Managua-Puerto Corinto	\$200	1	\$ 200.00

**Tabla No. 23: Costo de Alquiler de Transporte.**  
**Fuente: Elaboración Propia**



### 8.6 Gastos Generales de la empresa

En la siguiente tabla se muestra Las cuotas de servicios básicos en los primeros cinco años de operación, así como los detalles de servicios básicos de la empresa:

<b>Gastos de Servicios Básicos</b>						
<i>Descripción</i>	<i>AÑO 1</i>	<i>AÑO 2</i>	<i>AÑO 3</i>	<i>AÑO 4</i>	<i>AÑO 5</i>	<i>Total</i>
Agua	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 1,500.00
Luz	\$3,600.00	\$3,600.00	\$3,600.00	\$3,600.00	\$3,600.00	\$ 18,000.00
Teléfono e Internet	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 3,000.00
<b>Total</b>	<b>\$4,500.00</b>	<b>\$4,500.00</b>	<b>\$4,500.00</b>	<b>\$4,500.00</b>	<b>\$4,500.00</b>	<b>\$ 22,500.00</b>

**Tabla No. 24: Gasto de Servicios Básicos.**

**Fuente: Elaboración Propia**

### 8.7 Costos de Importación

En la siguiente tabla se detalla el pago en aduana por los servicios de Importación de las Maquinarias para realizar ejercicios:

En el año se realizará una compra al proveedor de máquinas para realizar ejercicios donde el viaje será en un Container de 40GP, se pagará en Aduana un Seguro que equivale al 1.45% de la suma del Costo de las Maquinas más el Costo de Flete, también el pago fijo de Impuestos Globales SSA (Servicios por Seguridad Aduanera), TSI(Tasa por Servicio a la Imp. de Mercancía), y posterior se pagan los Impuestos del 10% del DAI(Derecho Arancelario de Importación) y el 15% del IVA(Impuesto al Valor Agregado) y así poder realizar la declaración en Aduana y poder liberar la mercancía.

<b>Costos de Importación</b>	
FLETE - CONTAINER 20GP	\$ 2,319.00
FLETE - CONTAINER 40HC	\$ 2,740.50
SEGURO (1.45% Costo de Maquinarias + FLETE)	
SSA (Servicios por Seguridad Aduanera)	
TSIM (Tasa por Servicio a la Imp. de Mercancía)	
IMPUESTO DAI (Derecho Arancelario de Importación) 10%	
IMPUESTO IVA (Impuesto al Valor Agregado) 15%	

**Tabla No. 25: Costos de Importación.**

**Fuente: Elaboración Propia**





## 8.8 Gastos y Costos de Operación

### IMPORTACION Y DISTRIBUCION DE MAQUINAS DE HACER EJERCICIOS

#### GASTOS Y COSTOS DE OPERACIÓN

Concepto	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	Totales
Sueldo	\$21,818.18	\$22,909.09	\$25,200.00	\$27,577.00	\$30,191.70	\$127,695.97
INSS Patronal	\$4,690.91	\$4,925.45	\$5,418.00	\$5,929.06	\$6,491.22	\$27,454.63
INATEC	\$436.36	\$458.18	\$504.00	\$551.54	\$603.83	\$2,553.92
Vacaciones	\$909.09	\$954.55	\$1,050.00	\$1,149.04	\$1,257.99	\$5,320.67
Aguinaldo	\$1,818.18	\$1,909.09	\$2,100.00	\$2,298.08	\$2,515.98	\$10,641.33
Indemnización	\$1,818.18	\$1,909.09	\$2,100.00	\$2,298.08	\$2,515.98	\$10,641.33
Energía Eléctrica	\$3,600.00	\$3,600.00	\$3,600.00	\$3,600.00	\$3,600.00	\$18,000.00
Agua Potable	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$1,500.00
Teléfono	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$3,000.00
Transporte (Distribucion de maquinas)	\$960.00	\$960.00	\$960.00	\$960.00	\$960.00	\$4,800.00
Depreciación Mobiliario y Equipo de Oficina	\$958.00	\$958.00	\$188.00	\$188.00	\$188.00	\$2,480.00
Gastos de Publicidad (100%)	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$1,500.00
Amortización Estudio de Preinversión (100%)	\$345.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$345.00
Amortización Gastos de Organización (100%)	\$200.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$200.00
Amortización Papelería y Utiles de Oficina (100%)	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$300.00
<b>Totales</b>	<b>\$38,813.91</b>	<b>\$39,843.45</b>	<b>\$42,380.00</b>	<b>\$45,810.80</b>	<b>\$49,584.69</b>	<b>\$216,432.85</b>
<b>GASTOS ADMINISTRACION 60%</b>	<b>\$23,288.35</b>	<b>\$23,906.07</b>	<b>\$25,428.00</b>	<b>\$27,486.48</b>	<b>\$29,750.81</b>	<b>\$129,859.71</b>
<b>GASTOS VENTAS 40%</b>	<b>\$15,525.56</b>	<b>\$15,937.38</b>	<b>\$16,952.00</b>	<b>\$18,324.32</b>	<b>\$19,833.87</b>	<b>\$86,573.14</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$38,813.91</b>	<b>\$39,843.45</b>	<b>\$42,380.00</b>	<b>\$45,810.80</b>	<b>\$49,584.69</b>	<b>\$216,432.85</b>

Concepto	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	Totales
Amortización de Intereses	\$7,014.33	\$5,847.31	\$4,492.69	\$2,920.31	\$1,095.16	\$21,369.79
<b>Totales</b>	<b>\$7,014.33</b>	<b>\$5,847.31</b>	<b>\$4,492.69</b>	<b>\$2,920.31</b>	<b>\$1,095.16</b>	<b>\$21,369.79</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$45,828.24</b>	<b>\$45,690.77</b>	<b>\$46,872.69</b>	<b>\$48,731.11</b>	<b>\$50,679.84</b>	<b>\$237,802.65</b>

**Tabla No. 26: Tabla de Gastos y Costos de Operación.**  
Fuente: Elaboración Propia



### 8.9 Estado de Resultado

Considerando los ingresos y gastos hasta ahora analizados, es necesario proyectarlos para los cinco años posteriores; este proceso se realizará a través de la estructuración de un Estado de Resultados Anual y mediante el cual, se presentan los efectos de tales operaciones, para de esta manera determinar la utilidad disponible (es decir, aquellas que se obtiene después del cálculo del Impuesto Sobre la Renta).

## IMPORTACION Y DISTRIBUCION DE MAQUINAS DE HACER EJERCICIOS

### ESTADO DE RESULTADO

	AÑO1		AÑO2		AÑO3		AÑO4		AÑO5	
Ventas	\$112,700.00		\$119,296.40		\$126,478.20		\$129,303.20		\$131,949.60	
(-) Costo de Venta	\$63,489.37		\$66,245.76		\$70,447.31		\$71,925.95		\$73,622.19	
<b>Utilidad Bruta</b>		<b>\$49,210.63</b>		<b>\$53,050.64</b>		<b>\$56,030.89</b>		<b>\$57,377.25</b>		<b>\$58,327.41</b>
<b>"Gastos de Operación"</b>										
Gastos de Administración	\$23,288.35		\$23,906.07		\$25,428.00		\$27,486.48		\$29,750.81	
Gastos de Venta	\$15,525.56		\$15,937.38		\$16,952.00		\$18,324.32		\$19,833.87	
Gastos Financieros	\$7,014.33	\$45,828.24	\$5,847.31	\$45,690.77	\$4,492.69	\$46,872.69	\$2,920.31	\$48,731.11	\$1,095.16	\$50,679.84
<b>Utilidad de Operación</b>		<b>\$3,382.40</b>		<b>\$7,359.87</b>		<b>\$9,158.20</b>		<b>\$8,646.14</b>		<b>\$7,647.57</b>
Impuesto Sobre la Renta If 30%		\$1,014.72		\$2,207.96		\$2,747.46		\$2,593.84		\$2,294.27
<b>Utilidad Neta</b>		<b>\$2,367.68</b>		<b>\$5,151.91</b>		<b>\$6,410.74</b>		<b>\$6,052.30</b>		<b>\$5,353.30</b>

**Tabla No. 27: Estado de Resultado.**

**Fuente: Elaboración Propia**



### 8.10 Flujo de Caja.

El Estado de Flujo de Caja es muy importante ya que a través de éste se determina la generación de efectivo por medio de las operaciones de la empresa, posteriormente, y mediante un análisis de necesidades de efectivo y liquidez se estipula el saldo de caja mínimo requerido. Para su elaboración se utilizaron como base los datos del estudio de mercado y estudio técnico, especificando únicamente aquellos que constituyen ingresos y egresos de efectivo.

