



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERIA
FACULTAD DE TECNOLOGIA DE LA INDUSTRIA
INGENIERIA INDUSTRIAL**

“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

AUTOR

Br. Alejandro Josuè Quintero Betanco

TUTOR

Mcs. Luis Alberto Chavarría Valverde.

Managua, 16 de abril de 2021

DEDICATORIA

El presente proyecto está dedicado primeramente a Dios, por haberme permitido alcanzar una meta más en mi vida, a quien le doy toda la honra y la gloria por darme las fuerzas para seguir adelante en todo momento.

A mis maravillosos padres, Urania Betanco y Alejandro Quintero por haberme apoyado desde que tengo memoria.

A mi hermana Alejandra Quintero, por recordarme lo importante de terminar lo que se empieza.

A mis compañeros de carrera por haberme motivado a culminar mis estudios y por los buenos deseos que durante 5 años me ofrecieron.

A mi tutor, el profesor Luis Chavarría por su disposición y apoyo durante el trabajo monográfico.

A mis profesores, por toda la enseñanza, consejos y empeño a lo largo de todos estos años en la universidad.

A todas las personas que de una y otra manera están vinculadas a mi vida y me ayudaron a ser el hombre que soy.

Alejandro Josué Quintero Betanco

RESUMEN

El presente proyecto denominado “Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”, se ha desarrollado teniendo como base inicial una idea personal y los deseos de centralizar la panadería y obtener utilidades.

Este proyecto pretende demostrar la viabilidad de ofrecer pan enriquecido con banana y pasa a precio accesibles y que además tenga un valor agregado que permita captar más clientes. La panadería “Rico y saludable” pretender cumplir con las necesidades y exigencias de los consumidores.

La realización del estudio de pre factibilidad lleva al desarrollo de un estudio de mercado, un estudio técnico, un estudio organizacional, un estudio financiero y otro de evaluación financiera de lo cual se obtiene lo siguiente:

En el estudio de mercado tras la realización de una metodología de investigación, entre los puntos más importantes a mencionar es que existe una demanda de mercado insatisfecha y que la oferta de la nueva tienda va estar determinada por el porcentaje de absorción de esta demanda, el cual se indicó en un 22% y de la misma forma se estableció las formas de publicidad de la panadería.

En el estudio técnico se determinó la capacidad de producción de la panadería asegurándose que, aunque se encuentre en situaciones de comportamiento de consumos estacionales e inestables se prevé un porcentaje de absorción del 22%, este viene a definir la capacidad de comercialización de la panadería “Rico y saludable”. Se

determinó la localización estratégica de la panadería, estará ubicada del hotel lost Inn Managua, 30 metros al sur a mano izquierda.

En el estudio financiero se sistematizaron los siguientes rubros: ingresos por venta, costos de ventas, gastos de administración y ventas.

Se estableció como fuente de financiamiento el Banco banpro, este indico los requisitos para optar al préstamo y las condiciones de pago del mismo, entre las condiciones se tiene una tasa de interés de 18%, con amortización de capital trimestral a pagarse en 4 años.

Dado que la evaluación del proyecto se realizó con financiamiento, debido al requerimiento, se hizo necesaria la obtención de una TMAR mixta. En la evaluación financiera una vez que se realizó la sistematización de ingresos, costos y gastos se construyó el flujo de caja con financiamiento, se estableció que el proyecto con financiamiento es rentable obteniendo los siguientes indicadores un VPN igual a

17301,37 córdobas, una TIR del 21%.

De lo anterior se afirma con seguridad que el presente proyecto se constituye mercadotecnia, técnica y financieramente pre-factible.

Tabla de contenido

Introducción	1
Antecedentes	3
Justificación.....	4
OBJETIVOS	5
MARCO TEORICO.....	6
DISEÑO METODOLOGICO	11
CAPITULO 1: ESTUDIO DE MERCADO	18
NOMBRE DEL PRODUCTO.	19
DESCRIPCION DEL PRODUCTO.	19
Definición.....	19
Usos y beneficios del consumo del pan enriquecido.	20
DETERMINACION DE LA METODOLOGIA QUE SE EMPLEARA EN LA	
INVESTIGACION DE MERCADO	22
Segmentación del mercado.	23
Identificación del mercado.....	24
Tamaño del mercado.....	25
Calculo de la muestra.....	26
Elaboración de la encuesta.....	27
Análisis de los resultados	28

Ingesta per cápita promedio de pan al día.....	36
Adecuación de la ingesta per cápita promedio para la población.....	36
Análisis.....	37
Población Meta.....	38
Análisis del consumidor.....	38
Análisis de la demanda.....	38
Demanda actual.....	39
Proyección de la demanda.....	39
Análisis de la Oferta.....	41
Proyección de la oferta.....	41
Estimación de la demanda insatisfecha.....	42
Análisis de los precios.....	44
Estrategia de precios.....	45
Estrategia de producto.....	46
Estrategia de promoción.....	46
Estrategias de plaza o distribución.....	47
Análisis Porter de “Rico y saludable”.....	48
Comercialización.....	49
CAPITULO 2: ESTUDIO TECNICO.....	51
Tamaño del proyecto.....	52

Plan de producción.....	53
Estudio del producto que se comercializaran.....	53
Cantidad necesaria de producto.	54
Diagrama de proceso.....	56
Materia prima.....	57
Materiales y equipos.....	57
Localización.....	58
Macro localización.....	58
Localización por puntos ponderados.....	60
Micro localización.....	62
Alternativas Tecnológicas.....	65
Gráfico N°16: Alternativas Tecnológicas.....	65
Maquinaria y equipos.....	66
Costos de maquinaria y equipos.....	69
Capacidad instalada.....	69
Edificios e instalaciones.....	70
Distribución por áreas.....	70
Matriz SLP.....	71
Diagrama de Relaciones.....	73
Método Carga-Distancia.....	75

Distribución de Planta.....	75
Políticas de la empresa.....	77
Misión.....	77
Visión.....	77
Valores.....	77
Principios y políticas.....	78
Estudio organizacional.....	78
Estructura organizacional de la empresa.....	78
Organización de recursos humanos.....	79
Organigrama de la panadería.....	80
Evaluación por puntos.....	81
Requerimiento del personal.....	83
Asignación de salarios.....	83
Personal para el funcionamiento del proyecto.....	85
Requerimientos de equipos de oficina, insumos, muebles y enseres de limpieza.....	89
Requerimiento de suministros de oficina y enseres de limpieza.....	90
Estudio legal.....	91
Marco legal.....	92
Requisitos persona natural:.....	93
Requisitos solicitados por el MINSA para la obtención de licencia sanitaria.....	94

Logotipo de la panadería “Rico y saludable”, ubicada en la ciudad de Managua.	96
CAPITULO 3.....	97
ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO	97
Estudio económico.....	98
Ingresos	98
Costos y gastos.....	101
Costos fijos.....	101
Costos de materia prima.....	102
Costos de producción.....	102
Gastos de administración.....	103
Gastos de alquiler del local.....	103
Salarios.....	104
Gastos por servicios básico.....	108
Gastos de suministros de oficina.....	110
Gastos de ventas.....	111
Gastos por promoción y publicidad.....	112
Gastos por enseres de limpieza.....	113
PRESUPUESTO DE INVERSIONES.....	114
CIF Variable por año.....	115
CIF Fijo por año.....	115

Inversión de activo fijo.....	116
Inversión Activos diferidos.....	118
Capital de trabajo.....	121
Inversión en capital de trabajo.....	122
Inversión Total del proyecto.....	122
Calculo del pago del préstamo al banco.....	123
Depreciaciones de activos fijos y amortizaciones de activo diferido.....	124
Depreciaciones de activo fijo.....	124
Amortización de activos diferidos.....	124
Punto de equilibrio.....	129
Estado de resultados.....	131
Calculo de la TMAR.....	133
Calculo del VPN.....	133
Calculo de TIR.....	134
Plazo de recuperación de inversión descontada con financiamiento.....	134
Análisis de sensibilidad.....	136
TIR, análisis de sensibilidad.....	1
Conclusiones.....	3
CRONOGRAMA.....	¡Error! Marcador no definido.
BIBLIOGRAFIA.....	6

Anexos.....	7
Entrevista a Luisa Marjorie de panadería Marjorie.....	8
Entrevista a Fernanda Mois de panadería Mois.	9
Encuesta	10
Anexo N°1	13
Anexo N°2	17
Anexo N°3	18



Introducción

La industria del pan en Nicaragua es reconocida entre otras cosas, por su aporte a la producción nacional, por su elevada generación de empleo, la panificación nicaragüense consta de tres características relevantes: produce uno de los alimentos de mayor consumo en la población, la mayoría tiene origen en negocios Mipymes, y figura entre las actividades económicas en las que predominan las Mipymes con mayor capacidad de empleos.

La industria del pan presenta grandes brechas a nivel de empresas ya sea esta grande, mediana, pequeña o microempresa, debido a la desigualdad de recursos entre esta, para ser una empresa rentable en este rubro, es indispensable contar con la maquinaria adecuada para la elaboración del pan, y los medios para su distribución.

El pan de banana y pasa es una buena alternativa por quienes buscan comer sano por lo que es un negocio muy rentable, se catalogó como uno de los postres o meriendas más completas, pues posee una gran cantidad de nutrientes favorables para el organismo. “Esta receta es muy versátil, pues se puede usar como base de mucho otros platos dulces bajos en grasas y que son beneficiosos en sus aportes calóricos”

Su consumo aporta gran cantidad de vitaminas A, B, B12 y C, además contiene fibras que ayudan a digerirlo de manera efectiva, activando así el sistema digestivo y regulando sus funciones, además es altamente energético, por lo que resulta ideal comerlo durante el desayuno o en la merienda de las tardes previas a las actividades físicas que decidas



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

realizar para mantenerte en forma. Si se le añade pasas se incrementa su aporte nutricional, siendo así una receta ideal para comer sin remordimientos.

La iniciativa del siguiente trabajo fue realizar un estudio de pre-factibilidad para el establecimiento de una empresa de elaboración y distribución de pan enriquecido en el municipio de Managua, en el departamento de Managua, que permita aprovechar insumos como lo son; **el banano y pasa** ya que estos son fáciles de adquirir, siendo esta una alternativa innovadora ya que no utiliza harina de trigo, Además que cumple con los estándares de inocuidad en la elaboración del pan, según la normativa sanitaria del Minsa que permite obtener un alto grado de aceptabilidad y confianza por parte de los consumidores.



Antecedentes

El alto costo de la harina es una amenaza de cierre de muchas panaderías, independientemente de su tamaño y de su rentabilidad, el alza de la harina es uno de los principales problemas que afecta a pequeñas empresas para producir mayores cantidades de pan, Esto aumenta la crisis que atraviesan las panaderías.

No existe pan a base de granos enteros como sustituto de la harina. El pan de banano y pasa se prepara con granos enteros, en lugar de la harina blanca tradicional, estos últimos son fáciles de adquirir y más baratos que la harina, además de ser una fuente rica en minerales, fibra, micronutrientes y carbohidratos, contribuyen a disminuir el riesgo de enfermedades cardíacas, ayudan a mantener el peso corporal y previenen la diabetes de tipo 2, entre otros muchos beneficios para la salud.

Las panaderías no se ocupan solamente de la producción, sino también de la comercialización de sus productos, esta última se circunscribe a los alrededores del negocio. El no acceder a servicios de crédito limita la capacidad de los negocios de mejorar sus procesos de comercialización y de distribución, lo cual, a su vez, tiene efectos sobre la capacidad de producción, las dificultades para acceder a mercados más amplios y de mejores ingresos actúa como un desincentivo para el mejoramiento de la productividad y para el aumento de la producción, pero también para la posibilidad de exportar o de sustituir importaciones.



Justificación

la harina refinada da como resultado la perdida de muchas vitaminas y nutrientes. Al no depender de esta para la elaboración de el producto, la constante alza de precio de la harina no representara un problema para el negocio.

En este estudio se propone una alternativa para el aprovechamiento de uno de los insumos más consumidos por los nicaragüenses como lo son el banano acompañado con pasa que aumenta su valor nutricional, En un pan enriquecido con estos últimos ingredientes. El pan de banano y pasa ofrece grasas saludables mono insaturadas, lo cual ayuda a estabilizar los niveles de azúcar en la sangre y reducir los niveles de colesterol.

La panadería tiene como mercado meta tanto a niños como adultos dado que es rico en nutrientes y minerales, y está diseñada de tal manera que los clientes tengan fácil acceso a ella y a los precios de los productos a comparación con otras marcas registradas de pan, además su diseño y combinación de colores vividos, cálidos y vibrantes te invitan a degustar el producto que se ofrece.

La instalación de esta panadería no solo diversifica los productos dentro de este rubro, ya que además de ofrecer a los consumidores un nuevo pan rico en vitaminas y minerales, se crea una nueva fuente de empleo lo cual ayuda a impulsar la economía del país.



OBJETIVOS

Objetivo general

- Efectuar un estudio de pre-factibilidad para la instalación de un negocio de comercialización y distribución de pan enriquecido en el municipio de Managua.

Objetivo específico

- Realizar un estudio de mercado de consumo del pan enriquecido en el municipio de Managua que determinara su aceptación.
- Llevar a cabo un estudio técnico para proyectar el diseño del local y equipos necesarios para el proceso de pan de banana y pasa.
- Evaluar el estudio económico del proyecto financiero a realizar para conocer la rentabilidad del mismo.



MARCO TEORICO

Proyecto: es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana. (Urbina, 2006)

Estudio de pre factibilidad: Según Sapag (2014), es el análisis en el que se apoyan los inversionistas para tomar una decisión. El cual consiste en realizar una investigación de Mercado, estudio técnico, estudio y evaluación financiera, así como el análisis de sensibilidad.

Estudio de Mercado: Según (Kotler, 1993) consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda, la oferta, el análisis de precios y estudio de comercialización, su objetivo principal es verificar la posibilidad real de la penetración del producto en un Mercado determinado.

Un estudio de Mercado consiste en caracterizar el Mercado de un bien o un servicio, así como determinar su capacidad y perspectiva para un periodo denominado horizonte de planeación. Es útil para proveer una política de precios, estudiar la mejor forma de comercializar el producto y conocer si existe un Mercado viable para el producto que se pretende elaborar.

La investigación de Mercado es un método de corte transversal, sistemático y objetivo que se utilizo para probar o rechazar hipótesis sobre gusto, preferencias y comportamiento de los clientes antes, durante y después de adquirir un producto específico, a través de entrevistas, encuestas, grupos locales, experimento, mercados de prueba.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

- **Análisis de la demanda:** Es conocer como es la demanda, cuales son las características, las necesidades, los comportamientos, los deseos y las actitudes de los clientes, En el distrito #1 de la ciudad de Managua existe la necesidad de instalar un negocio de pan enriquecido que satisfaga las necesidades de la población tomando en consideración la preferencia y gusto del consumidor. (Sapag Chain, 2014)
- **Análisis de la oferta:** consiste en conocer los volúmenes de producción y venta de un determinado producto o servicio, así como saber, el mayor número de características de las empresas que los generan. En este estudio se obtuvo información de fuentes primarias como lo son las encuestas y entrevistas a los referente a nivel de panaderías que existen en el distrito #1, es decir de nuestra competencia. (Sapag Chain, 2014)
- **Análisis de precio:** las políticas de precios de una empresa determinan la forma en que se comportara la demanda. El establecimiento del precio es de suma importancia, pues este influyen más en precepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio. En este Proyecto se va considerar un precio de introducción al Mercado en base a los datos que proporcionan las encuestas que se realizaran. (Sapag Chain, 2014)
- **Canales de comercialización:** pueden ser más o menos largo, dependiendo del producto, e incluso el mismo fabricante puede utilizar diversos tipos de intermediarios incluye normalmente el mayorista y detallista. (Sapag Chain, 2014)



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Estudio técnico: se realizó una descripción de la capacidad instalada que se utilizara en el proceso de producción indicando los siguientes aspectos: Microlocalización, Macrolocalización, equipos, maquinarias, mano de obra requerida, procesos, terreno, infraestructura y organigrama de la empresa con el fin de verificar la viabilidad técnica de la puesta en marcha del Proyecto. En esta etapa indica (Sapag Chain, 2014) debe contener los siguientes elementos;

- **Macrolocalización:** determinar el lugar más adecuado donde se localizara la panadería y se evaluara los factores sociales geográficos, institucionales y económicos que afecten de manera positiva o negativa el funcionamiento de la misma.
- **Microlocalización:** determinara la ubicación exacta de la panadería describiendo así el costo del terreno, distancia entre las materias primas y el Mercado consumidor.
- **Maquinaria y Equipo:** estos deben ser acordes a la capacidad y tecnología que el Proyecto requiera se deben considerar factores tales como, el precio, las dimensiones, el costo de instalación, el consumo de energía, el costo de los repuestos, así como el costo de mantenimiento.
- **Proceso productivo:** procedimientos técnicos que se utilizan en la transformación de la materia prima y otros insumos para la obtención de pan de banana y pasa.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

- **Mano de obra requerida:** la mano de obra debe ser calificada, el personal debe tener experiencia en la rama del Proyecto y una idea clara del proceso maquinaria y equipo a utilizar.
- **Distribución de planta:** esta refleja la ubicación de todas las áreas de la empresa, así como la maquinaria y equipo esta ubicación se realiza conforme al tipo de Sistema de transformación que puede ser procesos o productos, para el estudio que se está realizando, la distribución de planta estará orientada al producto.

Estudio financiero: su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetaria que proporciona las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación financiera incluye inversiones fijas y diferidas de capital de trabajo y estimaciones en cuanto a ventas, costos de producción, gastos de ventas, gastos de administración y financieros. Además, refleja las proyecciones financieras, el balance de resultados, estado de pérdidas, ganancias y flujos proyectados, según (Urbina, 2006) se toman en cuenta los siguientes indicadores

Evaluación financiera: en esta etapa se hace uso de los indicadores necesarios para efectuar la evaluación financiera, las cuales son:

- **Tasa mínima atractiva de retorno (TMAR):** Es la tasa de crecimiento real de la empresa por arriba de la inflación.
- **Valor presente neto (VPN):** Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

- **Tasa interna de retorno (TIR):** Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero: puede definirse como la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.
- **Plazo de recuperación de la inversión (PRI):** Es el tiempo necesario para que el proyecto amortice por sí mismo el capital invertido. Este parámetro suministra cierta información sobre la liquidez de la inversión, es decir, cierta facilidad y rapidez de conversión en dinero.

La evaluación financiera: permite decidir si se ejecuta o no la implementación del Proyecto, indicando si es o no rentable la ejecución del mismo. A su vez, se realiza un análisis de sensibilidad que permite evaluar el riesgo ante una posible variación en algunas de las variables del Proyecto a corto o mediano plazo. (Urbina, 2006)



DISEÑO METODOLOGICO

El estudio de pre factibilidad, tiene un enfoque mixto en la investigación, cuantitativa ya que se recopiló información numérica (porcentaje de consumo del producto dependiendo las características) que fue analizada mediante indicadores y escalas de medición, también fue cualitativa donde se analizó las diversas opiniones y preferencias de consumo (características físicas del producto) en la cual se usó la técnica de recopilación de información como es la encuesta, investigación documental, entrevista. La cual fue de utilidad para el análisis en el estudio de mercado y estudio técnico. Según el alcance de los resultados fue de tipo descriptiva, ya que se identificaron las preferencias del consumidor y se estableció el proceso de elaboración y distribución de pan enriquecido con banano y pasa.

Tipo de estudio.

El presente estudio es de tipo descriptivo, de corte transversal y aplicado, debido a que no llega a establecer relación de cause-efecto entre las variables de estudio y su propósito fue obtener información acerca del estado actual de los fenómenos. Abordó el fenómeno en un momento o periodo de tiempo determinado. Así mismo, se hizo uso del conocimiento genérico para el abordaje de los principales problemas de la práctica social y su objetivo fundamental fue contribuir a la solución de problemas concretos.

Fase exploratoria: comprende las siguientes fases:

- Observación de la situación.
- Concepción de la idea.
- Formulación del problema.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Revisión bibliográfica: recolección de datos en tesis, artículos, revistas, monografías. Documentos, etc. Que estén relacionados con el tema de proyecto a desarrollar, con el fin de que estos sean un apoyo y un pilar fundamental en la realización del mismo.

1. Diseño y revisión de la encuesta

2. Desarrollo de la investigación:

- Análisis de la situación actual del mercado.
- Aplicación de la encuesta.
- Recolección de la información.
- Análisis, estructuración e interpretación de los resultados de la encuesta.
- Análisis de la oferta y la demanda del mercado.
- Proyección de la cantidad demandada.

Determinación de marketing. Con los datos recopilados, estructurados y analizados se definió la mezcla de marketing con la cual se ofertara el producto, fue necesario analizar los siguientes aspectos:

- Producto.
- Precio.
- Plaza (canal de distribución)
- Promoción.

Estudio técnico. Con los datos obtenidos en el estudio de mercado, se estimaron:



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

- La localización estratégica de la tienda.
- Capacidad instalada.
- Ingeniería del proyecto.
- Requerimientos de personal, activos fijos y suministros de oficina.

Estudio legal y de organización. A través de este se determino lo siguiente:

- Las normas y regulaciones existentes relacionadas con la naturaleza y actividad económica del proyecto.
- Estructura organizacional-organigrama funcional de la empresa.
- Definición de puestos de trabajo.
- Costo de la organización.

Evaluación económica. Una vez cuantificados los ingresos, costos, gastos e inversión, así como las utilidades esperadas (mediante un estado de resultados proforma) se procedio a calcular mediante técnicas de evaluación los indicadores económicos que reflejaron la rentabilidad del proyecto. Los tipos de métodos para evaluar el siguiente proyecto fueron los siguientes:

Los métodos que si consideran el valor del dinero en el tiempo:

- Valor presente neto.
- Tasa interna de retorno.
- Método de periodo de recuperación del efectivo descontado.
- Relación beneficio/costo.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Análisis financiero: En este estudio se analizaron las posibles fuentes de los recursos necesarios para realizar el proyecto, y la forma en que se aplicarían dentro del mismo.

Análisis de riesgo y de sensibilidad: Al no tener certeza sobre los flujos futuros de caja que ocasionara cada inversión, se está en una situación de incertidumbre para la medición de riesgos de este proyecto se utilizó el método de ajuste de la tasa de descuento.

Para el análisis de sensibilidad se sometieron los resultados a distintos escenarios modificando una variable mientras las demás permanecían iguales con el objetivo de determinar en qué punto deja de ser rentable.

1. Elaboración de conclusiones (conforme a los objetivos específicos).
2. Elaboración de recomendaciones.

Alcance del estudio.

Este estudio de pre factibilidad de la instalación de una panadería que comercializara pan enriquecido en el distrito #1 de la ciudad de Managua, con este se requirió determinar la viabilidad de instalar la tienda como una nueva oportunidad de negocio y posicionar el producto dentro del mercado competitivo en el distrito.

Universo y muestra de Estudio.

El universo de estudio lo constituyen la población del distrito #1 de la ciudad de Managua. De las cuales se recopiló información mediante el uso de fuentes de información primarias y secundarias.



Fuentes de información.

Según Wikipedia (2005) se denominan fuentes de información a diversos tipos de documentos que contienen datos útiles para satisfacer una demanda de información o conocimiento. Conocer, distinguir y seleccionar las fuentes de información adecuadas para el trabajo que se está realizando es parte del proceso de investigación.

- **Fuentes primaria.**

Fueron la información obtenida de las personas interesadas en adquirir pan enriquecido, mediante la aplicación de las encuestas que se realizaron a los habitantes del municipio de Managua, departamento Managua, para recopilar información sobre la aceptación que tendrá el producto terminado.

- **Fuentes secundaria.**

Las fuentes secundarias fueron todos los documentos que aportaron información sobre el tema de estudio, como lo son: estadísticas, entrevistas, investigación documental, datos municipales y todas aquellas que sirvieron como dato confiable.

Técnicas de recolección de datos.

