

Facultad de Tecnología de la Industria

Estudio de prefactibilidad para la instalación de “Restaurante El Nica” localizada en la ciudad de Granada para el periodo 2024-2028

Trabajo Monográfico para optar al título de Ingeniero Industrial

Elaborado por:

Tutor:

Br. Lucy Saleska
Ramírez

Carnet:2000-10472

Br. Ángela Ariana
Moreno González

Carnet:2013-61308

Br. Celeste De
Los Ángeles
Rodríguez Leiva

Carnet: 2009-29430

Ing. Noel Antonio
Brenes González

05 de julio de 2023
Managua, Nicaragua

Dedicatoria

A mi madre, por haberme educado con buenos valores, por acompañarme en cada fase de mi vida, por su amor y dedicación.

A mi padre, quien en vida siempre me enseñó a ser persistente y fuerte ante cada obstáculo, por ser un ejemplo de superación y ahora desde el cielo ser mi guía.

A mi esposo por sus palabras de aliento, por esforzarse y apoyarme a culminar mi carrera, por su comprensión, amor y cariño.

A mi hijo, por ser mi inspiración para mejorar cada día y por ser mi fuente de fortaleza en este camino.

Ángela Ariana Moreno González

A mi amado e inolvidable padre Norman Rodríguez (QEPD), gracias por guiarme y protegerme, por el tiempo que estuviste conmigo compartiendo tus experiencias, conocimientos y consejos, por tu amor y tus ánimos día a día para seguir mis sueños, tu presencia crece cada día más en mi alma. ¡A ti te debo lo soy!

A mi madre Julia Leiva, quien ha sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos u valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos más difíciles.

Finalmente, a mi abuelo y mi hermano por su apoyo tanto económico como motivación de manera incondicional.

Celeste Rodríguez

A DIOS, quien me ha guiado en todo momento y me ha permitido cumplir todas las metas y objetivos que hasta el momento me he propuesto.

A mi abuelita Guillermina Ríos (QEPD) porque fue y siempre será mi luz y a mis bellas hijas porque son mi motor día a día, a mi madre y hermanos. También a mis profesores que hoy se encuentran en presencia del señor, a quienes les guardo un cariño muy especial.

Lucy Saleska Ramírez

Agradecimiento

A Dios, por darme fortaleza en este y todos los logros a lo largo de mi vida.

A mis padres, por siempre apoyarme en cada decisión o proyecto, por darme palabras de aliento cuando las necesito y ser mis guías.

A todas las personas que de una u otra forma me apoyaron en la culminación de este proyecto y en especial a mis docentes, quienes con mucha dedicación me formaron a lo largo de la carrera.

Ángela Ariana Moreno González

Agradezco a Dios por permitirme concluir mis estudios exitosamente, a mi familia, especialmente a mi madre, Julia Leiva, mi padre, Norman Rodríguez (QEPD), mi abuelo, Julio Zapata, quienes me acompañaron todos estos años, siempre creyendo en mí, animándome en momentos de alegría y tristeza, enseñándome a no tener miedo a la superación profesional, haciendo de mí una persona humilde, con valores morales y éticos, fomentando mi deseo de superación y de éxitos en la vida.

Por último, mi pequeño hijo, Sebastián Alejandro Castillo Rodríguez, mi ancla, mi inspiración para seguir creciendo y triunfar como profesional. Gracias familia y espero que siempre me acompañen incondicionalmente en mis retos profesionales.

Finalmente agradezco a mis compañeras de tesis por el apoyo a pesar de la distancia, logramos culminar esta etapa.

Celeste Rodríguez

Agradezco a DIOS por todos mis proyectos de vida.

A mi familia por ser mi gran apoyo, en especial a mis hijas Kristhel Lucía, María Jesús, mi amiga y comadre Reina Téllez.

También quiero agradecer a personas que siempre estuvieron ahí, por animarme, Jeaninna Elizabeth Álvarez López y Juana del Carmen Potosme Reyes, a todos mis apreciados profesores y autoridades de la FTI, que contribuyeron en mi formación, tanto en valores como conocimientos profesionales.

Agradezco al Ing. Noel Brenes, nuestro tutor, por todo el apoyo para la culminación de este trabajo.

Lucy Saleska Ramírez

RESUMEN EJECUTIVO

En este proyecto se estudia la prefactibilidad para instalar un restaurante en la ciudad de Granada, para iniciar operaciones en el año 2024. Es de mucha importancia dar respuesta a turistas tanto nacionales y extranjeros que requieren de una oferta gastronómica de calidad, con atención personalizada, es por ello que en el estudio se presenta una propuesta de estructura, instalación, funcionamiento que cumpla con los requisitos ajustado al mercado actual y las exigencias de los clientes.

Este estudio se realizó bajo la metodología con enfoque mixto ya que reúne datos cualitativos y cuantitativos, aplicados al estudio de prefactibilidad para la instalación de dicho restaurante, en el estudio se realizó una encuesta a la muestra seleccionada de manera probabilística o sea que cualquier turista nacional o extranjero tenía la misma probabilidad de ser seleccionado, se obtuvo la información necesaria sobre los deseos, gustos y preferencias de los clientes potenciales, además, analizó los resultados de entrevistas a dueños de restaurantes y comercios cercanos a la ubicación del proyecto en estudio. Los métodos y técnicas de recolección de datos fueron la encuesta y la entrevista.

También se realizó el estudio de mercado, técnico, organizacional, legal y financiero; y con el análisis de los resultados se concluyó que existe una demanda insatisfecha, el horizonte de planeación del proyecto es de 5 años, concluyendo que el proyecto es rentable, viable y factible.

INDICE

I.	INTRODUCCIÓN.....	1
II.	ANTECEDENTES	2
III.	JUSTIFICACIÓN	5
IV.	OBJETIVOS.....	8
	4.1 Objetivo general.....	8
	4.2 Objetivos específicos	8
V.	MARCO TEÓRICO.....	9
	5.1 Definición de restaurante, bar y principales características.....	9
	5.2 Fundamentos teóricos de las concepciones sobre evaluación de proyectos de Inversión. Definiciones conceptuales y clasificación.....	9
	5.3 Proyectos de inversión.....	11
	5.4 Definición de estudio de factibilidad.....	12
	5.5 Estudio de mercado.....	13
	5.6 Demanda	14
	5.7 Oferta	15
	5.8 Estudio técnico.....	17
	5.9 Tamaño del proyecto.....	17
	5.10 Ingeniería del proyecto.....	19
	5.11 Estudio organizacional.....	21
	5.12 Aspectos legales.....	23
	5.13 Estudio financiero	27
VI.	DISEÑO METODOLÓGICO.....	31
	6.1 Tipo de estudio.....	31
	6.2 Tipo de enfoque	31

6.3 Determinación del universo o población	32
CAPÍTULO 1. ESTUDIO DE MERCADO	35
1.1 Análisis de la demanda, oferta, precio y comercialización del producto mediante un estudio de mercado	36
1.2 Análisis de la demanda	36
1.3 Análisis de la oferta	41
1.4 Oferta del Proyecto.....	42
1.4 Comercialización del producto	45
CAPÍTULO 2: ESTUDIO TÉCNICO	48
2.1 Requerimientos técnicos, organizacionales y ambientales	48
2.2 Tamaño del proyecto.....	48
2.3 Localización del proyecto.....	49
2.4 Proceso productivo y tecnología	50
1.5 Requerimiento de maquinaria, equipos y utensilios.....	54
1.6 Estructura organizacional	56
1.6 Aspectos legales.....	64
CAPÍTULO 3: ESTUDIO FINANCIERO.....	70
3.1 Rentabilidad económica y financiera del proyecto	70
CAPITULO 4: CONCLUSIONES.....	75
CAPÍTULO 5: RECOMENDACIONES.....	77
CAPITULO 6: BIBLIOGRAFÍA.....	78
CAPITULO 7: ANEXOS	80
Anexo 1. Encuesta Aplicada a pobladores de la ciudad de Granada.	80
Anexo 2. Menú	83
Anexo 3. Población total por área de residencia y sexo. INDE 2022	84

Anexo 4. Llegadas de visitantes a los centros turísticos del país en el 2022. ...	84
Anexo 5. Establecimientos turísticos por departamentos.	85
Anexo # 6. Documentos a llenar.....	86
Anexo # 7. Cálculos y resultados de estudio financiero.....	89
Cronograma de ejecución	103

Índice de tablas

Tabla 1. Tamaño de la muestra	33
Tabla 2. Cálculos de la muestra	34
Tabla 3 Calculo de Visitas esperadas por año Género Femenino.....	40
Tabla 4 Cálculo de visitas esperadas por Género Masculino	40
Tabla 5 Oferta de la competencia.....	41
Tabla 6 Menú de Bebidas.....	43
Tabla 7 Menú Comidas.....	44
Tabla 8 Lista de Precio de Menú de bebidas dado en Córdoba	45
Tabla 9 Lista de precio de Menú de Comida	46
Tabla 10 :Tiempo promedio del ciclo de servicio y producción.....	49
Tabla 11 Cálculo Capacidad máxima de sillas	49
Tabla 12 Detalle de Equipo de cocina, precio en córdobas.....	54
Tabla 13 Detalle de Muebles y Equipos de oficina en córdobas	55
Tabla 14 Detalle de utensilios de Cocina, precio en córdobas	55
Tabla 15 Ficha Ocupacional Administrador	58
Tabla 16 Ficha ocupacional Jefe de restaurante	59
Tabla 17 Ficha ocupacional cajero	60
Tabla 18 Ficha ocupacional cajero	60
Tabla 19 Ficha ocupacional mesero	61
Tabla 20 Ficha ocupacional agente de seguridad	61
Tabla 21 Ficha ocupacional Chef ejecutivo	62
Tabla 22 Ficha ocupacional Sub chef.....	63
Tabla 23 Ficha ocupacional ayudante de cocina.....	63

Índice de Figuras

Figura 1 Ubicación del restaurante en Granada	37
Figura 2. Llegada de visitantes a los centros turísticos. Año 2022	37
Figura 3 Sexo de los encuestados.....	38
Figura 4 Edad de los encuestados	38
Figura 5 Edad y género	39
Figura 6 Frecuencia de visitas por género.....	40

Figura 7 Zona de ubicación de preferencia	41
Figura 8 Menú de preferencia.....	43
Figura 9Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de comida y bebida...	47
Figura 10 Localización del proyecto	50
Figura 11 Proceso de servicio al cliente	51
Figura 12 Proceso del área de cocina	52
Figura 13 Proceso de abastecimiento	54
Figura 14 Organigrama del Restaurante	57

I. INTRODUCCIÓN

El presente estudio tiene como objetivo realizar un estudio prefactibilidad para la instalación de un “Restaurante” en la ciudad de Granada, el cual pretende iniciar operaciones en el año 2024, con esto el proyecto pretende dar respuesta a la demanda insatisfecha que actualmente se presenta y que notoriamente los empresarios desaprovechan el potencial turístico que ofrece la ciudad colonial.

Se realizó un estudio de mercado para recopilar información necesaria referente a la demanda existente y conocer la cantidad de consumidores potenciales, establecer las condiciones de compra, gustos y preferencias, así como analizar la competencia, su capacidad instalada y condiciones competitivas.

Con la información recopilada se diseñó estrategias de atención al cliente integral que satisfaga las necesidades del consumidor. Además, se estudió factores técnicos, administrativos y financieros con el fin de determinar los recursos necesarios, establecer la estructura jurídica, requisitos legales y trámites de formalización para la creación, además una evaluación financiera para determinar el costo de inversión del proyecto y determinar el tipo de financiamiento idóneo.

El método utilizado para llevar a cabo el trabajo fue enfoque mixto de manera cualitativa y cuantitativa aplicado al estudio de prefactibilidad para la instalación de un “Restaurante” donde se realizó una encuesta a la muestra seleccionada de manera probabilística, por tanto cualquier turista nacional o extranjero tuvo la oportunidad de ser seleccionado para llenar la misma y obtener así información necesaria sobre los gustos y preferencias de los clientes potenciales, además, se entrevistó a los propietarios de bares y restaurantes cercano a las instalaciones donde se pretende iniciar operaciones, con el fin de obtener información básica sobre la competencia directa, los métodos y técnicas de recolección de datos fueron la encuesta y entrevista.

II. ANTECEDENTES

Según Méndez, L. R. (2016) “proyecto es el conjunto de actividades planificadas, ejecutadas y supervisadas que, con recursos finitos, tiene como objetivo crear un producto o servicio único. Anteriormente los proyectos eran realizados por especialistas o instituciones que aplicaban determinada metodología” (p. 4)

Los proyectos que cumplen con cada una de las etapas del ciclo de un proyecto son fuente de desarrollo regional y del país, en cuanto pueden representar la realización del proyecto de vida de los emprendedores, contribuyen a la generación de empleos, mejoran la calidad de vida de la comunidad con la oferta y la demanda de bienes y servicios. (Méndez, L. R. 2016, p. 5).

El éxito de un proyecto está relacionado con la participación de actores claves en cada una de las etapas de ese proyecto; por ejemplo, gestores, técnicos, proveedores, financiadores, clientes y la comunidad. Algunas condiciones de éxito son la capacidad de gestión, el liderazgo, la vocación de servicio, la planificación y el trabajo por resultados. (Méndez, L. R. 2016, p. 33).

Con el fin de tener una visión más amplia, así también información suficiente para la elaboración la presente investigación, se procedió a la búsqueda de estudios relacionados al tema.

Según Flores, A. A. (2018), no se tiene muy claro cuál fue el primer restaurante en la historia. Se reconoce sin embargo que las primeras tabernas datan sobre el 1700 a.C. encontrando también pruebas de la existencia de un comedor público sobre el año 512 a.C. que ofrecía un menú limitado en Egipto. (p. 22).

En las economías actuales, aparecen oportunidades de negocio para dar respuesta a necesidades hasta ahora inexistentes o insatisfechas o bien mejorar la oferta existente. En ese sentido la figura del emprendedor, se erige como un elemento central. Paralelamente, las empresas valoran cada vez más que sus organizaciones tengan una cultura emprendedora y estimulan a sus empleados actúen como emprendedores en la misma organización. (Pérez, A. F. 2017, p.60).

Pérez, A. F. (2017), afirma que el término estrategia se utiliza de forma habitual en los más diversos contextos, pero la incorporación de la estrategia a nuestro lenguaje común es relativamente reciente, ya que hace más de medio siglo, este término se restringía al campo militar (p.62).

Pompeya posiblemente sea una de las primeras, sino la primera ciudad donde existía la restauración como una actividad. Flores, A. A. (2018) afirma:

Los restos encontrados en Pompeya datan su existencia desde el siglo IX a. de C. hasta el 79 d.C. y en los mismos se han encontrado establecimientos donde se servía comida a los viandantes. Herculano debe de considerarse un claro ejemplo de ciudad turística en la época romana, ya que en sus vías se encontraba gran cantidad de bares y establecimientos que servían pan, queso, vino e incluso comidas calientes. Las ciudades de París y Londres alrededor del año 1200 d.C albergaban casa de comidas y productos para llevar. Estas se complementaron más tarde con las cafeterías sobre el 1650 d.C., (p. 22).

Sin embargo, serías más tarde, en 1765, cuando Monsieur Boulanger abrió el que es considerado el primer restaurante, cambiando la trayectoria que hasta ahora se había seguido. En él mismo unió un menú con precios estipulados para un sector pudiente, donde la sociedad acudía para mostrar su distinción. (Flores, A. A. 2018, p. 22)

Hasta ese momento los cocineros profesionales solo podían trabajar en casas nobles de forma privada, gracias a Monsieur se amplió la oferta generando nuevos negocios que afianzaron la palabra “Restaurante” creando el oficio de “cocinero”. En Estados Unidos no fue hasta 1794 cuando Jean Baptiste Gilbert Paypalt introdujo la palabra restaurante, abriendo el Juién’s Restorator, en el que se ofrecían trufas, sopas y fondees de queso. (Flores, A. A. 2018, p. 22).

El bar cumple actualmente una función social y es el lugar de encuentro y esparcimiento. Consta principalmente de un mostrador, que constituye una barrera que separa a quien sirve a los clientes, los cuales originalmente estaban de pie. La barrera o mostrador servía también como protección cuando los clientes, ya con algunos tragos en la cabeza, decidían intercambiar golpes o disparos. (Barragán, D. L. 2008, p. 324).

Normalmente el bar se planifica con sencillez como un depósito y zona de servicio con dispositivos para enfriar bebidas y lavar vasos, copas y utensilios. Usualmente un bar consta de dos mostradores separados por un pasillo de poco más de un metro de ancho. El mostrador anterior es para servir bebidas, al que puede o no sentarse los clientes, el mostrador posterior sirve de almacén y luego de exhibición de botellas puestas en hielera, lo que da un toque multicolor al conjunto.

Detrás de la barra se encuentra el banco de trabajo, la parte más importante de la finalidad técnica, el banco de trabajo debe contar con un surtidor de agua corriente, con tina de metal estañado o cromado, de cantos redondeados, teniendo al lado un depósito de hielo. La parte inferior debe estar abierta para facilitar su ventilación y poder guardar cajas de botellas vacías. (Barragán, D. L. 2008, p. 325)

Los mostradores deben tener una altura cómoda para apoyarse en ellos, pudiendo haber un soporte corrido para apoyar los pies, así como taburetes para sentarse. (Barragán, D. L. 2008, p. 324)

Según Méndez, L. R. (2016) el estudio factibilidad es el análisis detallado de un proyecto desde las siguientes perspectivas: mercado, técnica, legal, organizativa, inversión, fuentes de financiamiento, ingresos, costos y gastos, bondades financieras e impacto socio-económico. (p. 22)

III. JUSTIFICACIÓN

La ciudad de Granada por su aspecto colonial y por sus atractivos naturales con los que cuenta la convierten en una de las ciudades más visitadas por turistas, tanto nacionales como extranjeros, su cultura, costumbres, arqueología, ecoturismo, artesanías, arquitectura y ubicación geográfica son factores que favorecen la inversión de capital para instalar un negocio.