**IMPORTACION Y DISTRIBUCION DE MAQUINAS DE HACER EJERCICIOS**  
**PRESUPUESTO DE CAJA (FLUJO DE CAJA)**

Concepto	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>						
Saldo Inicial en Caja		\$2,625.63	\$66,828.04	\$68,568.18	\$69,075.14	\$67,255.30
Fondos Propios		-	-	-	-	-
Financiamiento		-	-	-	-	-
Ingresos por Ventas		\$112,700.00	\$119,296.40	\$126,478.20	\$129,303.20	\$131,949.60
<b>TOTAL INGRESOS</b>	-	<b>\$115,325.63</b>	<b>\$186,124.44</b>	<b>\$195,046.38</b>	<b>\$198,378.34</b>	<b>\$199,204.90</b>
<b>EGRESOS</b>						
Inversión Fija	\$2,480.00					
Inversión Diferida	\$1,405.00					
Mercadería	\$63,489.37	\$0.00	\$66,245.76	\$70,447.31	\$71,925.95	\$73,622.19
Sueldos		\$21,818.18	\$22,909.09	\$25,200.00	\$27,577.00	\$30,191.70
INSS Patronal		\$4,690.91	\$4,925.45	\$5,418.00	\$5,929.06	\$6,491.22
INATEC		\$436.36	\$458.18	\$504.00	\$551.54	\$603.83
Aguinaldo		\$1,818.18	\$1,909.09	\$2,100.00	\$2,298.08	\$2,515.98
Energía Eléctrica		\$3,600.00	\$3,600.00	\$3,600.00	\$3,600.00	\$3,600.00
Gastos de Papelería y Utiles de Oficina		\$0.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00
Gastos por Publicidad		\$0.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00
Agua Potable		\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00
Teléfono		\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00
Transporte (Distribucion de maquinas)		\$960.00	\$960.00	\$960.00	\$960.00	\$960.00
Impuesto Sobre la Renta IR 30%			\$1,014.72	\$2,207.96	\$2,747.46	\$2,593.84
Amortización de Préstamo e Intereses		\$14,273.96	\$14,273.96	\$14,273.96	\$14,273.96	\$14,273.96
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$67,374.37</b>	<b>\$48,497.59</b>	<b>\$117,556.26</b>	<b>\$125,971.23</b>	<b>\$131,123.04</b>	<b>\$136,112.72</b>
<b>SALDO FINAL DISPONIBLE</b>	<b>(\$67,374.37)</b>	<b>\$66,828.04</b>	<b>\$68,568.18</b>	<b>\$69,075.14</b>	<b>\$67,255.30</b>	<b>\$63,092.18</b>

**Tabla No. 28: Flujo de Caja.**  
**Fuente: Elaboración Propia**



8.11 Balance General

**IMPORTACION Y DISTRIBUCION DE MAQUINAS DE HACER EJERCICIOS**

**BALANCE GENERAL**

	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ACTIVO</b>						
<b>Activo Corriente</b>						
Efectivo en Caja y Banco	\$ 2,625.63	\$ 66,828.04	\$ 68,568.18	\$ 69,075.14	\$ 67,255.30	\$ 63,092.18
Inventario de Materiales	\$ 63,489.37	\$ 0.00	\$ 0.00			
<b>Activo No corriente</b>						
Mobiliario y Equipo de Oficina	\$ 2,480.00	\$ 1,522.00	\$ 564.00	\$ 376.00	\$ 188.00	\$ 0.00
Estudio de Preinversión	\$ 345.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Gastos de Organización	\$ 200.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Gastos de Papelería y Útiles de Oficina	\$ 60.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Gastos por Publicidad	\$ 300.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<b>Otros Activos</b>						
Depósito en Garantía (AL)	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$70,000.00</b>	<b>\$68,850.04</b>	<b>\$69,632.18</b>	<b>\$69,951.14</b>	<b>\$67,943.30</b>	<b>\$63,592.18</b>
<b>PASIVO</b>						
<b>Pasivo Corriente</b>						
Préstamo por Pagar a C/P	\$ 7,259.63	\$ 8,426.65	\$ 9,781.27	\$ 11,353.65	\$ 13,178.80	\$ 0.00
Prestaciones Sociales por Pagar	\$ 0.00	\$ 2,727.27	\$ 5,590.91	\$ 8,740.91	\$ 12,188.03	\$ 15,962.00
Impuesto por Pagar (IR)	\$ 0.00	\$ 1,014.72	\$ 2,207.96	\$ 2,747.46	\$ 2,593.84	\$ 2,294.27
<b>Pasivo no corriente</b>						
Préstamo por Pagar a L/P	\$ 42,740.37	\$ 34,313.72	\$ 24,532.45	\$ 13,178.80	\$ 0.00	\$ 0.00
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$50,000.00</b>	<b>\$46,482.36</b>	<b>\$42,112.59</b>	<b>\$36,020.82</b>	<b>\$27,960.68</b>	<b>\$18,256.27</b>
<b>CAPITAL</b>						
Capital Social	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00
Utilidad acumulada	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 2,367.68	\$ 7,519.59	\$ 13,930.32	\$ 19,982.62
Utilidad del Ejercicio	\$ 0.00	\$ 2,367.68	\$ 5,151.91	\$ 6,410.74	\$ 6,052.30	\$ 5,353.30
<b>TOTAL PASIVO + CAPITAL</b>	<b>\$70,000.00</b>	<b>\$68,850.04</b>	<b>\$69,632.18</b>	<b>\$69,951.15</b>	<b>\$67,943.30</b>	<b>\$63,592.19</b>
DIF	(0.00)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

**Tabla No. 29: Balance General.**

**Fuente: Elaboración Propia**



## 8.12 Apalancamiento.

Las razones de endeudamiento miden el nivel en el cual la empresa se financia a través de deudas con terceros, sean estos acreedores o socios; es decir, mide la capacidad de la organización para cubrir las deudas a largo plazo.

### 8.12.1 Palanca Financiera

El índice del apalancamiento financiero mide el nivel de endeudamiento a terceros o a los mismos socios. Claramente, cuando reducimos el capital inicial que es necesario aportar, se produce un aumento de la rentabilidad obtenida.

La fórmula que se utiliza para saber cuánto es el apalancamiento financiero es la siguiente:

$$\text{apalancamiento financiero} = 1: \frac{\text{valor de la inversion}}{\text{recursos propios invertidos}}$$

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PALANCA FINANCIERA	\$2.50	\$2.32	\$2.11	\$1.80	\$1.40	\$0.91

En el transcurso del proyecto puede apreciarse resultados satisfactorios en esta relación debido a la acumulación de utilidades.

## 8.13 Evaluación y Factibilidad Financiera y Económica

Para determinar la factibilidad económico-financiera de un proyecto, se requiere profundizar y analizar diversos indicadores de decisión sobre una inversión, es decir, ciertas razones que determinan la viabilidad financiera de un proyecto. Es comprensible que al momento de invertir en un determinado proyecto (en el cual se realiza un desembolso de dinero, con la expectativa de recuperar lo invertido más un rendimiento que compense el riesgo asumido por cada uno de los accionista) el desembolso conocido como inversión inicial debe confrontarse con la actualización de los flujos futuros, generados por la normal operación de la empresa; para esto, se utilizará herramientas como el Valor Actual Neto (VAN), además de la evolución de la rentabilidad a través de una Tasa Interna de Retorno (TIR).



### 8.13.1 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto es la diferencia entre el valor de mercado de la inversión y su costo, el cual constituye la diferencia entre sumar la inversión inicial y los flujos futuros netos descontados a valor actual. El Valor Actual Neto fue determinado en base a los 5 años proyectados, tomando en cuenta que al final del quinto año se recupera el valor residual de la inversión; entonces, el VAN resultante para el proyecto es de U\$133,695.91 dólares.

Los resultados del Valor Actual Neto del proyecto son positivos, o mayor a cero, por lo que podríamos concluir en primera instancia que, de acuerdo a este indicador, el proyecto sería viable; sin embargo, es indispensable determinar los resultados de las subsecuentes herramientas para la toma de decisión de viabilidad del proyecto.

### 8.13.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno es la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto de una inversión sea igual a cero, es decir, la máxima tasa de rendimiento ante la cual el proyecto no genera pérdidas ni utilidades.

La TIR resultante en este proyecto fue del 97%, considerándose que el proyecto posee una rentabilidad significativamente alta y superior a las expectativas del proyecto, lo que podemos deducir que, en conjunto con el VAN, el proyecto se perfila a una total aceptación.

### 8.13.3 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión es el plazo en el cual, a través de la acumulación de los flujos futuros de efectivo, se mide el periodo en el que se recuperará la inversión inicial; proceso que deberá ser menor a los 5 años, espacio de tiempo que se ha analizado el proyecto.

En este caso en particular, el Periodo de Recuperación de la Inversión total es en el segundo año, siendo esto favorable, pues, el proyecto es claramente viable.



## IX. Conclusiones

Una vez realizado el estudio de Prefactibilidad del presente proyecto, se tiene información necesaria que nos permite llegar a las siguientes conclusiones:

- Existe un alto nivel de conocimiento y aceptación del Servicio por parte del mercado meta, así lo demuestra la investigación de mercado realizada, en la que se puede observar la disponibilidad de comprar dichas maquinarias para realizar ejercicios.
- Con respecto a la viabilidad técnica del proyecto, se determinó la adecuada ubicación del proyecto, es decir, el sitio más apropiado para realizar las operaciones; además, los insumos son de excelente calidad, alta tecnología y precios accesibles para los consumidores. En el aspecto legal y constitutivo se precisó que no constituye ningún problema, pues en primera instancia los requerimientos de constitución no generan mayores inconvenientes.
- En base al análisis Económico – Financiero se concluye que el proyecto es totalmente factible, ya que se obtienen indicadores como Valor Actual Neto de U\$133,695.91 dólares, una Tasa Interna de Retorno aproximada al 97% y un Periodo de Recuperación de la Inversión de 2 años. Estos resultados son atractivos para el inversionista, dado que la inversión de capital propio es de U\$20,000 dólares, apoyado por un préstamo bancario de U\$50,000 dólares. Adicionalmente, la estructura de los estados financieros muestra una estabilidad y un bajo nivel de riesgo.
- Puede concluirse que el proyecto propuesto es viable, es decir, existe un mercado atractivo, creciente y explotable; técnicamente la ejecución del servicio no presenta mayores inconvenientes y financieramente, se demuestra la rentabilidad que el mismo genera.