Para la recolección de datos se utilizo distintas técnicas como recopilación bibliográfica que se realizó por medio de libros, internet, encuesta, entrevistas y las visitas a las instituciones para las respectivas normas dictadas por las leyes de Nicaragua. (DataScope, 2020)



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Una encuesta dirigida a la población del distrito #1 de la ciudad de Managua con el fin de conocer todos los detalles necesarios para la realización del producto y el negocio respectivamente de acuerdo a la necesidad de los consumidores del distrito1.

Encuesta.

Cabe destacar que una encuesta es un procedimiento dentro de los diseños de una investigación descriptiva en el que el investigador recopila datos mediante un cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información ya sea para entregarlo en forma de tríptico, gráfica o graficos. Los datos se obtuvieron realizando un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa. que se considera una población finita, por lo tanto, en el estudio se aplico la siguiente fórmula: (questionpro, 2019)

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{e^2}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo permitido

Z_α = Nivel de confianza

p = Probabilidad de ocurrencia

q = Probabilidad de fracaso

Entrevista.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

La entrevista es un procedimiento dentro de los diseños de una investigación descriptiva en el que el investigador recopila datos mediante una guía de preguntas previamente diseñada, de carácter cualitativo. (DataScope, 2020)

Investigación documental.

Es aquella que procura obtener, seleccionar, compilar, organizar, interpretar y analizar información sobre un objeto de estudio a partir de fuentes documentales, tales como libros, documentos de archivo, hemerografía, registros audiovisuales, entre otros. (questionpro, 2019)

Técnica para el procesamiento de datos:

Para el análisis y procesamiento de la información obtenida se utilizó diversas herramientas tecnológicas, Excel para la realización de tablas, gráficos obtenidos a partir de la encuesta, Visio para la realización de esquemas y Word para la elaboración del informe final, para la ejecución del proyecto final. (DataScope, 2020)

CAPITULO 1: ESTUDIO DE MERCADO





NOMBRE DEL PRODUCTO.

La panadería estableció operaciones bajo el nombre de “Rico y saludable”, lo que ofrece pan enriquecido.

DESCRIPCION DEL PRODUCTO.

Definición.

El mercado nicaragüense siempre ha sido un buen consumidor de pan, los puntos calientes han surgido a lo largo y ancho del país, en muchos casos como iniciativas privadas. Su fácil acceso a ellos, pero con alto costo, permitirá que las personas que visiten estos tipos de locales sean de un poder adquisitivo bastante alto para adquirir dicho producto.

El pan por sí solo, de harina blanca, no aporta grandes nutrientes, por eso propongo enriquecerlo con banano y pasa, que son novedosos y aportaran mucha energía, el consumo de carbohidratos es importantísimo, pero debe ser pensado, dirigido y bien escogido.

Según la nutrióloga Hellen Araya Parrales, si se cuida la alimentación se rinde más en los estudios y el trabajo, se evita enfermarse y se ahorra dinero en medicinas, por esta razón el pan enriquecido con banana y pasa es una excelente alternativa para quienes buscan comer saludable.

Los puntos calientes han empezado a marcar una tendencia, por medio del sabor las personas asocian experiencias. Enriquecer un pan es un arte complejo, que incluyen habilidades y destreza para desarrollar sabores interesantes y atractivos que combinen bien con el pan y además aporten un alto valor nutricional al consumidor final.



Usos y beneficios del consumo del pan enriquecido.

El pan enriquecido con banana y pasa ofrecerá grasas saludables mono insaturadas con ingredientes gracias al aceite de oliva. Las grasas saludables ayudaran a estabilizar los niveles de azúcar en la sangre y a reducir los niveles de colesterol.

Los granos enteros. Son fantástico si preparas el pan de plátano con granos enteros, en lugar de harina blanca tradicional, la harina refinada da como resultado la pérdida de muchas vitaminas y nutrientes.

El plátano puede hacer que tu pan sea dulce. Es una fuente fabulosa para obtener carbohidratos, esenciales para los procesos físicos y mentales. Reduce la presión arterial y mejora el sistema digestivo.

Proteínas. Los plátanos están repletos de proteínas saludables. Es importante para la reparación, el crecimiento y la recuperación de los músculos. También puede ayudar a estabilizar los niveles de azúcar en la sangre y satisfacer los antojos a media mañana.

Las pasas son una gran fuente de beneficios nutricionales. Una porción de 40 gramos aporta un 9% de potasio, 6% de hierro y un 9% de fibra dietética, de acuerdo a las recomendaciones de ingesta diaria recomendada para un adulto promedio. Las pasas tienen un dulzor natural pues es propio de su pulpa, así como una gran cantidad de antioxidantes. El beneficio de consumirlas va más allá de esas propiedades.

Estudios del colegio Americano de Cardiología sugieren que una colación de este fruto puede reducir la presión arterial en hipertensos, así como controlar los niveles de



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

glucosa en diabéticos. Así se obtienen grandes ventajas nutricionales en una sencilla colación.

Las pasas enriquecen el sabor de los productos de panadería, las pasas pueden darles un gran dulzor natural a los panes. Además, la pasta de pasas contribuye a extender la vida útil de los productos horneados, pues, son ricas en ácido propionico, que contribuyen a inhibir el moho por lo que no requerirás usar ningún aditivo.

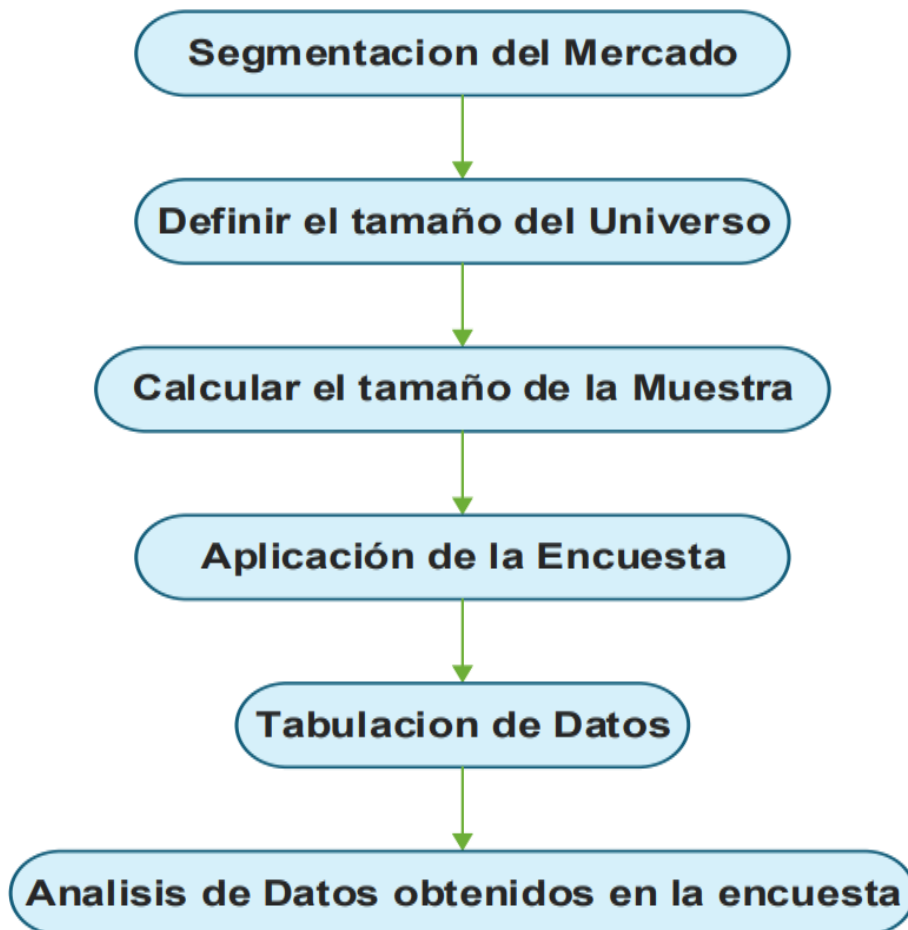
Usar la pasta en productos panificados podría sustituir el uso de productos grasos en algunas preparaciones, además su concentración de azúcar, las hace ideales para usar en panes rústicos pues ayudan a fermentar las masas madre otorgándoles un sabor complejo.



DETERMINACION DE LA METODOLOGIA QUE SE EMPLEARA EN LA INVESTIGACION DE MERCADO

Para la realización del estudio de mercado se empleará la siguiente metodología:

Gráfico N°1: Metodología de la Investigación.



Fuente: elaboración propia



Segmentación del mercado.

La segmentación de un mercado implica dividir dicho mercado en pequeños grupos de consumidores que tengan característica en común. El objetivo de la segmentación de mercado es definir con mayor precisión las necesidades de los clientes, y así definir estrategias y objetivos que busquen esas necesidades.

Segmentar el mercado le permitirá a la panadería definir correctamente el mercado meta y establecer estrategias adecuadas para la comercialización de pan enriquecido con banano y pasa a un público general.

El mercado se segmentará de la forma siguiente:

- **Mercado meta:** el mercado es una institución que establece las condiciones para el intercambio de bienes y servicios. En el mercado, los vendedores y los compradores entablan una relación comercial para desarrollar transacciones, intercambios o acuerdos.

El producto está orientado a las damas, caballeros y niños del distrito 1 de la ciudad de Managua, que estén en la disposición de adquirir un pan enriquecido diferenciado y de calidad, satisfaciendo sus necesidades.

El mercado meta en el caso específico del producto estará compuesto de niños y adultos.

- **Distribución geográfica:** el producto será producido y distribuido en la ciudad de Managua, municipio de Managua, Distrito 1, los puntos de distribución serán directos debido a que se dedicara a su fabricación y expandir los puntos de ventas, por medio de puntos calientes en lugares claves para su venta tales como



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

mercados, estadios, etc. Con el tiempo llegar a distribuir pan enriquecido en diferentes departamentos del país.

- **Distribución económica:** para este proyecto se tomarán en cuenta las personas económicamente activas, puesto que son las que pueden contar con el dinero para adquirir y consumir el pan enriquecido
- **Distribución social:** se enfocó en el pan enriquecido con banana y pasa a los sectores de las clases sociales media y alta, debido a que no es un bien de primera necesidad si no un bien suntuario o sea que se adquiere por gusto o lujo.
- **Segmentación demográfica:** para la segmentación del mercado se considerará el género, puesto que la panadería producirá y comercializará pan enriquecido para hombres y mujeres.

Identificación del mercado.

Una de las fases más compleja de la mercadotecnia es definir el público al que se dirige, sobre todo cuando se trata de empresas primerizas, todos los emprendedores definen su público más o menos de forma inconsciente, unos se fijan en necesidades no satisfechas, otros en zonas inexploradas del mercado, y otros tantos se decantan por crear las necesidades y cubrirlas por su cuenta.

Aunque no existe un listado estándar con las características esenciales al momento de definir al público objetivo, algunos aspectos pueden ser muy útiles en este proceso, las herramientas utilizadas para su conocimiento en este caso han sido las encuestas.

¿Qué variable se ha considerado?

Perfil demográfico:



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

- Sexo

Esto permite obtener un perfil de los potenciales clientes en función de sus preferencias y gustos de mercado, las mujeres y los hombres no consumen los mismos productos, o los ancianos los mismos que los adolescentes.

Patrones de compra:

Conviene analizar que mueve a los clientes a la hora de comprar un producto, que características considera a la hora de adquirir algún bien, cuales tienen mayor peso sobre su decisión.

Que marcas o establecimientos buscan:

Siempre es importante conocer la competencia directa, no se trata de arrebatarle clientes a marcas rivales, si no crear un nicho propio de mercado, sin embargo, considerar si está al alcance mejorar las ofertas existentes en el mercado.

Como adquieren sus productos:

En ocasiones la diferencia entre hombres y mujeres, o ancianos y adolescentes no es el producto que buscan si no como lo adquieren, ¿prefieren estar en contacto directo con el mismo o dirigirse hasta una tienda, supermercado o establecimiento?

Tamaño del mercado.

Para este proyecto se tomarán en cuenta las personas de ambos sexos del sector del distrito 1 de Managua, según el censo realizado por el instituto nacional de desarrollo en el año 2019.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

año	poblacion distrito 1
2019	316820,98

Fuente: (Según instituto nacional de información de desarrollo INIDE, “Managua en cifras”. 20 de junio 2019, para el informe número 3 de la comisión de dialogo y convergencia).

Calculo de la muestra.

Para el cálculo de la muestra se hace uso de la siguiente formula:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

En donde N = tamaño de la población Z = nivel de confianza, P = probabilidad de éxito, o proporción esperada Q = probabilidad de fracaso D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).

$$n = \frac{316820.98 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 \times (316820.98 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 383.45$$

$$n = 384$$



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Se deben realizar 384 encuestas en el distrito 1 de Managua.

Fuente: Instituto Nacional de información de Desarrollo (INIDE); “Anuario estadístico 2019”; Departamento de estadísticas Sociodemográficas; Estimaciones y proyecciones de la población; pág. 50.

Elaboración de la encuesta.

La encuesta estará direccionada a obtener información que ayudará a determinar datos respecto a las siguientes variables:

- **Demanda:** un factor primordial que se debe investigar a través de la encuesta es la demanda de los consumidores de pan enriquecido.
- **Oferta:** Es importante conocer la oferta actual de consumidores de pan en las panaderías del distrito. conocer la oferta permite a la empresa conocer a sus competidores e identificar el conocimiento de los consumidores sobre dicha oferta.
- **Gustos y preferencias:** no existen estudios que permitan determinar cuáles son los gustos y preferencias de los consumidores en cuanto a pan enriquecido. Se puede determinar esta variable por medio del conocimiento de los factores determinantes de compra y la frecuencia con que los consumidores adquieren el producto y de aceptar nuevos sabores dentro del mercado.
- **Precio:** identificar cual es la predisposición de pago de los consumidores por una barra de pan enriquecido es trascendental para generar estrategias de precios adecuadas.
- **Condiciones del local:** desarrollo de climatización del local a preferencia y comodidad de los consumidores.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

- **Disponibilidad de servicios:** disponer sistemas de entretenimiento del local de acuerdo a los clientes, que tendrían que preferir y optar por medio de la encuesta.

Análisis de los resultados

Análisis de datos de formularios “Rico y saludable”.

(Los datos fueron recopilados tomando como muestra habitantes aleatorios del distrito uno y cercanías de la ciudad de Managua).

Datos generales.

Genero.

De un total de 1170 se determinó que el 39.9% equivalente a 467 hombres, 31.9% equivalente a 373 mujeres, 28.2% equivalente a 330 registrados como otros.

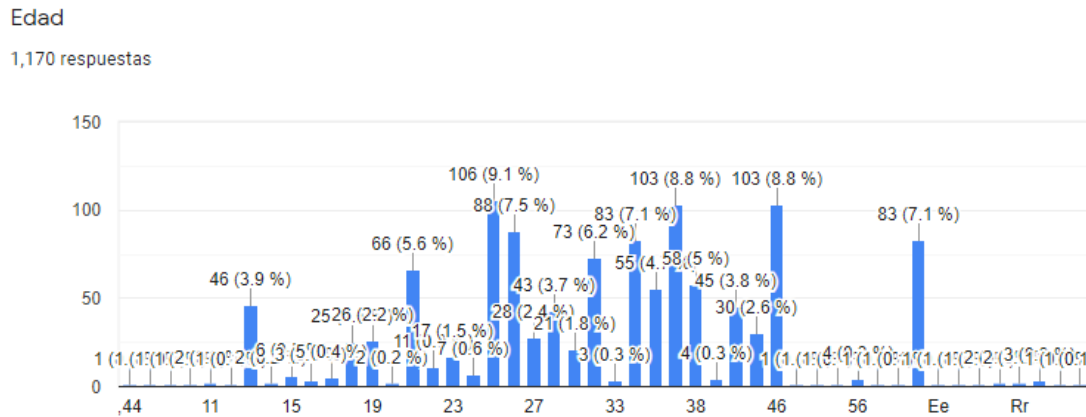
Edad.

Con respecto a la edad se obtuvo datos muy variados, con intervalos de 11 a 56 años de edad, de lo cual se aprecia que la mayor parte de encuestados son jóvenes adultos tal y como se puede apreciar en la siguiente gráfica:

Gráfico N°2: Promedio de edad de la población del distrito 1



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”



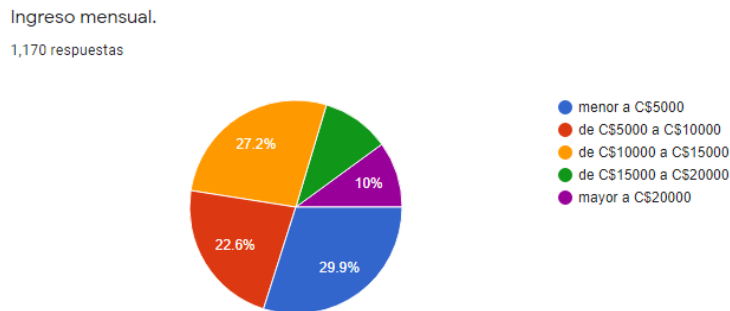
Fuente: elaboración propia

Ingreso mensual.

Los datos referentes a ingresos son fluctuantes, lo que dice que en la ciudad de Managua existe todo tipo de estratificación de clase, se puede apuntar a un punto intermedio entre media-alta, se puede observar en detalle en la siguiente gráfica:

Gráfico N°3: Ingreso Promedio de la población del distrito 1

Ingreso mensual.



Fuente: elaboración propia



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Ocupación.

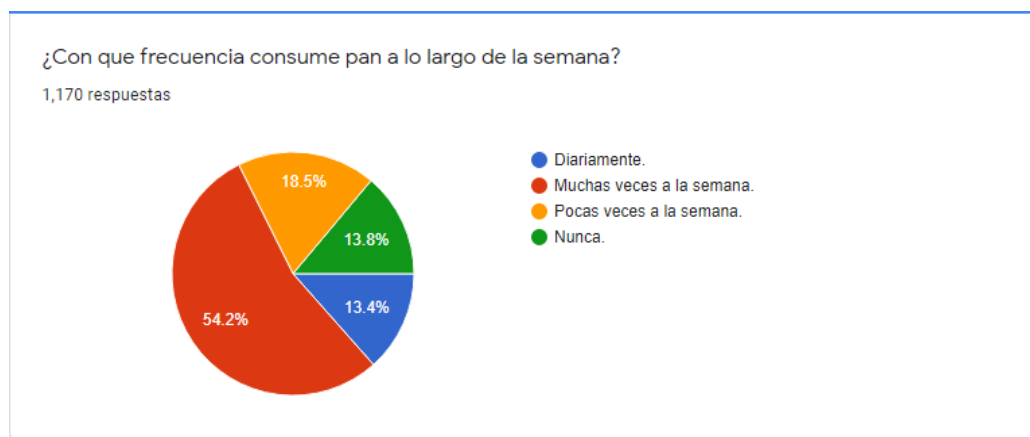
Con respecto a la ocupación mayoritariamente hay trabajadores, seguido de estudiantes y una minoría de personas sin ocupación fija.

Preguntas enfocadas a estudiar la muestra.

¿Con que frecuencia consume pan a lo largo de la semana?

Diariamente	157
Muchas veces a la semana	634
Pocas veces a la semana	216
Nunca	163

Gráfico N°4: consumo de pan a la semana.



Fuente: elaboración propia



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

¿Te llama la atención el concepto de pan enriquecido?

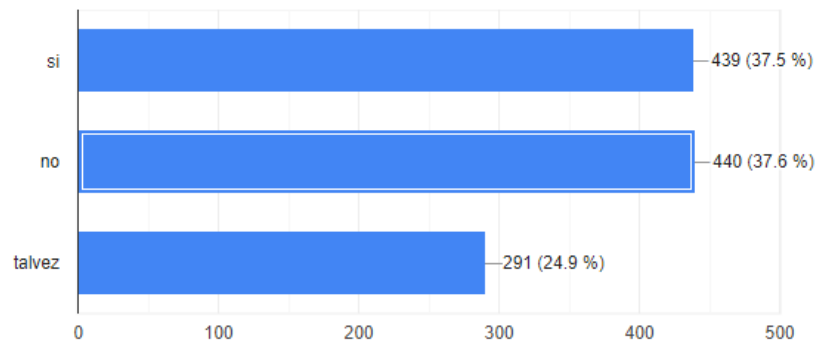
Del total de 1170 encuestados:

- 439 personas les interesa la idea de pan enriquecido.
- 291 personas tienen cierto interés por el concepto.
- 440 personas no tienen ningún interés por el pan enriquecido.

Gráfico N°5: Aceptación del pan enriquecido.

¿Te llama la atención el concepto de pan enriquecido?

1,170 respuestas



Fuente: elaboración propia

¿Cuánto estaría usted dispuesto a gastar en una barra de pan enriquecido?

La mayor parte de los encuestados escogió el rango medio en su disponibilidad de consumo, siendo que 600 encuestados seleccionaron C\$30, 366 el rango C\$30- C\$40, 112 el rango C\$40- C\$50, y solo 92 escogieron el mayor rango superior a C\$5, lo cual hace apuntar al precio de C\$30.

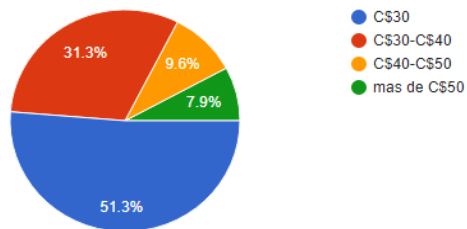
Gráfico N°6: Disponibilidad económica.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

¿Cuánto estaría usted dispuesto a gastar en una barra de pan enriquecido?

1,170 respuestas



Fuente: elaboración propia

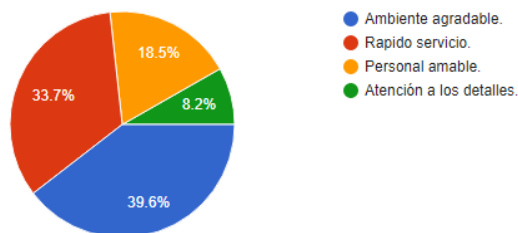
¿Qué factor consideras más importante a la hora de elegir un local?

Los encuestados mostraron un mayor atractivo en el ambiente del lugar seguido de un rápido servicio, en tanto las demás especificaciones mantuvieron cierto balance entre sí, lo cual llevaría a tomar una mezcla de ellas con enfoque al ambiente en el local, en el siguiente grafico se muestra la opinión de los potenciales consumidores:

Gráfico N°7: Factores de atracción del local.

¿Qué factor considera mas importante a la hora de escoger un local?

1,170 respuestas



Fuente: elaboración propia



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

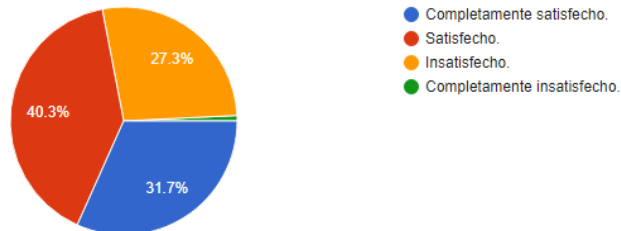
¿Está usted satisfecho con los locales de pan existentes en Managua?

En este aspecto se puede encontrar que para cierta parte de la población existe cierto nivel de insatisfacción, lo cual brinda una oportunidad de asentarnos como una mejor opción que la competencia por los factores que carecen.

Gráfico N°8: Nivel de satisfacción de clientes.

¿Esta usted satisfecho con los locales de pan existentes en Managua?

1,170 respuestas



Fuente: elaboración propia

¿Qué preferirías?

La siguiente grafica presenta la opinión con respecto a las posibles estrategias comerciales que se pueden implementar, esto sirve como pauta para tomar un curso adecuado de acción.

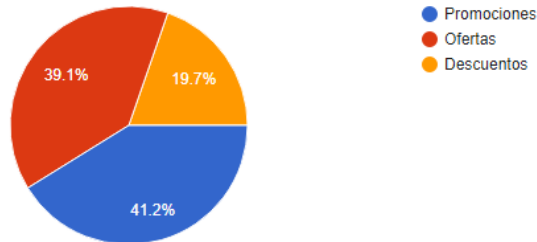


“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Gráfico N°9: Opinión general de los clientes.

¿Qué preferiría?