Cada negocio brinda un servicio que lo diferencia de otros, pero detrás debe existir no solamente una lujosa inversión, con atractivos, también debe haber una historia y experiencias que cada visitante pueda compartir una vez se haya ido de la ciudad, pero que quede con ese entusiasmo de volver tanto a recorrer Granada, como a visitar el negocio que lo hizo sentir como en casa.

Este estudio se realiza en Ciudad de Granada porque además de ser un lugar con excelente afluencia de personas, también existen políticas en cuanto a inversión turística que favorecen el escenario para instalar un negocio que brinde otras alternativas de servicio y productos en el área de la gastronomía y la recreación. Se parte de un estudio de mercado para evidenciar la demanda de un Restaurante, resaltando que existe un nicho de mercado dispuesto a degustar los platillos que se oferten, con precios acordes, además que se puede dar opciones a la demanda insatisfecha.

Este proyecto ayudará al crecimiento económico de la ciudad, a la generación de empleos, practicar criterios de calidad e inocuidad en el manejo de alimentos y el

cumplimiento de reglamentos y leyes establecidos para el buen funcionamiento de negocios en el ramo turístico.

También para resaltar la cultura e idiosincrasia de la ciudad, ya que no solo es vender licores y comida o espacios de entretenimiento, sino que el turista cree una historia y experiencia en su visita donde conozca que hay detrás de cada platillo y artesanía, que se sienta como en casa y pueda volver y recomendar a otros. Hay que resaltar todos aquellos factores que el cliente potencial, prefiere de un negocio a la hora de escoger entre las alternativas y, sobre todo, no olvidar que encontrar un espacio de entretenimiento en donde pueda estar solo, en pareja o en familia, se puede convertir en el mejor momento de su vida.

Asimismo, es importante destacar que esta investigación también responde a la necesidad de concluir sobre la base de invertir y, por tanto, poner en marcha o no la idea de proyecto que se expone.

La oferta gastronómica en la Ciudad de Granada viene creciendo, la demanda actual de nuevas opciones de bares y restaurante, son oportunidades que permiten la instalación de nuevos negocios que satisfagan las exigencias de clientes tanto nacionales como extranjeros y que buscan alternativas diferentes de diversión, así como disfrutar de la comida, música, ambientes de la ciudad.

Actualmente la oferta es limitada y estándar, no existe un local que abarque distintos ambientes, individuales, para amigos, familiares y espacios de comida y baile. Un lugar que integre todos los elementos que busca el cliente de hoy. Además, a un precio acorde al servicio que se brinda. La cantidad de turistas nacionales y extranjeros demandan servicio integral, de calidad, buen precio, ambientes variados, valor agregado, excelente atención al cliente, productos que cumplan las normas de higiene.

Los factores económicos, sociales y disposiciones de la municipalidad al igual que las entidades encargadas de la apertura de nuevos locales, son algunas de las causas que disminuyen la posibilidad de inversión. En muchos casos cuando el negocio ya está

instalado, las estrategias de marketing y publicidad no son las adecuadas, así como la planificación de la inversión, cuando no se contemplan todos los recursos para el buen funcionamiento del proyecto.

Ante la actual oferta de bares y restaurante y un cliente exigente, se prevé que el servicio no cumpla con las demandas de los clientes, se necesita reinventar la atención al cliente, la oferta de platillos, reconsiderar los precios, qué historia se puede llevar un cliente del restaurante, se debe innovar y ser creativos desde la estética del bar y restaurante hasta la creación de espacios donde los clientes puedan tomarse una fotografía, esto dará un nuevo concepto del negocio y contribuirá a atraer clientes mejorando la economía de la zona, negocios y familias, ya que su fuente de ingreso siempre estará en constante crecimiento

Tener una visión y misión bien claras, invertir en un negocio que genere empleo, que cumpla con las normas de higiene y sus platillos sean saludables, que exista variedad y promueva la cultura de la zona, además una excelente atención al cliente y que los precios sean accesibles y acordes al servicio que se brinda, recordar que el mercado es dinámico, exigente y versátil, el cliente cada día espera lo mejor y darle al cliente lo que el cliente necesita es la prioridad.

Límites de la Investigación: la investigación llega hasta el análisis de los resultados de que tan factible sea invertir en el proyecto de un restaurante en la ciudad de Granada.

IV. OBJETIVOS

4.1 Objetivo general

- Realizar el estudio de prefactibilidad para la creación de un restaurante en la ciudad de Granada en el período 2024-2028.

4.2 Objetivos específicos

- Investigar la demanda, oferta, precios y canales de comercialización para un restaurante en la ciudad de Granada.
- Establecer los requerimientos técnicos, organizacionales y ambientales para la correcta instalación y operación del restaurante.
- Evaluar la rentabilidad económica y financiera del proyecto para los próximos 5 años, tomando en cuenta el horizonte de planeación del proyecto.

V. MARCO TEÓRICO

A continuación, se presenta la revisión bibliográfica realizada que sustenta el estudio, para la correcta instalación del restaurante en la ciudad de Granada.

5.1 Definición de restaurante, bar y principales características

El concepto de restaurante comprende aquellos establecimientos, cualquiera que sea su denominación, que disponen de cocina y servicio de comedor y que sirven al público, a cambio de un precio, comidas y bebidas para ser consumidas en el mismo local. (Romero, G. G. 2000, p. 17)

Un bar lo podemos definir como un establecimiento que dispone una barra, proporciona al público un servicio de mesas, servicio de bebidas, que puede acompañarse o no de aperitivos, tapas, raciones y bocadillos fríos o calientes, a cambio de un precio y que generalmente son consumidos en el mismo local. (Romero, G. G. 2000, p. 17)

Flores, A. A. (2018), define restauración como “el conjunto de empresas cuya actividad principal está destinada a la elaboración, venta y servicio tanto de comidas como de bebidas” (p.29).

Entre las principales características de un bar, se incluyen los siguientes aspectos:

- La prestación propia y característica del bar será el servicio de bebidas.
- No están obligados a suministrar comida alguna, aunque no les está prohibido servirla siempre que se trate de clases como aperitivos, tapas, raciones y bocadillos.

5.2 Fundamentos teóricos de las concepciones sobre evaluación de proyectos de Inversión. Definiciones conceptuales y clasificación

La agencia colombiana de cooperación internacional define proyecto como un conjunto coherente e integral de actividades tendientes a alcanzar objetivos que contribuyan al logro de un objetivo general o de desarrollo, en un período de tiempo determinado, con unos insumos y costos definidos. (Méndez, L. R. 2016, p. 520)

El término inversión es utilizado por muchos autores con diferente sentido y amplitud. Según el Centro de Estudios de Economía y Planificación (CEEP); una inversión consiste en renunciar a una satisfacción inmediata y segura, por la esperanza de obtener un beneficio en el futuro; y disminuir el consumo presente con el propósito de obtener un beneficio. Además, este centro en su documentación, considera la conceptualización de la inversión asociado a diferentes dimensiones del proceso, esto es:

- Un proceso cuantitativo: ¿cuánto invertir?
- Un proceso estructural: ¿dónde se puede invertir?
- Un proceso cualitativo: ¿en qué hay que invertir?
- Un proceso temporal: ¿cuándo hay que invertir?
- Un proceso político: ¿quién ha de invertir?
- Un proceso eficiente: ¿cómo se debe invertir? (CEEP, 2009)

Según Masse, (1902) inversión es el acto mediante el cual tiene lugar el cambio de una satisfacción inmediata y cierta a la que se renuncia, por una esperanza que se adquiere y de la cual el bien invertido es el soporte.

Para Peumans el concepto de inversión está relacionado con el proceso de adquirir bienes concretos, pagar un costo actual con la esperanza de disponer de ingresos futuros. Es el cambio de la certidumbre (...) por un conjunto de expectativas de beneficios distribuidas en el tiempo.

Fisher, (1892) plantea que la inversión es un proceso de distribución del consumo a través del tiempo.

En la ley 575 de reforma parcial a la ley 306, Ley de Incentivos para la Industria Turísticas de Nicaragua, del Ministerio de Fomento, Industria y Comercio documento por el cual se regula el proceso inversionista en Nicaragua define que es deber del Estado crear las condiciones y promover medidas adecuadas para la promoción y aprovechamiento del turismo, dentro de una política de desarrollo sostenible con respecto a la protección del medio ambiente y de la cultura nacional.

Inversión y capital están estrechamente relacionados y no se pueden tratar por separado, inversión significa la formación o incremento neto de capital, en un período de tiempo no es más que la diferencia entre el capital existente al final y al comienzo de un período de tiempo. Si esta diferencia es positiva se está en presencia de inversión o formación de

capital y cuando es negativa existirá consumo de capital. El concepto de capital responde a la idea de stock, mientras que el concepto de inversión responde a la idea de flujo.

La inversión básicamente, es un proceso de acumulación de capital con la esperanza de obtener unos beneficios posteriores. La condición necesaria para realizar una inversión es la existencia de una demanda insatisfecha, mientras que la condición suficiente es que su rendimiento supere el costo de emprenderla (acometerla). En virtud de la naturaleza del capital adquirido es posible diferenciar entre inversiones productivas e inversiones financieras (Santos, 2008).

En síntesis, podemos resumir que en toda inversión intervienen los siguientes elementos:

- a. El inversionista.
- b. El objeto en el que se invierte.
- c. El costo que supone renunciar a una satisfacción en el presente (costo de oportunidad).
- d. El valor o beneficio de una recompensa en el futuro.

5.3 Proyectos de inversión

La realización de proyectos de inversión surge de una necesidad humana que implica el fomento de recursos a inmovilizar por largos periodos de tiempo, por lo cual requiere de un análisis de la información necesaria y referente a la inversión, así como los pros y los contras que permitirán la toma de decisión.

En general se entiende por proyecto, una tarea innovadora, que tiene un objetivo definido, debe ser efectuada en un cierto período, en una zona geográfica delimitada y para un grupo de beneficiarios; solucionando de esta manera problemas específicos o mejorando una situación existente. La tarea principal es dejar cierta capacidad instalada en las personas e instituciones participantes del proyecto para que ellas puedan continuar las labores en forma independiente. Sánchez, Herrera y Lauchy, (2008).

La pre inversión es el primer estado del ciclo de los proyectos, a ella le corresponde todo el proceso que se realiza para identificar un problema o necesidad, formular el proyecto y evaluar la iniciativa; con el objetivo de determinar si es conveniente ejecutarla o no; antes de iniciar las obras o acciones que lo harán realidad. Es la fase donde se obtienen

los datos del mercado; se desarrollan y determinan la estrategia, objetivos de la inversión; así como la documentación técnica de ideas conceptuales y anteproyecto, los cuales fundamentan los estudios de prefactibilidad y factibilidad técnico-económica.

La valoración de estos permitirá decidir sobre la continuidad de la inversión, y además se selecciona el equipo que acometerá la inversión. Específicamente se culmina con la realización del estudio de factibilidad, el cual brinda toda la información detallada sobre la inversión.

Por la importancia que tiene para esta investigación la etapa de preinversión se profundiza en los niveles que componen la misma. Estos son:

- Perfil u oportunidad.
- Prefactibilidad.
- Factibilidad

El nivel perfil, se elabora a partir de la información existente, del juicio común y de la experiencia. En este nivel frecuentemente se seleccionan aquellas opciones de ideas que se muestran más atractivas para la solución de un problema o en aprovechamiento de una oportunidad. Además, se van a definir las características específicas del producto o servicio.

Las diferentes formas de resolver un problema o de aprovechar una oportunidad de negocio constituirán la idea del proyecto, sin embargo, este paso no se limita a describir en términos generales la idea del proyecto; esta idea hay que afinarla y presentarla de manera apropiada para poder tomar la decisión de continuar con sus estudios; por lo que debe realizarse un esfuerzo para determinar las posibles soluciones al problema a resolver y descartar las claramente no viables.

5.4 Definición de estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema a resolver; se lleva a cabo a partir de un nivel de conocimiento sobre la inversión y de la proyección de sus beneficios, constituye la última oportunidad de

disminuir la incertidumbre de la inversión en cuestión; a un estado mínimo, y como resultado de su evaluación se toma la decisión de invertir. (Santos, 2008)

Proyecto de factibilidad es un análisis de carácter técnico y científico, que estudia una idea previamente identificada desde las perspectivas de mercados, técnica, financiera, organizativa, de rendimiento financiero y de impacto social, para aportar elementos de juicio relacionados con la toma de decisiones sobre la conveniencia o no de invertir en un proyecto sea de interés público, privado o mixto. (Méndez, L. R. 2016, p. 520)

5.5 Estudio de mercado

El mercado es el área en la cual convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer un precio único y, por lo tanto, la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar. Según Adam Smith, el mercado:

"Supone cinco elementos fundamentales:

Por lo menos un comprador, un vendedor, una oferta, una retribución lógica a cambio de la oferta y un ambiente adecuado que brinde tranquilidad, comodidad y que permita la interacción positiva entre los elementos"

El estudio de mercado es mucho más que el análisis de la oferta y demanda o de los precios competidores y sustitutos, su objetivo general consiste en verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado, con vistas a determinar los niveles posibles de ventas y los precios a que se puede comercializar para lograr una proyección confiable de los ingresos. Entre otras cuestiones este estudio abarca no solo las especificaciones técnicas de un producto sino todos los atributos del mismo, entre estos atributos están su tamaño, la forma del empaque, su marca, su logotipo, el eslogan, el tipo de envase, los requerimientos o normas sanitarias y de calidad que deben cumplir, los colores del producto, la textura, entre otros. Sánchez et al. (2008)

El estudio de mercado no es más que un conjunto de técnicas útiles para obtener información acerca del medio ambiente del proyecto (demanda y oferta). Consiste en estimar la cantidad de producto que es posible vender, las especificaciones que éste debe exhibir y el precio que los consumidores potenciales están dispuestos a pagar. (Fernández, L. G. 2010. P. 28)

Según Prieto, H. J. (2008) El mercadeo estudia la forma en que las relaciones de intercambio son creadas, estimuladas, facilitadas, valoradas y gobernadas. La esencia del mercadeo está en la relación de intercambio, definida como conexión de recursos, personas, actividades orientadas hacia la creación e intercambio de valor para el mercadeo. (p.8)

El negocio de la restauración es uno de los más complejos que existen en la actualidad. A la hora de iniciar operaciones es necesario estar claro qué tipo de establecimiento de restauración se va a abrir, las características de la oferta, el equipo humano con el que queremos contar y a qué perfil de clientes irá dirigido el servicio que se va a prestar. (Torres, A. J. 2016, p.7)

El primer paso consiste en realizar un profundo análisis externo e interno de la empresa, lo que facilitará conocer cuál o cuáles pueden ser los puntos débiles y los puntos fuertes de la empresa como del entorno. A esto se debe añadir el capital con el que contamos, buscar en su caso, fuentes de financiación o posibles socios. (Torres, A. J. 2016, p.7)

Se debe fijar el patrón de la oferta que se va a ofrecer, analizar la competencia que existe como rival, los puntos de aprovisionamiento próximos al local y por supuesto, al perfil de cliente que se debe dirigir el servicio. (Torres, A. J. 2016, p.7)

5.6 Demanda

Córdoba, P. M. (2011), define la demanda “como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado” (p.63).

Análisis de la demanda

Córdoba, P. M. (2011), afirma, “la determinación de la demanda es uno de los puntos críticos en el estudio de viabilidad económica-financiera de un proyecto” (p.62).

Córdoba, P. M. (2011), continúa afirmando, “La demanda es el elemento más importante y más complejo del mercado, integrado por necesidades sentidas, poder adquisitivo, posibilidad de compra, tiempo de consumo y condiciones ambientales de consumo” (p.63).

El análisis de la demanda permite conocer:

- La estructura del consumo.

- La estructura de los consumidores.
- Estructura geográfica de la demanda.
- La interrelación de la demanda.
- Motivo que origina la demanda.
- Necesidad potencial o la fuente.
- Potencial de mercado.

5.7 Oferta

Según Kotler (2010), como citó Córdoba, P. M. (2011), “la oferta es una relación que muestra las cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos a ofrecer para cada precio disponible durante un período de tiempo dado si todos lo demás permanece constante” (p.72).

Ley de oferta

Según, Córdoba, P. M. (2011), “la cantidad ofrecida de un bien varía directamente con su precio; es decir, a mayores precios menores cantidades ofrecidas, a menores precios menores cantidades ofrecidas” (p.72).

- Cambios de la cantidad ofrecida.

Son los movimientos a lo largo de una curva de oferta dada generados por la relación entre la cantidad ofrecida de un bien y su precio. (Córdoba, P. M. 2011, p.72)

- Cambios en la oferta.

Son las variaciones en las cantidades ofrecidas resultantes no de cambio en los precios sino de alteraciones en otros factores como: el cambio en la tecnología, las expectativas de los productos, el precio de los factores productivos, entre otros. (Córdoba, P. M. 2011, p.73)

Producto

(Mejía, 2010), como citó Córdoba, P. M. (2011), “El producto es la concretización del bien, cualquier cosa que pueda ofrecerse para satisfacer una necesidad o deseo. Abarca objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas”.