## X. Referencias Bibliográficas

- Anuario Estadístico 2016*. (2016). Obtenido de Insitituto Nacional de Información del Desarrollo. INIDE.:  
<http://www.inide.gob.ni/Anuarios/Anuario%20Estadistico%202016.pdf>
- Asamblea Nacional - Ley 822 Concertacion Tributaria*. (s.f.). Obtenido de  
<http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/fb812bd5a06244ba062568a30051ce81/c7f0f2f9f092273e06257b16007b91a2?OpenDocument>
- Asamblea Nacional - Reglamento del Codigo Aduanero Uniforme Centroamericano*. (s.f.). Obtenido de  
<http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf>
- C/SAS. (s.f.). Obtenido de Centro de Información y Servicios de Asesoría en Salud. : <http://www.cisas.org.ni/node/103>
- Cristopher Lovelock, J. W. (2009). Capitulo 1. Nuevos enfoques de Marketing en la economía de servicios. . En J. W. Cristopher Lovelock, *Marketing de Servicios, Personal, tecnologia y estrategia*. (págs. 6-30). Mexico: PEARSON EDUCACION .
- Direccion Estrategica - El Estudio de Factibilidad de un Proyecto*. (s.f.). Obtenido de <http://direccionestrategica.itam.mx/ES/el-estudio-de-factibilidad-un-paso-previo-al-plan-de-negocios/>
- ECOLINK - Estudio Financiero*. (s.f.). Obtenido de <https://www.econlink.com.ar/proyectos-de-inversion/estudio-financiero>
- El Nuevo Diario. (28 de Septiembre de 2015). Ir al gym es parte de la cultura del nica. . *El Nuevo Diario*.
- El Nuevo Diario, Edición 7273. (13 de Noviembre de 2000). *El Nuevo Diario*.
- Entrepreneur - Las Calves de un estudio financiero*. (s.f.). Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/262306>
- G., B. (2012). Evaluación de Proyectos. En G. Baca, *Evaluación de Proyectos*. (pág. 318). Mexico.
- Gestiopolis - Que es el estudio de factibilidad en un Proyecto*. (s.f.). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>





Kotler, P. (2003). En P. Kotler, *Fundamentos de Marketing* (pág. 160). Prentice Hall.

*Managua en Cifras*. . (s.f.). Obtenido de Instituto Nacional de Información de Desarrollo INIDE. :

<http://www.inide.gob.ni/censos2005/CifrasMun/Managua/Managua.pdf>

*PIB de Nicaragua*. (s.f.). Obtenido de

<https://datosmacro.expansion.com/pib/nicaragua/>

Prensa., L. (21 de Septiembre de 2016). Nicas gastan más para hacer ejercicios. *La Prensa*.

Reinaldo, S. C. (s.f.). Preparación y Evaluación de Proyectos, Capítulo 2. . En S. C. Reinaldo, *Preparación y Evaluación de Proyectos. Cuarta Edición*. (pág. 15).

*Requisitos para importación y exportación*. (s.f.). Obtenido de Dirección General de Aduana: <https://www.dga.gob.ni/>

S., C. (1991). En C. S., *Preparación y Evaluación de Proyecto*. (pág. 390). Mexico. : Mc Graw Hill. .

*Salario minimo en Nicaragua*. (s.f.). Obtenido de Tu Salario:

<https://tusalario.org/nicaragua/tu-salario/salario-minimo/>

Sánchez, C. S. ( 2012). Capítulo 9. Establecimiento del precio en una organización de servicios. . En C. S. Sánchez, *Administración y Estrategias de precios. Herramientas para la toma de decisiones de en Marketing* (págs. 145-153). Ciudad de México: Mc Graw Hill.

*Zona Economica - Estudio Financiero*. (s.f.). Obtenido de

<https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

# Anexos

## ENCUESTA

Mi nombre es Fausto Tercero Pacheco, egresado de la carrera de Ingeniería Industrial en la Universidad Nacional de Ingeniería (UNI), la presente encuesta es para efecto de un estudio de mercado como parte del proyecto de culminación de estudios que consiste en la **Importación y distribución de máquinas para realizar ejercicios**.

Este cuestionario tiene como objetivo recopilar información acerca de su conocimiento, preferencia y hábitos de compra sobre máquinas para realizar ejercicios, así como de su opinión con respecto a la oferta de una empresa nacional encargada de la importación y distribución de dichas máquinas.

Le solicitamos que conteste con la mayor sinceridad posible a fin de garantizar mayor validez en este estudio y agradecemos su tiempo brindado,

Marque con una X su respuesta a seleccionar.

### ***I. Perfil Sociodemográfico.***

---

- |  |   |
|--|---|
| 1. En base a su edad, en que grupo se encuentra. | 3. Seleccione el rango en el que se encuentran sus ingresos |
| 1.1. Joven ____                                  | 3.1 Ingresos bajos ____                                     |
| 1.2. Adulto ____                                 | 3.2 Ingresos medios ____                                    |
|  | 3.3 Ingresos altos ____                                     |
| 2. Sexo  |   |
| 2.2. Mujer ____                                  |   |
| 2.3. Hombre ____                                 |   |

### ***II. Comportamiento del consumidor.***

---

4. ¿Realiza ejercicios con máquinas?
- 4.1. Si \_\_\_\_
- 4.2. No \_\_\_\_
5. ¿Las maquinas con las que usted realiza ejercicios son? "
- 5.1 Propias (Adquiridas) \_\_\_\_
- 5.2 Del gimnasio \_\_\_\_
5. ¿Dónde ha comprado estas máquinas?
- 5.1. Por internet \_\_\_\_
- 5.2. Casas comerciales \_\_\_\_
- 5.3 Anuncios por televisión \_\_\_\_

6. ¿Qué tipo de máquinas ha comprado?

6.1 Corredora \_\_\_\_

6.4. Banca de abdominales \_\_\_\_

6.2 Bicicleta \_\_\_\_

6.5 Mancuernas \_\_\_\_

6.3 Sillón de peso olímpico \_\_\_\_

6.6. Otro \_\_\_\_\_

7. ¿Cuánto tiempo duro la espera de su compra?

7.1. Una semana \_\_\_\_

7.4. Dos meses \_\_\_\_

7.2. Quince días \_\_\_\_

7.5. Seis meses a más \_\_\_\_

7.3. Un mes \_\_\_\_

8. Valore del 1 al 4, siendo 1 nada importante, 2 poco importante, 3 importante y 4 muy importante, lo que usted toma en cuenta al momento de comprar una máquina para realizar ejercicios.

8.1. Marca \_\_\_\_

8.3. Lugar de procedencia \_\_\_\_

8.2. Precio \_\_\_\_

8.4. Garantía de la maquina \_\_\_\_

9. ¿Con que frecuencia compra máquina para hacer ejercicio?

9.1. Mensual \_\_\_\_

9.3. Cada 6 meses \_\_\_\_

9.2. Cada 3 meses \_\_\_\_

9.4. Anual \_\_\_\_

10. ¿Le gustaría un lugar donde tengan un amplio stock en venta de maquinarias para realizar ejercicio?

10.1 Si \_\_\_\_

10.2 No \_\_\_\_

### **III. Mezcla de mercado.**

---

12. ¿En qué ubicación le resultaría conveniente el establecimiento?

12.1 Rubenia \_\_\_\_

12.4 Ciudad Jardín \_\_\_\_

12.2 Altamira \_\_\_\_

12.5 Linda Vista \_\_\_\_

12.3 Bello Horizonte \_\_\_\_

13. ¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre la empresa?