1,170 respuestas



Fuente: elaboración propia

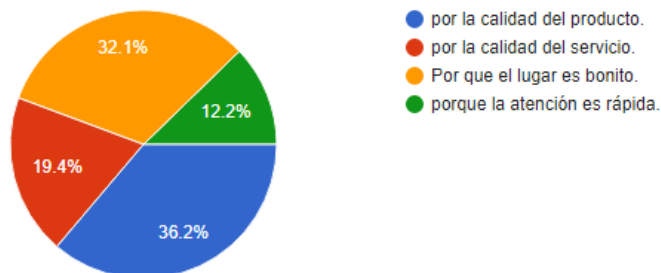
¿Por qué regresaría usted a un local?

Gracias a estos datos se pudo priorizar objetivamente lo que permitio obtener clientes regulares prestantes a la calidad del producto y el servicio.

Gráfico N°10: Opinión general de los clientes.

¿Por que regresaría usted a un local?

1,170 respuestas



Fuente: elaboración propia



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

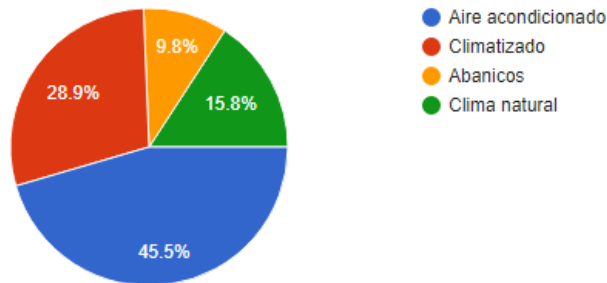
¿Qué condiciones les gustaría tener en el local?

A la mayor parte de encuestados opto por tener aire acondicionado, lo cual será la respuesta más idónea a la hora de poner en marcha el local

Gráfico N°11: Condiciones del local.

¿Qué condiciones le gustaría del local?

1,170 respuestas



Fuente: elaboración propia

¿Variedades de servicios?

Como formas de entretenimiento y para hacer más ameno el tiempo de los clientes mientras esperan y/o pasen tiempo en el local se prestaran las siguientes opciones, de lo cual será más conveniente una mezcla de los siguientes servicios que están acorde a los gustos de los potenciales clientes.

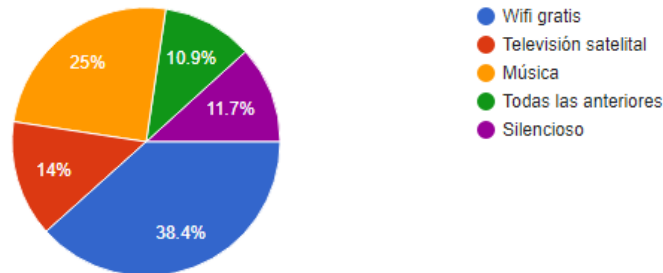
Gráfico N°12: Condiciones del local.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

¿Variedades de servicios?

1,170 respuestas



Fuente: elaboración propia

Ingesta per cápita promedio de pan al día.

Ingesta de pan de un consumidor saludable en gramos diario aproximada es de 200-250 gramos por persona según los resultados de las encuestas realizadas.

- Diariamente, 157 equivalente a 100 gramos/día
- Muchas veces a la semana 634 equivalente a 50 gramos/día
- Pocas veces a la semana, 216 equivalente 70 gramos/día
- Nunca, 163 equivalentes a 0 gramos/día

$$x = \frac{(157 * 100) + (634 * 50) + (216 * 70)}{250}$$

$$x = 250.08$$

Adecuación de la ingesta per cápita promedio para la población.

El promedio anterior es un parámetro para determinar una demanda potencial insatisfecha. Dicho indicador se ha sometido a cálculos para adecuarlo a la población.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

El promedio de consumo en gramos de pan al día por persona para la población del distrito 1 de Managua es de 250 gramos, con una población constituida de 222,239 habitantes de los cuales 194,470 habitantes mayores de 15 años tanto varones como mujeres y en los cuales se basa la tasa de consumo per cápita de pan enriquecido al día.

Dicho esto, se concluyó que la ingesta per cápita en gramos de pan enriquecido al día por persona adecuado para la población es de 250 gramos/persona/día.

Análisis.

Aceptación del pan enriquecido con banana y pasa según: disposición de compra del consumidor, opinión que le merece el producto, y razones por las que le interesa el producto.

Del total de 1170 encuestados:

- 439 personas les interesa la idea de pan enriquecido. (37.5%)
- 291 personas tienen cierto interés por el concepto. (24.9%)
- 440 personas no tienen ningún interés por el pan enriquecido. (37.6%)

Los que dijeron talvez se consideraran un consumidor potencial, por lo que se infiere, con una certeza del 62.4% de la población comprara, es decir que 133,021 personas, son los potenciales compradores en el distrito 1 de la ciudad de Managua.

ACLARACION: El llenado de formularios para la realización de la encuesta se realizó, por conveniencia, en la zona circundante de Managua: sin embargo, el tamaño de la muestra recolectada es significativo y representativo, para inferir el 62.4% de certeza, en el total de la población meta distribuida en toda Nicaragua.



Población Meta

La población total proyectada por la Dirección General de Estadísticas y Censos para el año 2019 es de 222,239 habitantes de los cuales el 87.5% constituye el porcentaje de hombres y mujeres desde 15 años y mayores, a quienes se les considera poseen la capacidad de compra, los cuales son 194,470 habitantes, y son quienes constituyen el mercado meta hacia el cual serán dirigidos el producto.

Población en base a la cual se realizarán los cálculos de demanda potencial insatisfecha de esta tesis.

Análisis del consumidor.

El análisis al consumidor es de suma importancia debido a que el conocer sus características se pueden tomar mejores decisiones o diseñar estrategias que generen mejores resultados respecto a su satisfacción.

Del total de encuestados el 13.4% asegura comer al menos una barra de pan al día de manera cotidiana. Entre las características que destacan a la hora de elegir una panadería las principales son el precio, lugar bonito, acogedor, atención a clientes, se le da muy poca importancia a otras características tales como la composición natural o presentación de los mismos.

Análisis de la demanda.

El análisis de la demanda le permitirá a la panadería identificar de forma cuantitativa la demanda actual e insatisfecha de pan enriquecido para damas, caballeros y niños del distrito 1 de la ciudad de Managua, así como las conductas de consumo.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

El sector de la panadería se caracteriza por producir y/o comercializar bienes de consumo que, pese a presentar una demanda sensible al ingreso de los individuos han ido ocupando un espacio cada vez mayor en la vida cotidiana, al punto tal que son considerados por ciertas franjas de la población casi como imprescindibles.

Se estima una población de 6,465,513 personas en Nicaragua en 2019 según Community Meters 09/09/2019 y el porcentaje que pertenece a la ciudad de Managua es de 22.1% y el 4.85% pertenece al distrito 1.

Demanda actual.

En la siguiente tabla se muestra el cálculo de la demanda estimada total de los consumidores finales. Esta se determinó en a la cantidad de producto que están dispuesto a adquirir.

Tabla N°1: demanda estimada.

En la siguiente tabla se estimó la demanda para el primer año en el distrito 1 de la ciudad de Managua.

año	distrito 1	barra de pan/ persona	demanda primer año
2021	323308,1659	2	646616,3318

Fuente: elaboracion propia

Proyección de la demanda.

El presente apartado muestra las demandas proyectadas para el pan enriquecido elaborados por la panadería “Rico y saludable” y que serán ofrecidos por la nueva panadería a apertura.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Al haber estimado la demanda de consumidores finales de pan enriquecido para damas y caballeros se procedió a realizar las proyecciones de la demanda anual utilizando el método de la tasa de crecimiento geométrico cuya fórmula es la siguiente:

$$y_n = \sum y_i * (1+t)^n N^p$$

Donde y_n = es la demanda proyectada para el año n

y_i = son las demandas individuales de los consumidores potenciales

t = es la tasa de crecimiento poblacional del distrito #1 de la ciudad de Managua

N^p = es la proporción de la población que esta dispuesta a comprar el producto

la proyección se realizó para los siguientes 4 años y los resultados fueron los siguientes:

Tabla Nº2: Proyección de la demanda.

Para la siguiente tabla se proyectó la demanda para el horizonte de evaluación del proyecto (4 años).

año	poblacion	distrito 1	demanda proyectada
2021	6666147,8	323308,17	646616,3318
2022	6733026	326551,76	653103,522
2023	6799904,3	329795,36	659590,7123
2024	6866782,5	333038,95	666077,9025
2025	6933660,8	336282,55	672565,0928

Fuente: elaboracion propia.

la proyección se hizo para los próximos 4 años, periodo que se tomara como horizonte de evaluación de este proyecto. La proyección de la demanda se realizó en base a la



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

tasa de crecimiento y la población del distrito según INIDE (instituto Nacional de información de desarrollo)

Análisis de la Oferta.

Para conocer la oferta de pan se realizaron encuestas y entrevistas a diferentes panaderías en distintos puntos del distrito 1 de la ciudad de Managua puesto que no se cuenta con ningún tipo de registro que permita saber con certeza cuál es la oferta de pan en el distrito, se hizo 2 entrevistas a diversas panaderías del distrito, pero no se pudo obtener cual es la capacidad instalada de estas, puesto que se trató de averiguar dicho dato, pero los dueños son muy reservados y no quisieron brindar información tal vez por temor a la competencia o simple sigilo empresarial.

Tabla N°3: Competencia

En la siguiente tabla se muestran los datos obtenidos de las entrevistas realizadas a 2 panaderías.

	precio/ud	ud/dia	venta/dia	venta/mes	venta/año
panaderia Marjorie	45	150	6750	202500	2430000
panificadora Mois	50	160	8000	240000	2880000
total	C\$95	310	14750	442500	5310000

Fuente:Elaboracion propia

Proyección de la oferta.

Tabla N°4: Proyección de la oferta

En comparación con la demanda, el nivel de la oferta bajo, esto significa una oportunidad para ingresar al mercado, captando la mayor cantidad posible de consumidores.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

proyeccion de la oferta					
	2021	2022	2023	2024	2025
precio de venta total	11415000	12074811	12770259	13503190	14275541
cantidad de barras ofrecidas al año	380500	385900	391300	396700	402100
precio de cada barra	30	31,29	32,63547	34,038795	35,502463

Fuente: elaboracion propia.

IPC	4,30%
-----	-------

Estimación de la demanda insatisfecha.

En el presente estudio se determinó que no existe una demanda insatisfecha del mercado; sino se asegura que se está ante una demanda satisfecha no saturada del mercado; en donde la oferta de la nueva panadería de pan enriquecido va estar en función del porcentaje que se desea absorber de esta demanda; donde el porcentaje de absorción va estar determinado por la capacidad de producción de la nueva panadería y esta a su vez por la capacidad de proveer por parte de la panadería Rico y saludable.

Se adquirió en base a inferencia estadística, respecto a la aceptación de los productos y disposición de compra expresada por los encuestados en la metodología de la investigación; y no en base a las personas que sustituirían algún producto que consumen por el de pan enriquecido, debido a que, se desea obtener una demanda potencial insatisfecha, independientemente del consumo actual de algún producto similar a los derivados del pan.

La diferencia entre la demanda y la oferta da como resultado una demanda insatisfecha.

Tabla N°5: demanda insatisfecha.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

La demanda insatisfecha se obtuvo restando la demanda de la oferta

años	demanda	oferta	demanda insatisfecha
2021	646616,3	380500	266116,3318
2022	653103,5	385900	267203,522
2023	659590,7	391300	268290,7123
2024	666077,9	396700	269377,9025
2025	672565,1	402100	270465,0928

Fuente: elaboración propia.

según las proyecciones de la oferta y la demanda, se observa que existe una demanda insatisfecha de 266116.3318 barras de pan para el primer año de función de la panadería “Rico y saludable”, se estima un crecimiento de la demanda insatisfecha esto debido al bajo nivel tecnológico y a las dificultades para acceder a los recursos financieros para la promoción del producto.

Tabla N°6: porcentajes recomendados en la participación de mercado

	¿Qué tan grandes son tus competidores?	¿Qué tantos competidores tienes?	¿Qué tan similares son sus productos a los tuyos?	¿Cuál parece ser su porcentaje?
1	Grandes	Muchos	Similares	0-0.5%
2	Grandes	Algunos	Similares	0-0.5%
3	Grandes	Uno	Similares	0.5%-5%
4	Grandes	Muchos	Diferentes	0.5%-5%
5	Grandes	Algunos	Diferentes	0.5%-5%
6	Grandes	Uno	Diferentes	10%-15%
7	Pequeños	Muchos	Similares	5%-10%
8	Pequeños	Algunos	Similares	10%-15%
9	Pequeños	Muchos	Diferentes	10%-15%
10	Pequeños	Algunos	Diferentes	20%-30%
11	Pequeños	Uno	Similares	30%-50%
12	Pequeños	Uno	Diferentes	40%-80%
13	Sin competencia	Sin competencia	Sin competencia	80%-100%

Fuente: Fundación E, Macro Plan. Guía de diseño. Mentoría para el emprendedor



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Se calcula el porcentaje de participación del mercado analizando en que escenario te encuentras, se selecciona el rango 20-30% de la demanda insatisfecha de acuerdo a las características del producto ya que los competidores de la panadería “Rico y saludable” son pequeños , pocos y además ofrecen productos diferentes, y se decide cubrir el 22% de la demanda insatisfecha para cada año.

Tabla N°7: Porcentaje de absorción.

El porcentaje de absorción es del 22% en base a la participación de mercado que tendrá la panadería “Rico y saludable”

años	demanda insatisfecha	absorcion %	demanda a absorber
2021	266116,3318	22%	58545,59299
2022	267203,522	22%	58784,77484
2023	268290,7123	22%	59023,9567
2024	269377,9025	22%	59263,13855
2025	270465,0928	22%	59502,32041

Fuente: elaboracion propia.

el principal objetivo que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y condiciones en que una economía puede y quiere situar a disposición del mercado un bien o servicio. La oferta, al igual que la demanda, es función de una serie de factores, como son los precios del producto en el mercado, los apoyos gubernamentales a la producción, etc.

Análisis de los precios.

El precio del pan que se comercializara en las distintas panaderías del distrito 1 en la ciudad de Managua oscila entre los 30-40 C\$ por unidad siendo así una barra de pan enriquecido con banano y pasa. Un 13.4% de los consumidores consumen pan



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

diariamente y un 54.2% adquieren una barra de pan con una frecuencia de una a tres veces por semana, el precio es el mismo ronda entre 30-40 C\$ dependiendo del local, ya que se encuentra locales con otro tipo de incidencia donde adquieren pan con precios elevados lo que provoca que la demanda de estas panaderías sean personas con un poder adquisitivo más alto que el resto que suelen ir a este tipo de panaderías.

El precio probable al que se pudiera vender el producto objeto de este estudio podría estar acorde a los precios del mercado local para lograr una adecuada competencia con las de las demás panaderías, donde el producto que se ofrece tendrá el precio de 30 C\$ a gusto de los consumidores y así puedan degustar el pan enriquecido de banano y pasa que se ofrecerá en el local.

Estrategia de precios.

Una estrategia de precios es un marco de fijación de precios básicos a largo plazo que establece el precio inicial para un producto y la dirección propuesta para los movimientos de precios a lo largo del ciclo de vida del producto.

- Entre las estrategias de precios que se aplicara se encuentra la fijación de precios por **penetración** que consiste en establecer precios bajos y aumentarlos con el tiempo.
- los precios mágicos la cual consiste en establecer que todos los precios terminen en nueve. Por ejemplo, una barra de pan enriquecido con banano y pasa podría costar C\$ 29.99
- Otra estrategia es el volumen de compra de un mismo producto, cuando mayor sea la cantidad menor será el precio del mismo.



Estrategia de producto.

Las estrategias del producto son los métodos que se utilizan para mejorar las características, atributos de un determinado producto con el objetivo de incrementar la venta del mismo.

- La **Mezcla de Productos** que se refiere a la variedad de artículos ofrecidos por una empresa al público. Entre sus ventajas está la posibilidad de fidelizar a los clientes y garantizar una mayor cuota del mercado. En el caso de la panadería “Rico y saludable” se ofrecerán combos con bebidas de café.
- Una estrategia está en los diseños de las bolsas en las cuales se servirá el pan ya sea para tomar adentro del local, como para llevar, que estos sean exclusivos. Es decir, que tengan características que lo diferencian de la competencia.
- Otra estrategia es la calidad del producto que se produce, este debe cumplir las expectativas que el cliente tiene del artículo de compra.

Estrategia de promoción.

Por medio de la actualidad las personas hacen que las redes sociales sean indispensables en sus vidas el medio publicitario con mayor inclinación de aceptación sería la televisión, pero debido a los altos costos que supondría transmitir por esta hay otras alternativas de publicidad, por tal razón se tomó Facebook que ocupa un 85% de aceptación de la población.

Con esto se desarrollará una publicidad persuasiva remarcándoles a los consumidores. que se les ofrece por su dinero un producto exclusivo y de calidad.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

- Se anunciará el producto a través de las redes sociales principalmente Facebook con imágenes ofertando el producto por 5 días seguidos, con un costo mensual de 400 córdobas mensuales.
- Otro tipo de propaganda son las mantas, volantes y banners.
- Las mantas se colocarán en esquinas que corresponda a mucha incidencia o circulación de personas como parques.
- El banner se colocará propiamente en la nueva panadería.

Estrategias de plaza o distribución.

Consiste en la selección de los lugares o puntos de venta en donde se venderán y ofrecerán los productos a los consumidores, así como determinar la forma en que los productos serán ofertados en esta panadería.

Se utilizo la **estrategia de distribución intensiva** que se caracteriza por ser aquella más apta para los productos de consumo de masas. Es decir, productos que serán consumidos por un público general y que, además, deberán estar posicionados donde el cliente final pueda acceder a ellos.

El estudio está definido para efectuarse en el distrito 1 de la ciudad de Managua con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes de la zona y obtener una oportunidad para la entrada estratégica de una nueva panadería, la población sugiere que estaría bien instalar una panadería de pan enriquecido ya que se distinguiría por sus alto valor nutritivo y precio relativamente accesible a los consumidores.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

De lo anterior, se tiene que el producto será ofertado en una panadería con la infraestructura adecuada, y céntrica en el centro comercial metro centro lo que le permitiría tener un mejor acceso a los clientes a la panadería.

Análisis Porter de “Rico y saludable”

- RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES:

En Nicaragua existen un gran número de panaderías sin embargo la panadería “rico y saludable” enriquece sus panes con banano y pasa lo que la diferencia de su competencia.

- LA AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES:

La amenaza de nuevos competidores es alta ya que la mayoría de estos establecimientos no necesitan grandes inversiones para ponerlos en marcha. Los establecimientos que ofrecen este tipo de comida y que no pertenecen a ninguna franquicia no suponen apenas competencia ya que no cuentan con publicidad y sus costes de producción son mayores debido a las economías de escala.

- PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTIVOS:

En Nicaragua el concepto de pan enriquecido no ha sido muy popular por lo que la panadería “rico y saludable” no tiene una competencia directa sin embargo Existen empresas que ofrecen otro tipo de productos diferentes que son ricos en vitaminas y nutrientes que pueden ser sustitutos y pueden ser una fuerte competencia como por ejemplo: barras energéticas, batidos, suplementos etc.

- EL PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

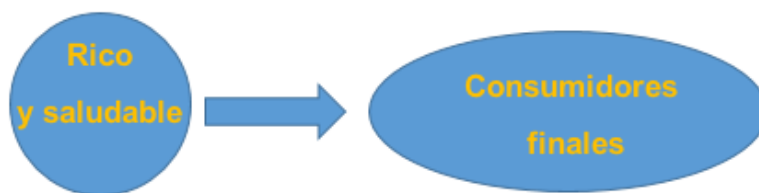
El poder de los clientes es alto ya que el producto que ofrece panadería “rico y saludable” lo pueden fabricar ellos mismos y por tanto exigen precios menores para que al menos sea igual al coste de elaborarlo uno mismo. Además, como los productos que ofrecen otras empresas son similares exigirán también un mejor servicio. Es necesario también que los clientes confíen en los ingredientes utilizados para elaborar los productos ya que la calidad de los componentes que utilizan las empresas de nutrición son continuamente cuestionados.

- EL PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES:

Los proveedores tienen un bajo poder de negociación puesto que el número de proveedores que pueden vender a “rico y saludable” los productos que necesita es alto y estos productos no están diferenciados. Esto beneficia a “rico y saludable” que puede conseguir los productos que necesita a un coste más bajo

Comercialización.

la cadena de comercialización explica cómo llega el producto al consumidor final. Siendo la nueva panadería de pan enriquecido “Rico y saludable” utilizo una cadena de comercialización directa, es decir vende directamente al consumidor final.



Fuente: elaboración propia.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Entre las ventajas que proporciono a la panadería utilizar este canal de distribución se puede mencionar el contacto directo con el cliente, lo que le dio a la panadería la posibilidad de generar estrategias para que la aceptación del producto sea mejor, así mismo, la panadería puede elegir la mejor publicidad y plaza para la distribución del pan enriquecido. Otra de las ventajas que proporciono este canal es el de mayor margen de ganancia, ya que, al no existir intermediarios, la empresa no debe cubrir comisiones.

CAPITULO 2: ESTUDIO TECNICO





“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Tamaño del proyecto.

El tamaño del proyecto está determinado en función de la capacidad de comercialización de barras de pan consumidas dentro de la panadería “Rico y saludable”.

En el estudio de mercado se definió que se esta en presencia de una demanda de mercado satisfecha no saturada y que la capacidad de comercialización de la nueva panadería estará definida por el porcentaje de absorción de demanda que se quiere absorber, no obstante, se debe tomar en cuenta factores que delimitan esta capacidad de comercialización de manera directa como son la capacidad de abastecimiento por parte de la panadería “rico y saludable” y la disposición de espacio físico de la misma.

Si bien es cierto, las características de consumo para este bien son inestables y estacionales, se prevé un 22% de la demanda lo que define directamente la capacidad de comercialización según el estudio de mercado se tiene lo siguiente:

Tabla N°8: Porcentaje de absorción.

El porcentaje de absorción es del 22% en base a la participación de mercado que tendrá la panadería “Rico y saludable”

años	demanda insatisfecha	absorcion %	demanda a absorber
2021	266116,3318	22%	58545,59299
2022	267203,522	22%	58784,77484
2023	268290,7123	22%	59023,9567
2024	269377,9025	22%	59263,13855
2025	270465,0928	22%	59502,32041

Fuente: elaboracion propia.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Plan de producción.

Tabla N°9: Producción de unidades.

En la siguiente tabla se muestra las unidades de pan para el primer año calculada con el porcentaje de absorción del 22%

	Uds/ día	Uds/mes	Uds/ año
barra de pan enriquecido con banana	162,6266472	4878,799	58545,59

Fuente: elaboración propia.

El mercado al cual se pretende enfocarse principalmente son personas en la niñez, adolescencia y adultos jóvenes y tercera edad, los cuales podrían ser potenciales consumidores del pan enriquecido con banana y pasa.

La panadería “Rico y saludable” se encuentra ubicada en la ciudad de Managua, nuestra tecnología en el proceso productivo se basa principalmente en la implementación de máquinas modernas para la elaboración de pan: hornos eléctricos, amasadoras, batidoras industriales, balanza eléctrica, vitrina expositora, bandeja y guantes para pan, bowl, jarra medidora, cuchillo tipo cierra, mesa industriales inoxidable que permitiría larga duración en caso de un derrame de líquidos, cada barra de pan pesara 250 gr.

Estudio del producto que se comercializaran.

El estudio de los productos que se comercializara explica básicamente tres puntos: la clasificación del producto que se estableció en base a los resultados que se obtuvieron



en el estudio de mercado, la cantidad necesaria para el periodo de evaluación del proyecto y las condiciones de abastecimiento de producto.

Cantidad necesaria de producto.

La cantidad necesaria de producción de barras de pan enriquecido con banana y pasa estará determinada por la capacidad de comercialización de la nueva panadería “Rico y saludable” y esta se deriva del porcentaje de absorción de demanda que se quiere absorber ya que según el estudio de mercado que existe una demanda satisfecha no saturada; tomando en cuenta la capacidad de abastecimiento de producto por parte de la panadería y las dimensiones que esta brindará en el local.