Según Baca U. G. (1995) “Es un bien o servicio derivado de todo un proceso productivo con el objetivo de satisfacer una necesidad”. En esta parte debe darse una descripción exacta del producto que se pretende elaborar e ir acompañado por las normas de calidad que edita la secretaría de estado o ministerio correspondiente. (p. 14)

Precio

Según Jáuregui, (2001), como citó Córdoba, P. M. (2011), al precio lo define como “la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios, o como la cantidad de dinero que es necesario entregar para adquirir un bien” (p.77).

El precio es el regulador entre la oferta y la demanda, salvo cuando existe protección como aranceles o impuestos. El estudio de precios tiene gran importancia e incidencia en el estudio de mercado, ya que de la fijación del precio y de sus posibles variaciones dependerá el éxito del producto o servicio a ofrecer. (Córdoba, P. M. 2011, p.77)

El precio de la venta depende de: elasticidad-precio de la demanda, concepto de mercadotecnia de la empresa, estructura del mercado en cuanto oferta y número de consumidores, fijación de precios oficiales, tipo y naturaleza del mercado y sistema de distribución, estructura de los costos de operación y margen de rentabilidad esperado. (Córdoba, P. M. 2011. P.77)

Plaza o punto de venta

Según Martínez, S. J (2010) el punto de venta es el lugar donde los consumidores compran los productos que satisfacen sus necesidades. También puede definirse como la localización concreta donde los productos se encuentran a disposición de sus posibles consumidores. (p. 60)

Promoción

Según Martínez, S. J. (2010) La promoción es un conjunto de actividades dirigidas a impulsar los productos de una empresa en el mercado. Estas actividades suelen asociarse a un propósito de incrementar las ventas. (p. 91)

Martínez, S. J. afirma que la utilización de las políticas promocionales consigue altos e inmediatos efectos, pero su utilización debe realizarse con unos límites voluntariamente decididos y asumidos, además aconseja su aplicación esporádica tanto para incidir en algún aspecto determinado como para alegrar la actividad de marketing desplegada, siempre y cuando se parta de un objetivo claro, se elabore un programa y se asigne un presupuesto. (p. 103)

5.8 Estudio técnico

El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿Cuánto?, ¿dónde?, ¿cómo? y ¿con que producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado. (Córdoba, P. M. 2011, p.106)

Si el estudio de mercado indica que hay demanda suficiente de acuerdo a las características del producto o servicio, tamaño de la demanda y cuantificación del volumen de venta y precio de venta, hay necesidad de definir el producto en el estudio técnico. (Córdoba, P. M. 2011, p.106)

Las informaciones técnicas y físicas se transforman en unidades monetarias para el cálculo de las inversiones y la minimización y la optimización de los costos.

El estudio técnico facilita analizar y proponer diferentes alternativas de proyecto para producir el bien que se desea, verificando la factibilidad técnica de cada una de las propuestas. Los principales aspectos a tener en cuenta en el mismo son:

5.9 Tamaño del proyecto

La capacidad o tamaño de un proyecto está dirigida a la capacidad de diseño, a su capacidad de producción normal o a su capacidad máxima. La primera se refiere al

volumen de producción que bajo condiciones técnicas óptimas se alcanza a un costo unitario mínimo.

La capacidad de producción normal es la que bajo las condiciones de producción que se estimen regirán durante el mayor tiempo a lo largo del período considerado al costo unitario mínimo y por último la capacidad máxima se refiere a la mayor producción que se puede obtener sometiendo los equipos al máximo esfuerzo, sin tener en cuenta los costos de producción. (Castro, 1988)

Según Rojas, 2007, como cita Córdoba, P. M. (2011), “el tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento” (p.107).

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por lo tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual forma, la decisión que se tome respecto del tamaño determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta. (Córdoba, P. M. 2011, p.107)

Localización

Es el análisis de las variables que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo (...). La elección de la localización es una decisión compleja en la mayoría de los casos, tanto en sí misma como por sus interrelaciones, aunque es cierto que para algunas empresas ésta viene determinada por un factor dominante que restringe el número de alternativas. (Córdoba, P. M. 2011, p.112)

La localización adecuada de la empresa que se creará con la aprobación del proyecto puede determinar el éxito o el fracaso del negocio.

Por ello, la decisión de dónde ubicar el proyecto debe obedecer no sólo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales, e incluso de preferencias emocionales. (Córdoba, P. M. 2011, p.113).

Con el estudio de micro localización se selecciona la ubicación más conveniente para el proyecto, buscando la minimización de los costos y el mayor nivel de beneficios, en esta decisión se deben considerar los aspectos siguientes:

1. Facilidades de infraestructura y de suministros de energía, combustible, agua, así como de servicios de alcantarillado, teléfono, etc.
 2. Ubicación con una proximidad razonable de las materias primas, insumos y mercado, buscando economía en la transportación.
 3. Disponibilidad de fuerza de trabajo apropiada atendiendo a la estructura de especialidades técnicas que demanda la inversión y considerando las características de la que está asentada en el territorio.
 4. Correcta preservación del medio ambiente y del tratamiento, traslado y disposición de los residuales sólidos, líquidos y gaseosos. Incluye el reciclaje cuando proceda.
 5. Compatibilidad con los intereses de la defensa del país y correcta protección de la instalación contra desastres, así como de daños que pudiera provocar a terceros.
 6. Políticas estatales.
 7. Otros factores socio-económicos (servicios médicos, educacionales, vivienda, etc.)
- (Sapag Chain, 1994)

5.10 Ingeniería del proyecto

Córdoba, P. M. (2011), afirma, que el estudio de ingeniería es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles a la fabricación de una unidad de producto. (p.122)

Mediante el estudio de ingeniería se determina la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles destinados a la producción de bienes y servicios. (Córdoba, P. M. 2011, p.123)

Córdoba, P. M. (2011), continúa citando el proceso de producción como la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo (combinación de la mano de obra, maquinaria, materia prima, sistemas y procedimientos de operación). (p.123)

Sobre la base de la capacidad de la planta a instalar y el proceso tecnológico seleccionado, se establecen los requerimientos de maquinaria y equipos productivos y auxiliares, sus características técnicas, vida útil, precio unitario y costos de instalación,

además, se debe analizar la disponibilidad de servicios de mantenimiento y facilidad de adquisición de repuestos. (Córdoba, P. M. 2011, p.130)

Córdoba, P. M. (2011), afirma, que el personal de producción está relacionado directamente con el tipo de tecnología a utilizar el proceso, lo mismo que el tipo de maquinaria: entre más mecanizado sea el proceso, el requerimiento de mano de obra será menor.

La descripción del proceso de producción o prestación del servicio define la forma como una serie de insumos se transforman en productos o servicios, mediante la participación de una determinada tecnología que combina mano de obra, maquinaria métodos y procedimientos de operación.

Organización

Según Aguilar (2010), como citó Córdoba, P. M. (2011), organización es la institución en la que las personas se unen en sus esfuerzos, realizando tareas complejas, para lograr objetivos comunes (individuales y colectivos). (p.158)

La teoría de la organización es una forma de pensar que permite ver y analizar las organizaciones con más precisión y profundidad de lo que se podría hacer de otra manera.

Esta forma de ver y pensar se basa en patrones y regularidades en el diseño y comportamiento organizacional. (Córdoba, P. M. 2011, p. 158)

Las organizaciones disponen de una serie de medios que se clasifican en:

- Factores humanos: aportan turbulencia, tienen ideas para mejorar los procesos técnicos y alteran la estabilidad porque proponen cambios, intentando modificar el desarrollo del trabajo para una mejor consecución de los objetivos.
- Factores técnicos: aportan estabilidad a la organización. Son los puntos de referencia tangibles que ayudan en el sentido de dar continuidad en el trabajo. (Córdoba, P. M. 2011, p.159)

El mundo de las organizaciones es muy cambiante, de ahí la importancia de una teoría que proporcione una base, una referencia a seguir que permanezca intacta sin

importar los cambios. (...). En la organización no hay soluciones únicas. Las soluciones no tienen por qué funcionar igual en todas las empresas. Las personas de las organizaciones necesitan más de soluciones que de teoría. (Córdoba, P. M. 2011, p. 159)

Las condiciones y características más salientes de una administración moderna son:

- Flexibilidad.
- Basada en hechos y datos concretos.
- Incentivadora del trabajo en equipo.
- Focalizada.
- Promueve la mejora continua.
- De enfoque “holístico” para el abordaje de problemas.
- Orientada a la obtención de resultados. (Córdoba, P. M. 2011, p. 161)

5.11 Estudio organizacional

El Estudio Organizacional para un proyecto consiste en el análisis tanto de la capacidad de la empresa que lo llevará a cabo, como así también la evaluación de sus competencias administrativas.

Busca determinar la capacidad operativa de la Organización con el fin de conocer y evaluar fortalezas y debilidades, y definir la Estructura de la organización para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento. Es decir, para cada proyecto se deberá determinar la Estructura Organizacional acorde con los requerimientos que exija la ejecución del proyecto y la futura operación. (Sapag Chain, 1994)

Este estudio trata de determinar cuál será la Estructura óptima que deberá poseer la empresa para que pueda desarrollar el proyecto sin ningún tipo de retrasos o contingencias.

Según Córdoba, P. M. (2011), en toda actividad organizada se plantea una división del trabajo y una coordinación de esas tareas para llegar al trabajo final. Todo esto nos lleva a distribuir, asignar y coordinar las tareas dentro de la organización. Existen tres formas distintas de entender la estructura organizativa:

- El conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en áreas distintas, consiguiendo luego la coordinación de las mismas.
- Patrón establecido de las relaciones entre los componentes de la organización.
- Complejo diseño de comunicaciones y demás relaciones existentes dentro de un grupo de seres humanos. (Córdoba, P. M. 2011, p. 168)

Según Cuervo (1994), como cito Córdoba, P. M. 2011, los elementos que conforman la estructura de la organización son tres:

- Individuos: desempeñan la actividad y tienen una serie de objetivos a cumplir.
- Grupos: conjunto de personas unidas por vínculos de amistad, trabajo (...) que tienen intereses.
- Estructura formal: la cual se divide entre formal e informal.
 - La formal: es la voluntad de la dirección, la que ellos disponen.
 - La informal: grupos, relaciones socioafectivas, espontáneas y no previstas.

La realización de un proyecto, al igual que su puesta en marcha, necesita del diseño de una infraestructura administrativa que permita la acción conjunta y coordinada de un sin número de elementos materiales, humanos y financieros, a fin de alcanzar el objetivo propuesto. (p.169)

Organigrama

Córdoba, P. M. 2011, afirma que un organigrama es el diagrama de organización de un negocio, empresa, trabajo o cualquier entidad que generalmente contiene las principales áreas dentro de organismo. Representa una herramienta fundamental en toda empresa y sirve para conocer su estructura general (...) señala la vinculación que existe entre los departamentos a lo largo de las líneas de autoridad principales. (p.169)

La departamentalización

Según Pérez, 2009, como citó Córdoba, P. M. 2011, la departamentalización puede ser:

- Funcional: donde cada área le corresponden unas funciones determinadas.

- Por productos: donde cada unidad tiene un producto bajo su responsabilidad.
- Por clientes: donde obedece a sus mercados objetivos (hombres, mujeres, niños, entre otros).
- Territorial: donde la acción se desarrolla en distintos lugares.
- Por procesos: de acuerdo con los procesos industriales.
- Por canales: de acuerdo con los canales de distribución.
- Matricial: combinando la departamentalización funcional con las demás formas de división del trabajo. (p.173)

Descripción de funciones

Una vez establecidos los diversos departamentos y niveles jerárquicos, se define de manera precisa lo que debe hacerse en cada unidad de trabajo, lo que comúnmente se le conoce con el nombre de puesto. Esta descripción muestra los niveles de organización para una empresa ya que el grado de autoridad y responsabilidad que se da dentro de cada línea determina los niveles jerárquicos. (Córdoba, P. M. 2011, p. 173)

5.12 Aspectos legales

Es de suma importancia la definición de todos los requisitos legales que debe cumplir el proyecto para el correcto funcionamiento, entre los que destacan, requisitos para la habilitación del local, compromisos fiscales, sanitarios definidos en la localidad donde se ejecutará el proyecto. Toda actividad formal se inserta dentro de un marco legal que rige las relaciones entre las personas con otras instituciones y con el gobierno.

En el estudio legal se abordan todos los reglamentos, leyes, normas y trámites que deben cumplirse para poder constituir legalmente un Restaurante, poder constituir con todos los procedimientos de contratación de personal y de un abogado o notario público que se encargue de atender los aspectos legales necesarios para la conformación y funcionamiento del negocio.

El primer paso para poder constituir legalmente el negocio es escoger nombre comercial, razón social o denominación e inscribir el nombre en el registro mercantil.

De acuerdo a la ley No. 698 “Ley de registros públicos”, Artículo 158, la inscripción de las sociedades mercantiles deberá contener los siguientes datos:

- Razón social o denominación.
- Nacionalidad.
- Domicilio.
- El objeto social o clase de comercio u operaciones a que se dedique.
- El nombre comercial del establecimiento que haya de inscribir en el Registro de Propiedad Intelectual conforme a la ley de la materia.
- Capital Social.
- La fecha en que deba comenzar a operar.
- Vigencia de la sociedad.
- Nombre de los socios fundadores.

Consideraciones Ambientales del Proyecto

El Ministerio de Ambiente y los Recursos Naturales (MARENA), a través del Sistema de Evaluación Ambiental creado por el Decreto Ejecutivo No 76-2006 y publicado en La Gaceta No 248 del 22 de diciembre del año 2006, define en su artículo No 4 lo siguiente:

- a. Estudio de Impacto Ambiental:** Conjunto de actividades técnicas y científicas destinadas a la identificación, predicción y control de los impactos ambientales de un proyecto y sus alternativas presentado en forma de informe técnico y realizado según los criterios establecidos por las normas vigentes.
- b. Evaluación Ambiental Estratégica (EAE):** Instrumento de gestión ambiental que incorpora procedimientos para considerar los impactos ambientales de planes y programas en los niveles más altos del proceso de decisión, con objeto de alcanzar un desarrollo sostenible.
- c. Evaluación de Impacto Ambiental:** Se entiende por Evaluación de Impacto Ambiental (EIA) el instrumento de política y gestión ambiental formado por el conjunto de procedimientos estudios y sistemas técnicos que permiten estimar los efectos que la ejecución de una determinada obra, actividad o proyecto puedan causar sobre el ambiente.

- d. Impacto Ambiental:** Cualquier alteración significativa positiva o negativa de uno o más de los componentes del ambiente provocadas por acción humana y/o acontecimientos de la naturaleza en un área de influencia definida.
- e. Pago por Servicios Ambientales:** Instrumento de gestión ambiental, de naturaleza económica que permite valorar y establecer un pago por los servicios que brindan los ecosistemas, logrando con ello introducir los costos ambientales en los flujos de caja de las actividades productivas de diferentes niveles, en los ámbitos público y privado.
- f. Permiso Ambiental:** Documento otorgado por la autoridad competente a solicitud del proponente de un proyecto el que certifica que desde el punto de vista de protección ambiental la actividad se puede ejecutar bajo el condicionamiento de cumplir las medidas establecidas.
- g. Producción más Limpia:** Aplicación continúa de una estrategia ambiental preventiva integrada y aplicada a los procesos, productos y servicios para mejorar la ecoeficiencia y reducir los riesgos para los humanos y el medio ambiente.

Artículo 6. Estructura del Sistema de Evaluación Ambiental. El Sistema de Evaluación Ambiental de Nicaragua, está compuesto por:

- **La Evaluación Ambiental Estratégica**
- **La Evaluación Ambiental de Proyectos:** Está compuesta por las siguientes categorías ambientales:

a. Categoría Ambiental I: Proyectos que son considerados como Especiales de índole nacional o fronteriza.

b. Categoría Ambiental II: Proyectos que, en función de la naturaleza del proceso y los potenciales efectos ambientales, se consideran como de Alto Impacto Ambiental Potencial.

c. Categoría Ambiental III: Proyectos que, en función de la naturaleza del proceso y los potenciales efectos ambientales, se consideran como de Moderado Impacto Ambiental Potencial.

d. Categoría Ambiental IV: Proyectos, que, en función de la naturaleza del proceso y los potenciales efectos ambientales, se consideran como de bajo Impacto Ambiental Potencial.

e. Categoría Ambiental V: Proyectos experimentales o novedosos que están sujetos a investigación por desconocerse los potenciales impactos al medio ambiente y estarán sujetos a una valoración ambiental.

Basados en los artículos descritos anteriormente, se procedió a la clasificación del proyecto, en este caso específico del bar restaurante, encontrándose que este no pertenece a ninguna de las categorías antes descritas, lo cual permite clasificarlo como un proyecto de bajo impacto ambiental y que según la ley no está sujeto a un estudio de impacto ambiental.

“Artículo 7.- Proyecto de Bajo Impacto Ambiental. Los proyectos no considerados en las Categorías I, II y III son proyectos que pueden causar Bajos Impactos Ambientales Potenciales, por lo que no están sujetos a un Estudio de Impacto Ambiental. De conformidad con el artículo 25 de la Ley No. 217, Ley General del Medio Ambiente y los Recursos Naturales, los proponentes deberán presentar el formulario ambiental ante la autoridad municipal correspondiente para la tramitación de la solicitud de su permiso, según los procedimientos establecidos”.

Por lo tanto, para la tramitación del permiso ambiental, únicamente se hace necesario presentar el formulario ambiental, facilitado por la Dirección de Gestión Ambiental de la alcaldía de Granada. (Ver formulario en Anexo # 8.)

Buenas prácticas operativas ambientales internas

- Consumo de Agua:

Programa de monitoreo de uso racional de agua.

Establecer metas de uso de agua en la cafetería.

- Consumo de energía:

Establecer un programa de monitoreo de uso racional y eficiente de energía.