13.1 Redes sociales \_\_\_\_

13.2 Anuncios de periódico \_\_\_\_

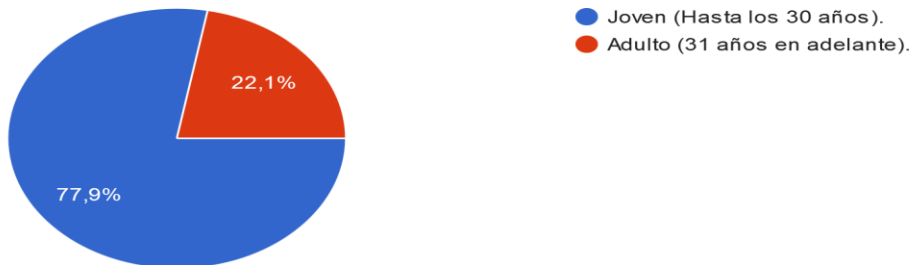
13.3 Anuncios de radio. \_\_\_\_

13.4. Vallas publicitarias \_\_\_\_

## Gráficos de la Encuesta - Análisis de resultados

### 1. En base a su edad, en que grupo se encuentra.

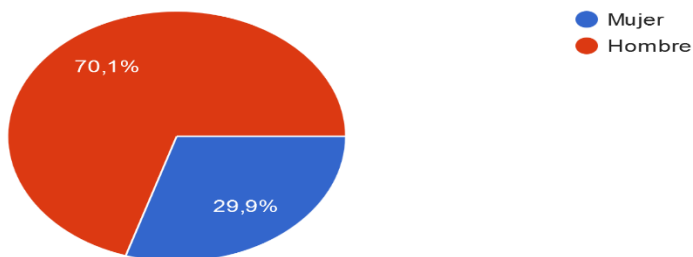
385 respuestas



Los encuestados corresponden a un 77.9% de público joven y un 22.1% restante al público adulto.

### 2. Sexo

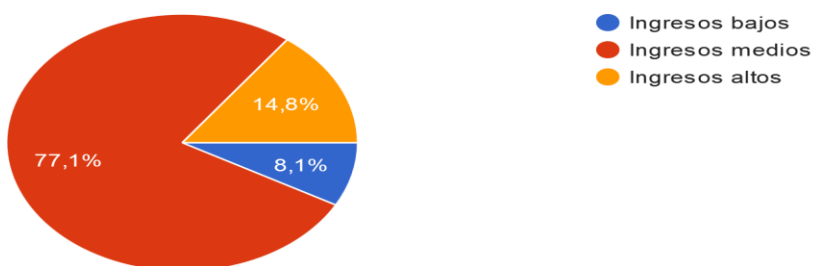
385 respuestas



Los encuestados corresponden a un 70.1% de género masculino y un 29.9% al género femenino.

### 3. Seleccione el rango en el que se encuentran sus ingresos

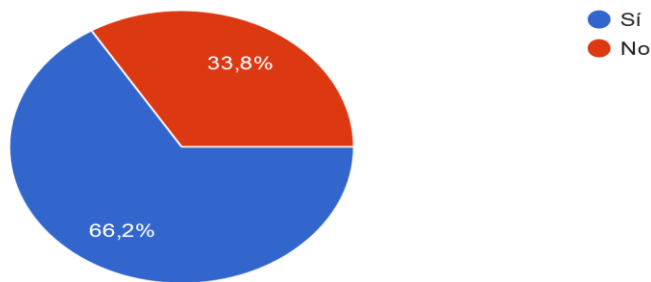
385 respuestas



El 77.1% de los encuestados cataloga sus ingresos como medios y un 14.8 % sus ingresos como altos, siendo este último dato beneficioso para la viabilidad del proyecto y así enfocar los recursos de este para el segmento de mercado de la clase media- alta.

#### 4. ¿Realiza ejercicios con máquinas en su casa?

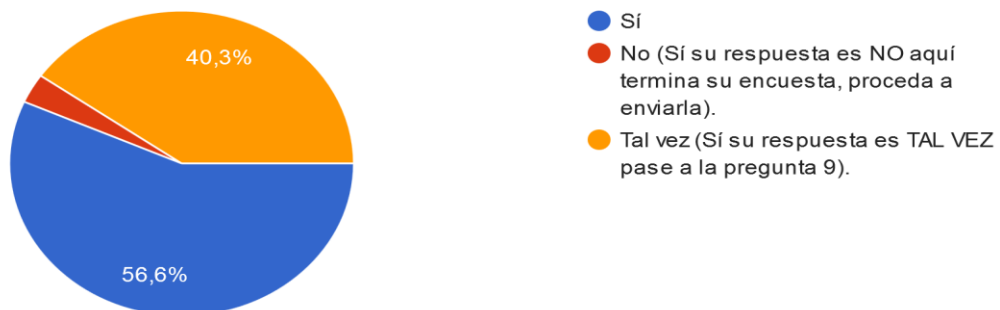
385 respuestas



*En cuanto al comportamiento de consumo que los encuestados mostraron, se obtuvo que el 66.2% realiza ejercicios con máquinas en su casa.*

#### 5. ¿Estaría usted interesado en adquirir máquinas para realizar ejercicios?

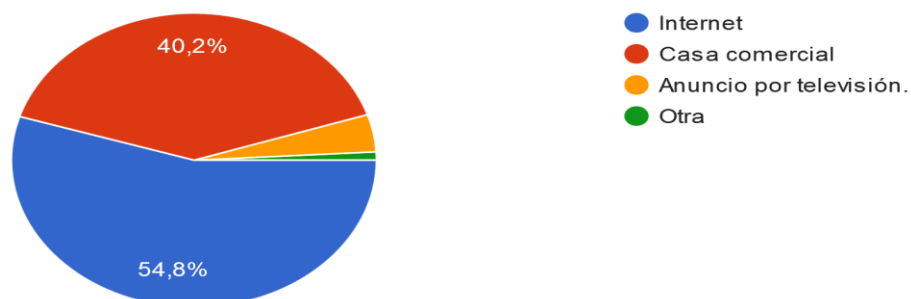
385 respuestas



*El interés por querer adquirir máquinas para realizar ejercicios es de carácter positivo con un 56.6% y existe una posibilidad de un 40.3% de los encuestados en tal vez adquirir dichas máquinas en un tiempo determinado.*

#### 6. ¿Dónde adquirió la/s máquinas para realizar ejercicios que tiene?

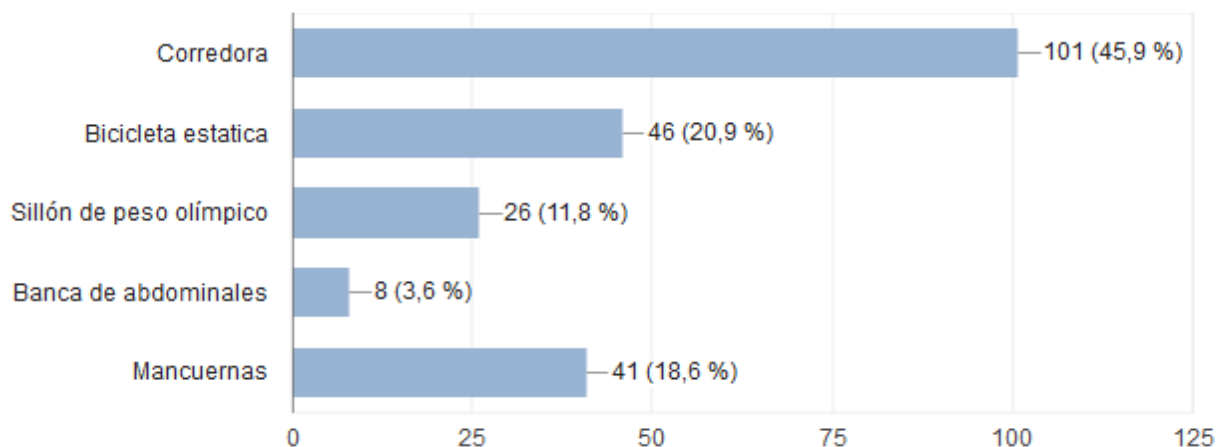
219 respuestas



*Con un 54.8% los encuestados determinaron que han adquirido sus maquinarias en compras por internet y un 40.2% en casas comerciales.*

## 7. ¿Qué tipo de máquinas ha comprado

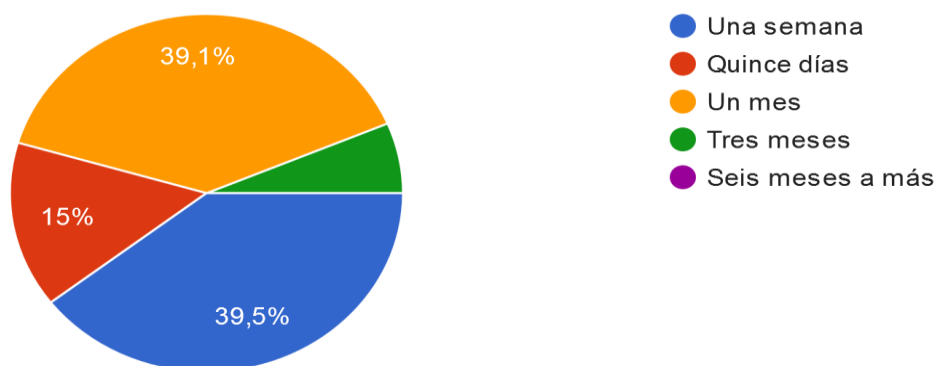
220 respuestas



Los encuestados en su mayoría dieron a conocer que las principales máquinas que ellos han adquirido para uso propio son la máquina corredora con una frecuencia del 45.9%, la bicicleta estática con un 20.9% y las mancuernas con un porcentaje de 18.6%.