Proceso de elaboración del pan enriquecido con banana y pasa.

Para elaborar el producto en la panadería “Rico y saludable” es de una manera muy rápida y sencilla.

- El primer paso para elaborar esta receta de pan de banano y pasa fácil y rápida es coger un recipiente o bowl y mezclar el azúcar, los polvos para hornear o el bicarbonato, la sal y la canela, es decir, todos los ingredientes solidos del pan de banano y pasa.
- En otro recipiente machacar los bananos maduros, previamente pelados, hasta hacerlos puré y mezclarlos con el aceite, la esencia de vainilla, el huevo y las pasas.
- Una vez está todo listo, incorporar los ingredientes secos a los líquidos y mezclarlo todo bien hasta que quede una masa de pan de banana y pasa homogénea.



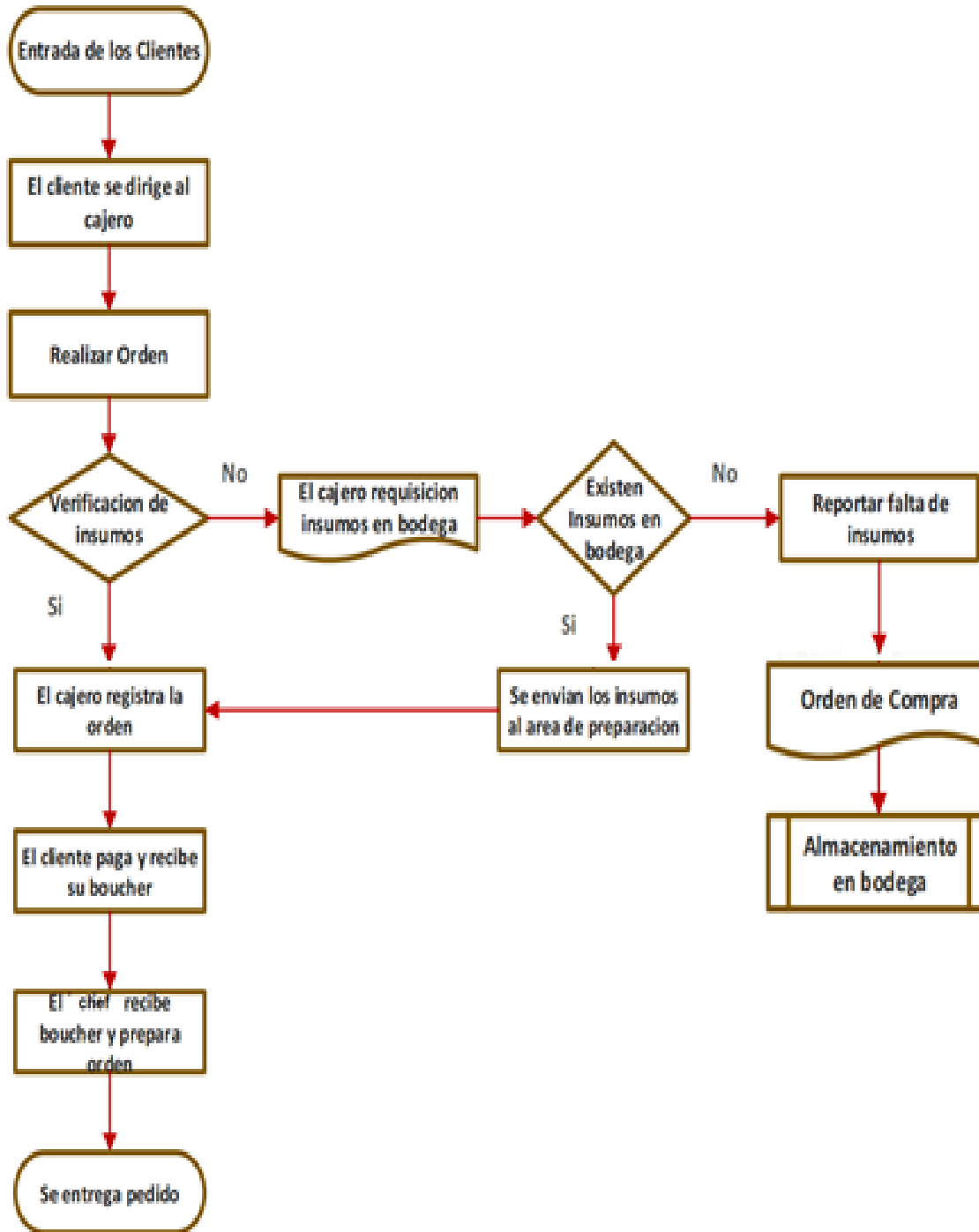
“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

- Por último, precalentar el horno entre 150 y 180°C y hornear el pan unos 30 minutos o más, hasta que esté bien dorado. Para comprobar si esta hecho el bizcocho de plátano y pasa se puede hacer la prueba del palillo y si esta sale seca, es que el pan de banana y pasa está listo.
- Una vez horneado se deja enfriar el pan enriquecido con banana y pasa y entonces ya se puede disfrutar.



Diagrama de proceso

Grafica N°13: Diagrama de proceso



Fuente: elaboración propia



Materia prima.

La materia prima que se utiliza en el proceso de producción y elaboración de pan enriquecido con banano y pasa, son las siguientes:

- Azúcar
- Polvo para hornear o bicarbonato
- Sal
- Canela
- Aceite
- Huevo
- Vainilla
- Bananos maduros
- Pasa

Materiales y equipos.

- Horno
- Amasadora
- Balanza electrónica
- Vitrina expositora
- Bandejas hornos de pan
- Guantes para hornos
- Mesa de soporte hornos
- Bowls
- Jarra medidora



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

- Cuchillo tipo cierra
- Batidora tipo industrial

Localización.

la planta se encuentra ubicada cerca del centro comercial Metro centro, exactamente del lost Inn Managua, 30 metros al sur a mano izquierda.

La disponibilidad de insumos y materias primas son limitados pero lo suficiente para la sub existencia de nuestra producción.

- Para el pan enriquecido con banana y pasa la materia prima primordial en todo el proceso, está dado por el banano y pasa que diferenciara que el pan sea comprado en diferentes empresas de Managua.
- Los demás ingredientes serán adquiridos en empresas certificadas de calidad en el país.
- Las bolsas en las que se despachara el pan son personalizadas con el logo de la panadería “rico y saludable” y serán reutilizables.

Macro localización.

La panadería de pan enriquecido con banana y pasa se ubicará en el distrito 1, Managua capital de Nicaragua, con un número de habitantes de 213,176 y sus límites están dados por barrios vecinos al distrito 1 donde estará:

Grafica N° 14: Mapa Macro del distrito 1



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”



Fuentes: Google Earth

- al norte: lago Xolotlan.
- al sur: Ticuantepe.
- al este: Rubenia.
- al oeste: ciudad Sandino.

Este producto se pretende comercializar en la panadería “Rico y saludable”. Inicialmente abastecer el sector del distrito 1 de Managua, seguidamente y con el posicionamiento de la marca extenderse a nivel nacional.

Índice de escolaridad

- Primaria: 13%
- Secundaria: 11%
- Técnica: 18%



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

- Universitaria: 58%

Principales vías de acceso

- Inversiones turísticas Santo Domingo, 50 metros al norte a mano derecha.
- Restaurante don Cándido, ½ cuadra al noroeste 20 metros al sureste a mano izquierda.
- Metrocentro, de la entrada principal media cuadra al sur, 1 ½ cuadra al oeste, 50 metros al sur a mano izquierda.
- Atomic pizza (14va. Av.), 120 metros al norte a mano derecha.
- Lost inn Managua, 30 metros al sur a mano izquierda.

Localización por puntos ponderados.

Para seleccionar la alternativa optima, se utilizó el método de localización por puntos ponderados, el cual consiste en mencionar los factores de interés para la ubicación en el distrito 1 y asignarles un peso.

Los factores y los pesos asignados se muestran a continuación:

1. Cercanía de las personas a la panadería. 0.30
2. Disponibilidad de materia prima. 0.15
3. Disponibilidad de recursos humanos. 0.15
4. Acceso a servicios básicos. 0.25
5. Accesibilidad del local. 0.15



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Los pesos son asignados a los factores de acuerdo a la importancia que tienen en la instalación de la planta.

Las calificaciones se hacen en base a información del distrito, para obtener las ponderaciones, los puntos fueron asignados por el formulador del proyecto, los resultados fueron los siguientes:

Tabla N°10: Calificación ponderada.

Se utilizó el método de ponderación para determinar la mejor ubicación para la panadería.

		Distrito 1		Distrito 2		Distrito 1	Distrito 2	Calificación Ponderada	
Factor	Peso	L1	L2	L1	L2	Σ	Σ	Distrito 1	Distrito 2
1	0.3	7	6	7	8	14	14	4.2	4.2
2	0.15	8	6	7	5	15	11	2.25	1.65
3	0.15	7	6	9	8	16	14	2.4	2.1
4	0.25	7	6	9	8	16	14	4	3.5
5	0.15	5	4	9	7	14	11	2.1	1.65
Total	1					75	64	14.95	13.1

Fuentes: Elaboración Propia

Dado que el distrito 1 obtuvo la mayor calificación ponderada, será en este dónde se ubicará la panadería para la comercialización de pan enriquecido de banana y pasa.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Fuente: instituto Nacional de información de Desarrollo (INIDE): “Anuario estadístico 2019”; Departamento de estadísticas Sociodemográficas; estimaciones y proyecciones de la población; pág. 50.

Micro localización.

Para determinar el lugar preciso en donde estará situada la panadería se tomó como parámetro el acceso a servicios básicos como el agua ya que es indispensable para el proyecto dada las características del producto, también se tomó en cuenta la cercanía a los puestos de consumo.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Tabla N°11: Calificación ponderada.

Se utilizó el método de ponderación para determinar la mejor ubicación para la panadería.

N°	Factores	Puntaje	posibles localizaciones									
			a		b		c		d		e	
1	ambiente laboral	10	3	30	5	50	4	40	4	40	4	40
2	calidad de vida	15	2	30	4	60	4	60	3	45	4	60
3	sistema de transporte	12	4	48	2	24	4	48	3	36	5	60
4	proximidad a los puestos de consumo	15	5	75	2	30	3	45	3	45	2	30
5	impuestos	12	4	48	3	36	3	36	4	48	2	24
6	servicios publicos	15	3	45	3	45	4	60	4	60	3	45
7	salarios de la region	13	2	26	2	26	3	39	3	39	2	26
8	tamaño del sitio	13	1	13	4	52	1	13	3	39	1	13
Total puntaje * calificacion			315		323		341		352		298	

Fuente: elaboracion propia.

- puntaje del 0 al 15 siendo el 15 el mejor.
- posibles localizaciones, escala de 5 a 0 siendo el 5 la mejor

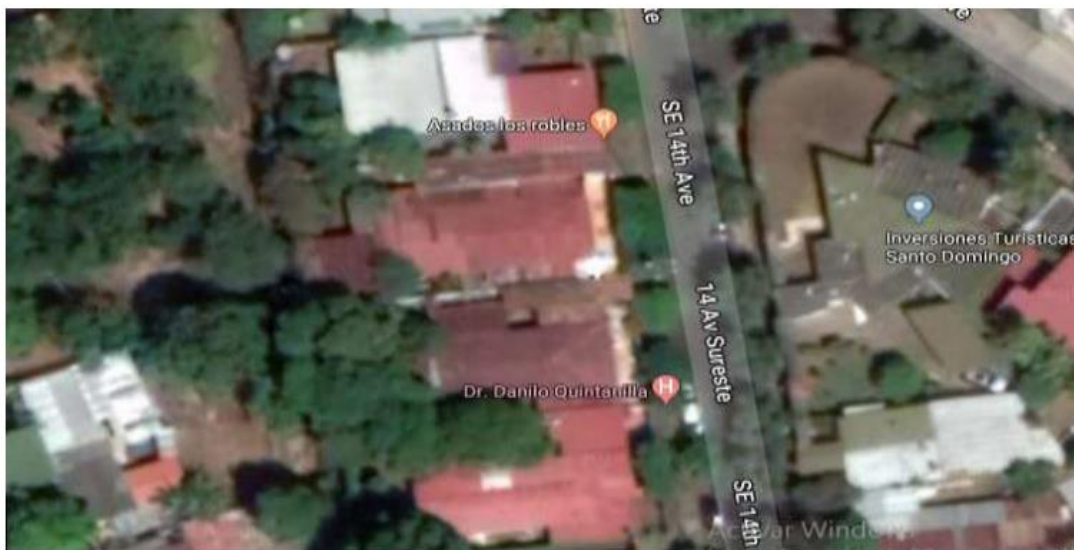
- A) Hotel mozonte, Bolonia
- B) restaurante mirador de tiscapa
- C) Plaza inter
- D) lost inn Managua, metrocentro
- E) parque luis alfonso velazques



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

La panadería estará ubicada del Hotel Lost Inn Managua, 30 metros al sur a mano izquierda. Este lugar tiene acceso a servicios básicos y reúne todas las condiciones necesarias para la instalación y correcto funcionamiento de la panadería.

Grafica N° 15: Mapa Micro localización.



Fuentes: Google Earth



Alternativas Tecnológicas.

Gráfico N°16: Alternativas Tecnológicas.





Maquinaria y equipos.

Para la producción y comercialización del pan enriquecido con banano y pasa en la panadería “Rico y saludable”, son necesarios los siguientes equipos:

- Horno convección 603
- Amasadora espiral economy ts
- Batidora tipo industrial.
- Mesa de soporte hornos.

Horno convección 603 es un horno destinado a los profesionales que desean vender pan precocido, bollería congelada o cualquier otro producto pre-cocinado a un coste mínimo. Su ubicación natural suele estar en pequeñas tiendas de pan o comercios de alimentación en general que deseen ofrecer especialidades calientes durante todo el día. Este horno de construcción sencilla posee, sin embargo, todos los elementos para obtener un rendimiento óptimo.

El **cuadro de control** es DIGITAL pudiendo almacenar 99 programas distintos de cocción.

Dispone de entrada de agua para producir vapor en el interior del horno. Puerta de apertura lateral facilitando así las operaciones de carga y descarga. La **capacidad** de este horno es de 3 bandejas de 600x400mm. y su potencia es de 3,2kw. La conexión es monofásica. Su coste es \$6,189



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Gráfico N°17: características técnicas.

Características Técnicas	
Capacidad	3 Bandejas 600x400mm
Paso entre bandejas	75 mm.
Longitud -	830 mm
Profundidad	810 mm
Altura -	460 mm
Potencia	3.2 KW
Peso	43 Kg.
Alimentación eléctrica	220 v
Inversor Giro	Sí
Turbinas	
Temperatura Máxima	270°C
Plazo de entrega:	1-3 días

Fuente: Amazon.

La **AMASADORA ESPIRAL ECONOMY TS**, es una máquina de amasar italiana perfecta para aquellos pasteleros que desean una máquina de amasar rápida, silenciosa, robusta y **ECONÓMICA** sin renunciar a los buenos amasados de panadería y pastelería

Gráfico N°18: características técnicas.

Características Técnicas				
Modelo	Capacidad Pasta Kg.	Capacidad Harina Kg.	Medidas (axfxh)mm.	Peso Kg.
IM 12	12	8	675 x 350 x 690	60
IM 18	18	12	697 x 390 x 690	65
IM 25	25	17	762 x 430 x 770	95
IM 38	38	25	818 x 480 x 770	105
IM 44	44	30	842 x 530 x 770	110
IM 60	60	40	1020 x 575 x 1010	250
VOLTAJE	380/III/50Hz.			
Plazo de entrega:12-15 días				

Fuente: Amazon.

Las batidoras industriales usualmente se fabrican con acero o lamina esmaltada, mientras que los *bowls* pueden ser de estaño o **acero inoxidable**.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

El gancho y la paleta se fabrican con aluminio, mientras que el globo se fabrica con base de aluminio y varillas de acero inoxidable.

La potencia del motor es una de las **características más importantes** a la hora de diferenciar una batidora industrial.

Mientras que las profesionales de buena calidad tienen motores con potencia de hasta 500 watts, las industriales llegan a superar los mil watts de potencia. Recuerda que **a mayor potencia tu batidora podrá trabajar con mezclas más pesadas durante más tiempo.**

De igual forma, suelen tener hasta tres velocidades que pueden ser controladas electrónicamente o mecánicamente mediante ciertos interruptores.

La capacidad normal de un bowl oscila entre los 10 y puede llegar hasta los 80 litros; esto quiere decir que la batidora permite trabajar con más ingredientes, lo que aumenta la producción y reduce costos.

Las batidoras para panadería industriales son de **suma importancia para los negocios sin importar su tamaño**. Incluso los pequeños como panaderías de barrio, se pueden beneficiar por el uso de esta maquinaria. Tiene un costo de \$ 8,999.

MESAS DE SOPORTE PARA HORNOS: Mesas destinadas como soporte de los hornos de convección **Gastronomía y Pastelería**. Fabricadas en acero inoxidable y con guías porta bandejas inferiores opcionales. Las medidas y diseño de la mesa varían en función de cada tipo de horno. Cuesta \$ 500.



Gráfico N°19: características técnicas.

Características Técnicas	
Capacidad	Para todo tipo de hornos
Calidad	Acero Inoxidable o acero zincado
Dimensiones	En función de la medida del horno
Opcionales	Ruedas
Tipos	Posibilidad de realizar mesas a medida
Notas	

Fuente: Amazon.

Costos de maquinaria y equipos.

Se cotizaron las máquinas y equipos expuestas anteriormente, obteniendo la siguiente información:

Tabla N°12: costo de maquinaria

Se muestra una proforma de costo de maquinaria

horno	2	C\$75.000,00	C\$150.000,00
vitrina	1	C\$75.000,00	C\$75.000,00
bandeja	1	C\$300,00	C\$300,00
guantes	1	C\$500,00	C\$500,00
bowls	1	C\$6.000,00	C\$6.000,00
jarra medidora	1	C\$3.150,00	C\$3.150,00
cuchillo	1	C\$110,00	C\$110,00
aire acondicionado	1	C\$55.000,00	C\$55.000,00
Total de maquinaria			C\$290.060,00

Fuente: Elaboración propia.

Capacidad instalada.

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección; puede



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

lograr durante un periodo de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos etc. Y está relacionada con la participación de mercado que tendrá la empresa.

Tabla N°13: capacidad de máquina.

Se determina la cantidad de maquinaria a utilizar analizando la capacidad de máquina y el porcentaje de absorción.

Calculo de la compra de maquinas para un proyecto

	2021	2022	2023	2024	2025
Demanda	58545,5	58784,7	59023,9	59263,1	59502,3
horno	2	2	2	2	2

uso del concepto de capacidad de planta

25%

15%

8

300

	capacida d de diseño barras/hr.	paradas programad as	capacida d efectiva barras/hr.	paradas no programad as	capacida d real barras/hr.	en un dia un turno de 8 hrs.	consideramo s 300 dias laborales al año
horno	24	6	18	2,7	15,3	122,4	36720

Fuente: elaboracion propia.

Edificios e instalaciones.

Distribución por áreas.

Para definir la distribución por áreas dentro del edificio de producción, se utilizaron las siguientes herramientas:

1. **Matriz SLP:** de esta manera se define la proximidad y orden de los departamentos.



2. **Método Carga-Distancia:** se optimiza la distribución del área de producción, en función del recorrido de los materiales.

Matriz SLP

Se procede a crear la matriz con los siguientes criterios:

Grafica N° 20: proximidad de distribución

Código	Proximidad	Color	# de líneas
A	Absolutamente necesario	Rojo	4 rectas
E	Especialmente necesario	Verde	3 rectas
I	Importante	Amarillo/Naranja	2 rectas
O	Ordinario	Azul	1 rectas
U	Sin importancia		0 rectas
X	No recomendable	Pardo	1 Zig Zag
XX	Altamente indeseable	Negro	2 Zig Zag

Fuente: elaboración propia

Grafica N° 21: Fundamentos de distribución

Código	Fundamentos
1	Contacto directo con personal
2	Por flujo de información
3	Utiliza mismo equipo
4	Utiliza mismo personal
5	Por conveniencia con la dirección
6	Por inspección y control
7	Por residuos
8	Por recorrido de los productos
9	Por distracción
10	Por el volumen del producto

Fuente: elaboración propia



Grafica N° 22: Símbolo

Símbolo	Color	Tipo de actividad
	Rojo	Montaje/Submontaje
	Verde	Proceso químico
	Amarillo/Naranja	Transporte, expedición y recepción
	Azul	Control
	Azul	Servicios
	Pardo	Área administrativa y oficinas
	Naranja	Almacenaje

Fuente: elaboración propia

se procede a llenar la matriz de acuerdo a las puntuaciones establecidas, cabe destacar que el proceso de selección de parámetros fue realizado a criterio del realizador del presente proyecto, es decir, es una medición subjetiva, a pesar de eso, la matriz SLP considerado un método efectivo para determinar la distribución de departamentos dentro de las instalaciones.



Tabla N°14

Se procedió a utilizar la matriz SLP para determinar la óptima distribución de las áreas dentro de la panadería.

Matriz SLP

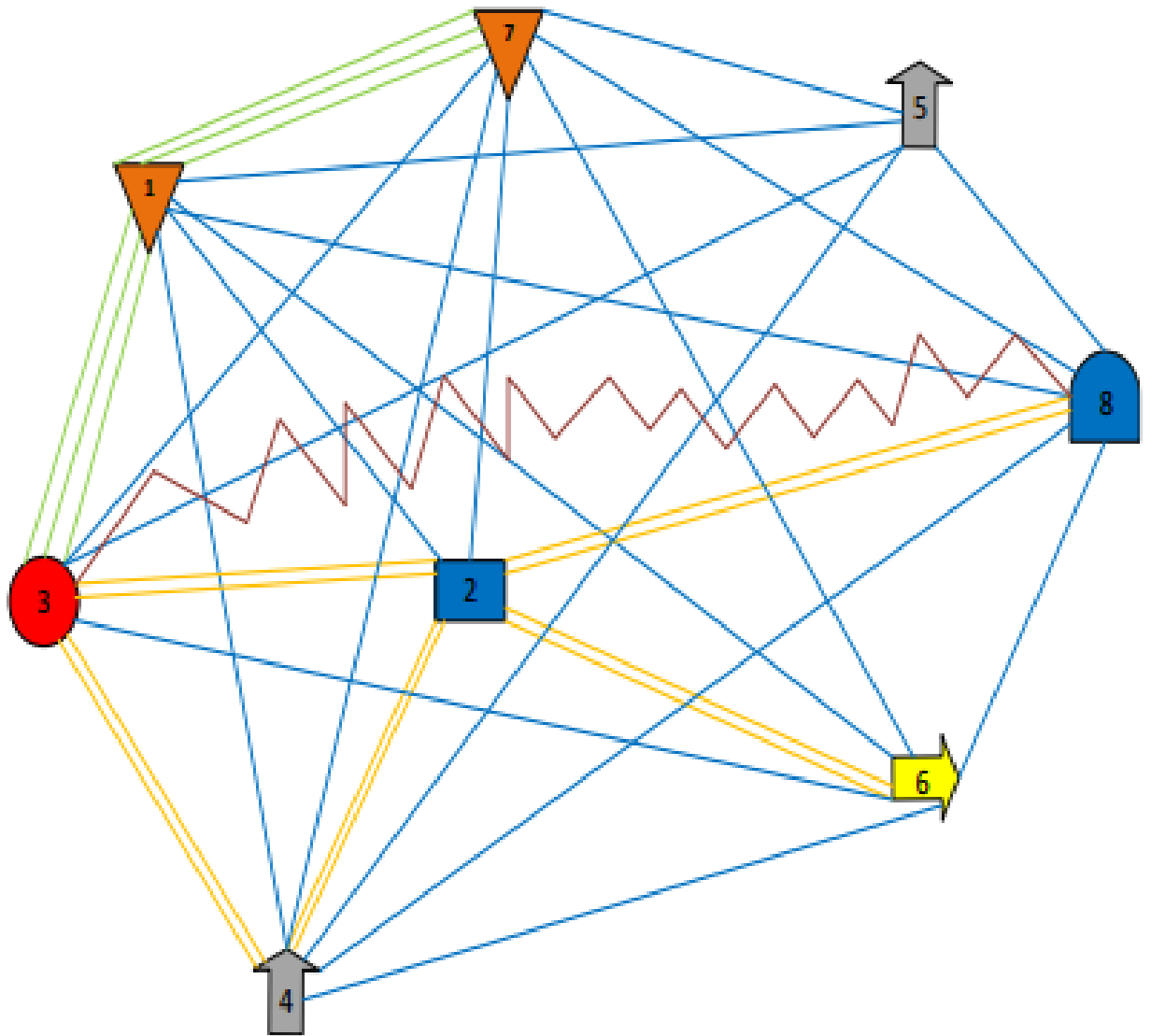
	DISPOSICION	AREA	1	2	3	4	5	6	7	8	1
1	ALMACEN DE MATERIA PRIMA	18.75m ²	-	O	A	O	O	O	E	O	1
2	AREA DE CONSUMO	40.625m ²	O	-	I	I	U	I	O	I	2
3	AREA DE PRODUCCION	12.5m ²	A	I	-	I	O	O	O	X	3
4	CAJA	6.25m ²	O	I	I	-	O	O	O	O	4
5	OFICINA	6.25m ²	O	U	O	O	-	U	O	O	5
6	RECEPCION	3.125m ²	O	I	O	O	U	-	O	O	6
7	RECEPCION DE MATERIA PRIMA	6.25m ²	E	O	O	O	O	O	-	O	7
8	SANITARIOS	6.25m ²	O	I	X	O	O	O	O	-	8
			1	2	3	4	5	6	7	8	

Fuente: elaboración propia



Diagrama de Relaciones

Grafica N° 23: Diagrama de relaciones.