- Incrementar el factor de potencia:

Evitar sobrecarga de transformadores, generadores y líneas de distribución.

Evitar el incremento de las caídas del voltaje.

- Generación de biogás.

Disminuir el combustible por medio de una planificación de compra de los insumos para la producción.

- Mantenimiento y capacitación del personal:

Utilizar maquinaria eco-eficiente.

Activar la maquinaria en momento necesario para producir.

Mantenimiento y revisión del estado de la maquinaria para evitar la duplicidad de consumo por mal estado de las unidades.

- Papelería de oficina

Utilización de papeles reciclados.

- Envases y tazas desechables:

Compra de vasos y tazas desechables biodegradables

Registro Sanitario

Ministerio de salud

*Certificados de Salud (Art 5.2 NTON de la Norma de Manipulación de Alimentos).

* RUC en caso de ser jurídico.

* Ficha de Inspección Sanitaria.

*Pago de arancel

5.13 Estudio financiero

La evaluación económico-financiera, pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque la función de producción, administración y ventas), así como otra serie de criterios que comparan flujos de beneficios y costos.

Esta evaluación permite determinar si conviene llevar a efecto un proyecto, o sea, si es o no rentable, y si siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o puede postergarse su inicio. (UCLV, 2009)

Análisis de los ingresos y egresos como flujo de caja y cuenta de resultados previsible

En esta etapa se desarrollan las proyecciones de los ingresos y egresos que obtendrá el negocio, una vez puesto en marcha (flujo de caja proyectado y estado de ganancias y pérdidas proyectado). Para ello nos basamos en el pronóstico de ventas

realizado en la etapa de estudio de mercado y pronóstico de egresos realizado en la etapa de estudio de la inversión. (Pérez, A. F. 2017, p.69)

En el caso de hacer uso de financiamiento externo, se realizará primero la proyección del pago de la deuda y luego se incluirá en las proyecciones de ingresos y egresos.

Los ingresos del negocio están básicamente conformados por las ventas, mientras que los egresos incluyen egresos desembolsables (costos directos, costos indirectos, gastos de administración, gastos de ventas y gastos financieros) y gastos no desembolsables (depreciación, amortización de tangibles).

Estudio financiero de la rentabilidad y factibilidad del negocio

Finalmente, en esta etapa del estudio financiero se evalúa la factibilidad y la rentabilidad del proyecto, teniendo en cuenta los estudios de la inversión y el estudio de los ingresos y egresos que se han realizado previamente. Para la evaluación del proyecto, además de medir la rentabilidad del mismo con respecto a la inversión y el periodo de recuperación de ésta, lo usual es hacer uso de los indicadores financieros de rentabilidad del valor actual neto y la tasa interna de retorno (VAN y TIR). (Pérez, A. F. 2017, p.70)

- **Valor actual neto (VAN)**

El valor actual neto (VAN), es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto. (Pérez, A. F. 2017, p.70)

Dicho método es uno de los criterios económicos más ampliamente utilizados en la evaluación de proyectos de inversión. Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial.

Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado.

La fórmula para el cálculo del valor actual neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{v_t}{(1 + K)^t} - I_0$$

Donde:

n: Número de períodos considerado.

Vt: Flujos de caja en cada período t.

I₀: Valor del desembolso inicial de la inversión.

El tipo de interés es k. si el proyecto no tiene riesgo, se tomará como referencia el tipo de renta fija, de tal manera que con el VAN se estimará si la inversión es mejor que invertir en algo seguro, sin riesgo específico. En otros casos se utilizará el coste de oportunidad.

Cuando el VAN toma un valor igual que 0, k pasa a llamarse TIR (tasa interna de retorno).

La TIR es la rentabilidad que proporciona el proyecto. (Pérez, A. F. 2017, p.70)

- Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad de reinvertir. En términos simples, diversos autores la conceptualizan como la tasa de descuento con la que el valor actual neto es igual a 0.

La fórmula utilizada para el cálculo de la TIR es la siguiente:

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

Donde:

F_n: es el flujo de caja en el período n.

n: es el número de períodos.

i: es el valor de la inversión inicial.

La TIR puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad; así, se utiliza como uno de los criterios para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo).

Si la tasa de rendimiento del proyecto expresada por la TIR supera la tasa de corte, se acepta la inversión, en caso contrario se rechaza. (Pérez, A. F. 2017, p.71)

VI. DISEÑO METODOLÓGICO

El tipo de estudio se describe a continuación.

6.1 Tipo de estudio

Según (Hernández-Sampieri et al., 2014), existen tres tipos de estudios a los que se le identifica como enfoque cualitativo, enfoque cuantitativo y enfoque mixto, de acuerdo a las características y las variables, el tipo de estudio es de enfoque mixto, una de las principales bondades del enfoque mixto es tener una perspectiva más amplia y profunda, datos variados, con mayor solidez y rigor, además de una mejor exploración de los datos (Hernández-Sampieri et al., 2014).

Según (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2008), no hay un solo proceso mixto, sino que en un estudio híbrido concurren diversos procesos. Las etapas en las que suelen integrarse los enfoques cuantitativo y cualitativo son fundamentalmente: el planteamiento del problema, el diseño de investigación, el muestreo, la recolección de los datos, los procedimientos de análisis y/o interpretación de los datos (resultados).

6.2 Tipo de enfoque

Bernal, T. C. 2010, define el método analítico como un “proceso cognoscitivo el cual consiste en descomponer un objeto de estudio, separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual” (p.60).

Bernal, T. C. 2010, continúa afirmando que el método cuantitativo o método tradicional se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresan relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva. (p.60)

De acuerdo con Bonilla y Rodríguez (2000), citado por Bernal (2010) el método cualitativo o no tradicional se orienta a profundizar casos específicos y no generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social

a partir de rasgos determinados, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada. (p.60)

La presente investigación requiere un enfoque mixto debido a que permite tener resultados numéricos que pueden ser cuantificados y cualificados con fenómenos observables, medibles y de análisis estadístico.

Alcance del Estudio

Ya definido que el enfoque será mixto, esto significa que haremos uso tanto del enfoque cuantitativo como cualitativo, por tanto, desde el enfoque cuantitativo, el alcance de este estudio será exploratorio hasta llegar a la fase de descriptivo, ya que se parte de un problema poco estudiado y se indaga desde una perspectiva innovadora, hasta definir variables, tomando conceptos ya estudiados.

Desde el enfoque cualitativo se realizará una investigación-acción, porque nos permite hacer un diagnóstico de la problemática como aspectos sociales, laborales y económicos con naturaleza colectiva. En este caso, el sector turismo, la ciudad en sí, y la población en general que visita la ciudad de Granada.

El enfoque mixto me permite utilizar la información de ambos enfoques y realizar una triangulación concurrente, en donde ambos resultados son comparados y analizados para llegar a conclusiones.

6.3 Determinación del universo o población

Sampieri et al, afirman que en las muestras probabilísticas todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de análisis. (p.176)

Según cifras publicadas por el Instituto Nacional de Información y Desarrollo (INIDE) en el anuario estadístico 2022, indica que la población total en el área urbana de la ciudad de Granada comprendida en el grupo de edades de 20 a 64 años es de 81,505 habitantes.

Dado que no se cuenta con la información necesaria para determinar la cantidad requerida de servicio por la población, se toma en cuenta la totalidad de la población comprendida en el grupo de edad antes mencionado como posibles clientes del Restaurante, procediendo con un cálculo de la muestra para una población finita.

Selección de la muestra

La muestra seleccionada en el estudio de prefactibilidad para la instalación de un restaurante, se explica a continuación.

Para la selección de la muestra se tomará en consideración una población 61 personas encuestadas, con un grado de confianza del 95%, un error de estimación máximo aceptado del 10%, las variables P y Q tendrán un valor de 80% y 20% respectivamente.

La fórmula utilizada para el cálculo de la muestra se detalla a continuación:

n = Tamaño de muestra buscado.

N = Tamaño de la población o universo.

Z = Parámetro estadístico que depende el N .

e = Error de estimación máximo estimado.

P = Probabilidad de que ocurra el evento estadístico.

$q = (1-p)$ = Probabilidad que no ocurra el evento.

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

Ecuación 1

n = Tamaño de muestra buscado.

N = Tamaño de la población o universo.

Z = Parámetro estadístico que depende el N .

e = Error de estimación máximo estimado.

P = Probabilidad de que ocurra el evento estadístico.

$q = (1-p)$ = Probabilidad que no ocurra el evento.

Tabla 1. Tamaño de la muestra

N	81,505	Población	Tamaño de muestra
Z	1.96	Nivel de confianza	"n"
P	80%	Probabilidad +	61
Q	20%	Probabilidad -	
E	10%	Error de estimación	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2. Cálculos de la muestra

=	n	$81505 * (1.96 * 1.96) * 80\% * 20\%$
		$(10\% * 10\%) * (81505 - 1) + (1.96 * 1.96) * (80\% * 20\%)$
=	n	50097.54
		815.65
	n=	61

Fuente: Elaboración propia.

6.4 Selección de técnicas e instrumentos para la recolección de datos

Estadísticamente la investigación es en base a una muestra probabilística, se empleó la encuesta. La encuesta se aplicó de manera aleatoria a los clientes potenciales del “Restaurante” también se hicieron consultas informales a los propietarios de bares, restaurantes y locales de la ciudad de Granada.

Encuesta

Se considera como una de las técnicas de recolección de información más utilizada, se fundamenta en un cuestionario o conjunto preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas. Para la aplicación de esta técnica se utilizó como instrumento, el cuestionario, estructurado en 14 ítems, con preguntas cerradas en algunos se utiliza la escala Likert. Con la encuesta se pretende obtener resultados de las preferencias de los potenciales clientes, poder adquisitivo, calcular la

demanda, preferencia de consumo, entre otros, que serán el soporte del estudio de mercado que se plantea como primer objetivo. La información será procesada por medio de Microsoft Excel, Spss o Power BI.

Entrevista

Se considera como una técnica orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideran fuente de información. A diferencia de la encuesta, que se ciñe a un cuestionario, esta puede soportarse en un cuestionario muy flexible, tiene como propósito obtener información más espontánea y abierta, además que durante la misma puede profundizarse la información de interés para el estudio. (Bernal, T. C. 2010).

La entrevista se utilizó como instrumento informal, para recopilar información técnica en las instituciones en las que se debe registrar el negocio y realizar los trámites correspondientes, también se recopilará la información brindada por potenciales clientes, autoridades locales y de instancias gubernamentales que rigen este tipo de negocios. Se espera obtener datos en los siguientes aspectos; como el tamaño del proyecto con su respectiva capacidad instalada, la macro y micro localización del mismo, requisitos ambientales, aspectos sanitarios y todos aquellos requerimientos del estudio técnico, aspectos legales y organizacionales con las que debe cumplir el negocio, y en cumplimiento de los objetivos planteados para el estudio.

CAPÍTULO 1. ESTUDIO DE MERCADO

El análisis y la discusión de resultados obtenidos del procesamiento de la información consiste en interpretar los hallazgos relacionados con el problema de investigación, los objetivos propuestos, las preguntas formuladas y las teorías o los presupuestos planteados en el marco teórico, con la finalidad de evaluar si confirman las teorías o no, y se generan debates con la teoría ya existente. Bernal, C.A (2010) 3ed. p 222.

Con el fin de alcanzar los objetivos planteados al inicio de esta investigación, se examinó la información recopilada por medio de los instrumentos de análisis como entrevista, guía de observación, guía de revisión documental y encuestas.

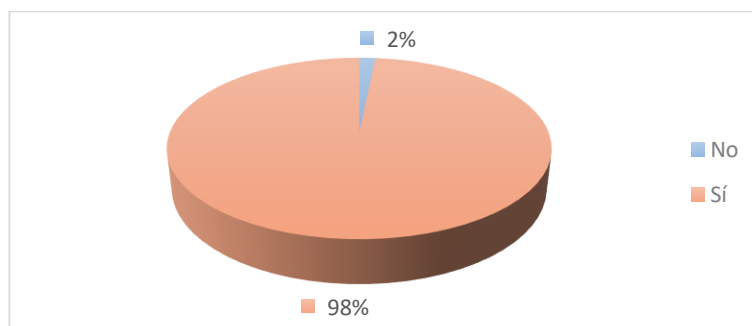
Los resultados y el análisis de los mismos se presentan en el orden jerárquico, partiendo de los objetivos específicos según los ítems de cada indicador.

1.1 Análisis de la demanda, oferta, precio y comercialización del producto mediante un estudio de mercado

En cumplimiento con los objetivos planteados en este estudio, los resultados de la validación del instrumento del cuestionario que responde a la técnica de la encuesta, se aplicó a 61 personas de la ciudad de Granada, con el fin de obtener información relevante para este estudio, estas respondieron sin ningún inconveniente a lo que se procedió a realizar el procesamiento de la información, utilizando Microsoft Excel.

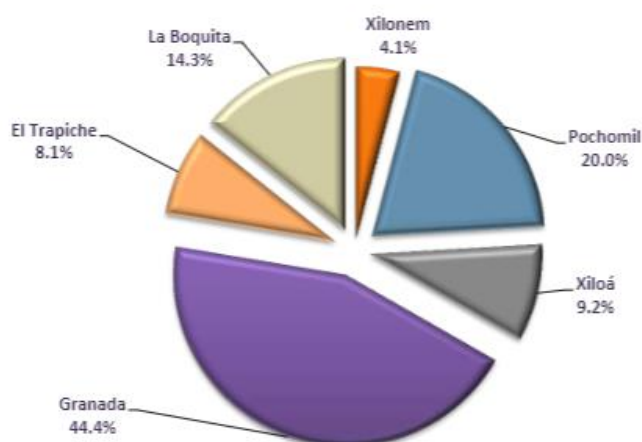
1.2 Análisis de la demanda

Para la realización del análisis de la demanda, se obtuvo información en el Instituto Nacional de Información y Desarrollo (INIDE) mediante el anuario estadístico 2022, obteniendo así la población total del área urbana de la ciudad de Granada de 81,505 habitantes comprendida en el grupo de edades de 20 a 64 años de edad. (Ver anexo 5) Según los resultados de la encuesta aplicada a los pobladores de la ciudad de Granada, el 98 % de la población encuestada afirmó que le gustaría que en la Ciudad de Granada se ubique un Restaurante para jóvenes y adultos con un servicio de calidad y ambiente familiar y solamente un 2% indicó que no le gustaría se ubique un restaurante en la ciudad. Ver Figura 1.



*Figura 1 Ubicación del restaurante en Granada
Fuente: Elaboración propia.)*

Según cifras publicadas por el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) en el año 2022 la ciudad de Granada presenta un 44.4% de llegada de visitantes a los centros turísticos con respecto a los centros turísticos más representativos del país, lo que evidencia la gran afluencia de turistas en la ciudad. Ver figura 2.



*Figura 2. Llegada de visitantes a los centros turísticos. Año 2022
Fuente: INTUR 2023*

De acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada, la figura 3 refleja que un 52% del total de las personas encuestadas pertenecen al género Femenino y un 48% al género Masculino, lo que indica que existe una mayor probabilidad que las personas que asistan a un restaurante sean del género Femenino.

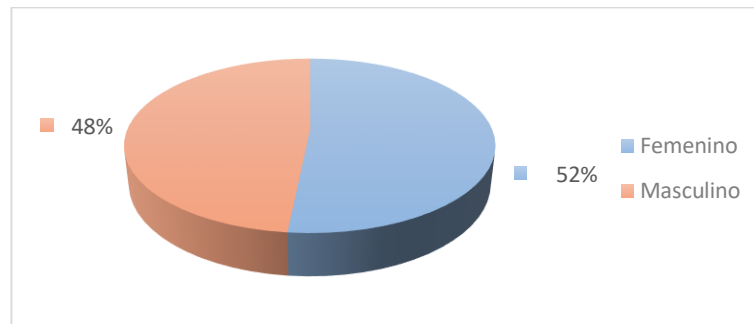


Figura 3 Sexo de los encuestados
Fuente: Elaboración propia,

Las edades de los encuestados se estratificaron cada 5 años, con el objetivo de realizar una mejor representación gráfica (Figura 3). De acuerdo a los resultados reflejados en grafico se puede apreciar que de 61 personas que corresponde a la muestra, el 41% están en el rango de edad de los 20 – 25 años de edad, por lo que se podría considerar que estas personas son universitarias o profesionales jóvenes quienes generalmente son los que salen con más frecuencia a recrearse en sus tiempos libres con sus amigos.

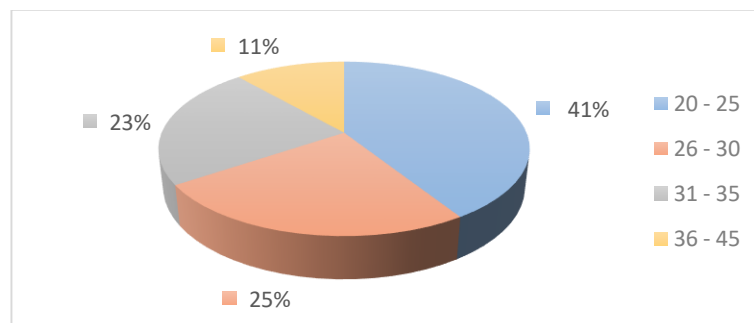


Figura 4 Edad de los encuestados
Fuente: Elaboración propia.

También se puede apreciar que el 25% tienen entre 26 – 30 años de edad y un 23 % tienen entre 31 – 35 años, rango de edad en el cual las personas tienen otro concepto de recreación y que es probable que no salgan mucho a bares y restaurantes porque piensan más en ahorrar para su bienestar familiar, seguido de un 11% de personas mayores a 36 años.