## 8. ¿Cuánto tiempo duró la espera de su compra?

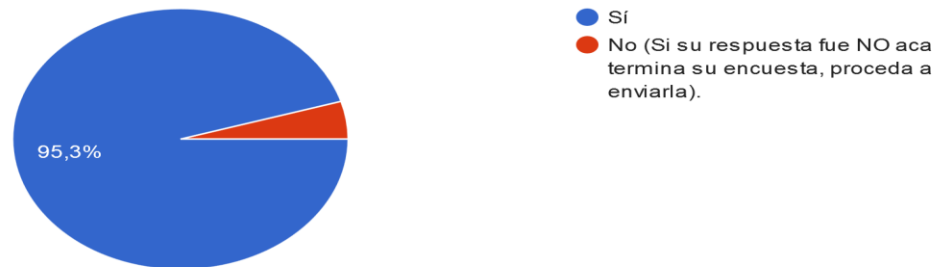
220 respuestas



Con un 39.5% los encuestados indicaron que esperaban una semana para tener su máquina de hacer ejercicio luego de haber realizado la compra, otro 39.1% esperaban un mes y un 15% quince días.

9. ¿Le gustaría un lugar en el centro de Managua donde tengan un amplio stock en venta y distribución de maquin...s para realizar ejercicio importadas?

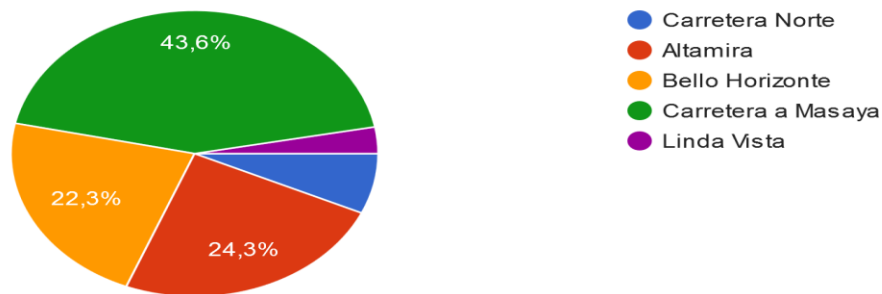
385 respuestas



*Un 95.3% determino que si le gustaría en Managua una oferta de servicio como la que se provee en este proyecto.*

10. ¿En que ubicación le resultaría conveniente el establecimiento?

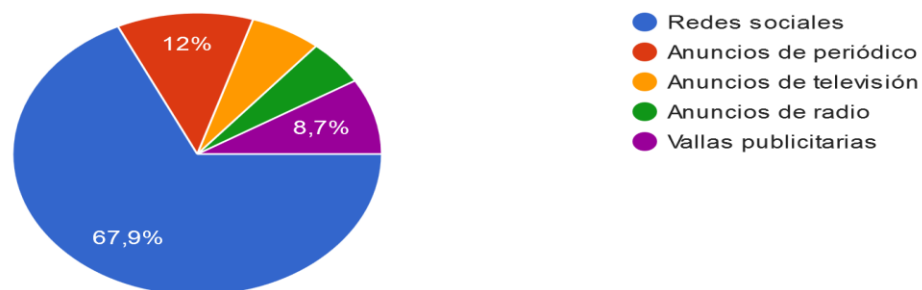
367 respuestas



*Los encuestados determinaron con un 43.6% que la ubicación de la empresa fuera en Carretera a Masaya, dicho dato será tomado en cuenta para la localización de la empresa.*

11. ¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre la empresa?

368 respuestas



*Los encuestados en su mayoría determinaron que les gustaría que fuesen informados a través de las redes sociales con un 67.9%, seguido de anuncios en periódico con un 12% y un 8.7% por medio de vallas publicitarias.*

# Formato registro MIPYME

REPÚBLICA DE NICARAGUA  
MINISTERIO DE FOMENTO, INDUSTRIA Y COMERCIO  
FORMULARIO PARA EL REGISTRO UNICO DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

## SECCIÓN I - UBICACIÓN GEOGRÁFICA Y LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO

1. Área: Urbana  Rural
2. Departamento: \_\_\_\_\_
3. Municipio: \_\_\_\_\_
4. Ciudad / Comarca: \_\_\_\_\_
5. Barrio / localidad: \_\_\_\_\_
6. Dirección del Negocio: \_\_\_\_\_
7. Tipo de Localización: a) En la vivienda del propietario   
b) Mercado  c) Centro Comercial  d) Otro Local   
e) Vía Pública Fijos  f. Vía Pública Ambulantes

## SECCIÓN II - INFORMACIÓN SOBRE EL TIPO DE PROPIEDAD

1. Persona Natural  2. Persona Jurídica

**Nota:** Si es persona natural, pasé a la Sección III  
Si es persona jurídica, siga en la Sección IV

## SECCIÓN III - INFORMACIÓN DEL PROPIETARIO(A)

1. Nombres \_\_\_\_\_
2. Apellidos \_\_\_\_\_
3. # Cédula: \_\_\_\_/\_\_\_\_ - \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ - \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_
4. Sexo: M  F
5. Nivel Académico (anote el último grado o año terminado y especifique cursos y carreras):  
a. Ninguno  c. Primaria  Grado \_\_\_\_  
b. Alfabetizado  d. Secundaria  Año \_\_\_\_  
f. Técnica  (Especifique) \_\_\_\_\_  
g. Universitario  Año \_\_\_\_ Carrera: \_\_\_\_\_  
h. Post-Grado: \_\_\_\_\_  
i. Otra (Especifique) \_\_\_\_\_
6. Domicilio:  
a) Departamento: \_\_\_\_\_  
b) Municipio: \_\_\_\_\_  
c) Ciudad: \_\_\_\_\_  
d) Localidad o Barrio: \_\_\_\_\_  
e) Dirección: \_\_\_\_\_  
f) Teléfono(s) f.1 \_\_\_\_\_ f.2 \_\_\_\_\_  
g) Correo Electrónico: \_\_\_\_\_

Siga en la Sección V

## SECCIÓN IV- PERSONAS JURÍDICAS

### 1. Tipos:

- a) Sociedad Anónima   
b) Compañía Limitada   
c) Cooperativa  # de Socios: \_\_\_\_\_  
d) Otra (especifique): \_\_\_\_\_

2. Fecha de Constitución: Día \_\_\_\_ Mes \_\_\_\_ Año \_\_\_\_

3. Razón Social: \_\_\_\_\_

### 4. Composición del Capital

- a) Capital Nacional \_\_\_\_\_ % b) Capital extranjero \_\_\_\_\_ %

### 5. Información del Representante Legal:

a. Nombres \_\_\_\_\_

b. Apellidos \_\_\_\_\_

c. # Cédula: \_\_\_\_/\_\_\_\_ - \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ - \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

d. Sexo: M  F

### e. Domicilio (Representante Legal):

i) Departamento: \_\_\_\_\_

ii) Municipio: \_\_\_\_\_

iii) Ciudad: \_\_\_\_\_

iv) Localidad o Barrio: \_\_\_\_\_

v) Dirección: \_\_\_\_\_

vi) Teléfono(s) vi.1 \_\_\_\_\_ vi.2 \_\_\_\_\_

vii) Correo Electrónico: \_\_\_\_\_

Siga en la Sección V

## SECCIÓN V - INFORMACIÓN DEL NEGOCIO

1. Nombre Comercial: \_\_\_\_\_

2. Matrícula de la Alcaldía: Día \_\_\_\_ Mes \_\_\_\_ Año \_\_\_\_ # \_\_\_\_

3. # RUC: \_\_\_\_\_ 4. # Tel.: \_\_\_\_\_

5. #Fax \_\_\_\_\_ 6. # Celular \_\_\_\_\_

7. Correo Electrónico \_\_\_\_\_

8. Página Web: \_\_\_\_\_

9. Inicó de operaciones: Día \_\_\_\_ Mes \_\_\_\_ Año \_\_\_\_

(Continuar en la siguiente página)



Continuación de la Sección V:

10. Giro del Negocio: Describa de la mejor manera la actividad principal a la que se dedica

11. ¿Se dedica a otra actividad, además de la anteriormente especificada? Si  No

12. Actividad Secundaria. Si realiza más de una actividad, especifique en qué consiste la segunda en importancia

13. Especificar los productos, líneas de productos o servicios de su actividad principal g) Inf. Interna (CUAEN):     

a) \_\_\_\_\_ d) \_\_\_\_\_  
 b) \_\_\_\_\_ e) \_\_\_\_\_  
 c) \_\_\_\_\_ f) \_\_\_\_\_

14. Especificar los principales productos, líneas de productos de su actividad secundaria g) Inf. Interna (CUAEN) :     

a) \_\_\_\_\_ d) \_\_\_\_\_  
 b) \_\_\_\_\_ e) \_\_\_\_\_  
 c) \_\_\_\_\_ f) \_\_\_\_\_

15. Cantidad de Trabajadores, Tipo de Remuneración y Situación laboral: (Incluyendo al propietario)

Área de Trabajo	Remunerados	No Remunerados	Total	H	M	Permanentes	Temporales
Administración							
Producción							
Ventas							
<b>Total</b>							
Familiares							

16. Valor estimado de Ventas (en Miles C\$): \_\_\_\_\_ a) # de días de trabajo por semana \_\_\_\_ b) # de semanas por año \_\_\_\_

Período	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Año
Día													
Semana													
Mes													

17. Valor estimado de los Activos totales del negocio a la fecha (día/mes/año):     

18. Documentos adjuntos

Tipos de Activos	Valor en C\$
a) Efectivo	
b) Cuentas por Cobrar	
c) Inventarios	
d) Terrenos y Edificios	
e) Vehículos	
f) Mobiliario y Equipo de Oficina	
g) Máquinas, Equipos y Herramientas	
h) Otros Activos	
<b>Total</b>	

1. Cédula de Identidad	
2. Matricula de Alcaldía	
3. Cédula RUC	
4. Escritura de Constitución	
5. Estados Financieros	


**SECCIÓN VI. INFORMACIÓN DE USO INTERNO:**

1. Oficina: DPYME  CAMIPYME: \_\_\_\_\_ 2. Fecha: Día \_\_\_\_ Mes \_\_\_\_ Año \_\_\_\_ 3. # Consecutivo \_\_\_\_\_  
 4. Llenado por: \_\_\_\_\_ 5. Revisado por \_\_\_\_\_

La presente información es para uso exclusivo del MIFIC, quien asume el compromiso formal de no compartirla ni divulgarla con otras entidades, ya sean éstas públicas o privadas.  
 Declaro que la información aquí suministrada es verdadera y me comprometo a informar a las autoridades correspondientes sobre cualquier variación que signifique un cambio en la información aquí anotada.