Fuente: elaboración propia



Método Carga-Distancia.

Tabla N°15: Carga distancia.

Se procedió a utilizar el método carga-distancia para determinar la óptima distribución de las áreas dentro de la panadería.

	distancia en metros						
	Almacén	Recepción de mat.	Área de prod.	sanitarios	caja	oficina	total
Almacén	0	2	2	20.55	14.5	14.5	2677.5
Recepción de mat.	2	0	20.75	33.25	27.125	33.25	11637.5
área de producción	2	20.75	0	20.75	11.5	2	362.5
sanitarios	20.55	33.25	20.75	0	2	14.5	182.1
Caja	14.5	27.125	11.5	2	0	2	114.25
Oficina	14.5	33.25	2	14.5	2	0	66.25

transporte de carga en kilos	
Almacén	50
Recepción de mat.	100
Área de prod.	10
sanitarios	2
Caja	2
Oficina	1

Fuente: elaboración propia

Distribución de Planta.

La distribución de planta de la panadería “rico y saludable” que comercializara pan enriquecido con banana y pasa enfoca la repartición del espacio físico ocupados por la instalación de muebles, ubicación de exhibidores de pan, la caja de cobro, además se incluye la ubicación de personal. El local de la tienda tendrá un área de 100m².

La elaboración del plano de distribución de planta permitirá establecer varios puntos tomados en consideración:

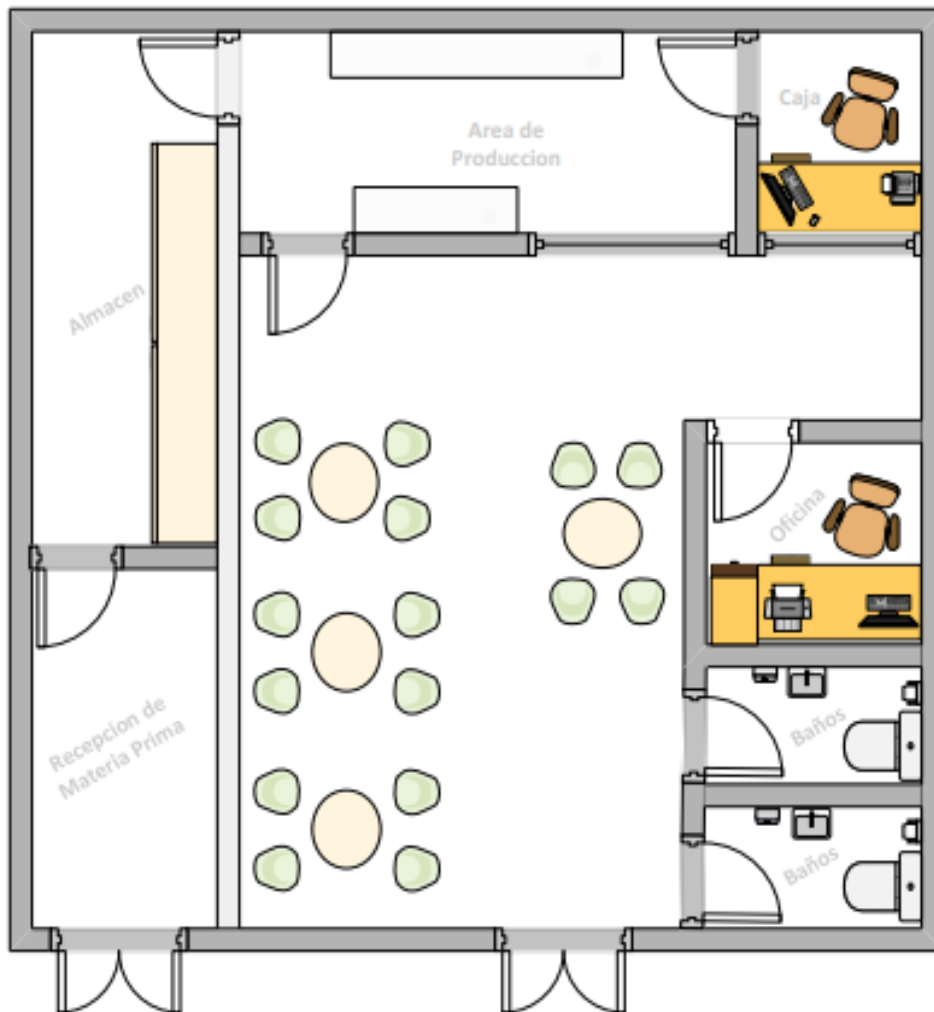


“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

- Se ocupará de mejor manera el espacio físico disponible.
- La instalación estará distribuida y organizada de acuerdo a las exigencias que posea la panadería “rico y saludable”.

Distribución de Planta.

Grafica N° 24: Distribución de planta.



1/1	DISTRIBUCION DE PLANTA				UNI
ELABORADO	Alejandro Quintero				
REVISADO	LUIS CHAVARRIA V.				



Políticas de la empresa.

Misión

Establecer una unidad de negocio que proporcione un espacio único en el momento de disfrutar un pan especial (enriquecido con banano y pasa), acompañado de una atención amigable, un ambiente agradable y cómodo, que logre una experiencia atractiva a toda la comunidad.

Visión

Consolidarnos para el 2021 como el modelo de negocios preferido por los habitantes y visitantes de la ciudad de Managua, así como gozar de reconocimiento por ofrecer productos de alta calidad con el mejor servicio y en el mejor ambiente.

Valores

“Rico y saludable”, tiene un fuerte compromiso social fundamentado en unos valores que se manifiestan en el día a día, tanto en el trabajo con los proveedores, como en el desarrollo profesional de los empleados o en la forma de contribuir a las comunidades donde opera.

- **La experiencia de los clientes:** el punto central en todo lo que se hace. es servirles y mostrarles aprecio ofreciéndoles productos de alta calidad, con el mejor servicio, en un ambiente limpio y agradable y al mejor precio posible.
- **El compromiso con las personas:** se ofrecen oportunidades, fomentan el talento, desarrollan líderes y recompensan la consecución de objetivos, se cree que un equipo de personas bien formadas, con trayectorias profesionales y experiencias diversas, trabajando de la mano de la comunidad en un ambiente de respeto y que estimule altos niveles de compromiso, resulta esencial para el éxito continuo.



- **Se gestiona el negocio de forma ética:** la integridad ética es esencial para el negocio. Aplicar tanto en el dueño como en el negocio, altos estándares de imparcialidad, honestidad e integridad. Se asume responsabilidad tanto social como legal.
- **se procura mejorar de forma continua:** evolución y adaptación a cambios constantes en el mercado. “Rico y saludable” está en continuo aprendizaje, con el fin de prever y responder a las necesidades cambiantes de clientes, empleados y del sistema.

Principios y políticas.

Calidad Máxima calidad y seguridad en los productos que se verifica a lo largo de todas las fases de producción y selección de productos, desde los ingredientes hasta la preparación en el restaurante>

- **Servicio:** el cliente es siempre lo más importante y el objetivo es conseguir en todo momento el 100% de su satisfacción. La rapidez en el servicio, el trato amable y personal y la constante adaptación a los gustos del cliente son los medios para conseguirlo.
- **Limpieza:** el local presta una atención permanente a la limpieza e higiene de sus instalaciones.
- **Valor:** es el concepto equivalente de la mejor relación calidad-precio.
- **Dedicación:** para una mejor atención y a su vez mayor prosperidad en el negocio.

Estudio organizacional.

Estructura organizacional de la empresa.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

La estructura organizacional de la panadería “Rico y saludable” para la elaboración de pan enriquecido con banana y pasa tendrá una estructura horizontal en donde cumpla con las necesidades de la empresa.

La empresa como tal constara de 2 niveles jerárquicos:

1. Nivel directivo
2. Nivel operativo

Nivel directivo.

Está formado por el gerente general, el cual será el principal encargado de la empresa en las tomas de decisiones, revisar todos los reportes y analizar los resultados de cada departamento para proponer nuevas estrategias, logrando que las metas de la empresa cada vez sean más reales hasta ser realizadas.

Nivel Operativo.

Conformado por las áreas de producción, recepción, almacenamiento de materia prima, almacenamiento de producto terminado, por lo tanto, serán responsables de la producción, garantizando la calidad y esencia del producto.

Organización de recursos humanos.

El objetivo de este proyecto es diseñar una microempresa, la principal característica de una empresa de este tamaño es que cuenta con poco personal.

El personal es el principal factor de éxito de un negocio, para ello deben tener experiencia o bien una idea clara del proceso, maquinaria y equipos a utilizar.

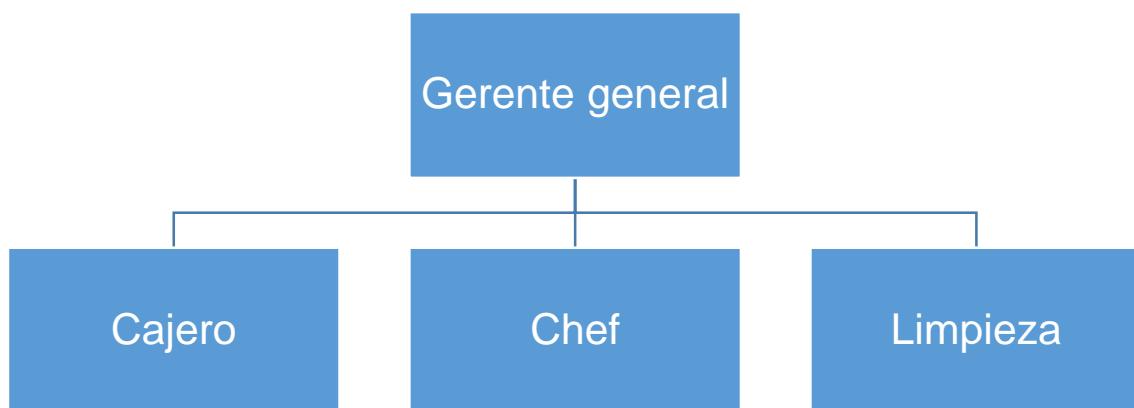
El requerimiento del personal para esta panadería estará conformado por 4 trabajadores, dicho requerimiento cambiará o será modificado de acuerdo a las



exigencias del mercado, teniendo cambios tanto en el proceso de producción como el de organización de los recursos humanos presente dentro de la panadería.

Organigrama de la panadería

Grafica N° 25: Organigrama.



Fuente: elaboración propia



Evaluación por puntos.

Tabla Nº 16: valores

El analista pondera los puntos según su criterio, repartiéndoles entre los factores que el considere relevantes.

Factores	Niveles			
	Mínimo I	Bajo II	Moderado III	Alto IV
Responsabilidad				
Seguridad	25	50	75	100
Equipos	20	40	60	80
Materiales	20	40	60	80
Ayuda a otros	5	20	35	50
Calidad	20	40	60	80
Habilidad				
Experiencia	45	90	135	180
Educación	25	50	75	100
Capacitación	25	50	75	100
Esfuerzo				
Físico	25	50	75	100
Mental	35	70	105	140
Condiciones de trabajo				
Riesgos	20	40	60	80
Sonidos	20	40	60	80
Vibración	20	40	60	80
Temperatura	20	40	60	80
Total, de puntos	325	660	995	1330

Fuente: elaboración propia



Tabla N° 17: Evaluación por puestos

El analista pondera los puntos según su criterio, repartiéndoles entre los factores que el considere relevantes.

Factores	Puestos de Trabajo			
	Gerente General	Cajero	Chef	Limpieza
Responsabilidad				
Seguridad	50	25	25	25
Equipos	60	60	40	20
Materiales	40	20	40	20
Ayuda a otros	50	35	35	20
Calidad	60	40	40	20
Habilidad				
Experiencia	180	135	90	45
Educación	100	75	75	25
Capacitación	100	75	50	25
Esfuerzo				
Físico	50	50	75	25
Mental	105	35	35	35
Condiciones de trabajo				
Riegos	40	40	60	20
Sonidos	20	20	20	20
Vibración	20	20	20	20
Temperatura	20	40	60	20
Total, de puntos	895	670	665	340

Fuente: elaboración propia



Requerimiento del personal.

Para la comercialización de pan enriquecido con banana y pasa en la panadería “Rico y saludable” en el distrito 1 de Managua será necesario contar con: gerente general, un cajero y dos vendedores. Las actividades que cada uno de ellos realizara dentro de la organización se detallan en el Manual de funciones del estudio organizacional específicamente en la tabla. Los sueldos serán cancelados mensualmente al personal que se detalla a continuación.

Tabla N° 18: Puestos de trabajo.

N°	Puesto	Salario
1	Gerente General	C\$ 11,530.00
2	Cajero	C\$ 7,370.00
3	Chef	C\$ 7,315.00
4	Limpieza	C\$ 5,855.00

Fuente: elaboración propia

Asignación de salarios.

Según el último reajuste salarial dado a conocer por el MITRAB en el segundo semestre del año 2018 y como procedencia para el año 2019 el salario mínimo en Nicaragua no representa ningún cambio al salario mínimo para el sector panadero asciende a 5,854.99 córdobas datos con los que se procede a trabajar. Debido a la asignación de salario por puntos en el puesto de limpieza era bajo el salario mínimo se optó a pagar el salario mínimo establecido por la ley.



Tabla Nº 19: Salario mínimo establecido por el MITRAB.

Sector de Actividad	Salario Mínimo Mensual C\$
Agropecuario (más Alimentación)	4,176.49
Pesca	6,350.48
Minas y Canteras	7,500.80
Industria Manufacturera	5,615.75
Industria Sujeta a Régimen Especial (Vigente a partir del 1ro Enero 2018, aplica para Zonas Francas)	5,911.39
Micro y Pequeña Industria Artesanal y Turística Nacional Artesanal	4,487.41
Electricidad, gas y agua; Comercio, Restaurantes-Hoteles; Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	7,660.52
Construcción, Establecimientos Financieros y Seguros	9,346.59
Servicios Comunes, Sociales y Personales (incluyendo los trabajadores domésticos y de la salud)	5,854.99
Gobierno Central y Municipal	5,208.27
Notas:	
1. Los Salarios Mínimos aplican para aquellas pensiones de jubilación que así lo contemple la Ley de Seguridad Social.	
2. En los casos que el salario sea estipulado en base a producción o rendimiento, el valor unitario debe incrementarse en la proporción mencionada para cada rubro.	
3. Mensualmente los trabajadores deben como mínimo ganar estos valores.	
4. El no pagar como mínimo estos salarios expone al empleador a una sanción por parte del MITRAB de entre 40 a 80 salarios mínimos del Sector Productivo al que pertenezca el negocio del Empleador. Base Legal: Arts. 46.a, 52 y 57.c de la Ley 664 Ley General de Inspección del Trabajo.	

Fuentes: <http://www.consultasdeinteres.com/2019/03/mitrab-salarios-minimos-vigentes-en-el.html>

Salario según organigrama

Tabla Nº 20: niveles de salario

Nivel	Rango	Salario mensual
I	340-670	C\$ 5,855.00
II	671-895	C\$ 11,530.00

Fuente: elaboración propia



Personal para el funcionamiento del proyecto.

Gerente general

Responsabilidad:

1. Es el mentor y encargado del personal en la panadería.
2. Supervisar o administrar las operaciones del área de producción.
3. Control del área de bodega.
4. Administración de los recursos.
5. Gestión en el área de ventas.
6. Control de área de administración.
7. Diseños de sistemas productivos.
8. Toma de decisiones.

Formación:

- Licenciatura en administración de empresa
- Ingeniería industrial

Aptitudes:

- Capacidad de trabajo, responsabilidad, y atención.

Experiencia:

- Conocimiento total sobre el control de la empresa o panadería mediante procesos productivos, económicos, legales.
- 5 años en puestos similares en gerencia y dirigencias en proyectos.



Limpieza

Responsabilidad:

1. Realizar y mantener limpieza diaria de las instalaciones de la panadería, mobiliario y equipos correspondientes.
2. Reportar a su jefe inmediato los defectos que detecte dentro de las instalaciones.
3. Solicitar los encerres e insumos necesarios para realizar sus labores.
4. Deshacerse de todos los desechos en general.
5. Permanecer en su área de trabajo durante su jornada y realizar el aseo de emergencia que presente.

Formación:

- Título de bachiller en ciencias y letras.
- Ambos sexos están permitidos para este puesto.
- Edad entre 21 y 48 años.
- Certificado de salud.
- Persona honesta, responsable, organizada.
- 2 años de experiencia como mínimo en cargo similares.



Cajero.

Responsabilidad:

1. Atender con responsabilidad a los comensales en el área de registro y cobro, asegurando su satisfacción con el servicio recibido.
2. Mencionarles las promociones y especialidades de la panadería.
3. Manejar a la caja registradora. Conocer los procedimientos de registro y las diferentes formas de pago.
4. Llevar el control de las comandas o notas de consumo y elaborar facturas para los clientes que así lo requieren.
5. Realizar los cortes parciales y finales de la caja.
6. Mantener en excelente presentación su área de trabajo y su persona.
7. Aplicar el reglamento interno de acuerdo a las situaciones que lo ameritan.
8. Surtir de papelería y verificar el funcionamiento de las herramientas en su área de trabajo.
9. Elaborar el inventario de los productos disponibles y controlar las existencias.
10. Descargar y organizar el almacén.
11. Realizar las funciones de cobro y cuadre de caja.

Formación:

- Gestión de la atención al cliente del consumidor.
- Licenciatura en administración de empresas.
- Técnico en contabilidad y finanzas.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

- 2 años de experiencia en caja.

Chef.

Responsabilidad:

1. La preparación del pan enriquecido con banana y pasa por distintos métodos.
2. El manejo y el mantenimiento de la estación de trabajo.
3. La gestión eficiente de los ingredientes.
4. Apoyo a la labor de los meseros para asegurar un flujo de trabajo adecuado, con el cual el cliente se sienta satisfecho.

Formación:

- Chef.
- Cocinero experimentado.
- Gastronómico.

Experiencia:

Un trabajo mínimo de 2 años en panaderías, comerciales, restaurantes, comedores, etc.



Requerimientos de equipos de oficina, insumos, muebles y enseres de limpieza.

Se detalla a continuación los costos en el mercado de los distintos equipos de oficina, insumos, muebles y enseres que son necesarios para la comercialización del pan enriquecido con banano y pasa.

Tabla N° 21: niveles de salario

Requerimientos de equipos de oficina, muebles y Acondicionamiento			
Equipos de Oficina	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Computadora	2	C\$ 14,000.00	C\$ 28,000.00
Impresora	1	C\$ 2,670.00	C\$ 2,670.00
Teléfono	1	C\$ 600.00	C\$ 600.00
Total, de Equipo de oficina			C\$ 31,270.00
Sillas	16	C\$ 600.00	C\$ 9,600.00
Mesas	4	C\$ 1,500.00	C\$ 6,000.00
Escritorio	2	C\$ 2,500.00	C\$ 5,000.00
Sillas de oficina	2	C\$ 1,300.00	C\$ 2,600.00
Caja de cobro	1	C\$ 5,800.00	C\$ 5,800.00
Rotulo	1	C\$ 700.00	C\$ 700.00
Total, de Maquinaria y Acondicionamiento			C\$ 29,700.00
Total, de Requerimientos			C\$ 60,970.00

Fuente: elaboración propia

El costo del rotulo se determinó en base a una cotización realizada el día 7 de enero del 2020 a la empresa “SPRINT COLOR NICARAGUA”, el responsable de atención al cliente indico que el rotulo a requerir tendría un valor de 700 córdobas netos.



Requerimiento de suministros de oficina y enseres de limpieza

Tabla N° 22: Suministros de oficina y limpieza.

Suministros de oficina y enseres de limpieza.			
Suministro de oficina	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Archivador Ampo	2	C\$ 65.00	C\$ 130.00
Corrector Lápiz Arctic	2	C\$ 7.00	C\$ 14.00
Engrapadora Metálica Studmark	2	C\$ 110.00	C\$ 220.00
Grapas Studmark	2	C\$ 35.00	C\$ 70.00
Lapicero Big Azul	6	C\$ 5.00	C\$ 30.00
Lapicero Big Negro	6	C\$ 5.00	C\$ 30.00
Papel Bond Chamex office	1	C\$ 170.00	C\$ 170.00
Perforadora	2	C\$ 45.00	C\$ 90.00
Saca Grapas	2	C\$ 23.00	C\$ 46.00
Facturas	1(Talonario)	C\$ 545.00	C\$ 545.00
Cartucho Canon Pg Negro	1	C\$ 570.00	C\$ 570.00
Total, de Suministro de oficina			C\$ 1,915.00
Escoba	1	C\$ 45.00	C\$ 45.00
Lampazo	1	C\$ 70.00	C\$ 70.00
Mecha de Lampazo	1	C\$ 30.00	C\$ 30.00
Pala Plástica	1	C\$ 55.00	C\$ 55.00
Lanilla (Limpión)	1	C\$ 25.00	C\$ 25.00
Detergente	1	C\$ 60.00	C\$ 60.00
Desinfectante	1	C\$ 45.00	C\$ 45.00
Total de enseres de limpieza			C\$ 330.00
Total de Suministro de oficina y enseres de limpieza			C\$ 2,245.00

Fuente: elaboración propia



Estudio legal

Adquisición de libros contables (asciende a un valor de 240 córdobas).

- Libro diario.
- Libro mayor.
- Libro auxiliar.

Registro de los libros contables (proceso).

1. El registro mercantil de la cabecera departamental correspondientes. Ahí existe un registro mercantil. Antes de acudir a ese lugar hay que cumplir con el siguiente requisito previo: tener una escritura de constitución de sociedad anónima o del tipo de empresa a la cual le sea más conveniente. Puede ser una empresa de constitución de sociedad colectiva de responsabilidad limitada, pero dependerá del tipo de necesidad que tenga el interesado.
2. Tener a mano la solicitud de inscripción como comerciante y presentar los cuatro libros contables que son: el diario, el mayor, actas y acciones, y el poder general de representación para el representante legal de la empresa.
3. Todos esos registros son llevados al registro mercantil, una vez que el registro mercantil ha inscrito como comerciantes y ha sellado los cuatro libros, los dos contables, el diario y el mayor, y los dos corporativos de actas y acciones e inscrito el poder generalísimo se acude ha cumplir.
4. Ir a la dirección general de ingresos (DGI), ahí van a inscribir y otorgar el RUC, que significa registro único de contribuyente, inmediatamente queda inscrito también en la alcaldía y en el instituto nicaragüense de seguridad social (INSS).