Es importante destacar la alta participación de las personas encuestadas que pertenecen al rango de edad entre 20 a 25 años de edad, lo que indica que el restaurante tendrá una alta demanda de visitas por personas jóvenes. Cabe destacar que la ciudad de granada recibió en el año 2022 aproximadamente 968,022 visitas de turistas nacionales y extranjeros, lo que indica un incremento constante de la demanda del servicio por parte de los turistas.

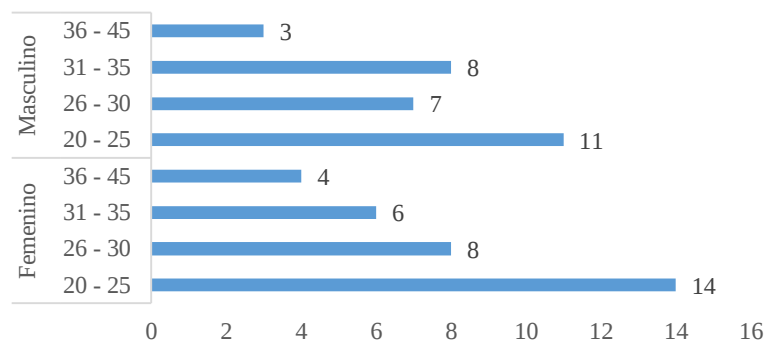


Figura 5 Edad y género
Fuente: Elaboración propia.

Para realizar un análisis más detallado de la demanda se realizó un pequeño cálculo por género en el que se estimó la cantidad de visitas esperadas al año, por lo que se estima que la frecuencia de visitas en un año sea de 3612, correspondiente a la frecuencia promedio mínima de visitas al año. (Ver figura 6 y tablas 3 y 4)

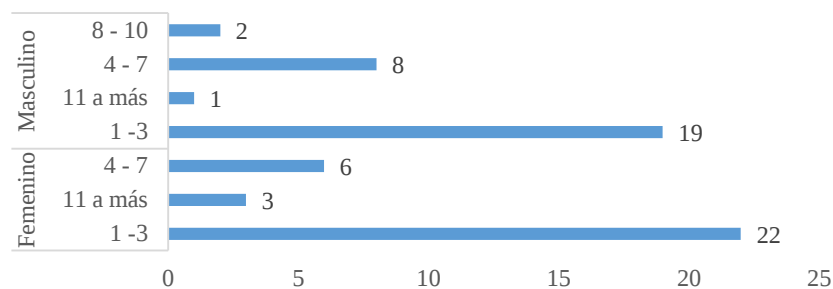


Figura 6 Frecuencia de visitas por género
Fuente: Elaboración propia.

Frecuencia/Mes	Visitas (Personas/año)
3	792
15	540
7	504
Total	1836

Tabla 3 Cálculo de Visitas esperadas por año Género Femenino
Fuente: Elaboración propia.

Frecuencia/Mes	Visitas (Personas/año)
3	684
15	180
7	672
10	240
Total	1776

Tabla 4 Cálculo de visitas esperadas por Género Masculino
Fuente: Elaboración propia.

1.3 Análisis de la oferta

La ciudad de Granada es uno de los mayores atractivos turísticos de Nicaragua y uno de los puntos más visitados por turistas tanto nacionales como extranjeros, atraídos por la arquitectura colonial de su antiguo centro, museos, galerías, hoteles, restaurantes, bares y ambiente cosmopolita que convierten la ciudad en un destino por sí misma.

Según cifras públicas por INTUR en el año 2022 la ciudad de Granada cuenta con 169 establecimientos comprendido en 100 restaurantes, 14 cafeterías, 54 bares y 1 centro recreativo. (Ver Anexo 7)

Los restaurantes más conocidos y visitados por los encuestados que se lograron indentificar fueron un total de cincuenta, los cuales para una mejor apreciación grafica se clasificaron por zona de ubicación, de los cuales el 44% se encuentra ubicado en el centro de la ciudad, el 40% en calle La Calzada, el 8% en el Centro turístico, el 6% en cale Atravesada y el 2% en las afueras de la ciudad.

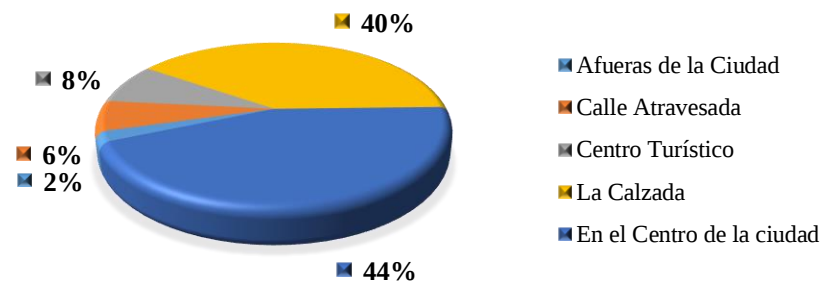


Figura 7 Zona de ubicación de preferencia
Fuente: Elaboración propia.

En la ciudad de Granada existe una amplia oferta de restaurantes y según datos reflejados por la encuesta aplicada los encuestados indicaron que dentro de los bares más conocidos y visitados se destacan los siguientes:

Tabla 5 Oferta de la competencia	
Centro de la Ciudad	La hacienda
	Eco
	La frontera
	Garden Café

	Barú
	Selina
	El corralito
Calle La Calzada	El rodeo
	Oshea
	Encuentros
	El centralito
	Tierra mía
	Plan B
	Rápido y furioso
Centro Turístico	Bohemio
	Chico Tripa
	Criolola
Calle Atravesada	Titos Bar
	La casa de la cerveza
	Marcelos Bar
Afuera de la Ciudad	Charlys Bar

Fuente: Elaboración propia.

1.4 Oferta del Proyecto

La idea de llevar a cabo la instalación de un restaurante en la ciudad de Granada surge a partir de una aspiración personal de crear un negocio familiar, motivado por la oferta restaurantera carente y atención al cliente deficiente existente en muchos bares y restaurantes de la ciudad, esto implica desde demoras innecesarias en la orden hasta una mal actitud por parte del personal de atención al cliente.

Con el desarrollo de este proyecto se pretende crear una alternativa de solución a la demanda actual de nuevas opciones de restaurantes en la ciudad, considerando que las exigencias y gustos de los clientes cada día son más diferenciadas, generando competencia y mejora continua para quienes brindan este tipo de servicio.

Se pretende dar respuesta a los turistas que visiten las instalaciones, los cuales podrán disfrutar de un ambiente moderno, cómodo y atractivo, disfrutando de un excelente servicio gastronómico y precios accesibles acompañado de una atención de calidad total y personalizada, además de generar empleo directo y aportará indirectamente a la economía local de los hogares nicaragüenses a los proveedores de materia prima.

La figura 8 refleja datos recabados por los encuestados por lo que el 62% de la población afirmó preferir un menú variado, un 15% prefiere comida platillos, bebidas y licores nacionales, un 8% prefiere comida rápida, seguida de otro 8% que prefiere comida a la carta y un 7% prefiere platillos y bebidas extranjeras, por lo que bar y restaurante ofrecerá un menú variado para todos los gustos y preferencias de los clientes.

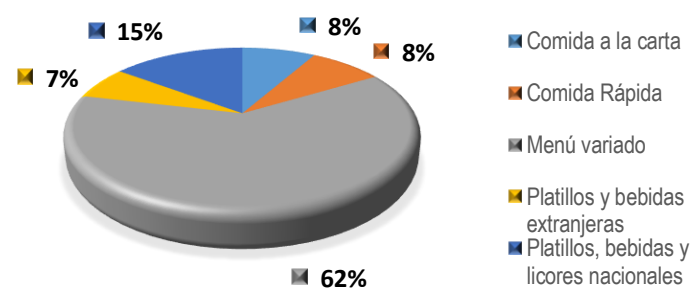


Figura 8 Menú de preferencia
Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 6 y 7 se presentan a modo general los principales productos que el bar y restaurante ofertará a sus clientes en el menú.

Tabla 6 Menú de Bebidas

Bebidas	Gaseosas	Licores Extranjeros	whisky Chivas Regal
	Jugos de caja		Whisky Jack Daniel
	Jugos de lata		Whisky something Special
	Canada Dry		Whisky Johnny Black
	Ginger Ale		Whisky Johnny Red
	Refrescos naturales		Vodka Finlandia
Cervezas	Toña		Vodka Stonislaya
	Victoria Clásica		Vodka Absolute
	Victoria Frost		Vodka Sky
	Premium		Tequila Reposado
	Corona		Tequila Blanco
	Heineken	Cocteles	Daiquirí
	Smirnoff		Cuba libre
	Bliss Mix		Margarita
Ron	Flor de caña		Mojito
	Flor de caña Etiqueta negra		Nica libre
	Flor de caña Oro Gran Reserva		Piña Colada
			Macua

	Flor de caña Extra lite		Tequila Sunrise
	Flor de caña ultra lite		Michelada

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7 Menú Comidas

Entradas	Tacos	Sopas	Sopa de Res
	Enchiladas		Sopa de Pollo
	Repochetas		Sopa de Queso
	Tostones con queso		Sopa de Marisco
	Tostones Con carne	Platos fuertes	
	Tostones Mixtos		Vigorón
	Tajadas con queso		Chanco Con yuca
	Nachos		Arroz a la valenciana
	Quesadillas de Pollo		Filete de pollo a la plancha
	Ceviche		Filetes en jalapeño
	Coctel de Camarones		Canelones
Comida Rápida			Bistec Encebollado
	Sándwich de Pollo		Brochetas de Pollo
	Sándwich de Jamón		Brochetas de Carne
	Sándwich de Jamón y Queso		Brochetas Mixtas
	Hot Dog		Lengua en salsa
	Hamburguesa Sencilla		Chuleta de cerdo
	Hamburguesa Con Queso		Lomito de Cerdo asado
	Burritos		
	Salchipapas		
	6 Alitas picantes		

Fuente: Elaboración propia.

1.4 Comercialización del producto

Una vez definidos los precios con los que entrará al mercado el restaurante, se debe definir todo lo referente a la comercialización de sus productos y servicios.

“Restaurante El Nica” compete con una gran presencia de competidores, donde la intensidad de esta competencia obliga a las empresas a realizar actividades publicitarias agresivas y crear constantemente nuevas promociones para los productos o servicios, por tal razón la estrategia planteada para la introducción de la marca es la de posicionamiento del mercado local aplicando tácticas comerciales basadas en la persuasión de medios masivos y alternativos de publicidad como redes sociales, para ello se deberá considerar las siguientes actividades:

a. Precio (Córdobas C\$)

De acuerdo a la información obtenida en la investigación de mercado las condiciones de precio se encuentran como un factor de mediana influencia en el mercado objetivo, por tal razón la estrategia de precio se fundamentará en precios similares a la competencia. (Ver Tabla 8 y 9)

Tabla 8 Lista de Precio de Menú de bebidas dado en Córdoba

		Ud			Shot	Botella
Bebidas	Gaseosas	20	Licores Extranjeros	whisky Chivas Regal	100 / 1000	
	Jugos de caja	20		Whisky Jack Daniel	60 / 380	
	Jugos de lata	20		Whisky something Special	50 / 380	
	Canada Dry	25		Whisky Johnny Black	80 / 600	
	Ginger Ale	25		Whisky Johnny Red	60 / 380	
	Refrescos naturales	20		Vodka Finlandia	40 / 350	
				Vodka Stonislaya		
Cervezas	Toña	35	Licores Extranjeros	Vodka Absolute	50 / 400	
	Victoria Clásica	35		Vodka Sky	50 / 400	
	Victoria Frost	30		Tequila Reposado	50 / 350	
	Premium	40		Tequila Blanco	70 / 600	
	Corona	45				
	Heineken	50	Cocteles	Daiquirí	50	
	Smirnoff	60		Cuba libre	50	
	Bliss Mix	60		Margarita	80	
				Mojito		
Ro	Flor de caña	230		Nica libre		50

Flor de caña Etiqueta negra	27 0	Piña Colada	80
Flor de caña Oro Gran Reserva	25 0	Macua	50
Flor de caña Extra lite	23 0	Tequila Sunrise	80
Flor de caña ultra lite	20 0	Michelada	35

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9 Lista de precio de Menú de Comida

Entradas	Tacos	50	Sopas	Sopa de Res	100
	Enchiladas	60		Sopa de Pollo	100
	Repochetas	40		Sopa de Queso	100
	Tostones con queso	80		Sopa de Marisco	100
	Tostones Con carne	90			
	Tostones Mixtos	100	Platos fuertes	Vigorón	80
	Tajadas con queso	50		Chanco Con yuca	70
	Nachos	100		Arroz a la valenciana	90
	Quesadillas de Pollo	100		Filete de pollo a la plancha	120
	Ceviche	120		Filetes en jalapeño	120
	Coctel de Camarones	140		Canelones	130
Comida Rápida	Sándwich de Pollo	90		Bistec Encebollado	120
	Sándwich de Jamón	90		Brochetas de Pollo	120
	Sándwich de Jamón y Queso	95		Brochetas de Carne	130
	Hot Dog	50		Brochetas Mixtas	140
	Hamburguesa Sencilla	100		Lengua en salsa	150
	Hamburguesa Con Queso	110		Chuleta de cerdo	130
	Burritos	90		Lomito de Cerdo asado	150
	Salchipapas	80			
	6 Alitas picantes	140			

Fuente: Elaboración propia.

Es importante destacar que los precios se encuentran dentro del rango que los encuestados afirmaron estar dispuestos a pagar por un servicio de comida y bebida, el 44% de la población afirmó estar dispuesto a pagar por un servicio de comida y bebida menos de U\$10.00 por otra parte otro 44% de la población afirmó que estaría dispuesto a pagar entre U\$15.00 a U\$ 25 y un 7% y 5% afirmaron estarían dispuestos a pagar entre U\$30 a U\$ 40.00 y más de U\$ 45.00 respectivamente. (Ver Figura 9)

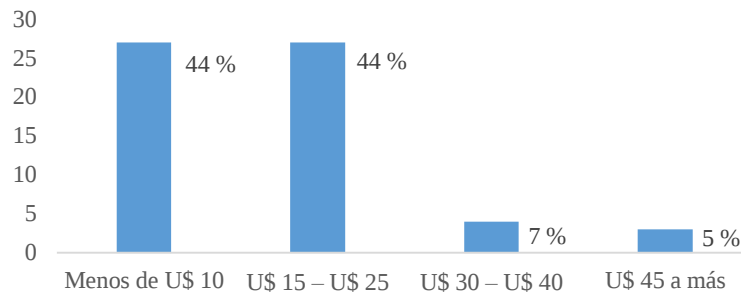


Figura 9 Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de comida y bebida
Fuente: Elaboración propia.

b. Plaza

De acuerdo al giro del Negocio, la estrategia de la plaza en el “Restaurante El Nica” será determinado fundamentalmente a través de la localización del establecimiento, dado que el uso de canales de distribución es inexistente al tratarse de una empresa de servicio y sus productos deben ser consumidos de forma inmediata.

c. Promoción

La promoción es uno de los aspectos fundamentales en la introducción de un negocio en el sector restaurantero, la mayor cantidad de la inversión a realizar en el plan de mercadeo está orientado a esta actividad.

La estrategia se orientará a obtener el liderazgo en el mercado local a través de la implementación de campañas publicitarias tanto de introducción como de reforzamiento, para ello se desarrollarán las siguientes actividades:

- Crear una página de seguidores del establecimiento a fin de divulgar activamente todas las promociones, además deberá contener el logo del restaurante, la ubicación, el teléfono, horario de atención y el menú.
- Elaboración de brochures y volantes con toda la información del establecimiento, los cuales se distribuirán en toda la ciudad.
- Publicidad a través de medios locales.
- Ubicación de mantas publicitarias en toda la ciudad.

CAPÍTULO 2: ESTUDIO TÉCNICO

2.1 Requerimientos técnicos, organizacionales y ambientales

En el presente estudio se ha determinado los aspectos técnicos y organizativos del proyecto, además, se han identificado y descrito los insumos y materiales necesarios para la ejecución del mismo.

Se ha definido la ubicación exacta del proyecto, el tamaño, los posibles riesgos de trabajo y las medidas de seguridad, así mismo, se han identificado los aspectos legales para la correcta operación del bar y restaurante.

2.2 Tamaño del proyecto

El “Restaurante El Nica” tendrá una capacidad instalada para atender a 780 personas en 13 horas de atención al público, bajo el supuesto que cuenta con la materia prima, insumos y personal necesario para operar a plena capacidad.

La capacidad máxima de asientos del “Restaurante El Nica” está dado producto del número de sillas multiplicada por las horas de servicio entre el tiempo del ciclo del servicio. (Ver tabla 10 y 11)

El personal estará habilitado para trabajar a máxima capacidad, para la atención de la clientela se considera una barra en la que se logran colocar 5 personas cómodamente sentadas y 12 mesas de 4 personas en promedio, lo cual haría un total de 48-60 personas, que serán atendidas por hora en un solo turno o se puede distribuir dependiendo de la afluencia de clientes. Si el negocio estará atendiendo 13 horas diarias

Contará con un local aproximadamente de 100 mts², con una barra, una cocina, dos baños (Hombres y Mujeres) compartidos con los demás establecimientos ubicados dentro del local en el que estaría ubicado el bar y restaurante (Galerías la Calzada), un área de caja y dos televisores.