Firma del Propietario o Representante legal: \_\_\_\_\_

# Formulario de la DGI



Gobierno de Reconciliación  
y Unidad Nacional  
*02. Pueblo. Paralelo!*

**REPÚBLICA DE NICARAGUA**  
**MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO**  
**DIRECCIÓN GENERAL DE INGRESOS**

---

ESTE FORMULARIO DEBE SER UTILIZADO PARA INSCRIBIRSE EN EL REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTE, O PARA EL CAMBIO DE INFORMACIÓN DE LOS CONTRIBUYENTES YA INSCRITOS EN EL MISMO

**I. CAMBIO DE INFORMACION ( Solo en los casos en los que se desee modificar información ya registrada en la DGI )**

Cambios de Información:	Datos Básicos <input type="checkbox"/>	Dirección <input type="checkbox"/>	<b>NÚMERO DE RUC</b>										
Actividad Económica <input type="checkbox"/>	Baja de Contribuyente <input type="checkbox"/>	Reposición Carnet <input type="checkbox"/>	<table border="1" style="width: 100%; height: 20px;"> <tr> <td style="width: 12.5%;"></td> <td style="width: 12.5%;"></td> <td style="width: 12.5%;"></td> <td style="width: 12.5%;"></td> <td style="width: 12.5%;"></td> <td style="width: 12.5%;"></td> <td style="width: 12.5%;"></td> <td style="width: 12.5%;"></td> <td style="width: 12.5%;"></td> <td style="width: 12.5%;"></td> </tr> </table>										

---

**II. DATOS BÁSICOS**

Primer Apellido	Segundo Apellido	Nombres
Nombre Comercial:		
Tipo de Identificación:	Cédula de Identidad <input type="checkbox"/>	Número de Documento:
	Pasaporte <input type="checkbox"/>	
	Cédula Residencia <input type="checkbox"/>	Lugar de Expedición:
Fecha de Nacimiento:	Sexo: M <input type="checkbox"/>	Nacionalidad:
DIA      MES      AÑO	F <input type="checkbox"/>	Nicaragüense <input type="checkbox"/> Otra: _____

---

**III. DIRECCION**

Domicilio Comercial:		Casa No.:	Reparto/ Barrio:
Apartado Postal:	Teléfono:	Fax:	Correo Electrónico:
Domicilio Personal:			
Apartado Postal:		Casa No.:	Reparto/ Barrio:
Teléfono:		Fax:	Correo Electrónico:

---

**IV. ACTIVIDAD ECONOMICA**

A - B - M    Actividad Económica Principal: ✓

**Tipo de Actividad Económica**

Pequeña Industria     Ferretería     Abarrotes     Servicios     Farmacia     Artesanía     Ropa-Calzado

Joyería - Relojería     Electrodomésticos     Comidería-Bar     Otros: \_\_\_\_\_    No. Empleados

---

**V. INFORMACION FINANCIERA**

Activo: CS     Valor de Inventarios: CS     Ventas Mensuales: CS ✓

---

**VI. REPOSICIÓN DE CARNET DE CONTRIBUYENTE O CERTIFICADO DE INSCRIPCION**

1. Reposición de Carnet     2. Reposición de Certificado de Inscripción     3. Renovación de Carnet y Certificado

Administración de Rentas: \_\_\_\_\_

Nombres y Apellidos de la Persona que realiza el Trámite: ✓ \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_    Cédula de Identificación: ✓ \_\_\_\_\_    Fecha: / /

## Matricula de la Alcaldía




### ALCALDIA DE MANAGUA

#### DIRECCIÓN GENERAL DE RECAUDACIÓN

#### CONSTANCIA DE MATRICULA

### COLOCAR EN LUGAR VISIBLE



000005

REGIMEN: \_\_\_\_\_ AÑO: \_\_\_\_\_

LA DIRECCION GENERAL DE RECAUDACION, HACE CONSTAR QUE EL CONTRIBUYENTE:

ESTA MATRICULADO CON No. RUC: \_\_\_\_\_ CTA. FISCAL: \_\_\_\_\_

DIRECCION: \_\_\_\_\_

DIST. No.: \_\_\_\_\_ ACTIVIDAD ECONOMICA: \_\_\_\_\_

R.O.C. No.: \_\_\_\_\_ FECHA: \_\_\_\_\_ F. EMISION CONSTANCIA: \_\_\_\_\_

FIRMA Y SELLO



O y M-RE.03

MUESTRA

## Sistema Arancelario Centroamericano (Aplicable en Nicaragua)

### SECCIÓN XX

#### MERCANCIAS Y PRODUCTOS DIVERSOS

94. Muebles; mobiliario medicoquirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros y placas indicadoras luminosos y artículos similares; construcciones prefabricadas.
95. Juguetes, juegos y artículos para recreo o deporte; sus partes y accesorios.
96. Manufacturas diversas.

Secc. XX

SISTEMA ARANCELARIO CENTROAMERICANO  
(Aplicable en Nicaragua)

Pág. 454

Partida	Incisos	Descripción	Arancel Preferencial												
			DAI	ISC	IVA	MX	DO	US	CA	TW	PA	CL	UE	CU	EC
9506.19.00.00.00	-- Los demás		10	0	15	0	0	0	0	0	0	0	3	0	10
9506.2	- Esquis acuáticos, tablas, deslizadores de vela y demás artículos para práctica de deportes acuáticos:														
9506.21.00.00.00	-- Deslizadores de vela		10	30	15	0	0	0	0	0	0	0	3	0	10
9506.29.00.00.00	-- Los demás		10	0	15	0	0	0	0	2	0	0	3	0	10
9506.3	- Palos de golf ("clubs") y demás artículos para golf:														
9506.31.00.00.00	-- Palos de golf ("clubs") completos		10	0	15	0	0	0	0	0	0	2	3	0	10
9506.32.00.00.00	-- Pelotas		10	0	15	0	0	0	0	0	0	2	3	0	10
9506.39.00.00.00	-- Los demás		10	0	15	0	0	0	0	0	0	2	3	0	10
9506.40	- Artículos y material para tenis de mesa:														
9506.40.10.00.00	-- Mesas		15	0	15	0	0	0	0	0	0	3	4.5	0	15
9506.40.90.00.00	-- Otros		10	0	15	0	0	0	0	0	0	2	3	0	10
9506.5	- Raquetas de tenis, bádminton o similares, incluso sin cordaje:														
9506.51.00.00.00	-- Raquetas de tenis, incluso sin cordaje		10	0	15	0	0	0	0	0	0	2	3	0	10
9506.59.00.00.00	-- Las demás		10	0	15	0	0	0	0	0	0	2	3	0	10
9506.6	- Balones y pelotas, excepto las de golf o tenis de mesa:														
9506.61.00.00.00	-- Pelotas de tenis		10	0	15	0	0	0	0	0	0	2	3	0	10
9506.62.00.00.00	-- Inflables		10	0	15	0	0	0	0	0	0	0	3	0	10
9506.69.00.00.00	-- Los demás		10	0	15	0	0	0	0	0	0	0	3	0	10
9506.70.00.00.00	- Patines para hielo y patines de ruedas, incluido el calzado con patines fijos		10	0	15	0	0	0	0	0	0	0	3	0	10
9506.9	- Los demás:														
9506.91.00.00.00	-- Artículos y material para cultura física, gimnasia o atletismo		10	0	15	0	0	0	0	2	0	0	0	0	10
9506.99.00.00.00	-- Los demás		10	20	15	0	0	0	0	2	0	0	3	0	10

## Tarifa de Seguro para Importación.

### 2. TARIFA DE SEGURO PARA CUALQUIER IMPORTACION DE MERCANCIA, EXCEPTO VEHICULOS DEL CAPITULO 87 DEL SAC.

#### 2.1 VIA MARITIMA Y TERRESTRE % SOBRE EL VALOR FOB

PROCENDENCIA	PERFUMERIA RELOJERIA	ARTICULOS JUGUETERIA	ARTICULOS FERRETERIA	MAQUINARIA	REPUESTOS EN GENERAL	OTRAS MCIAS.
NORTEAMERICA Y SURAMERICA	1.99 %	1.85 %	2.15 %	1.00 %	1.57 %	1.45 %
CENTROAMERIC A	1.85 %	1.79 %	1.90 %	0.90 %	1.40 %	1.35 %
PANAMA	1.95 %	1.80 %	2.00 %	0.95 %	1.57 %	1.40 %
EUROPA	2.25 %	2.00 %	2.28 %	1.12 %	1.68 %	1.55 %
ASIA	2.50 %	2.20 %	2.75 %	1.30 %	1.85 %	1.70 %
AFRICA OCEANICA	2.19 %	2.15 %	2.30 %	1.35 %	1.79 %	1.62 %

## Sistema Aduanero Nicaragüense – Facilitador de la Importación

### 3.1.1.1 Facilitador de la Importación

Hay dos tipos de usuarios de la DGA que realizan esta actividad. Los importadores productores-exportadores que operan bajo el régimen de Zona Franca y los importadores clásicos.