Marco legal.

Dentro de las regulaciones legales que están sujetos el proyecto son las siguientes:

- el impuesto sobre la renta es del 30%
- la tasa social de descuento es del 8% de acuerdo al sistema nacional de inversión pública (SNIP).
- Los activos fijos se depreciarán por el método de línea recta de acuerdo a la ley de equidad fiscal.
- Los grados brix se regularán de acuerdo a la norma CODEX STAN 247 de la comisión Codex Alimentarius de regulación de alimentos.
- Las medidas de mitigación ambiental se redactarán de acuerdo a las normas del MARENA.

Proceso para la creación de la empresa.

El proceso de incorporación y registro de una compañía en Nicaragua se puede agilizar utilizando los servicios de la Ventanilla Única de inversiones (VUI). Esta oficina está conformada por las principales instituciones del gobierno involucradas en el proceso y provee un servicio gratuito de alta calidad para inversionistas, reduciendo el tiempo de incorporación a aproximadamente 13 días, los pasos principales son:

- Acta de constitución de la sociedad, para elaborar la constitución de una sociedad se requieren al menos dos socios, ya sea individuos o corporaciones y un capital social mínimo de 10,000 córdobas (aproximadamente US\$400). El acta de constitución debe ser otorgada y certificada por un notario público nicaragüense.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

- Comprar los libros contables y corporativos. Estos libros son requeridos para el registro de la sociedad y pueden ser adquiridos en librerías locales.
- Presentar documentos para el registro mercantil en la VUI, estos documentos son recibidos en la VUI y procesados por el registro comercial, requieren un pago del 1% del capital de la empresa y hasta un máximo de 30,000 córdobas (aproximadamente US\$1,200).
- Registrarse como mercante y registrar los libros contables, una vez que el acta de incorporación fue procesada, uno debe registrarse como mercante y registrar los libros contables con el registro comercial. Este procedimiento también se realiza en VUI.

Obtener el documento único de registro (DUR), este procedimiento se puede hacer simultáneamente con el paso anterior. Este documento se llena e introduce en la VUI y con él se obtiene la licencia municipal, la licencia del instituto nicaragüense de seguridad social (INSS), el registro único de contribuyente (RUC) de la dirección general de ingresos, el DUR requiere el pago del 1% del capital de la empresa.

Requisitos persona natural:

1. Realizar escritura pública de constitución (Art 3175,3188 código civil de Nicaragua y art. 119 código del comercio de Nicaragua.)
2. Inscripción como comerciante en el registro público mercantil.
3. Obtención del numero RUC. (este se obtiene en la dirección general de ingresos)
4. Matricula en la administración de rentas como contribuyente mercantil.
5. Matricula de la alcaldía (esta se adquiere en la alcaldía de la localidad, donde opera la empresa)



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Registro comercial o nombre comercial del negocio. (este se realiza en el registro público de la propiedad industrial, Ministerio de economía y desarrollo.)

Requisitos solicitados por el MINSA para la obtención de licencia sanitaria.

Requisitos para locales que ya están funcionando:

1. Solicitud por escrito dirigido al centro de salud cercano a su establecimiento.
2. Inspección del establecimiento y cumplimiento de recomendaciones.
3. Constancia de fumigación.
4. Pago de aranceles.

Para nuevos locales deberá anexar además lo siguiente:

1. Autorización para ubicación y construcción de la planta.
2. Dictamen favorable en materia ambiental.
3. Croquis y distribución de la planta.
4. Constitución legal de la empresa.
5. Lista de productos a elaborar.

Nota: el MINSA impulsa el monitoreo del sector de alimentos y los empresarios se enfocan en el desarrollo de buenas prácticas de manufacturas que incluye el manejo sanitario y la correcta administración de los ambientes de la empresa para evitar la proliferación de animales vectores de enfermedades.

Requisitos sanitarios generales

- la empresa deberá estar ubicada lejos de lugares insalubres como botadero de basura, los alrededores se tienen que conservar limpios, sin charcos o estancamiento de aguas.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

- Las paredes deberán ser de material impermeable con pinturas lavables en buen estado de conservación y limpieza. El techo será de color claro, limpio y de buen material.
- Ventilación e iluminación suficientes con protección contra insectos.
- Abastecimiento de agua potable, instalaciones sanitarias y sistema de desagüe.

todo producto toxico para higiene, desinfección o combustible se almacenará en lugar específico e identificado correctamente.



Logotipo de la panadería “Rico y saludable”, ubicada en la ciudad de Managua.

Gráfico N° 26: logotipo



Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

CAPITULO 3: ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO





Estudio económico

Para la realización del estudio económico es necesario inicialmente determinar los costos de producción, gastos financieros, administración y venta, los cuales se mostraran en tablas de estados de resultados, incluyendo además las inversiones fijas y diferidas, las depreciaciones y amortizaciones obtenidas de los activos fijos y diferidos.

El objetivo del estudio financiero es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporciones las etapas anteriores (estudio de mercado y estudio técnico), de esta manera elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación financiera. Incluye en detalle las inversiones del proyecto, clasificado en inversiones fijas y diferidas, el capital de trabajo, costos de producción, gastos de ventas, gastos de administración y financieros, además, refleja las proyecciones financieras, el estado de resultado para el horizonte de evaluación del proyecto.

En este estudio financiero se determinó el monto de los recursos necesarios para la operación de la panadería “Rico y saludable”, para el distrito 1 de la ciudad de Managua.

Ingresos

el flujo de ingresos puede presentar una estructura muy variada dependiendo de la naturaleza de la empresa y de las estrategias de venta adoptadas, los ingresos pueden expresarse en dichos periodos: mensual, bimestral, etc. Sin embargo, en muchas ocasiones, la estimación de los ingresos es bastante compleja y depende en gran parte, de la calidad del estudio de mercado, específicamente lo referido al comportamiento de los precios y la política crediticia que adoptara la empresa.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

El objetivo del estudio de los ingresos es precisar la fuente de ingresos del proyecto industrial para formular las proyecciones de los ingresos del negocio y posteriormente, se pudo realizar las proyecciones de los estados financieros. Para ello se utilizó la información proporcionada por el estudio de mercado, técnico, entre otros.

Para la determinación de los ingresos del presente proyecto se estableció lo siguiente:

$$IVTA = N \cdot PVU$$

IVTA = son los ingresos de venta realizados en el estudio.

N = es el número de unidades que se pretenden vender durante el horizonte de evaluación establecido en el estudio.

PVU = es el precio unitario de cada barra de pan enriquecido con banano y pasa que serán vendidas.

De lo anterior, se tiene que es la manera para la sistematización de los ingresos del proyecto, para ello se requirió de la información de la cantidad necesaria de producto por estilo durante el periodo de evaluación; definida en el estudio.

Cantidad necesaria de producto que se ofertará en la panadería “Rico y saludable”.

Tabla N°23: producción anual.

En la siguiente tabla se estimó la demanda para el primer año en el distrito 1 de la ciudad de Managua.

año	distrito 1	barra de pan/ persona	demanda primer año
2021	323308,1659	2	646616,3318

Fuente: elaboración propia



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Para la producción y venta de pan enriquecido con banana y pasa. Se obtuvo la siguiente proyección:

Tabla N°24: Proyección de ventas anuales

Para determinar la proyección de ingresos del proyecto se utilizó las formula ya antes mencionada, en donde se obtuvieron los siguientes resultados para cada año:

años	demanda insatisfecha	absorcion %	demanda a absorber
2021	266116,3318	22%	58545,59299
2022	267203,522	22%	58784,77484
2023	268290,7123	22%	59023,9567
2024	269377,9025	22%	59263,13855
2025	270465,0928	22%	59502,32041

Fuente: elaboracion propia.

Tabla N°25: Proyección de ingresos.

Los ingresos se calculan con el porcentaje de absorción por el PVU.

proyeccion de ingresos para cada año	
año	Total
2021	1756367,79
2022	1839375,605
2023	1926274,568
2024	2017245,837
2025	2112478,953

Fuente: elaboracion propia.



Costos y gastos.

Costos fijos.

Tabla N°26: Costos fijos.

Equipos de Oficina	Cantidad	Costo Unitario	Costo total.
computadora	4	C\$14.000,00	C\$56.000,00
Impresora	2	C\$2.670,00	C\$5.340,00
Telefono	1	C\$600,00	C\$600,00
Total de equipo de oficina			C\$61.940,00
sillas	16	C\$600,00	C\$9.600,00
mesas	4	C\$1.500,00	C\$6.000,00
escritorio	2	C\$2.500,00	C\$5.000,00
sillas de oficina	2	C\$1.300,00	C\$2.600,00
caja de cobro	1	C\$5.800,00	C\$5.800,00
rotulo	1	C\$700,00	C\$700,00
Total de acondicionamiento			C\$29.700,00
horno	2	C\$75.000,00	C\$150.000,00
vitrina	1	C\$75.000,00	C\$75.000,00
bandeja	1	C\$300,00	C\$300,00
guantes	1	C\$500,00	C\$500,00
bowls	1	C\$6.000,00	C\$6.000,00
jarra medidora	1	C\$3.150,00	C\$3.150,00
cuchillo	1	C\$110,00	C\$110,00
aire acondicionado	1	C\$55.000,00	C\$55.000,00
Total de maquinaria			C\$290.060,00
Total se costos fijos			C\$381.700,00

Tabla: elaboracion propia.



Costos de materia prima.

Tabla N°27: Costos materia prima.

costo de materia prima	valor mensual por kilo	valor anual por kilo
azucar	C\$800,00	C\$9.600,00
polvo para hornear	C\$1.050,00	C\$12.600,00
sal	C\$489,00	C\$5.868,00
canela	C\$2.000,00	C\$24.000,00
aceite	C\$79,31	C\$951,72
huevo	C\$39,10	C\$469,20
vainilla	C\$2.100,00	C\$25.200,00
bananos maduros	C\$902,62	C\$10.831,44
pasa	C\$3.485,00	C\$41.820,00
Total	C\$10.945,03	C\$131.340,36

Fuente: elaboracion propia

Estos son los materiales necesarios para la elaboración del producto, que según los cálculos efectuados en base a los requerimientos de estos materiales tiene un costo para el primer año de operación. **C\$ 131340.36**

Costos de producción.

Los costos de producción son aquellos costos en los que se debe invertir para la elaboración del producto terminado, como lo son los costos de materias primas, materiales indirectos, consumo de electricidad, consumo de agua, mano de obra directa e indirecta.

Tabla N°28: Costos por producción.

unidad	gramos	gramos/dia	gramos/mes	kg/mes	costo mes	costo anual
162,6	250	40650	1219500	1.220	10945,03	131340,36

Fuente: elaboracion propia.



Gastos de administración.

Los gastos de administración, son aquellos gastos necesarios para que la empresa opere y sea administrada. En esta parte se deben calcular los gastos relacionados a las actividades de soporte de la empresa, es decir, todos los gastos que se incurren por la función de administración en la empresa.

En tal sentido, para el siguiente proyecto se deberán considerar los rubros siguientes:

- Salario de los colaboradores.
- Gastos por alquiler.
- Gastos por servicios básicos (agua, luz y teléfono)
- Suministros o gastos de oficina en general (útiles de escritorio, papelería, etc.)
- Depreciación de mobiliario y equipo (equipo de oficina, muebles y acondicionamiento), se trata de un gasto virtual, esto es, tienen un efecto de un gasto sin serlo.

Gastos de alquiler del local.

Debido que en el proyecto se dará mediante alquiler y costo del alquiler del local es de U\$ 1,000 el cual tiene una superficie total de 100m².

Tabla N° 29: pago de alquiler.

Gasto de Alquiler de Local		
Concepto	Costo Mensual	Costo Total anual
Alquiler del Local	C\$ 33,500.	C\$ 402,000.

Fuente: elaboración propia



Salarios.

En el estudio técnico se realizó el requerimiento de personal, así como el organigrama de la empresa, y el salario mediante una evaluación por punto para determinar el salario correspondiente, donde se mostrará en la siguiente tabla:

Tabla N° 30: salarios de la panadería.

Cargos	Empleados necesarios	Salario	Total
Gerente General	1	C\$ 11,530.00	C\$ 11,530.00
Cajero	1	C\$ 7,370.00	C\$ 7,370.00
Chef	2	C\$ 7,315.00	C\$ 14,630.00
Limpieza	1	C\$ 5,855.00	C\$ 5,855.00
Total de Sueldos			C\$ 39,385.00

Fuente: elaboración propia

Los salarios presentes en la tabla han sido calculados mediante una evaluación por punto, definiendo así la distribución de trabajo y riesgos que se pueda presentar en la panadería, de igual forma indico que se les otorgara sus prestaciones sociales estipuladas (vacaciones, INSS patronal, aguinaldo e INATEC), según la ley N° 185 código del trabajo; las cuales se detallan a continuación:

- Aguinaldo: el patronal tiene el deber de pagar a sus empleados un mes de salario adicional, después de un año trabajando continuo (correspondientes 8.33% sobre planilla), estipulado en el código del trabajo.
- Vacaciones: el trabajador tiene el derecho a disfrutar 15 días de descanso por cada 6 meses trabajados, correspondientes a 1 mes al año, estos tienen que ser remunerados.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

- INSS patronal: el producto de la contribución patronal obligatoria, cuya cantidad se determinará según las necesidades en un reglamento emitido por el consejo directivo y de conformidad con los estudios actuales, sin exceder del 22.5% de las remuneraciones, en dinero y en especie, que cada patrono pague o debiere pagar a sus trabajadores.
- INATEC: el aporte mensual obligatorio del 2% sobre el monto total de las planillas de sueldos brutos, o fijos a cargo de todos los empleados de la republica exceptuándose las nóminas del ejército y la policía nacional.
- INSS laboral: aporte mensual correspondiente al 7.25% de contribución obligatoria.

Una vez realizados los cálculos a pagar en concepto de gastos por salario y sus respectivas prestaciones sociales a los colaboradores de la nueva tienda, por parte del propietario de la nueva tienda, se tiene la tabla siguiente



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Nomina:

Tabla Nº 31: Nomina.

N° INSS	Cargo	Salario Mensual	Salario Anual	INSS Patronal Anual (22.5%)	INATEC (2%)	13vo mes	Vacaciones	Indemnización	Costo Total MO
XXXX	Gerente General	C\$ 11,530.00	C\$ 138,360.00	C\$ 31,131.00	C\$ 2,767.20	C\$11,530.00	C\$ 11,530.00	C\$ 11,530.00	C\$ 206,848.20
XXXX	Cajero	C\$ 7,370.00	C\$ 88,440.00	C\$ 19,899.00	C\$ 1,768.80	C\$ 7,370.00	C\$ 7,370.00	C\$ 7,370.00	C\$ 132,217.80
XXXX	Chef 1	C\$ 7,315.00	C\$ 87,780.00	C\$ 19,750.50	C\$ 1,755.60	C\$ 7,315.00	C\$ 7,315.00	C\$ 7,315.00	C\$ 131,231.10
XXXX	Chef 2	C\$ 7,315.00	C\$ 87,780.00	C\$ 19,750.50	C\$ 1,755.60	C\$ 7,315.00	C\$ 7,315.00	C\$ 7,315.00	C\$ 131,231.10
XXXX	Limpieza	C\$ 5,855.00	C\$ 70,260.00	C\$ 15,808.50	C\$ 1,405.20	C\$ 5,855.00	C\$ 5,855.00	C\$ 5,855.00	C\$ 105,038.70
Total C\$		C\$ 39,385.00	C\$ 472,620.00	C\$ 106,339.50	C\$ 9,452.40	C\$39,385.00	C\$ 39,385.00	C\$ 39,385.00	C\$ 706,566.90

Fuente: elaboración propia

El gasto incurrido en los salarios de personal administrativo para el primer año es de C\$ 706,566.90 el ministerio de trabajo estipula que el salario mínimo aumenta en 10.4% anualmente, así que siguiendo este incrementado para los siguientes 4 años los costos de admón. Serán de:



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Tabla Nº 32: salarios anual.

Años	1	2	3	4
Salario	C\$ 706,566.90	C\$ 780,049.86	C\$ 861,175.04	C\$ 950,737.25

Fuente: elaboración propia

Tabla Nº 33: costos anuales.

los costos tiene una inflación del 6%.

concepto	costo anual	1	2	3	4
costo MP	C\$131.340,36	C\$131.340,36	C\$139.352,12	C\$ 147.852,60	C\$ 156.871,61
costos CIF	C\$ 20.950,00	C\$ 20.950,00	C\$ 22.227,95	C\$ 23.583,85	C\$ 25.022,47
CostosMO	C\$706.566,90	C\$706.566,90	C\$780.049,86	C\$ 861.175,04	C\$ 950.737,25
Total C\$	C\$858.857,26	C\$858.857,26	C\$941.629,93	C\$ 1.032.611,49	C\$ 1.132.631,33

Fuente: elaboracion propia



Gastos por servicios básico.

Los gastos en concepto de servicios básicos de la nueva panadería, son para los rubros de agua, luz y teléfono; los cuales se detallan de la manera siguiente:

- El costo de servicio de agua estimado en base en una entrevista realizada a doña **Luisa Marjorie** propietaria de una panadería, ella adjudico que si bien es cierto el costo de facturación del servicio de agua es variable debido al comportamiento de consumo, en promedio se tiene un costo de C\$ 250 (doscientos cincuenta córdobas netos) mensuales.
- De igual forma el costo de energía fue estimado en base a la entrevista realizada a la señora **Luisa Marjorie**, ella indico que el costo por servicio de energía eléctrica, si bien es cierto el costo de facturación es variable debido al comportamiento de consumo, en promedio se tiene un costo de C\$ 400 (cuatrocientos córdobas netos).
- Gasto telefónico: como cualquier empresa competitiva se debe contar con medios de comunicación, es por ello que el uso del teléfono es imprescindible para realizar cualquier tipo de transacción, notificaciones, etc. Una línea de teléfono tiene un costo básico mensual C\$ 247 que incluye 200 minutos, con un total mensual de 400 minutos, lo que equivale C\$ 497/mes incluido el impuesto.



Tabla N° 34: servicios básicos.

Los servicios indispensables para poner en marcha el negocio.

Gastos de Servicios Básicos		
Concepto	Costos Mensual	Costo Anual
Servicio de Agua	C\$ 250.00	C\$ 3,000.00
Servicio de energía eléctrica	C\$ 600.00	C\$ 7,200.00
Servicio Telefónico	C\$ 497.00	C\$ 5,964.00
Total C\$	C\$ 1,347.00	C\$ 16,164.00

Fuente: elaboración propia



Gastos de suministros de oficina.

Tabla Nº 35: suministros de oficina y limpieza.

Suministros de oficina y enseres de limpieza.			
Suministro de oficina	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Archivador Ampo	2	C\$ 65.00	C\$ 130.00
Corrector Lápiz Arctic	2	C\$ 7.00	C\$ 14.00
Engrapadora Metálica Studmark	2	C\$ 110.00	C\$ 220.00
Grapas Studmark	2	C\$ 35.00	C\$ 70.00
Lapicero Big Azul	6	C\$ 5.00	C\$ 30.00
Lapicero Big Negro	6	C\$ 5.00	C\$ 30.00
Papel Bond Chamex office	1	C\$ 170.00	C\$ 170.00
Perforadora	2	C\$ 45.00	C\$ 90.00
Saca Grapas	2	C\$ 23.00	C\$ 46.00
Facturas	1(Talonario)	C\$ 545.00	C\$ 545.00
Cartucho Canon Pg Negro	1	C\$ 570.00	C\$ 570.00
Total de Suministro de oficina			C\$ 1,915.00

Fuente: elaboración propia

Los costos a incurrir en concepto de suministros de oficina una vez que se determinó las cantidades necesarias en el estudio técnico.

Cabe señalar que uno de los rubros de los suministros de oficina, como son las facturas, su estimación de requerimiento se hizo en base al volumen de ventas que se tiene en el periodo de evaluación, en el estudio técnico se definió el costo por talonario de facturas, siendo este de C\$ 545 (córdobas netos), el cual se obtuvo por una cotización realizada.

El gasto para los siguiente 4 años con una inflación del 6.1% es de:



Tabla N° 36: Gastos anuales

Año	1	2	3	4
Gastos	C\$ 1,915.00	C\$ 2,031.82	C\$ 2,155.76	C\$ 2,287.26

Fuente: elaboración propia

Gastos de ventas.

En algunas ocasiones, el área de gerencia de ventas también se le conoce como departamento de mercadotecnia. En este sentido, la mercadotecnia abarca actividades de investigación y el desarrollo de nuevos productos o nuevos mercados adaptados a los gustos y necesidades de los consumidores, el estudio de la estratificación del mercado, la adecuación de la publicidad, la tendencia de ventas, etc.

Es este rubro se debe calcular los gastos que se realizarán para colocar los productos en el mercado, es decir, todas las actividades de ventas o comercialización de la empresa (promoción y distribución del producto).

- Gastos por promoción y publicidad.
- Gastos por enseres de limpieza.



Gastos por promoción y publicidad.

Los gastos por promoción son muy relevantes para la nueva panadería, debido a que esta es una nueva oportunidad de negocio la cual busca una satisfactoria penetración y participación en el mercado. La determinación de los costos por promoción y publicidad, se realizó en base a cotizaciones realizadas:

- El costo del banner fue cotizado en la imprenta “VINIL” con un valor de C\$ 350 (tres ciento cincuenta córdobas netos).
- El costo de mantas fue cotizado en la imprenta “VINIL” con un valor de C\$ 1000 (mil córdobas netos). Por unidad, cabe recalcar que el plan de publicidad vino a definir la cantidad necesaria anual y en el periodo de evaluación. Las mantas se colocarán en los siguientes puntos de la ciudad de Managua, lugares céntricos como, entrada de carretera Managua-Masaya, en los alrededores de Metro centro.
- Se anunciará el producto a través de las redes sociales principalmente Facebook con imágenes ofertando el producto por 4 días seguidos, con un costo mensual de C\$ 390 córdobas.
- De lo anterior se tiene la tabla siguiente:



Tabla N° 37: Publicidad y propaganda.

Gastos de Publicidad y Propaganda			
Concepto	Cantidad Anual	Costo Unitario	Costo Anual
Facebook	12	C\$ 390.00	C\$ 4,680.00
Banner	12	C\$ 350.00	C\$ 4,200.00
Mantas	12	C\$ 1,000.00	C\$ 12,000.00
Total Publicidad y Propaganda			C\$ 20,880.00

Fuente: elaboración propia

Gastos por enseres de limpieza.

Los enseres de limpieza son importantes para el mantenimiento del local y limpieza de los muebles y del mismo producto en estudio. Por tal razón en el estudio técnico. Se definió los requerimientos de enseres de limpieza.

Los costos de enseres de limpieza fueron obtenidos en base a cotizaciones realizadas en el supermercado “Maxi Pali”,(costos de los productos incluyen IVA).

Tabla N° 38: Enseres de limpieza.

Gastos de Enseres de Limpieza			
Concepto	Cantidad Anual	Costo Unitario	Costo Anual
Escoba	6	C\$ 45.00	C\$ 270.00
Lampazo	2	C\$ 70.00	C\$ 140.00
Mecha de Lampazo	12	C\$ 30.00	C\$ 360.00
Pala Plástica	2	C\$ 55.00	C\$ 110.00
Lanilla (Limpión)	12	C\$ 25.00	C\$ 300.00
Detergente	24	C\$ 60.00	C\$ 1,440.00
Desinfectante	24	C\$ 45.00	C\$ 1,080.00
Total enseres de Limpieza C\$			C\$ 3,700.00

Fuente: elaboración propia



PRESUPUESTO DE INVERSIONES.

Estructura de la inversión total inicial del proyecto.

En términos generales, la estructura o composición de la inversión inicial del proyecto industrial antes de la puesta en marcha del negocio comprende:

- Inversión en activos tangibles: Activos físicos indispensables para la instalación de la planta y oficinas.
- Inversión en activos intangibles: compra de servicios o derechos que son indispensables para ejecutar el proyecto.
- Capital de trabajo: para atender actividades de producción y distribución de bienes; para el normal funcionamiento u operación del negocio.
- Imprevistos: para afrontar aquellas inversiones no consideradas en los estudios de pre inversión y para contrarrestar posibles contingencias o situaciones adversas.