Tabla 10 :Tiempo promedio del ciclo de servicio y producción

Duración estimada del ciclo de servicio y producción del Restaurante El Nica		
Número	Acción	Tiempo (Minutos)
1	Llegada del Cliente	0.5
2	Bienvenida, entrega del menú, y levantamiento de la orden	2
3	Levantamiento de orden y entrega a cocina	1
4	Preparación de alimentos y presentación del platillo	15
5	Servicio de platillo al cliente y degustación	20
6	Solicitud de cuenta / Mesero solicita a caja y entrega al cliente	2
7	Cliente revisa la cuenta y entrega al mesero	1
8	Mesero cancela en caja, entrega cambio si es necesario y Despide al cliente	2
9	Limpieza de la mesa	1.5
Total		45

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 11 Cálculo Capacidad máxima de sillas

Capacidad máxima de asientos =	# de asientos x Horas de Servicio
	Tiempo del ciclo del servicio
Capacidad máxima de asientos =	53 asientos x 13 horas de servicio
	0.75
Capacidad máxima de sillas =	918

Fuente: Elaboración propia.

2.3 Localización del proyecto

El local estará ubicado en uno de los módulos principales de Galerías La Calzada en Calle La calzada de la ciudad de Granada, una de las zonas más visitadas por turistas con una ubicación privilegiada, es el centro de la vida de Granada y un destino turístico de gran importancia con una sección peatonal, centrándose en ella la oferta gastronómica de la ciudad. La calle inicia en la Catedral de la ciudad y finaliza en el lago Cocibolca.

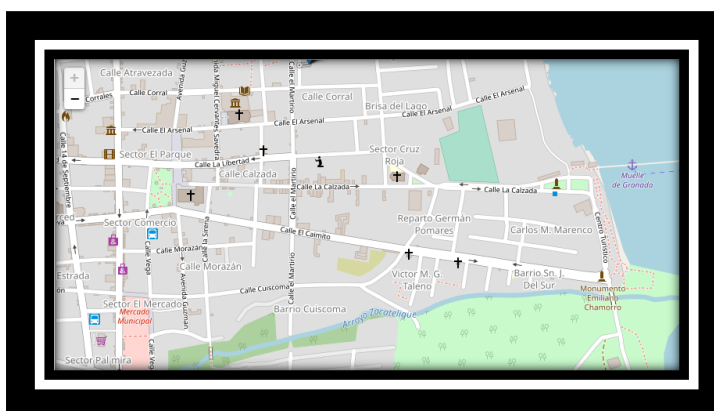


Figura 10 Localización del proyecto
Fuente: Elaboración propia.

2.4 Proceso productivo y tecnología

Para el funcionamiento del proyecto se identificaron procesos esenciales para el correcto funcionamiento tales como: el proceso de servicio, proceso en el área de cocina y el proceso de abastecimiento.

a. Proceso de Servicio.

El “Restaurante El Nica” abrirá de lunes a domingo de 11:00 am a 12:00 am. A continuación, se presenta el diagrama de flujo del proceso de servicio. (Ver figura 11)

El proceso de servicio del restaurante inicia cuando el cliente ingresa al restaurante, un mesero le da la cordial bienvenida y le ofrece una mesa disponible e inmediatamente le entrega el menú, una vez el cliente esté listo para ordenar el mesero toma la orden, la digitara en el sistema, el área de cocina recibe la orden y dispone de un período no mayor a 15 minutos para la elaboración del platillo, posteriormente el platillo será llevado al cliente el cual se encargará de consumirlo, luego, pedirá su cuenta, será entregada por el mesero, el cliente cancela su cuenta y se retira del restaurante. (ver menú, anexo 4).

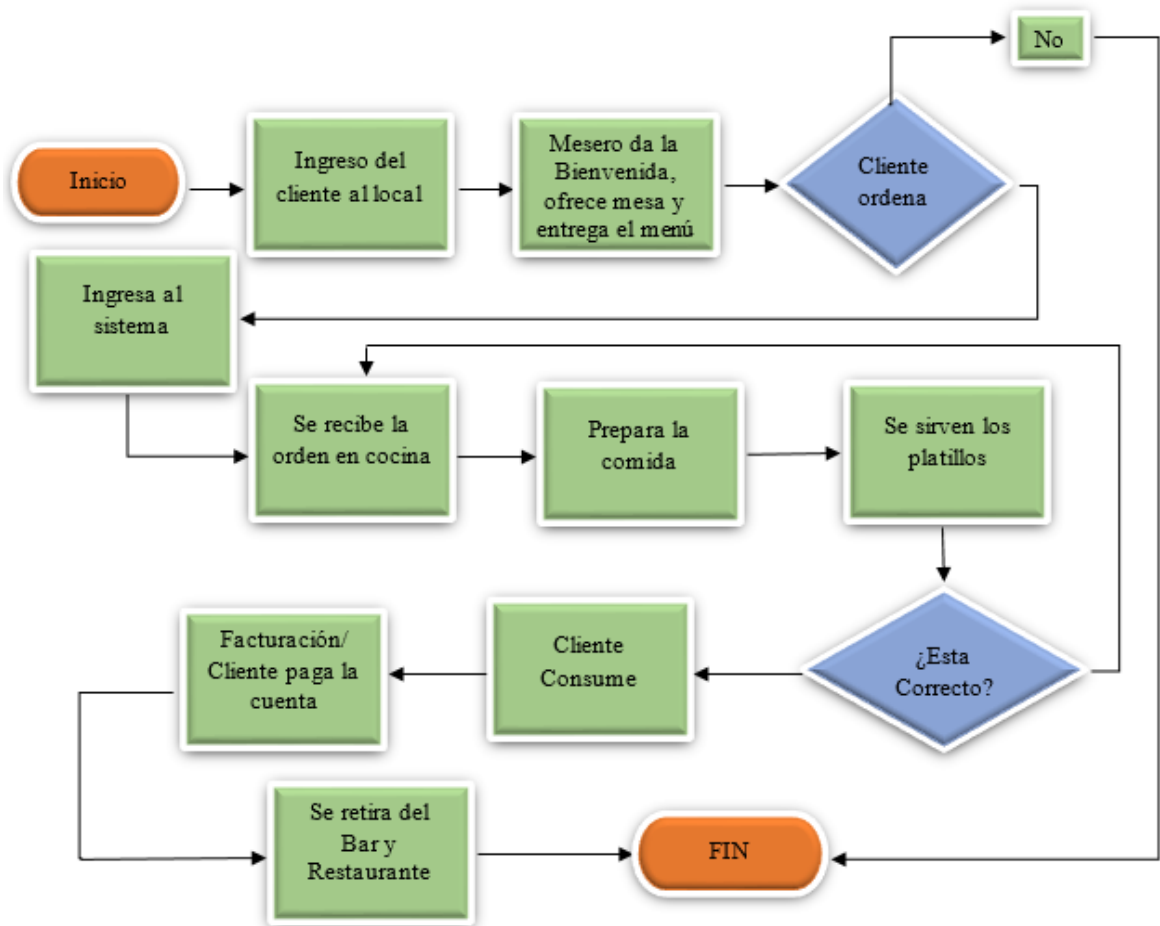


Figura 11 Proceso de servicio al cliente
Fuente: Elaboración propia.

b. Proceso de cocina.

Para que el proceso de cocina sea eficiente se necesita organización, trabajo en equipo, coordinación y comunicación efectiva. La figura 12 muestra el proceso operativo del área de cocina.

El proceso de preparación únicamente se centra en las actividades al interior de la cocina relacionadas con la preparación y montaje de los platillos, se estima una duración de 8 a 10 minutos, la variación dependerá del tipo de platillo solicitado por el cliente.

El proceso del área de cocina inicia con la limpieza general del área, ya que la limpieza es muy importante para evitar la contaminación de los alimentos que puedan producir enfermedades a los clientes, posteriormente se realiza la repartición de tareas a fin de saber quién será el encargado de cada actividad como preparar las carnes, pelar las verduras, preparar las salsas, entre otras, una vez asignada las tareas del día se procede con la recepción y elaboración de los pedidos para finalmente indicarle al mesero que el pedido está listo para servirse al cliente.



Figura 12 Proceso del área de cocina
Fuente: Elaboración propia.

c. Proceso de abastecimiento

Este proceso debe ser cuidadoso ya que se debe examinar que los alimentos se almacenen correctamente, que no estén en mal estado ni se deterioren al momento de transportarlos, además, de verificar de la fecha de caducidad de cada uno de los productos.

La recepción de los productos será realizada por el encargado de turno del área de cocina, el cual deberá garantizar y verificar que todos los productos cumplan con los requerimientos establecidos para su consumo, para garantizar al cliente un producto fresco y de calidad. La figura 13 muestra el proceso operativo de abastecimiento.

El proceso de abastecimiento se realizará de forma semanal a fin de garantizar la frescura de los productos, el proceso inicia con la selección de los proveedores según lista de proveedores, posterior se realiza la solicitud o compra al proveedor, se programa la recepción de materia prima y se procede con la recepción de los productos según la fecha indicada, se revisa el buen estado de los producto y revisa la cantidad y precio contra orden de compra, finalmente se firma y sella la factura y se almacena según corresponda (Refrigeración, Congelamiento o embodegamiento).

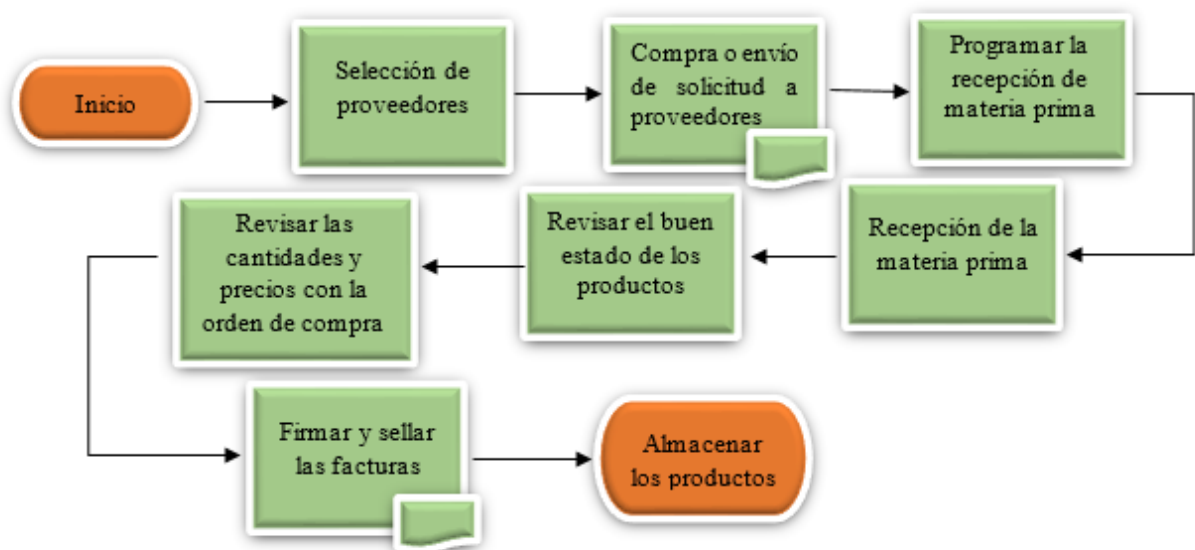


Figura 13 Proceso de abastecimiento
Fuente: Elaboración propia.

1.5 Requerimiento de maquinaria, equipos y utensilios

Los materiales e insumos son elementos esenciales para el proceso productivo del proyecto y no contar con el equipo adecuado afecta directamente la producción, generando pérdidas para el negocio. A continuación, se identifican los recursos necesarios para la operación del local.

Tabla 12 Detalle de Equipo de cocina, precio en córdobas

Equipos de Cocina	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Cocina Industrial Metálica 4 quemadores	1	7000.00	7,000.00
Refrigeradora	1	10500.00	10,500.00
Congelador	1	10500.00	10,500.00
Microondas	1	3500.00	3,500.00
Freidora	1	5250.00	5,250.00
Licuadora	1	1500.00	1,500.00
Estantes	1	5600.00	5,600.00
Mesa para área de cocina	1	3500.00	3,500.00
procesador de alimentos	1	2000.00	2,000.00
Tanque de Gas de 100 Lb	1	3000.00	3,000.00
Purificador de agua	1	10500.00	10,500.00

Total		C\$ 62,850.00
--------------	--	--------------------------

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 13 Detalle de Muebles y Equipos de oficina en córdobas

Muebles y equipos de oficina	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Juego de 1 Mesa y 4 Sillas	12	3500	42,000.00
Sillas para barra	5	1050	5,250.00
Impresora	1	5530	5,530.00
Televisores	1	14000	14,000.00
Computadora	1	4970	4,970.00
Escáner Manual de Código de Barras	2	2100	4,200.00
Gaveta de dinero metálica	1	2450	2,450.00
Micrófonos	1	1050	1,050.00
Abanicos de techo	2	2450	4,900.00
Teléfono	1	1050	1,050.00
Sistema POS Para Bar y Restaurante	1	5250	5,250.00
Campana de Servicio	1	200	200.00
Total			C\$90,850.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 14 Detalle de utensilios de Cocina, precio en córdobas

Utensilios de Cocina	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Sartén	2	700	1,400.00
Ollas	1	1750	1,750.00
Tabla de picar	2	455	910.00
Bandejas	5	525	2,625.00
Cuchillos	2	420	840.00
Cuchillo de carne	1	455	455.00
Afilador	1	490	490.00
balanza	1	1000	1,000.00
copas de vino blanco	6	85	510.00
copas de vino tinto	6	85	510.00
Copas para agua	6	80	480.00
vasos de 12 oz	48	30	1,440.00
vasos de 16 oz	48	35	1,680.00
vasos cerveceros	36	60	2,160.00
vasos para whisky	12	30	360.00

Jarras de vidrio	4	150	600.00
Cucharas de café	24	10	240.00
Cuchara de postre	24	15	360.00
Cuchara sopera	24	15	360.00
Tenedores	48	15	720.00
Abridor de lata	2	175	350.00
Pinzas de Acero	4	140	560.00
Cuchillos de mesa	48	20	960.00
Mezcladores	2	200	400.00
Plato Grande	24	122.5	2,940.00
Plato entrada	24	105	2,520.00
Plato postre	24	70	1,680.00
Tazas soperas	24	157.5	3,780.00
Bandejas para ensaladas	6	100	600.00
Saleros	18	40	720.00
Pimenteros	6	50	300.00
Recipientes para mostaza y salsa de tomate	12	40	480.00
Recipientes plásticos	6	80	480.00
Servilleteros	18	40	720.00
Bowls	6	140	840.00
Coladores	2	525	1,050.00
Cucharones	2	300	600.00
Espátulas plásticas	3	175	525.00
Espátulas de Metal	3	175	525.00
Juego de cucharas medidoras	2	70	140.00
Pelador de papas	2	50	100.00
Rallador	2	50	100.00
Azucareras	6	60	360.00
Tazas de café	12	42	504.00
Basureros	3	600	1,800.00
Total			C\$ 41,924.00

Fuente: Elaboración propia.

1.6 Estructura organizacional

El presente capítulo determina la estructura organizacional y administrativa del Restaurante El Nica.

a. Organigrama.

El organigrama del Restaurante se diseñó por funciones, el cual clasifica a los colaboradores en base a las funciones que estos desempeñan, en este tipo de organigramas cada departamento cuenta con un responsable y todos los colaboradores se agrupan de acuerdo a sus habilidades en común, los roles están bien definidos, lo que facilita identificar sus responsabilidades.

En el organigrama (Ver figura 14) la máxima autoridad recae sobre el administrador que en este caso será el propietario del restaurante, a un mismo nivel se encuentra el jefe de restaurante y el chef, a un tercer nivel se encuentran ubicados los cajeros y meseros los cuales tienen al jefe de restaurante de jefe inmediato, el sub chef y los ayudantes de cocina quienes tiene al chef ejecutivo de jefe inmediato y un agente de seguridad que tiene de jefe inmediato al administrador.

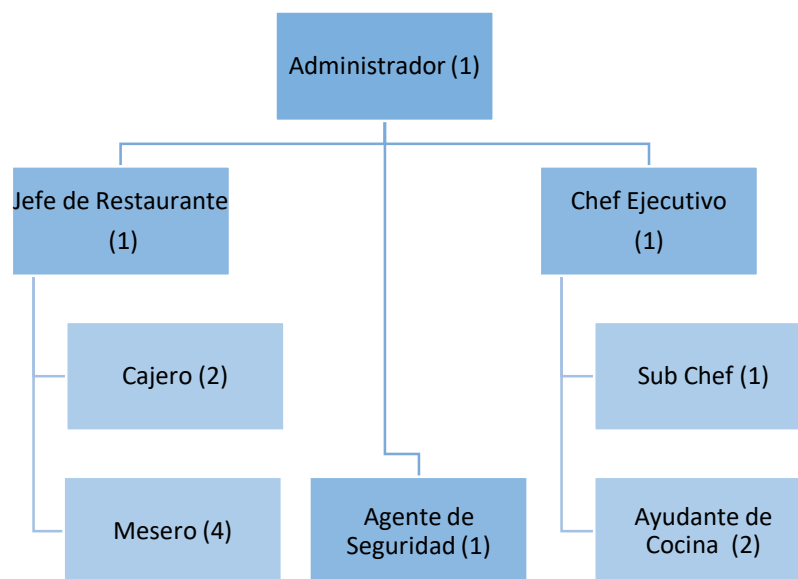


Figura 14 Organigrama del Restaurante
Fuente: Elaboración propia.

b. Descripción de puestos de trabajo.

Los restaurantes son lugares de mucha afluencia y se necesita una atención ágil y eficaz, por tal motivo es de suma importancia contar con el apoyo del personal necesario para que el local funcione correctamente, los puestos de trabajo van a ir de acuerdo al tamaño

de las instalaciones del negocio y las funciones de cada puesto de trabajo pueden variar por lo que a continuación se definen cada uno de los puestos de trabajo del restaurante.