Los primeros gozan de un régimen especial libre de impuestos. En este caso la DGA se limita a controlar el ingreso y salida de mercancías, como además del control de las instalaciones físicas. Han ocurrido una que otra “fuga” tanto de materia prima como de productos terminados, pero es muy raro y por tal motivo la confianza se mantiene y el usuario se manifiesta satisfecho.

Los importadores clásicos no pueden decir lo mismo. En primer lugar la relación se basa en la desconfianza al usuario, quien según la aduana siempre tarta de evadir responsabilidades fiscales. La desconfianza también abarca al personal que brinda el servicio, aparentemente corrupto, lo que origina tediosos trámites combinados con un servicio operativo que, a pesar de los avances, aun se considera lento y que además es caro.

# Proforma #1 de Costo de Maquinaria (Bicicleta, Elíptica, Caminadora)



## Sales Quote

Date	Quote #
6/13/2019	4472

Name / Address Fausto Rene Tercero Km5 Carretera a Masaya Distrito 5 Managua Nicaragua	Sales Rep	Ship To
	IC	

Description	Tag #	Qty	Rate	Total
Life Fitness Integrity Treadmill (Purple) - As Is Working Condition	Need Tag#	10	650.00	6,500.00
Life Fitness Integrity Elliptical (Purple) - As Is Working Condition	Need Tag#	10	485.00	4,850.00
Precor Chrono Power Indoor Cycle - As Is Working Condition	Need Tag#	10	585.00	5,850.00
<p>Precios válidos por 3 días a partir de la fecha de la cotización. Se requiere una firma y un depósito de 50% para mantener el equipo apartado y procesar la orden al menos que se indique lo contrario. El pago final es requerido antes de liberar el equipo. Se aplicarán tarifas de almacenamiento por equipo no recogido dentro de los 15 días laborables después de la notificación de que el pedido está listo. 30% de tarifa de realmacenamiento por equipo cancelado o devuelto. El cliente acepta el precio, las especificaciones y los términos y condiciones que se adjuntan. Tenga en cuenta que los plazos de entrega comienzan una vez que se ha procesado la orden.</p>			<p>A 3% processing fee will be applied to any credit card payments totalling over \$4,000 per</p>	<p><b>Total</b>  <b>\$17,200.00</b></p>

Print Name: \_\_\_\_\_

Signature \_\_\_\_\_

**Proforma #2 de Costo de Maquinarias de hacer ejercicio.**

**Sales Quote**



Date	Quote #
10/8/2019	4742

Name / Address
Fausto Rene Tercero Km5 Carretera a Masaya Distrito 5 Managua Nicaragua

Sales Rep
IC

Ship To

Description	Tag #	Qty	Rate	Total
Life Fitness 3 Tier Dumbbell Rack - As Is Working Condition	24955	1	300.00	300.00
Cap Hex Dumbbell Set 5-50Lbs - As Is Working Condition	33045	1	500.00	500.00
Hoist Plate Tree - As Is Working Condition	19179	1	250.00	250.00
Hampton Weight Plates: (10)45Lbs, (10)35Lbs, (10)25Lbs, (10)10Lbs, (10)5Lbs - New @ @1.89 per pound	Need To Order	1,200	1.89	2,268.00
<p>Precios válidos por 3 días a partir de la fecha de la cotización. Se requiere una firma y un depósito de 50% para mantener el equipo apartado y procesar la orden al menos que se indique lo contrario. El pago final es requerido antes de liberar el equipo. Se aplicarán tarifas de almacenamiento por equipo no recogido dentro de los 15 días laborables después de la notificación de que el pedido está listo. 30% de tarifa de realmacenamiento por equipo cancelado o devuelto. El cliente acepta el precio, las especificaciones y los términos y condiciones que se adjuntan. Tenga en cuenta que los plazos de entrega comienzan una vez que se ha procesado la orden.</p>			<p>A 3% processing fee will be applied to any credit card payments totalling over \$4,000 per</p>	<p><b>Total</b>  <b>\$3,318.00</b></p>

Print Name: \_\_\_\_\_

Signature \_\_\_\_\_

# Proforma #1 de Costo de Envió de Maquinarias



a. hartrodt (u.s.a.), Inc. FMC Lic.# 1582  
 International Freight Forwarders  
 5777 West Century Blvd., Suite 1605  
 Los Angeles, CA 90045  
 Phone (+1 310) 645 0357  
 Fax (+1 310) 645 0358  
 lax.us@hartrodt.com  
 www.hartrodt.com

## Sea Freight (FCL) from Santa Ana to Corinto via Long Beach (CFR)

Page 1 of 1

Quote No QLAX00020458 - 775758	Service Level Door to Port	Valid From 22-Feb-19	Valid To 22-Mar-19
Frequency 1 per Week	Transit Time 10 Days Port to Port		
Commodity Fitness equipment	Carrier CMA-CGM (AMERICA), INC.		
<b>Shipment Information</b>			

This Quotation applies to the following shipment:

Weight Not Specified	Volume Not Specified	Chargeable Not Specified	Incoterm Cost And Freight
Customs Entries 1	Entry / Invoice Lines 1	Value of Goods Not Specified	Insurance Value 0.00
Pickup Address Primo Fitness 1909 S Susan St Santa Ana CA 92704 United States		Delivery Address	

Container Information 1 x 20GP	General Cargo, not restricted/hazardous
-----------------------------------	---

Quotation Details		Quote Currency
International Freight	1255.00 USD	1255.00 USD
Export Handling Fee	85.00 USD	85.00 USD
Bill of Lading Fee	50.00 USD	50.00 USD
Export Compliance Fee	9.50 USD	9.50 USD
Export Customs Declaration	25.00 USD	25.00 USD
INTTRA Transmission Fee	18.00 USD	18.00 USD
Origin Security Fee	30.00 USD	30.00 USD
VGM / SOLAS Admin Fee	50.00 USD	50.00 USD
Container Drayage Charge Includes the drop off fee	640.00 USD	640.00 USD
Chassis Usage Charge \$30/day min 3 days	90.00 USD	90.00 USD
Traffic Mitigation Fee / Pier Pass	31.52 USD	31.52 USD
Clean Truck Fee	35.00 USD	35.00 USD
Drayage based on live load at commercial dock locations only; Fuel Surcharge. All rates are subject to Space & Equipment availability at time of booking. Destination Port Charges are not included and for account of the consignee.		
Drop off fee included		
<b>Sub-total (USD)</b>	<b>2,319.02</b>	
<b>TOTAL CHARGES:</b>	<b>USD</b>	<b>2,319.02</b>

"All business undertaken is subject to Terms & Conditions as recommended by the National Customs Brokers and Freight Forwarders Association of America, Inc, which are available on request."

Please note that this Quotation is only applicable to the shipment defined under "Shipment Information". This Quotation will be deemed invalid after this shipment has been processed.

Any foreign currency conversions have been undertaken using current exchange rates and thus local currency charges are subject to change.