CIF Variable por año.

Tabla N° 39: CIF variable.

Estos son los costos indirectos de fabricación pueden variar.

CIF Variable	Costo
Energía	2300
Mantenimiento	650
Total	C\$ 2,950.00

Fuente: elaboración propia

CIF Fijo por año.

Tabla N° 40: CIF Fijo.

Los costos indirectos de fabricación fijos no varían.

CIF fijo	Costo
Energía	C\$ 7,200.00
Mantenimiento	C\$ 7,800.00
Agua	C\$ 3,000.00
Total	C\$ 18,000.00

Fuente: elaboración propia

- los costos indirectos de fabricación fijos en el primer año son de C\$ 19500
- esto da un costo CIF total de **C\$20950**



Inversión de activo fijo.

Se llama activo fijo aquello que la empresa no puede desprender fácilmente de él, sin que estas ocasionen problemas a las actividades económicas. También se le conoce como inversión física; está constituido por todos los activos físicos (bienes de capital), que son necesarios para el inicio de operaciones del proyecto, cuyo valor depende de propiedades físicas particulares.

Se entiende por activo fijo los bienes propiedad de la empresa como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículo de transporte entre otros.

Para la panadería “Rico y saludable” se tiene la inversión de activo siguiente:

Tabla Nº 41: activo fijo de producción.

En la siguiente tabla se muestra la proforma de maquinaria

horno	2	C\$75.000,00	C\$150.000,00
vitrina	1	C\$75.000,00	C\$75.000,00
bandeja	1	C\$300,00	C\$300,00
guantes	1	C\$500,00	C\$500,00
bowls	1	C\$6.000,00	C\$6.000,00
jarra medidora	1	C\$3.150,00	C\$3.150,00
cuchillo	1	C\$110,00	C\$110,00
aire acondicionado	1	C\$55.000,00	C\$55.000,00
Total de maquinaria			C\$290.060,00

Fuente: elaboración propia



Tabla Nº 42: activo fijo de mobiliario de oficina.

Requerimientos de equipos de oficina, muebles y Acondicionamiento			
Equipos de Oficina	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Computadora	2	C\$ 14,000.00	C\$ 28,000.00
Impresora	1	C\$ 2,670.00	C\$ 2,670.00
Teléfono	1	C\$ 600.00	C\$ 600.00
Total de Equipo de oficina			C\$ 31,270.00
Sillas	16	C\$ 600.00	C\$ 9,600.00
Mesas	4	C\$ 1,500.00	C\$ 6,000.00
Escritorio	2	C\$ 2,500.00	C\$ 5,000.00
Sillas de oficina	2	C\$ 1,300.00	C\$ 2,600.00
Caja de cobro	1	C\$ 5,800.00	C\$ 5,800.00
Rotulo	1	C\$ 700.00	C\$ 700.00
Total de Maquinaria y Acondicionamiento			C\$ 29,700.00
Total de Requerimientos			C\$ 60,970.00

Fuente: elaboración propia



Inversión Activos diferidos.

También se le conoce como inversión en activos intangibles, son los activos inmateriales, cuyo valor no tiene relación con la forma física ni de cualquier otro valor, Por su inmaterialidad no son objeto de depreciación, sino que obedecen al rubro contable de amortización. La inversión en activos intangibles está constituida por la compra o adquisición de servicios o derechos que son indispensables para ejecutar el proyecto.

La inversión en activos diferidos tendrá los siguientes rubros:

- constitución de la empresa (permisos e inscripción legales).
- Publicidad y propaganda.
- Inversión en suministros de oficina.

Inversión en enseres de limpieza.

Tabla N° 43: Enseres de limpieza.

Concepto	Valor
Gastos pre Operativos	C\$ 45,000.00
Permisos e Inscripción Legal	C\$ 10,000.00
Total	C\$ 55,000.00

Fuente: elaboración propia



Tabla Nº 44: Inversión pública y propaganda.

Gastos de Publicidad y Propaganda			
Concepto	Cantidad Anual	Costo Unitario	Costo Anual
Facebook	12	C\$ 390.00	C\$ 4,680.00
Banner	12	C\$ 350.00	C\$ 4,200.00
Mantas	12	C\$ 1,000.00	C\$ 12,000.00
Total Publicidad y Propaganda			C\$ 20,880.00

Fuente: elaboración propia

Tabla Nº 45: Inversión en suministros de oficina.

Suministros de oficina y enseres de limpieza.			
Suministro de oficina	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Archivador Ampo	2	C\$ 65.00	C\$ 130.00
Corrector Lápiz Arctic	2	C\$ 7.00	C\$ 14.00
Engrapadora Metálica Studmark	2	C\$ 110.00	C\$ 220.00
Grapas Studmark	2	C\$ 35.00	C\$ 70.00
Lapicero Big Azul	6	C\$ 5.00	C\$ 30.00
Lapicero Big Negro	6	C\$ 5.00	C\$ 30.00
Papel Bond Chamex office	1	C\$ 170.00	C\$ 170.00
Perforadora	2	C\$ 45.00	C\$ 90.00
Saca Grapas	2	C\$ 23.00	C\$ 46.00
Facturas	1(Talonario)	C\$ 545.00	C\$ 545.00
Cartucho Canon Pg Negro	1	C\$ 570.00	C\$ 570.00
Total de Suministro de oficina			C\$ 1,915.00

Fuente: elaboración propia



Tabla Nº 46: Inversión enseres de limpieza.

Gastos de Enseres de Limpieza			
Concepto	Cantidad Anual	Costo Unitario	Costo Anual
Escoba	6	C\$ 45.00	C\$ 270.00
Lampazo	2	C\$ 70.00	C\$ 140.00
Mecha de Lampazo	12	C\$ 30.00	C\$ 360.00
Pala Plástica	2	C\$ 55.00	C\$ 110.00
Lanilla (Limpión)	12	C\$ 25.00	C\$ 300.00
Detergente	24	C\$ 60.00	C\$ 1,440.00
Desinfectante	24	C\$ 45.00	C\$ 1,080.00
Total enseres de Limpieza C\$			C\$ 3,700.00

Fuente: elaboración propia

Tabla Nº 47: Inversión total activos diferidos.

Activos Diferidos	
Concepto	Costo Total
Publicidad y Propaganda	20,880
Costo Constitución de la empresa	55,000
Suministros de Oficina	1,915
Enseres de Limpieza	3,700
Total Activos Diferidos	C\$ 81,495

Fuente: elaboración propia



Tabla Nº 48: Inversión inicial Fija Y diferida.

concepto	costo total
inversion en activos fijos	C\$ 381.700,00
inversion en activos diferidos	C\$ 81.495,00
Total de inversion inicial	C\$ 463.195,00

Fuente: elaboracion propia.

Según los datos mostrados en las tablas anteriores, el monto total de la inversión inicial fija y diferida es de **C\$ 463195**

Capital de trabajo.

El capital de trabajo, denominado también capital de explotación; se refiere al capital que requiere la empresa cuando inicia sus actividades. La empresa incurre en eso gastos durante un tiempo determinado hasta que empiece a generar suficientes ingresos para cubrir los costos proyectados.

El capital de trabajo debe asegurar el financiamiento de todos los recursos de operación que se consumen en un ciclo productivo. Si el proyecto considera aumentos en el nivel de operación, pueden requerirse capital adicional del trabajo. Abarca las inversiones en existencias (inventarios), exigibles y disponibles. Las existencias incluyen: materias primas y suministros, productos en proceso y productos terminados. Los exigibles comprenden: adelanto a proveedores, clientes (cuenta por cobrar). Los disponibles incluyen: caja y bancos.

La inversión en capital de trabajo tendrá los siguientes rubros:

- Inversión de inventario de producto terminado.
- Efectivo.
- Otros.



Tabla N° 49: Inversión de inventario de producto terminado.

se calcula en base al porcentaje de absorción 22%

	Uds/ año	Uds/mes	CVU	Inventario
barra de pan enriquecido con banana	58545,59299	4878,799	30	146363,982

Fuente: elaboracion propia.

Inversión en capital de trabajo.

En concepto de inventario está definido para el primer trimestre de ejecución de la panadería, así como efectivo. El concepto de otros se refiere a un dinero extra que la empresa tiene para emergencias.

Tabla N° 50: Capital de trabajo.

capital	
concepto	costo total
inventario	C\$ 439.091,95
efectivo	C\$ 150.000,00
otros	C\$ 10.000,00
total	C\$ 589.091,95

Fuente: elaboracion propia.

Inversión Total del proyecto.

Tabla N° 51: Inversión total.

rubros	costo total	porcentaje
inversion en activos fijos	C\$ 381.700,00	36%
inversion en activos diferidos	C\$ 81.495,00	8%
inversion en capital de trabajo	C\$ 589.091,95	56%
inversion total del proyecto	C\$1.052.286,95	100%

Fuente: elaboracion propia.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

el capital inicial, que están dispuestos a invertir los socios, representa el 46.9% de la inversión total inicial y el 53.1% restante será financiado por una institución financiera (Banpro) para completar el valor de la inversión total; el préstamo será corporativo a una tasa de interés del 18% anual a pagarse a 4 años de plazo.

Calculo del pago del préstamo al banco.

Para abarcar la inversión inicial para este negocio se solicita un préstamo al banco Banpro de C\$ 558,764.3705 con un préstamo de cuota fija pagadero 4 años, el interés con el que el banco realizo este préstamo es del 18 % de interés.

$$\text{Cuota} = 558,764.3705 \left(\frac{0.18(1 + 0.18)^4}{(1 + 0.18)^4 - 1} \right)$$

$$\text{Cuota} = \text{C\$}207714,3245$$

La cuota fija para el pago de la deuda es de **C\$ 207714,3245 anuales**.

Tabla N° 52: Préstamo.

En la siguiente tabla se muestran los detalles del préstamo.

año	saldo	principal	interes	cuota
0	\$ 558.764,37			
1	C\$ 451.627,63	C\$ 107.136,74	C\$ 100.577,59	C\$ 207.714,32
2	C\$ 325.206,28	C\$ 126.421,35	C\$ 81.292,97	C\$ 207.714,32
3	C\$ 176.029,09	C\$ 149.177,19	C\$ 58.537,13	C\$ 207.714,32
4	C\$ -	C\$ 176.029,09	C\$ 31.685,24	C\$ 207.714,32

Fuente: elaboracion propia.



Depreciaciones de activos fijos y amortizaciones de activo diferido.

Depreciaciones de activo fijo

Para calcular el monto de los cargos se utilizo los porcentajes autorizados por la DGI, los cargos de depreciación y amortización reduce el monto de los impuestos y permite la recuperación de la inversión por medio de mecanismos fiscales.

Amortización de activos diferidos.

En el reglamento de la ley N° 453 vigente del 2020 de equidad fiscal y sus reformas de la DGI, en el capítulo tres, y Art N° 57 en cuanto a amortización expresa que “ el contribuyente tendrá derecho, en su caso, aplicar como deducción una cuota de amortización por agotamiento de los recursos no renovables, sobre la base del costo de adquisición del recurso no renovable o del derecho de explotación, siempre que el uso de este recurso sea elemento de costo en la actividad de producción de la empresa.

De lo anterior se consideró amortizar los activos diferidos en los primeros 4 años de la evaluación del proyecto.

Según la ley de concertación tributaria emitida en enero del corriente año, la cual hace referencia a la ley de equidad fiscal N° 453; establece en el artículo 57 del capítulo 3, los costos anuales a deducir de la renta bruta como reserva por depreciación basados en el método de línea recta, costo o precio de adquisición entre la vida útil del bien serán determinados bajo las siguientes tasas:

- Edificios industriales 10%
- Maquinaria y equipos industriales en general 10%
- Mobiliario y equipos de oficina 20%



- Equipos de computación 50%

Estos porcentajes fueron establecidos con base en la probable vida útil, que es el periodo durante el cual el activo puede aprovecharse de manera óptima desde los puntos de vista tecnológicos, es decir, si un activo tiene una tasa muy alta de depreciación se considera que ese activo se desgasta muy rápido por ese uso.

En relación con el numeral 1 del Art, 45, la vida útil estimada de los bienes será la siguiente:

1. De edificios: industriales, 10 años.
2. De equipo de transporte: vehículos de uso particular usados en renta de actividades económicas, 5 años.
3. De maquinaria y equipos:
 - a) industriales en general.
 - 1.Fija en un bien inmóvil, 10 años.
 - 2.no adherido permanentemente a la planta, 7 años.
 3. otras maquinarias y equipos, 5 años.
 - b) Otros bienes y muebles:
 1. Mobiliarios y equipo de oficina. 5 años.
 2. equipos de comunicación, 5 años.
 - 3.equipos de computación (CPU, Monitor, teclado, impresora, laptop, tableta, escáner, fotocopadoras, entre otros), 2 años.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Equipos para medios de comunicación (cámaras de videos y fotográficos, entre otros), 2 años.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Tabla Nº 53: Depreciación.

ACTIVOS DIFERIDOS			AÑOS				VALOR DEL ACTIVO AL CABO DE 4 AÑOS	VIDA UTIL
CONCEPTO	VALOR TOTAL	% DEPRECIACION	1	2	3	4		
Computadora	C\$ 28.000,00	50%	C\$ 7.000,00	C\$ 7.000,00	C\$ 7.000,00	C\$ 7.000,00	C\$0,00	2
Impresora	C\$ 5.340,00	50%	C\$ 1.335,00	C\$ 1.335,00	C\$ 1.335,00	C\$ 1.335,00	C\$0,00	2
Teléfono	C\$ 600,00	20%	C\$ 120,00	C\$ 120,00	C\$ 120,00	C\$ 120,00	C\$240,00	5
Sillas	C\$ 600,00	20%	C\$ 120,00	C\$ 120,00	C\$ 120,00	C\$ 120,00	C\$240,00	5
Mesas	C\$ 1.500,00	20%	C\$ 300,00	C\$ 300,00	C\$ 300,00	C\$ 300,00	C\$600,00	5
Escritorio	C\$ 2.500,00	20%	C\$ 500,00	C\$ 500,00	C\$ 500,00	C\$ 500,00	C\$1.000,00	5
Sillas de oficina	C\$ 1.300,00	20%	C\$ 260,00	C\$ 260,00	C\$ 260,00	C\$ 260,00	C\$520,00	5
Caja de cobro	C\$ 5.800,00	20%	C\$ 1.160,00	C\$ 1.160,00	C\$ 1.160,00	C\$ 1.160,00	C\$2.320,00	5
Rotulo	C\$ 700,00	20%	C\$ 140,00	C\$ 140,00	C\$ 140,00	C\$ 140,00	C\$280,00	5
Maquinaria	C\$ 290.060,00	10%	C\$29.006,00	C\$ 29.006,00	C\$ 29.006,00	C\$ 29.006,00	C\$203.042,00	10
Total depreciacion de activos fijos			C\$39.941,00	C\$ 39.941,00	C\$ 39.941,00	C\$ 39.941,00		

Fuente: Reglamento de la ley de Concertacion Tributaria 822, Articulo 34, Página 568, Nicaragua.

Nota: se realizo una reinversión de computador e impresora en el año 3, para un total de 4 computadoras y 2 impresoras.



Tabla N° 54: Amortizaciones.

Activos Diferidos		Años			
Concepto	Costo Total	1	2	3	4
Publicidad y Propaganda	20,880	6,960.0	6,960.0	6,960.0	0
Costo Constitución de la empresa	55,000	18,333.3	18,333.3	18,333.33	0
Suministros de Oficina	1,915	638.3	638.3	638.33	0
Enseres de Limpieza	3,700	1,233.3	1,233.3	1,233.33	0
Total Activos Diferidos	C\$ 81,495	C\$ 27,165	C\$ 27,165	C\$27,165	0

Fuente: Elaboración Propia

Fuente: reglamento de ley de concertación tributaria 822, Artículo 34, Pagina 568, Nicaragua, la amortización esta dado a un plazo de 3 años.



Punto de equilibrio.

ECUACION.

$$Q = CF / (PVU - CV)$$

DE DONDE:

Q = PUNTO DE EQUILIBRIO

CF = COSTOS FIJOS.

PVU = PRECIO DE VENTA UNITARIO.

CVU = COSTO VARIABLE UNITARIO.

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.

Tabla Nº 55: Punto de equilibrio.

Punto de equilibrio	uds minimas	estimado por demanda
Uds/ dia	159,5174861	162,6
Uds/mes	4785,524583	4878,8
Uds/ año	57426,295	58545,6

CFT anuales	1148525,9
PVU	30
CVU	10

punto de equilibrio	57426,295
---------------------	-----------

Fuente: elaboración propia

$$Q = \frac{CFT}{PVU - CV}$$

$$Q = \frac{1148525,9}{30 - 10}$$



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

$$Q = 57426,295 \text{ Uds.}$$

El punto de equilibrio de la empresa panadería “Rico y saludable” donde no tiene perdidas ni ganancias es **57426,295 Uds.** Al año y nuestra proyección de ventas anuales son de 58545.6 unidades entonces se espera que las utilidades sean mas que suficientes para cubrir los gastos.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Estado de resultados.

Tabla N° 56: Estado de resultados sin financiamiento.

	0	1	2	3	4
ingresos		C\$1.756.367,79	C\$1.839.375,61	C\$1.926.274,57	C\$2.017.245,84
costos fijos		C\$381.700,00	C\$404.983,70	C\$429.687,71	C\$455.898,66
costos variables		C\$131.340,36	C\$139.352,12	C\$147.852,60	C\$156.871,61
amortizacion		C\$27.165,00	C\$27.165,00	C\$27.165,00	
depreciacion		C\$39.941,00	C\$39.941,00	C\$39.941,00	C\$39.941,00
Uti bruta		C\$1.176.221,43	C\$1.227.933,79	C\$1.281.628,26	C\$1.364.534,57
IR(0,37)		C\$435.201,93	C\$454.335,50	C\$474.202,46	C\$504.877,79
UTI neta		C\$741.019,50	C\$773.598,29	C\$807.425,81	C\$859.656,78
depreciacion		C\$39.941,00	C\$39.941,00	C\$39.941,00	C\$39.941,00
amortizacion		C\$27.165,00	C\$27.165,00	C\$27.165,00	
inversion	C\$1.052.286,95		C\$16.670,00		
VS					C\$174.036,00
FNE	-C\$1.052.286,95	C\$808.125,50	C\$840.704,29	C\$874.531,81	C\$1.073.633,78

Fuente: elaboracion propia

VPN	C\$1.097.187,25
TIR	71,69%



Tabla N° 57: Estado de resultados con financiamiento.

	0	1	2	3	4
Ingresos		C\$1.756.367,79	C\$1.839.375,61	C\$1.926.274,57	C\$2.017.245,84
costos de operación					
costos fijos		C\$381.700,00	C\$404.983,70	C\$429.687,71	C\$455.898,66
costos variables		C\$131.340,36	C\$139.352,12	C\$147.852,60	C\$156.871,61
amortizacion		C\$27.165,00	C\$27.165,00	C\$27.165,00	C\$0,00
depreciacion		C\$39.941,00	C\$39.941,00	C\$39.941,00	C\$39.941,00
costo financiero		C\$100.577,59	C\$81.292,97	C\$58.537,13	C\$31.685,24
costo de admon		C\$706.566,90	C\$780.049,86	C\$861.175,04	C\$950.737,25
UTI bruta		C\$369.076,94	C\$366.590,95	C\$361.916,09	C\$382.112,09
IR(0.37)		C\$136.558,47	C\$135.638,65	C\$133.908,95	C\$141.381,47
UTI Neta		C\$232.518,47	C\$230.952,30	C\$228.007,14	C\$240.730,61
depreciacion		C\$39.941,00	C\$39.941,00	C\$39.941,00	C\$39.941,00
amortizacion		C\$27.165,00	C\$27.165,00	C\$27.165,00	C\$0,00
principal		C\$107.136,74	C\$126.421,35	C\$149.177,19	C\$176.029,09
Inversion inicial	C\$493.522,58		C\$16.670,00		
VR					C\$174.036,00
FNE	-C\$493.522,58	C\$192.487,74	C\$171.636,95	C\$145.935,94	C\$278.678,53

Fuente: elaboracion propia.



Calculo de la TMAR.

Tabla N° 58: TMAR.

TMAR	Tasa	%Aporte	TMAR Mixta
Banco	18%	53,10%	18,47%
Propio	19%	46,90%	
inversion total		100,00%	

Fuente: elaboracion propia.

La TMAR Mixta resultante del interés del banco y la esperada propia es de 18.47%

Calculo del VPN.

El valor presente simplemente significa traer el futuro al presente las cantidades monetarias a su valor equivalente. En términos formales de evaluación económica, cuando se trasladan cantidades del presente al futuro se dice que se utilizo una tasa de interés, pero cuando se trasladan cantidades del futuro al presente, como en el calculo del VPN, se dice que se utilizo una tasa de descuento; por ello, a los flujos de efectivo ya trasladados al presente se llama flujos descontados.

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

$$VPN = -(Inversion - Financiamiento) + \frac{F_t}{(1 + TMAR mixta)}$$

Dónde:

F_t =Flujo neto de efectivo del año n, que corresponde a la ganancia neta después de impuestos en el año n.

P= Inversión inicial en el año cero.

k= Tasa de referencia que corresponde a la TMAR

VPN	C\$17.301,37
-----	--------------



Calculo de TIR.

La TIR representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin pedir dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo se pagara con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo.

La TIR se calcula aplicando las funciones financieras del programa Excel de Microsoft Office o formula respectivamente.

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{F_n}{(1+i)^n} = 0$$

TIR	21%
-----	-----

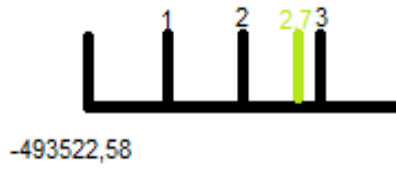
La TIR resultante para este caso es del 21% esto quiere decir que el dinero que se invirtió originalmente tiene una rentabilidad de 21% aproximadamente, se puede afirmar que el presente proyecto es viable.

Plazo de recuperación de inversión descontada con financiamiento.

El periodo de recuperación explica el momento en el cual la inversión inicial se recupera, en función de los flujos actualizados en cada periodo del horizonte del proyecto.



Gráfico N° 27: Plazo de recuperación.



El plazo de recuperación de la inversión es de 2 años y 7 meses en el transcurso del proyecto.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Análisis de sensibilidad.

Tabla N° 59: análisis de sensibilidad.

	0	1	2	3	4
Ingresos		C\$1.703.676,76	C\$1.784.194,34	C\$1.868.486,33	C\$1.956.728,46
costos de operación					
costos fijos		C\$381.700,00	C\$404.983,70	C\$429.687,71	C\$455.898,66
costos variables		C\$135.280,57	C\$143.532,69	C\$152.288,18	C\$161.577,76
amortizacion		C\$27.165,00	C\$27.165,00	C\$27.165,00	C\$0,00
depreciacion		C\$39.941,00	C\$39.941,00	C\$39.941,00	C\$39.941,00
costo financiero		C\$100.577,59	C\$81.292,97	C\$58.537,13	C\$31.685,24
costo de admon		C\$706.566,90	C\$780.049,86	C\$861.175,04	C\$950.737,25
UTI bruta		C\$312.445,70	C\$307.229,12	C\$299.692,28	C\$316.888,56
IR(0.37)		C\$115.604,91	C\$113.674,77	C\$110.886,14	C\$117.248,77
UTI Neta		C\$196.840,79	C\$193.554,34	C\$188.806,13	C\$199.639,79
depreciacion		C\$39.941,00	C\$39.941,00	C\$39.941,00	C\$39.941,00
amortizacion		C\$27.165,00	C\$27.165,00	C\$27.165,00	C\$0,00
principal		C\$107.136,74	C\$126.421,35	C\$149.177,19	C\$176.029,09
Inversion inicial	C\$493.522,58				
VR					C\$174.036,00
FNE	-C\$493.522,58	C\$156.810,05	C\$134.238,99	C\$106.734,94	C\$237.587,71

Fuente: elaboracion propia.



TIR, análisis de sensibilidad.