Tabla 15 Ficha Ocupacional Administrador

Nombre del cargo:	Administrador (socio)
Ubicación:	Administración
Supervisor inmediato:	Ninguno
Cargos subordinados:	Jefe de Restaurante, Chef ejecutivo y agente de seguridad
Definición del Cargo:	Dirigir y administrar el correcto funcionamiento del negocio, de acuerdo a las políticas y objetivos del mismo.
Funciones:	1. Ejercer la representación legal, comercial y administrativa del negocio. Y llevar la administración de la página de seguidores.
	2. Supervisar las operaciones de las secciones existentes.
	3. Garantizar el cumplimiento de las normas, políticas y procedimientos de los manuales, comportamientos del personal y sistemas de riesgos.
	4. Garantizar el mantenimiento y protección de las instalaciones, así como preservar la imagen física del local y/o área de trabajo.
	5. Supervisar y dar la orden para realizar los mantenimientos a los muebles y equipo de oficina, utensilios, enseres y equipo de cocina.
	6. Realizar, la contabilidad, inventarios y otras funciones administrativas relacionadas a su cargo.
Nivel académico:	Licenciatura en administración de empresas o carreras afines.
Salario Base:	C\$ 7,000.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 16 Ficha ocupacional Jefe de restaurante

Nombre del cargo:	Jefe de restaurante (socio)
Ubicación:	Administración
Supervisor inmediato:	Administrador
Cargos subordinados:	Cajeros, meseros, chef, sub chef, ayudante de cocina y agente de seguridad.
Definición del Cargo:	Planificar, dirigir y controlar las actividades correspondientes a la dirección del bar y restaurante.
Funciones:	1. Elaboración y planificación mensual de las actividades, así como la definición de indicadores de control.
	2. Evalúa y supervisa la ejecución de los planes, conforme normas y políticas, aplicando medidas correctivas en caso de ser necesario.
	3. Instruye al personal bajo su cargo sobre las directrices emanadas del administrador.
	4. Establece coordinación estrecha con todas las áreas para satisfacer los requerimientos de coordinación correspondientes.
	5. Actualizar el catálogo de proveedores de bienes y servicios.
	6. Garantizar el mantenimiento y protección de las instalaciones, así como preservar la imagen física del local y/o área de trabajo.
	7. Supervisar y dar mantenimiento a los muebles y equipo de oficina, utensilios, enseres y equipo de cocina.
	8. Realizar inventario y otras funciones administrativas relacionadas a su cargo.
Nivel académico:	Licenciado en Administración turística y hotelera o carreras afines.
Salario Base:	C\$ 7,000.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 17 Ficha ocupacional cajero

Nombre del cargo:	Cajero
Ubicación:	Atención al cliente
Supervisor inmediato:	Jefe de restaurante
Cargos subordinados:	Ninguno
Definición del Cargo:	Cobrar las cuentas por medio del punto venta (software especializado), realizar el corte y reporte de ventas diario.
Funciones:	1. Recibir el pago de los clientes.
	2. Dar servicio y solución a las preguntas de los clientes.
	3. Mantener informado a su superior sobre los ingresos de caja
	4. Reportar inmediatamente a su superior si se presenta algún desperfecto con el sistema.
	5. Atender a los clientes de la barra.
Nivel académico:	Bachiller en Ciencias y Letras.
Salario Base:	C\$ 5,000.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 18 Ficha ocupacional cajero

Nombre del cargo:	Cajero
Ubicación:	Atención al cliente
Supervisor inmediato:	Jefe de restaurante
Cargos subordinados:	Ninguno
Definición del Cargo:	Cobrar las cuentas por medio del punto venta (software especializado), realizar el corte y reporte de ventas diario.
Funciones:	1. Recibir el pago de los clientes.

	2. Dar servicio y solución a las preguntas de los clientes.
	3. Mantener informado a su superior sobre los ingresos de caja
	4. Reportar inmediatamente a su superior si se presenta algún desperfecto con el sistema.
	5. Atender a los clientes de la barra.
Nivel académico:	Bachiller en Ciencias y Letras.
Salario Base:	C\$ 5,000.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 19 Ficha ocupacional mesero

Nombre del cargo:	Mesero
Ubicación:	Atención al cliente
Supervisor inmediato:	Jefe de restaurante
Cargos subordinados:	Ninguno
Definición del Cargo:	Responsable de la atención al cliente y buen servicio, dar apoyo al superior y retirar la cristalería utilizada para mantener las mesas limpias con lo necesario para el servicio.
Funciones:	1. Tomar el pedido e ingresarlo en el software especializado y servir los platillos a los clientes.
	2. Gestionar en caja el proceso de pago de los clientes.
	3. Realizar la limpieza de la mesa entre clientes.
	4. Reportar al superior.
Nivel académico:	Bachiller en Ciencias y Letras.
Salario Base:	C\$ 4,500.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 20 Ficha ocupacional agente de seguridad

Nombre del cargo:	Agente de seguridad
--------------------------	----------------------------

Ubicación:	Atención al cliente
Supervisor inmediato:	Jefe de restaurante
Cargos subordinados:	Ninguno
Definición del Cargo:	Coordinar las actividades de vigilancia del local y reportar cualquier incidente a su supervisor.
Funciones:	1. Ejercer la vigilancia y protección de bienes inmuebles, así como la protección de las personas que se encuentren en el local.
	2. Efectuar controles de identidad en el acceso o en el interior del local.
	3. Evitar la comisión de actos delictivos o infracciones dentro del local.
Nivel académico:	Bachiller en Ciencias y Letras.
Salario Base:	C\$ 5,000.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 21 Ficha ocupacional Chef ejecutivo

Nombre del cargo:	Chef ejecutivo
Ubicación:	Cocina
Supervisor inmediato:	Administrador
Cargos subordinados:	Sub chef, Ayudante de cocina
Definición del Cargo:	Responsable de la preparación y control de ingredientes de cada platillo.
Funciones:	1. Verificar y garantizar la higiene y rapidez en la preparación de todos los platillos
	2. Organizar el horario del área de cocina.
	3. Reportar a su superior.

	4. Supervisar el área de trabajo.
	5. Realiza la compra de materia prima, recepción y revisión de la misma.
	6. Elaboración de platillos.
Nivel académico:	Licenciado en administración turística y hotelera o carreras afines.
Salario Base:	C\$ 8,000.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 22 Ficha ocupacional Sub chef

Nombre del cargo:	Sub chef
Ubicación:	Cocina
Supervisor inmediato:	Chef ejecutivo
Cargos subordinados:	Ayudante de cocina
Definición del Cargo:	Responsable de la preparación y control de ingredientes de cada platillo en ausencia del chef ejecutivo.
Funciones:	1. Verificar y garantizar la higiene y rapidez en la preparación de todos los platillos
	2. Organizar el horario del área de cocina.
	3. Reportar a su superior.
	4. Supervisar el área de trabajo.
	5. Elaboración de platillos.
	6. Realizar otras funciones relacionadas a su cargo.
Nivel académico:	Técnico en administración turística y hotelera o carreras afines.
Salario Base:	C\$ 4,500.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 23 Ficha ocupacional ayudante de cocina

Nombre del cargo:	Ayudante de Cocina
--------------------------	---------------------------

Ubicación:	Cocina
Supervisor inmediato:	Chef ejecutivo / Sub chef
Cargos subordinados:	Ninguno
Definición del Cargo:	Encargado de ayudar al Chef ejecutivo/Sub chef en la elaboración de platillo
Funciones:	1. Asistencia en la elaboración de platillos.
	2. Mantener limpio el área de trabajo.
	3. Administración de utensilios y materia prima.
	4. Mantener higiene en los enseres y utensilios del área.
Nivel académico:	Bachiller en ciencias y letras.
Salario Base:	C\$ 4,500.00

Fuente: Elaboración propia.

1.6 Aspectos legales

Para poder operar legalmente en Nicaragua en sector restaurantero se debe cumplir con los requisitos indicados en el capítulo IV en el “Reglamento de empresas y actividades turísticas de Nicaragua” el cual por mencionar algunos está compuesto por escritura de constitución, número de registro único de contribuyente (RUC), datos de inscripción en el registro público mercantil, definición de tipo de sociedad o compañía, entre otros.

En el caso de “Restaurante” se constituirá como una pequeña empresa (PYME) dentro del marco de una sociedad mercantil, específicamente una sociedad anónima (S.A.) de acuerdo al código de comercio y demás leyes y regulaciones del país.

La denominación de la empresa será El Nica S.A. El restaurante será una asociación de dos personas que pondrán en común, trabajo y capital. Será una sociedad por acciones las cuales serán negociables, de igual valor entre ellas y distribuidas entre sus socios.

La sociedad se establecerá mediante escritura pública de constitución de la sociedad y estatutos, inscribiéndola como comerciante en el registro público de la ciudad de Granada junto con los libros contables (Libro Diario y Mayor), libro de actas y libro de acciones.

El capital social será dividido e incorporado en acciones entre los socios, un 60% para un socio 40% para el otro socio. La administración de la sociedad será dirigida por los dos socios, donde el socio mayoritario ocupará el cargo de administrador.

A continuación, se detallan los procedimientos y requisitos para la obtención de permisos, licencias y certificados para negocios turísticos establecidos por institución:

Paso N° 1. Policía Nacional.

Los propietarios o representantes legales de los locales que expendan bebidas alcohólicas se dirigirán ante las autoridades de seguridad pública de la Policía Nacional de la circunscripción territorial respectiva, y completarán los siguientes requisitos y trámites:

- Nuevos permisos:
 - Carta de solicitud de permiso, en la que exponga el tipo de negocio que desea establecer.
 - Fotocopia de cédula de identidad nicaragüense o cédula de residencia actualizada cuando se trate de extranjeros.
 - Fotocopia de escritura de constitución de sociedad y poder general de administración debidamente inscrito en el registro público mercantil, en caso de ser persona jurídica.
 - Certificado de conducta del propietario o del representante legal, en caso de ser persona jurídica. Presentar documentos originales para su cotejo o copias razonadas por notario.

La Policía Nacional inspeccionará el local a los fines de determinar si reúne las condiciones de seguridad necesaria y de orden público. El tiempo estimado entre la fecha de solicitud y la inspección es de 15 días.

Concluida la inspección y con la aprobación preliminar, se emitirá resolución a los efectos de realizar trámites ante otras instituciones y completar los siguientes requisitos:

- Solvencia fiscal.
- Matrícula de la alcaldía.
- Título de licencia emitida por INTUR, para los casos de locales controlados por el INTUR.
- Certificación de inspección de los bomberos.
- Dos fotos recientes de frente tamaño carné del propietario, en caso de ser persona natural, en caso de ser persona jurídica no aplica.

Quedan exentos de pago de arancel los micro, pequeños y medianos negocios de la industria turística que se encuentren inscritos en el registro nacional de turismo de INTUR, conforme lo dispuesto en el Art. 28 de la ley 306, “Ley de incentivos para la industria turística” para aplicar a este beneficio los negocios turísticos deberán presentar original y copia del título licencia actualizada.

Paso N° 2. Bomberos.

Presentarse personalmente o por medio del apoderado a la delegación de bomberos de la localidad del negocio, posterior a eso deberá:

- Registrarse en el libro de servicios de la delegación de bomberos.
- Trasladarse con el inspector al local o negocio para realizar la inspección in situ.
- De resultar aprobada la inspección deberá:

- Llenar el formulario de solicitud de inspección y presentar los siguientes documentos:
- Fotocopia de cédula de identidad, si es persona natural o número RUC en caso de ser persona jurídica.
- Original y fotocopia del Boucher de pago de arancel de acuerdo a la ley 837 art. 92, según el índice de peligrosidad.
- En caso que el local requiera, según la norma técnica obligatoria nicaragüense de protección contra incendios, deberá presentar el plan de emergencia y evaluación.
- Se entrega la certificación de inspección de bomberos. El tiempo máximo de este proceso es de 48 horas.

Paso N° 3. MINSA.

- El interesado presenta la solicitud ante la autoridad sanitaria del centro de salud correspondiente de acuerdo a su ubicación geográfica, se le facilita los requisitos, se entrega formulario de solicitud de trámite de licencia sanitaria y se programa inspección del local.
- Se procede a realizar la inspección sanitaria, el tiempo aproximado desde que realizó la solicitud, hasta la fecha que se realizará la inspección es de 20 días máximo.
- Posterior a la inspección el interesado entrega los siguientes requisitos:
 - Matrícula de la alcaldía.
 - Certificación de inspección de bomberos.
 - Constancia de fumigación.
 - Certificados de salud (Art. 5.2 NTON de la norma de manipulación de alimentos).

- Fotocopia de la cédula, si es persona natural o cédula RUC si es jurídica.
 - Resolución administrativa emitida por la Policía Nacional.
 - Ficha de inspección sanitaria.
 - Pago de arancel.
- Quedan exentos de pago de arancel los micro, pequeños y medianos negocios de la industria turística que se encuentren inscritos en el registro nacional de turismo de INTUR, conforme lo dispuesto en el Art. 28 de la ley 306, “Ley de incentivos para la industria turística” para aplicar a este beneficio los negocios turísticos deberán presentar original y copia del título licencia actualizada.
 - Recepción y revisión de requisitos en el centro de salud correspondiente, si la documentación está completa y conforme, se le entrega al usuario para que este se dirija al sistema local de atención integral en salud (SILAIS) de su localidad.
 - El SILAIS correspondiente, recepciona y revisa los documentos, se entrega constancia de trámite de la licencia sanitaria.
 - Si la revisión de la documentación es satisfactoria se emite la licencia sanitaria, la cual deberá estar firmada y sellada por las autoridades competentes.
 - Si el establecimiento cambia de ubicación deberá solicitarse una nueva licencia sanitaria.
 - La vigencia sanitaria tendrá una vigencia de dos años, renovándola treinta días antes de su fecha de vencimiento.

Paso N° 4. INTUR.

- El interesado solicita inspección al departamento de registro o delegación departamental del INTUR, la solicitud la pueden realizar vía correo electrónico o llamada telefónica, estos datos se encuentran en la página de INTUR y se facilitan los requisitos:
- Formulario de aplicación que se entrega en INTUR.
- Fotocopia razonada de escritura de constitución de la sociedad, (el objeto de social deberá estar relacionado a la actividad que solicite), debidamente inscrita en el registro mercantil, si es persona jurídica, si es persona natural no aplica.
- Poder del representante legal (persona natural o jurídica, si aplica), fotocopia simple.
- Fotocopia de escritura de propiedad o contrato de arriendo, (si el plazo es mayor a 5 años deberá ser en escritura pública), según el caso.
- Fotocopia de cédula de identidad o de residencia del propietario o representante legal.
- Constancia de trámite de licencia sanitaria, emitida por el MINSA.
- Certificación de inspección de bomberos.
- Resolución administrativa emitida por la Policía Nacional.
- Se programa la inspección in situ por parte de INTUR, el tiempo aproximado es de 8 días posteriores a la solicitud.
- Una vez realizada la inspección por parte de INTUR, el interesado presenta los requisitos en el departamento de INTUR al que corresponda.
- Si los requisitos están completos, se emite orden de pago y el interesado procede a realizar el pago del cobro establecido, según la categoría y clasificación de la actividad.

- Posterior al pago, presenta recibo oficial de caja (ROC) al que se extrae copia y posterior se le entrega el título licencia, este procedimiento tarda aproximadamente 15 minutos.

Se deberá renovar anualmente el título licencia de INTUR, la que tiene vigencia hasta el 31 de diciembre de cada año, deberá realizarlo durante los meses de enero a marzo. Notificar por escrito al departamento de registro o delegación departamental de INTUR los cambios de domicilio, propietario, gerente, cierre de operaciones o cualquier otra modificación que afecte el quehacer de la empresa.

CAPÍTULO 3: ESTUDIO FINANCIERO

3.1 Rentabilidad económica y financiera del proyecto

En este capítulo se detallan los aspectos financieros más relevantes para la creación de un Restaurante en la Ciudad de Granada, su objetivo es demostrar si la producción y comercialización del servicio permitirá recibir una retribución económica a cambio del dinero invertido, es decir si la inversión es viable económica y financieramente. *(Ver anexo 9). En él se presentan todos los cálculos de las inversiones ingresos y costos.*

Evaluación Financiera

La evaluación financiera del proyecto es la parte más importante del proyecto ya que es posible realizar un análisis empleando distintos procedimientos que permiten medir aspectos tales como el capital agregado a la empresa, la rentabilidad, el tiempo necesario para recuperar la inversión; estos procedimientos se denominan criterios de evaluación del proyecto de inversión: distintos procedimientos financieros que se utilizan para la medición de ciertos aspectos cuantitativos de un proyecto

Inversiones del proyecto

El capital de trabajo, es el dinero efectivo con el que se cuenta, por tal razón se encuentra la materia prima con la que se iniciara el proyecto. (Hidalgo, 2011)

A continuación, se presentan los flujos de los tres escenarios que se evaluaron para este proyecto. En el primer flujo se presenta un flujo sin financiamiento, en donde el inversor asume en su totalidad el monto o inversión del proyecto de C\$ 466,899.00, del cual se obtiene una VAN de C\$ 4,138,454.73 y TIR de 270% y relación B/C de 4.62

INVERSION TOTAL (S.F.)