## Proforma #2 de Costo de Envío de Maquinarias



a. hartrodt (u.s.a.), Inc. FMC Lic.# 1582  
 International Freight Forwarders  
 5777 West Century Blvd., Suite 1605  
 Los Angeles, CA 90045  
 Phone (+1 310) 645 0357  
 Fax (+1 310) 645 0358  
 lax.us@hartrodt.com  
 www.hartrodt.com

### Sea Freight (FCL) from Santa Ana to Corinto via Long Beach (CFR)

Page 1 of 1

Quote No QLAX00020460 - 775758	Service Level Door to Port	Valid From 22-Feb-19	Valid To 22-Mar-19
Frequency 1 per Week	Transit Time 10 Days Port to Port		
Commodity Fitness equipment	Carrier CMA-CGM (AMERICA), INC.		
<b>Shipment Information</b>			

This Quotation applies to the following shipment:

Weight Not Specified	Volume Not Specified	Chargeable Not Specified	Incoterm Cost And Freight
Customs Entries 1	Entry / Invoice Lines 1	Value of Goods Not Specified	Insurance Value 0.00
Pickup Address Primo Fitness 1909 S Susan St Santa Ana CA 92704 United States		Delivery Address	

Container Information 1 x 40HC	General Cargo, not restricted/hazardous
-----------------------------------	---

Quotation Details		Quote Currency
International Freight	1610.00 USD	1610.00 USD
Export Handling Fee	85.00 USD	85.00 USD
Bill of Lading Fee	50.00 USD	50.00 USD
Export Compliance Fee	9.50 USD	9.50 USD
Export Customs Declaration	25.00 USD	25.00 USD
INTRTRA Transmission Fee	18.00 USD	18.00 USD
Origin Security Fee	30.00 USD	30.00 USD
VGM / SOLAS Admin Fee	50.00 USD	50.00 USD
Container Drayage Charge Includes the drop off fee	640.00 USD	640.00 USD
Chassis Usage Charge \$30/day min 3 days	90.00 USD	90.00 USD
Traffic Mitigation Fee / Pier Pass	63.04 USD	63.04 USD
Clean Truck Fee	70.00 USD	70.00 USD
Drayage based on live load at commercial dock locations only; Fuel Surcharge. All rates are subject to Space & Equipment availability at time of booking. Destination Port Charges are not included and for account of the consignee.		
Drop off fee included		
<b>Sub-total (USD)</b>	<b>2,740.54</b>	
<b>TOTAL CHARGES:</b>	<b>USD</b>	<b>2,740.54</b>





"All business undertaken is subject to Terms & Conditions as recommended by the National Customs Brokers and Freight Forwarders Association of America, Inc, which are available on request."

Please note that this Quotation is only applicable to the shipment defined under "Shipment Information". This Quotation will be deemed invalid after this shipment has been processed.

Any foreign currency conversions have been undertaken using current exchange rates and thus local currency charges are subject to change.



## Cotizaciones De Precios en el Mercado De Maquinas Para Realizar Ejercicios.

<p>Maquinas para Gimnasio Man...</p> <p>Inicio Información Videos Fotos Publicaciones</p> <p>Álbum Equipos Profesionales Para Gimnasios</p> <p>Maquinas para Gimnasio Managua Nicaragua agregó una foto nueva.</p> <p>\$1100 Dólares</p>  <p><b>PRENSA ATLETICA</b></p>	<p>Maquinas para Gimnasio Man...</p> <p>Inicio Información Videos Fotos Publicaciones</p> <p>Maquinas para Gimnasio Managua Nicaragua agregó una foto nueva.</p> <p>\$400 Dolarés</p>  <p>Comprar</p> <p>www.facebook.com</p> <p><b>BANCA DE PECHO INCLINADA</b></p>
<p>Publicación de Maquinas para Gim...</p>  <p>\$1800 Dolarés</p> <p>5</p> <p>1 comentario</p> <p><b>Peck deck + deltoides</b></p>	<p>Publicación de Maquinas para Gim...</p> <p>Me gusta Comentar Compartir</p>  <p>\$1200 Dolarés</p> <p>1</p> <p><b>POLEA</b></p>

**IMÁGENES DE ENTRADA A TERMINAL DE CONTENEDORES PUERTO CORINTO**



IMÁGENES DE PATIO PORTUARIO



**IMÁGENES DE MUELLE PUERTO CORINTO**



**IMÁGENES DE EQUIPO PARA DESCARGUE DE CONTENEDORES**



IMÁGENES DE IMPORTACION DE MAQUINARIAS



# IMÁGENES DE IMPORTACION DE MAQUINARIAS



IMÁGENES DE IMPORTACION DE MAQUINARIAS





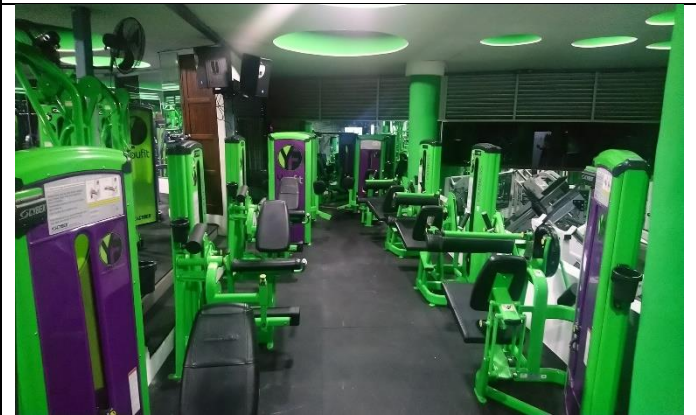
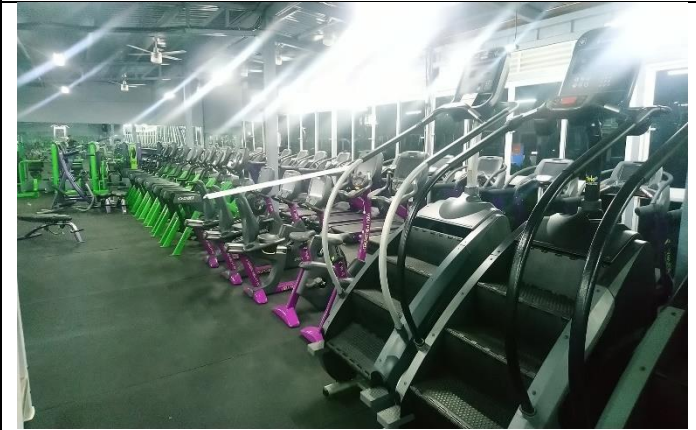
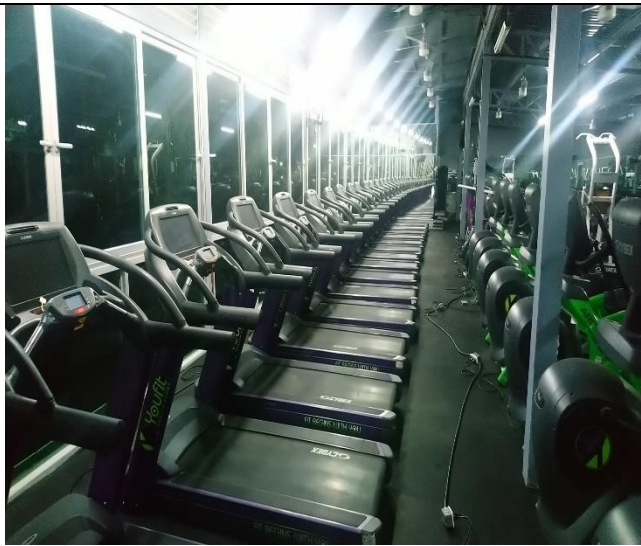
IMÁGENES DE MAQUINARIAS EN GIMNASIOS DE MANAGUA (GIMNASIO RHINSPORT)



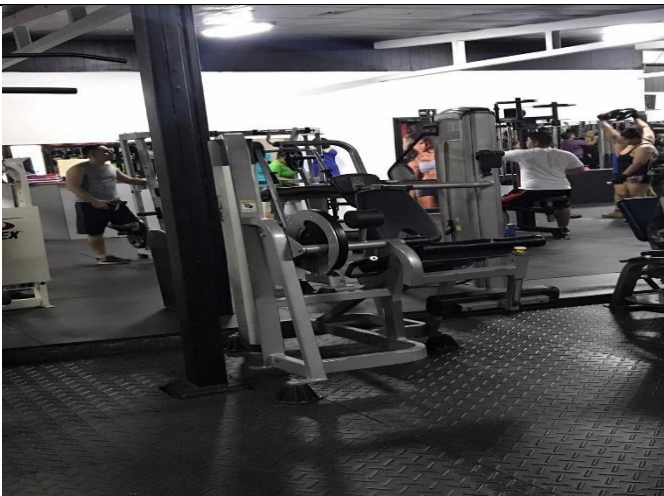
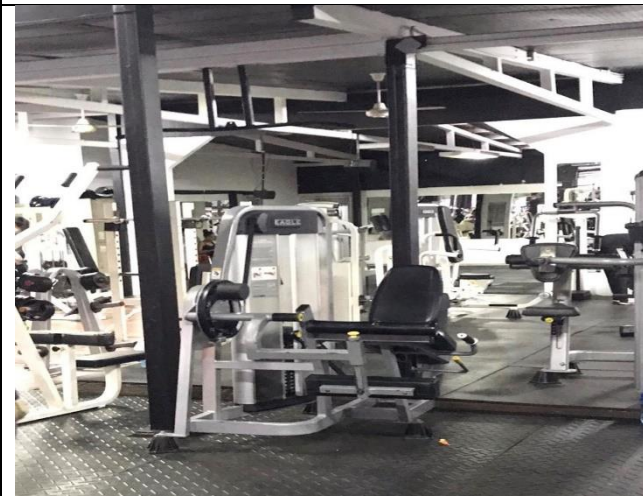
IMÁGENES DE MAQUINARIAS EN GIMNASIOS DE MANAGUA (GIMNASIO COLISEO)



IMÁGENES DE MAQUINARIAS EN GIMNASIOS DE MANAGUA (GIMNASIO COPA MUNDIAL)



IMÁGENES DE MAQUINARIAS EN GIMNASIOS DE MANAGUA (GIMNASIO BODY-FACTORY)



IMÁGENES DE MAQUINARIAS EN GIMNASIOS DE MANAGUA (GIMNASIO FITNESS-FACTORY)