La TIR fue calculada aplicando las funciones financieras del programa Excel de Microsoft Office o formula respectivamente:

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

TIR	10%
-----	-----

La TIR resultante para este caso es del 10% esto quiere decir que el dinero que se invirtió originalmente tiene una rentabilidad de 10% aproximadamente.

El equilibrio financiero se da cuando las ventas son de **57426,295 Uds.** y dejándonos sin perdidas ni ganancias ya que es el punto donde se cubren todos los gastos de operación y administración, aunque no se perciben utilidades.

Como se sabe todo proyecto tiene variables que no se pueden controlar las cuales inevitablemente varían en relación del tiempo y otros factores externos como lo son la situación actual del país tanto política, económica y socialmente. Es por ello es necesario construir escenarios donde se modifican los montos que son variables para saber en qué manera serán afectadas las ganancias en estas situaciones.

En este caso dadas las condiciones actuales del país se tomó a consideración el escenario en que las ventas disminuyen en un 3% pero dado que las personas tienen mayor capacidad adquisitiva especialmente para productos suntuarios como lo es el producto, entonces se piensa en mantener el mismo precio por cada barra de pan enriquecido con banana y pasa que se venda en “Rico y saludable”. Se aumentaron



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

los costos variables en 3% dado que el precio de los insumos está en aumento constante, así como los impuestos y otros gastos.



Conclusiones.

los consumidores perciben los productos como elementos destinados a satisfacer sus necesidades, es por ello que al desarrollar un producto se deben identificar las necesidades o requerimientos de los consumidores para luego traspasarlos al producto y que este satisfaga eficientemente esta necesidad, además de la diversidad de sabores hacen que crear una panadería “Rico y saludable” ofrezca beneficios y una experiencia aún más satisfactoria al cliente.

Es importante lograr entrada del producto al mercado sin embargo es mucho más importante lograr que este se mantenga dentro del mismo, el mayor tiempo posible, o sea que otro punto vital es el desarrollo de estrategias que atraigan más clientes y generen ventajas sobre los demás competidores.

Son muchas las razones que presionan a una empresa a analizar y reconsiderar su producto, sin embargo, tomar el riesgo de lanzar el producto al mercado puede ser muy provechoso y generar beneficios económicos.

Respondiendo a los objetivos planteados al comienzo de esta investigación:

1. A pesar de que el pan enriquecido con banana y pasa es un producto suntuario, estadísticamente se ha demostrado que su demanda aumenta continuamente, gracias a las encuestas realizadas se pueden considerar que gracias a las características del pan enriquecido con banana y pasa tiene altas probabilidades de ser aceptado en el mercado.
2. El hacer uso de productos naturales podría otorgarnos una ventaja competitiva porque además de ser un producto alimenticio tiene



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

propiedades beneficiosas para la salud mediante el consumo moderado.

3. La comercialización del producto se realizará por medio del establecimiento o panadería que estará ubicada del Hotel Lost Inn Managua, 30 metros al sur a mano izquierda.
4. El objetivo de reducir costos, pero reconociendo la importancia de la publicidad, se hizo uso de las redes sociales para dar a conocer el producto de manera gratuita, con el objetivo de no aumentar drásticamente el precio para el consumidor final.
5. Se cuenta con la ventaja de no necesitar maquinaria tecnológicamente sofisticada, por ende, es un proyecto que puede ser puesto en marcha sin necesidad de cantidades exageradas para inversión.
6. Según el análisis económico y financiero el producto demuestra ser rentable, ya que supera el punto de equilibrio lo cual significa que genera ganancias.

Son muchas las razones que presionan a una empresa a analizar y reconsiderar su producto, sin embargo, tomar el riesgo de lanzar el producto al mercado puede ser muy provechoso y generar beneficios económicos.



Recomendaciones.

- Se recomienda alentar el apoyo por parte del estado a los pequeños y medianos productores de pan a través de programas de financiación para que estos puedan mejorar sus técnicas de producción y cumplir con los estándares de calidad internacional.
- Se recomienda implementar las buenas prácticas de manufactura a todas las instalaciones, así como obtener la certificación HACCP y la certificación ISO 9001 para el mejoramiento constante de la calidad del producto.
- Se recomienda impulsar la cultura de consumo de productos saludables en el país, de esta manera se apoya el crecimiento del sector secundario en Nicaragua.
- Se recomienda la ejecución del presente proyecto tomando en cuenta los resultados favorables en cada uno de los estudios realizados en el presente trabajo. Esto conllevaría a un máximo aprovechamiento de los recursos del país en cuanto a producción panadera y de favorecer el crecimiento económico.
- Se recomienda impulsar este tipo de proyectos que proporciona un valor agregado al país, a través de la generación de fuentes de empleo.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

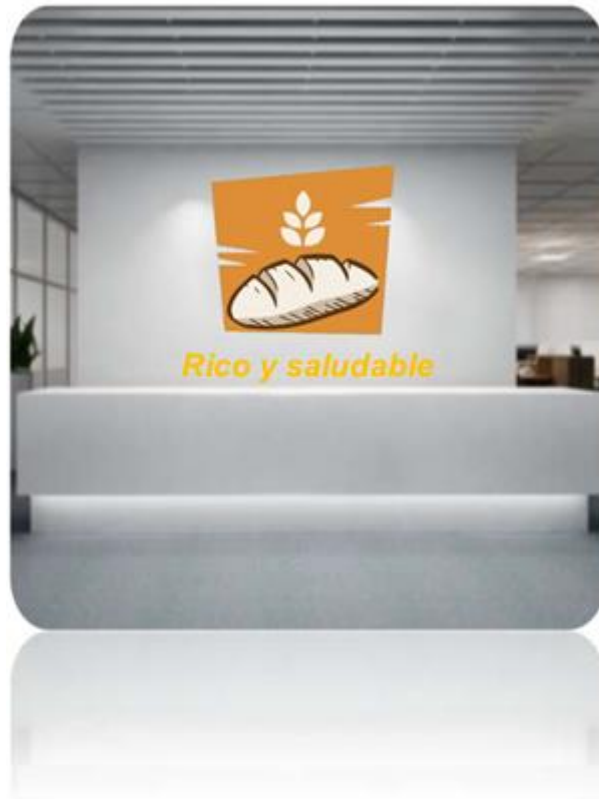
BIBLIOGRAFIA

- Baca Urbina, Evaluación de proyectos: México 2006: Editorial McGraw Hill, 5ta edición
- Fundamentos de marketing, décimo cuarta edición, William J Stanton, Michael J Etzel, Bruce J Walker, McGraw Hill.
- Philip, Kotler: dirección de marketing: Editorial McGraw Hill, 3era Edición: 1993.
- Polimeni, Ralph: contabilidad de costos: editorial McGraw Hill, 3era edición 1994
- Fundamentos de la Ingeniería Económica, Gabriel Baca Urbina, McGraw Hill.
- Preparación y Evaluación de Proyectos, Nassir Sapag Chain, McGraw Hill.
- Morales Castro, A, & Morales Castro, J.A (2009), Proyecto de inversión, evaluación y formulación México: McGraw Hill.
- DataScope.(3 de Junio de 2020). Recopilación de datos. Obtenido de <https://mydatascope.com/>
- Questionpro. (9 de octubre de 2019). Encuesta Obtenido de <https://questionpro.com/>



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

ANEXOS





Entrevista a Luisa Marjorie de panadería Marjorie.

1. ¿Cuál es el producto que mas se vende en su local?

R.El pico dulce

2. ¿Qué presentaciones son las que más venden?

R. picos tamaño grande.

3. ¿considera que el establecimiento seria aceptado en el mercado?

R. creo que si, porque es algo diferente a lo tradicional.

4. ¿Cuáles son los precios que usted sugiere para este tipo de producto con este perfil de servicio?

R. pues a los clientes les gusta que los productos sean buenos y baratos, tal vez algo entre C\$30-C\$40.

5. ¿Qué sugerencias puede dar para diversificar el servicio de la panadería?

R. la atención al detalle, bueno eso me llama la atención a mi.

6. ¿Qué condiciones considera debe tener el local?

R. que sea bonito, aseado y en un lugar atractivo.



Entrevista a Fernanda Mois de panadería Mois.

1. ¿Cuál es el producto que mas se vende en su local?

R. las empanaditas

2. ¿Qué presentaciones son las que más venden?

R. Por lo general la gente compra mas el pequeño.

3. ¿considera que el establecimiento seria aceptado en el mercado?

R. pues yo lo probaría almenos por curiosidad, lo demás depende de lo bueno que sea.

4. ¿Cuáles son los precios que usted sugiere para este tipo de producto con este perfil de servicio?

R. pues mayor a C\$50 es lo que menos se vende aquí por una barra de pan.

5. ¿Qué sugerencias puede dar para diversificar el servicio de la panadería?

R. pues que le lugar tenga Wifi gratis eso es muy atractivo para los jóvenes.

6. ¿Qué condiciones considera debe tener el local?

R. que tenga buen ambiente.



Encuesta

Encuesta para determinar la factibilidad de abrir una panadería especializada en pan enriquecido con banana y pasa.

Datos generales del encuestado.

- Genero
- Edad
- Ingreso mensual
- ocupación

¿Con que frecuencia consume pan a lo largo de la semana?

- Diariamente.
- Muchas veces a la semana.
- Pocas veces a la semana.
- Nunca

¿te llama la atención el concepto de pan enriquecido?

- Si
- No
- Talvez

¿Cuánto estaría usted dispuesto a gastar en una barra de pan enriquecido?

- C\$30
- C\$30-C\$40
- C\$40-C\$50
- Más de C\$50



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

¿Qué factor considera más importante a la hora de escoger un local?

- Ambiente agradable.
- Rápido servicio.
- Personal amable.
- Atención a los detalles.

¿Está usted satisfecho con los locales de pan existentes en Managua?

- Completamente satisfecho.
- Satisfecho.
- Insatisfecho.
- Completamente insatisfecho.

¿Qué preferiría?

- Promociones.
- Ofertas.
- Descuentos.

¿Por qué regresaría usted a un local?

- Por la calidad del producto
- Por la calidad del servicio.
- Porque el lugar es bonito.
- Porque la atención es rápida.

¿Qué condiciones le gustaría del local?

- Aire acondicionado
- Climatizado



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

- Abanicos
- Clima natural

¿Variedades de servicio?

- Wifi gratis
- Televisión satelital
- Música
- Todas las anteriores
- Silencioso

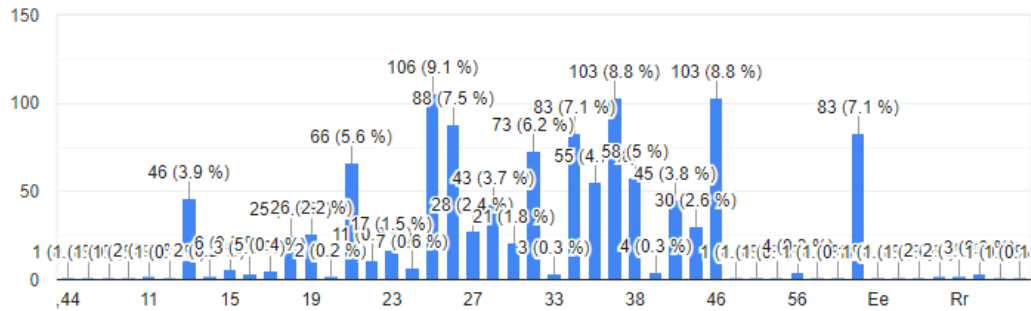


“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Anexo N°1

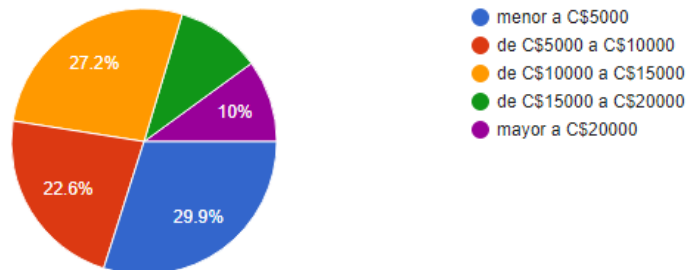
Edad

1,170 respuestas



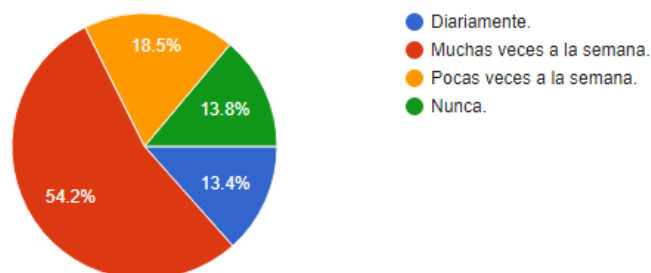
Ingreso mensual.

1,170 respuestas



¿Con que frecuencia consume pan a lo largo de la semana?

1,170 respuestas

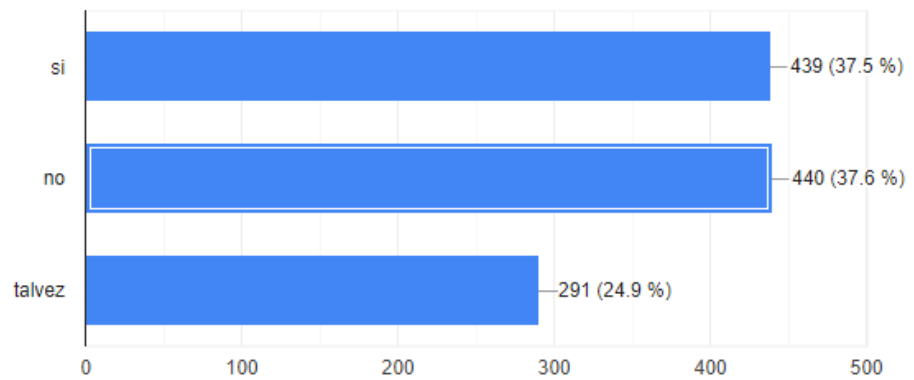




“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

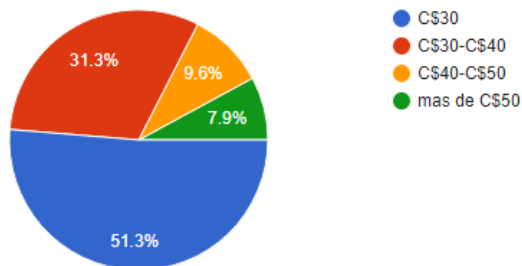
¿Te llama la atención el concepto de pan enriquecido?

1,170 respuestas



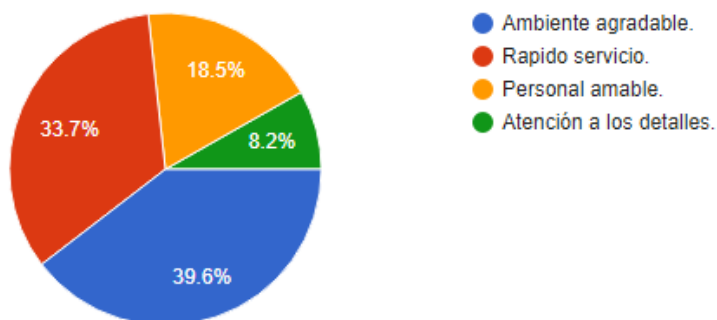
¿Cuánto estaría usted dispuesto a gastar en una barra de pan enriquecido?

1,170 respuestas



¿Qué factor considera mas importante a la hora de escoger un local?

1,170 respuestas

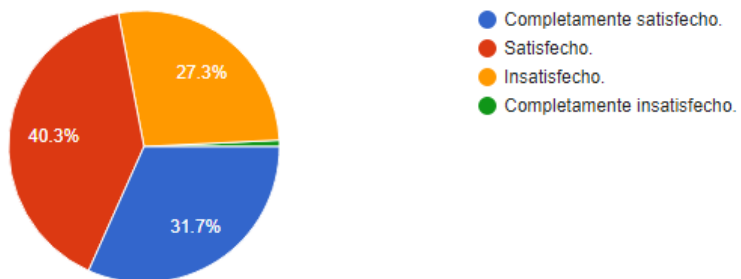




“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

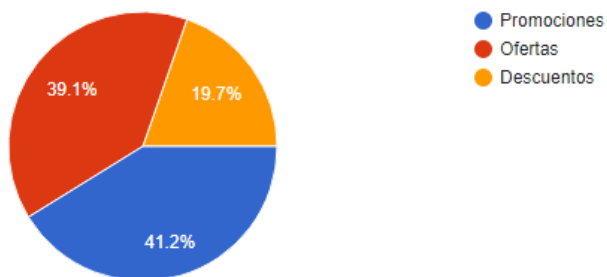
¿Esta usted satisfecho con los locales de pan existentes en Managua?

1,170 respuestas



¿Qué preferiría?

1,170 respuestas

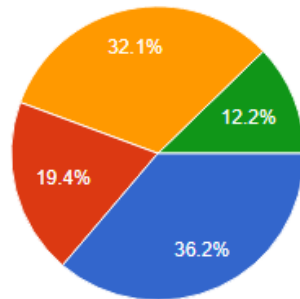




“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

¿Por que regresaría usted a un local?

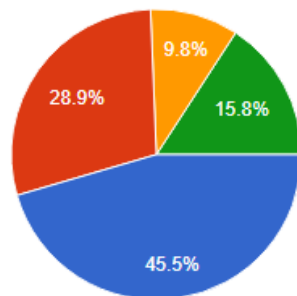
1,170 respuestas



- por la calidad del producto.
- por la calidad del servicio.
- Por que el lugar es bonito.
- porque la atención es rápida.

¿Qué condiciones le gustaría del local?

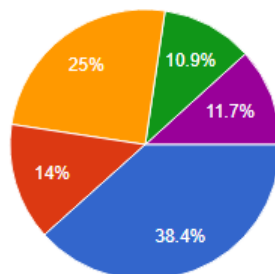
1,170 respuestas



- Aire acondicionado
- Climatizado
- Abanicos
- Clima natural

¿Variedades de servicios?

1,170 respuestas



- Wifi gratis
- Televisión satelital
- Música
- Todas las anteriores
- Silencioso



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Anexo N°2

<http://www.hispamer.com.ni>

hispamer@hispamer.com.ni

HISPAMER S.A.

FACTURA PROFORMA

8498

CLIENTE:
29/08/2013
CELULAR: 84012853
29/08/2013
DIRECCION:
CONTACTO:
VENDEDOR:

FECHA:
VENCE:

Código	Descripción	Cant	P. Unit.	Monto
55020061013	ARCHIVADOR AMPO T/C T-830 PLUS	2	1.85	3.70
44118	BOLSA PLASTICA T/C CON HILO	2	0.45	0.90
554041485007807	CORRECTOR LAPIZ E.KRAUSE ARCTIC	2	1.15	2.30
7453015103298	ENGRAPADORA METALICA STUDMARK	1	3.21	3.21
7453015132311	GRAPAS STUDMARK 26/6 5000PZ	2	0.82	1.64
55010400320	LAPICERO BIC.CLASICO AZUL	6	0.12	0.72
55010400321	LAPICERO BIC.CLASICO NEGRO	6	0.12	0.72
557891173023025	PAPEL BOND 40 T/C CHAMEX OFFICE	1	5.03	5.03
557501249809933	PAPEL BOND 40 T/L 1 COPY	1	5.65	5.65

ESTOS PRECIOS SON EN DOLARES, PAGADEROS EN CORDOBAS AL TIPO DE CAMBIO DEL DIA

EL PLAZO DE ENTREGA ES INMEDIATO.

ESPERANDO PODER SERVIRLE(S) COMO USTED SE LO MERECE, LE SALUDA.

autorizado

Subtotal: 23.87
Descuento: 0.00
I.V.A: 3.58
TOTAL \$: 27.45
TOTAL CS: 919.58

COSTADO ESTE DE LA U.C.A.
227812-10



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Anexo N°3

**Nuestro negocio es
hacer que el suyo crezca**

Con el financiamiento que le
permite avanzar con tranquilidad.



Financiamos:

Capital de Trabajo

- Compra de Inventario.
- Financiamiento de cuentas por cobrar.
- Aumentar ventas en temporadas altas.
- Incremento de Capital de trabajo permanente.

Activo Fijo

- Comprar maquinaria y adquirir equipos.
- Obtener vehículos destinados al transporte del negocio.
- Comprar local comercial.
- Mejora del local comercial o vivienda productiva.

Características de Deudas

- Atención y servicio profesional.
- Tasas de interés competitivas.
- Sucursales en todo el país.

Solicite información: 2255-9565 ext. 33077, 33078
www.banpro.com.ni





“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Anexo N°3

REQUISITOS DE PRESTAMO BANPRO PYME



DIRIGIDO A:

- Personas Naturales con negocio propio o Personas Jurídicas.
- Negocios nuevos o existentes.
- Nivel de ventas desde US\$ 3.000.00 mensuales.

REQUISITOS DEL SOLICITANTE:

Persona Natural:

- Llenar Solicitud.
- Copia de Cédula de Identidad.
- Un recibo de Agua, Luz o Teléfono.
- Referencias Comerciales, Crediticias y/o Bancarias.
- Número RUC o Inscripción como comerciante.
- Permiso de operación del negocio y/o Matrícula.
- En régimen de Cuenta Fija: soporte de facturas de ingresos, compras, etc.
- Estados Financieros con última declaración de IR.
- Soporte de otros ingresos (si existieran).
- Garantía*

Persona Jurídica:

- Llenar Solicitud.
- Copia de Cédula del Representante Legal.
- Escritura de Constitución legal y Estatutos.
- Poder General de Administración.
- Certificación de Elección de Junta Directiva Vigente.
- Reforma al Pacto Social (si hubiere).
- Inscripción como comerciante y/o número RUC.
- Estados Financieros con última declaración de IR.
- Certificación de Acta de Autorización de Crédito ante Banpro.
- Referencias Comerciales, Crediticias y/o Bancarias.
- Garantía*

REQUISITOS DEL FIADOR:

Fiador Acreditado:

- Llenar solicitud.
- Copia de Cédula.
- Un recibo de Agua, Luz o Teléfono.
- Constancia de trabajo Original, indicando cargo, salario y antigüedad.
- Cédula del Insa.

Fiador No Acreditado:

- Mismos requisitos del solicitante.

* GARANTIA HIPOTECARIA:

- Título de dominio debidamente inscrito.
- Libertad de Gravamen.
- Historia Registral.
- Solvencia Municipal.
- Avalúo de propiedad.
- Endoso de Póliza de Seguro.

* GARANTIA PRENDARIA:

- Título de dominio del Bien a preñar.
- Factura Proforma del Bien.
- Avalúo.
- Endoso de Póliza de Seguro.



“Estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de pan enriquecido en la ciudad de Managua para el periodo 2021-2025”

Anexo N°4



DATOS DE LA EMPRESA

CLIENTE: Alejandra Jaraú Quintana Betancu
EMPRESA: Onlinestore
DIRECCIÓN: Av. CERIA, 136-08005-BARCELONA
CORREO: onlinestore@gmail.com
TELÉFONOS: 900506390

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	TOTAL
4	computadora	14.000,00	56.000,00
2	improrara	2.670,00	5.340,00
1	telefono	600,00	600,00
16	sillar	600,00	9.600,00
4	mesa	1.500,00	6.000,00
2	escritorio	2.500,00	5.000,00
2	sillar de oficina	1.300,00	2.600,00
1	caja de cable	5.300,00	5.300,00
1	ratula	700,00	700,00
2	horno	75.000,00	150.000,00
1	vitrina	75000	75.000,00
1	bandeja	300	300,00
1	quinter	500	500,00
1	baul	6000	6.000,00
1	jara medidora	3150	3.150,00
1	cuchilla	110	110,00
1	aire acondicionado	55000	55.000,00

TÉRMINOS Y CONDICIONES

Esta cotización se otorga al aceptar los términos y condiciones que se adjuntan.

1. Duración de la oferta 15 días

3. Entregado el trabajo ejecutado el servicio no existen devoluciones

La aceptación del cliente (firmar o contestado):

Alejandra Jaraú Quintana Betancu

Nombre del cliente

Subtotal	331.700,00
Descuentos	7.634,00
Impuestos IV	22.902,00
TOTAL Br.	351.164,00



Gracias por la preferencia!