Período	0	1	2	3	4	5
Ventas		C\$ 4,213,980.00	C\$ 4,625,100.00	C\$ 5,652,900.00	C\$ 6,166,800.00	C\$ 6,166,800.00
Valor Residual		C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 97,812.00
Costos de Venta		C\$ 2,099,610.00	C\$ 2,304,450.00	C\$ 2,816,550.00	C\$ 3,072,600.00	C\$ 3,072,600.00
Utilidad Bruta		C\$ 2,114,370.00	C\$ 2,320,650.00	C\$ 2,836,350.00	C\$ 3,094,200.00	C\$ 3,094,200.00
Gastos Operación		C\$ 949,720.00	C\$ 949,720.00	C\$ 947,320.00	C\$ 945,520.00	C\$ 944,170.00
Utilidad de Operación		C\$ 1,164,650.00	C\$ 1,370,930.00	C\$ 1,889,030.00	C\$ 2,148,680.00	C\$ 2,247,842.00
Depreciación		C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40
Utilidad antes del IR		C\$ 1,142,007.60	C\$ 1,348,287.60	C\$ 1,866,387.60	C\$ 2,126,037.60	C\$ 2,225,199.60
(IR)		C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00
Utilidad neta		C\$ 1,142,007.60	C\$ 1,348,287.60	C\$ 1,866,387.60	C\$ 2,126,037.60	C\$ 2,225,199.60
Depreciación		C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40
Inversión	C\$ 466,899.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00
FLUJO NETO	-C\$ 466,899.00	C\$ 1,164,650.00	C\$ 1,370,930.00	C\$ 1,889,030.00	C\$ 2,148,680.00	C\$ 2,247,842.00

Costo de oportunidad	23.00%
Valor Actual Neto (23%)	C\$ 4,138,454.73
TIR	270.01%
VAN BENEFICIOS	C\$ 14,440,343.68
VAN COSTOS	C\$ 3,124,317.30

Relación Beneficio/Costo = 4.62 > 1.00 [se puede invertir](#)

Período	0	1	2	3	4	5
Flujo neto	-C\$ 466,899.00	C\$ 1,164,650.00	C\$ 1,370,930.00	C\$ 1,889,030.00	C\$ 2,148,680.00	C\$ 2,247,842.00
Flujo actualizado		C\$ 962,520.66	C\$ 936,363.64	C\$ 1,066,308.19	C\$ 1,002,375.08	C\$ 866,640.40
Flujo neto acumulado	-C\$ 466,899.00	C\$ 495,621.66	C\$ 1,431,985.30	C\$ 2,498,293.49	C\$ 3,500,668.56	C\$ 4,367,308.96

Periodo de retorno: Iniciando el 3er año

En el caso de la inversión aplicando a un financiamiento del 50% de la inversión total de C\$ 466,899.00 córdobas, de los cuales se obtendrán C\$ 233,449.50 de un préstamo, mientras que los C\$ 233,449.50 serán del aporte del inversor o los socios, es decir la mitad de la inversión será de un préstamo y la otra mitad de los socios.

De aquí se obtiene una VAN de C\$ 4,113,486.36 y TIR de 486.65% y relación B/C de 4.71. Estos resultados son muy viables para tomarlo como la mejor opción.

Para la puesta en marcha del proyecto los socios realizaran el aporte del 50% y el otro 50% se realizará un préstamo a una institución financiera, que es C\$ 233,449.50 con un interés del 21% anual se presentan las proyecciones a 5 años, se aplicó la amortización en cuota proporcional ya que el valor de la cuota es proporcional decreciente debido a que los intereses decrecen en cada periodo porque se calculan en base al saldo.

CON FINANCIAMIENTO

Cálculo Cuota Nivelada

Tasa de interés: 21% anual
Principal: C\$ 233,449.50
Número de cuotas: 5

CUOTA: C\$ 79,784.95 al año

CALENDARIO DE PAGO

Período	0	1	2	3	4	5
Amortización		C\$ 30,760.55	C\$ 37,220.27	C\$ 45,036.52	C\$ 54,494.19	C\$ 65,937.97
Interes		C\$ 49,024.40	C\$ 42,564.68	C\$ 34,748.42	C\$ 25,290.75	C\$ 13,846.97
Cuota		C\$ 79,784.95	C\$ 79,784.95	C\$ 79,784.95	C\$ 79,784.95	C\$ 79,784.95
Saldo	C\$ 233,449.50	C\$ 202,688.95	C\$ 165,468.68	C\$ 120,432.16	C\$ 65,937.97	C\$ 0.00

FLUJO DE CAJA

Período	0	1	2	3	4	5
Ventas		C\$ 4,213,980.00	C\$ 4,625,100.00	C\$ 5,652,900.00	C\$ 6,166,800.00	C\$ 6,166,800.00
Valor Residual		C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 97,812.00
Costos de Venta		C\$ 2,099,610.00	C\$ 2,304,450.00	C\$ 2,816,550.00	C\$ 3,072,600.00	C\$ 3,072,600.00
Utilidad Bruta		C\$ 2,114,370.00	C\$ 2,320,650.00	C\$ 2,836,350.00	C\$ 3,094,200.00	C\$ 3,094,200.00
Gastos Operación		C\$ 949,720.00	C\$ 949,720.00	C\$ 947,320.00	C\$ 945,520.00	C\$ 944,170.00
Utilidad de Operación		C\$ 1,164,650.00	C\$ 1,370,930.00	C\$ 1,889,030.00	C\$ 2,148,680.00	C\$ 2,150,030.00
Gastos Financieros		C\$ 49,024.40	C\$ 42,564.68	C\$ 34,748.42	C\$ 25,290.75	C\$ 13,846.97
Depreciación		C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40
Utilidad antes del IR		C\$ 1,092,983.21	C\$ 1,305,722.92	C\$ 1,831,639.18	C\$ 2,100,746.85	C\$ 2,113,540.63
(IR)		C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00
Utilidad neta		C\$ 1,092,983.21	C\$ 1,305,722.92	C\$ 1,831,639.18	C\$ 2,100,746.85	C\$ 2,113,540.63
Depreciación		C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40
(Amortización)		C\$ 30,760.55	C\$ 37,220.27	C\$ 45,036.52	C\$ 54,494.19	C\$ 65,937.97
(Préstamo)	C\$ 233,449.50					
(Inversión)	C\$ 466,899.00					
FLUJO NETO	-C\$ 233,449.50	C\$ 1,084,865.05	C\$ 1,291,145.05	C\$ 1,809,245.05	C\$ 2,068,895.05	C\$ 2,070,245.05

Costo de oportunidad 23.00%
 Valor Actual Neto (23%) C\$ 4,113,486.36
 TIR 486.65%
 VAN BENEFICIOS C\$ 14,673,793.18
 VAN COSTOS C\$ 3,114,542.74

Relación Beneficio/Costo = 4.71 > 1.00 [se puede invertir](#)

Período	0	1	2	3	4	5
Flujo neto	-C\$ 233,449.50	C\$ 1,084,865.05	C\$ 1,291,145.05	C\$ 1,809,245.05	C\$ 2,068,895.05	C\$ 2,070,245.05
Flujo actualizado		C\$ 1,084,865.05	C\$ 1,291,145.05	C\$ 1,809,245.05	C\$ 2,068,895.05	C\$ 2,070,245.05
Flujo neto acumulado	-C\$ 233,449.50	C\$ 851,415.55	C\$ 2,142,560.61	C\$ 3,951,805.66	C\$ 6,020,700.72	C\$ 8,090,945.77

Período de retorno: Aproximadamente a mediados del 2do año

Desde el punto de vista de los accionistas se obtiene los siguientes resultados, una VAN de C\$ 4,219,602.20 y TIR de 490.56% y relación B/C de 19.34.

Si bien es cierto que también es viable, la opción con financiamiento sigue siendo mejor opción, ya que evita que los socios se descapitalicen.

ACCIONISTAS

Período	0	1	2	3	4	5
Aporte inicial	C\$ 233,449.50					
Dividendos		C\$ 1,092,983.21	C\$ 1,305,722.92	C\$ 1,831,639.18	C\$ 2,100,746.85	C\$ 2,113,540.63
Pago del aporte						C\$ 136,686.38
FLUJO NETO	-C\$ 233,449.50	C\$ 1,092,983.21	C\$ 1,305,722.92	C\$ 1,831,639.18	C\$ 2,100,746.85	C\$ 2,250,227.01

Costo de oportunidad 23.00%
 Valor Actual Neto (23%) C\$ 4,219,602.20
 TIR 490.56%
 VAN BENEFICIOS C\$ 4,515,627.67
 VAN COSTOS C\$ 233,449.50

Relación Beneficio/Costo 19.34 > 1.00 se puede invertir

Período	0	1	2	3	4	5
Flujo neto	-C\$ 233,449.50	C\$ 1,092,983.21	C\$ 1,305,722.92	C\$ 1,831,639.18	C\$ 2,100,746.85	C\$ 2,250,227.01
Flujo actualizado		C\$ 1,092,983.21	C\$ 1,305,722.92	C\$ 1,831,639.18	C\$ 2,100,746.85	C\$ 2,250,227.01
Flujo neto acumulado	-C\$ 233,449.50	C\$ 859,533.71	C\$ 2,165,256.63	C\$ 3,996,895.80	C\$ 6,097,642.65	C\$ 8,347,869.65

Período de retorno: Aproximadamente a mediados del 2do año

Valor presente neto (VPN)

Por tanto, se concluye de acuerdo a la teoría que si

VAN > 0 el proyecto se acepta

VAN < 0 el proyecto se rechaza

Para este proyecto se acepta realizar la inversión.

Relación Beneficio Costo (RBC)

La relación beneficio / costo es mayor que 1, en todos los casos, igualmente el proyecto se acepta.

Tasa interna de Retorno (TIR)

La información que la TIR nos da, es que también se acepta ya que este indicador de la rentabilidad de un proyecto, dice que a mayor TIR, mayor rentabilidad; así, por tanto, en los tres escenarios la TIR nos dice que no existe riesgo y que se puede invertir.

CAPITULO 4: CONCLUSIONES

Después de haber realizado el análisis correspondiente de todas las etapas que conlleva un estudio de prefactibilidad de un restaurante en la ciudad de Granada, se puede concluir que este proyecto es rentable técnica, financiera y ambientalmente por las siguientes razones:

1. Se determinó que existe un mercado potencial insatisfecho de turistas que visitan la ciudad de Granada, esta demanda potencialmente insatisfecha resulta de comparar la demanda y oferta de servicios gastronómicos, bares y negocios, en el período proyectado 2024-2028. El porcentaje de participación del proyecto en el mercado se fijó en un 40% de la demanda total de servicios de comida.
2. Se comprobó que se cuenta con la tecnología apropiada y los insumos necesarios para llevar a cabo el proyecto. Se seleccionó como localización óptima la zona central de la ciudad de Granada en consideración factores relevantes como atractivos turísticos, disponibilidad y costo de mano de obra, acceso a comunicaciones y medios de transporte. Se elaboró una distribución de la infraestructura sobre la base de los gustos y preferencias de turistas, tanto nacionales como extranjeros, que conformará la zona de convergencia, con área de baile, restaurante, bar, un área cocina, un área de servicios sanitarios, parqueo y caja.
3. Se demostró que el proyecto es rentable financieramente teniendo como inversión inicial para la operación del restaurante un monto total de C\$466,899.00. La instalación del restaurante desde una perspectiva privada es rentable con un VAN de C\$4,113,486.36 una TIR del 485.65%, una relación costo-beneficio de 4.71, un período de recuperación es de 2 años y medio, con financiamiento.
4. Desde los distintos puntos de vista con y sin financiamiento el proyecto es rentable se obtiene una tasa interna de retorno superior a la tasa de corte. El horizonte del

proyecto es de 5 años, en el que se logra recuperar la inversión a partir del segundo año, obteniendo beneficios. El proyecto que se está evaluando, no es dañino al medio ambiente, puesto que sus impactos negativos son mínimos, además, ya que no causan daños directos e inmediatos al medio ambiente.

CAPÍTULO 5: RECOMENDACIONES

Para la correcta instalación del Restaurante El Nica en la ciudad de Granada, además de su efectiva operacionalidad y la maximización de sus potencialidades económicas se requiere seguir las siguientes recomendaciones:

1. Los resultados y conclusiones que se obtuvieron en el estudio, que sean considerados para que, a los inversionistas interesados por este, se les faciliten la ejecución de actividades encaminadas a la promoción del turismo en Nicaragua especialmente en la ciudad de Granada.
2. Que durante las etapas de preoperación y operación del restaurante los ejecutores de esta, necesariamente gestionen y obtengan el apoyo necesario de organismos gubernamentales.
3. Que sea evaluado el potencial que tiene el restaurante, para que sea integrada en las estrategias de promoción del turismo en Granada, que efectúa el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional, reconociendo el turismo como una alternativa viable para el desarrollo socioeconómico del país.
4. Se recomienda que siempre se mantengan las precauciones y cuidado al ambiente, respetando las leyes sanitarias y ambientales del país.
5. Otra medida de mitigación para el tema particular del tratamiento de los desechos sólidos, es ir separando mediante recipientes. Se tendrá un recipiente por cada material sea vidrio, papel, plástico, basura orgánica, etc., así no se va mezclando todo tipo de materiales y facilita el reciclaje. Aunque esta práctica no es muy generalizada en el país, se puede adoptar, ya que es fácil de ejecutar, ayudará al medio ambiente a no sufrir daños notorios, permanentes o extensos.

CAPITULO 6: BIBLIOGRAFÍA

Anónimo. (s.f.). *Monimbo nueva Nicaragua*. Recuperado el 31 de 07 de 2019, de <https://bit.ly/2YAWuyu>

Aramburu, N. , & Rivera, O. . (2010). *Organización de empresas*. Publicaciones de la Universidad de Deusto.

Avilés Avilés , J., & Lopez Gutierrez , F. (2001). *Manfut.org*. Recuperado el 31 de 07 de 2019, de <https://bit.ly/2ZpFNqM>

Baca, U. (2008). *Evaluación de Proyectos* (Vol. V Edición). McGraw Hill.

Barragán, D. L. (2008). *Hotelería*. México, D.F. : Instituto Politécnico Nacional Luis Enrrique Erro.

Bernal, T. C. (2010). *Metodología de la investigación* . Colombia: Pearson Educación .

Buitrago Corrales , J. p., Pérez Valencia, J. C., Sabogal Ortíz , N., & Vallejo Ospino , L. I. (2017). *Estudio de factibilidad para el montaje de un Bar Restaurante en el sector del Cable Manizales Periodo 2017 (Tesis Maestría)*. Universidad Libre Seccional Pereira , Pereira. Recuperado el 12 de 10 de 2020, de <https://bit.ly/37g67KQ>

Calderón, O. E. (2018). *Estudio de factibilidad para la construcción de una sala de teatro en la ciudad de Managua en el periodo 2017 (Tesis Maestría)*. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua , Managua. Recuperado el 10 de 09 de 2019, de <https://bit.ly/2lOXtx3>

Córdoba, P. M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos* (Vol. Segunda Edición). Bogotá, D.C.: Ecoe Ediciones.

Flores, A. A. (2018). *Servicio en Restaurante*. España: RA-MA Editorial.

Hernández, S. R., Fernández, C. C. , & Baptista, L. M. (2010). *Metodología de la investigación*. México D.F.: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A de C.V.

Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE). (2018). *Anuario Estadístico*. Recuperado el 15 de 10 de 2020, de <https://bit.ly/35KbVdf>

- INTUR. (2018). *Boletín de estadísticas de turismo*. Recuperado el 02 de 12 de 2020, de <https://bit.ly/2VGwjHJ>
- INTUR. (s.f.). *Procedimientos y requisitos para la obtención de permisos, licencias y certificados para negocios turísticos*. Recuperado el 09 de 08 de 2019, de <https://bit.ly/2ZUswa6>
- Longenecker, J., Moore, C., Petty, J. , & Palich, L. (2010). *Administración de Pequeñas Empresas* (Vol. 14a. Edición). México, D.F.: Cengage Learning Editores, S.A.
- Molina, A. M. (2018). *Estudio de factibilidad para la apertura de una farmacia universitaria UNAN-MANAGUA RURD, Periodo 2017. (Tesis Maestría)*. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua. Recuperado el 04 de 10 de 2020, de <https://bit.ly/33xvdTo>
- Moreno, F. J. (2014). *Contabilidad de sociedades* . Grupo Editorial Patria.
- Ocampo, E. (2009). *Administración financiera*. Grupo editorial Nueva legislación LTDA.
- Prieto, H. J. (2008). *Gerencia de ventas*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Pulgar, V. L., & Rios, R. F. (2011). *Metodologías para implantar la estrategia: diseño organizacional de la empresa*. (Vol. segunda edición). Lima, Perú: Universidad Peruana de Ciencias aplicadas S. A. C.
- Romero, G. G. (2016). *Dirección y recursos humanos en restauración*. Málaga: IC Editorial.
- Tinoco B. E. (2017). *Proyecto a nivel de prefactibilidad Restaurante Vegetariano "Hierbabuena" en el distrito cinco de Managua. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. (Tesis Maestría)*. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua. Recuperado el 21 de 07 de 2019, de <https://bit.ly/2yo6VuE>
- Torres, A. J. (2016). *Gestión del proyecto de restauración*. Málaga: IC Editorial.
- Yamallel, N. M, Bustos, K. S , & Martínez, G. M. (s.f.). *farqweb.wordpress*. Obtenido de <https://bit.ly/2ZgWYLf>

CAPITULO 7: ANEXOS

Anexo 1. Encuesta Aplicada a pobladores de la ciudad de Granada.

Encuesta

“Restaurante El Nica” en la Ciudad de Granada.

Somos estudiantes de la carrera de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional de Ingeniería y para nuestra monografía estamos realizando un estudio de prefactibilidad con el cual pretendemos emprender un Restaurante en la Ciudad de Granada, por lo que solicitamos su apoyo en responder la siguiente encuesta.

1. **Sexo:**

_____ Masculino

_____ Femenino

2. **Edad:** _____

3. **Ingreso mensual estimado en U\$ (Tipo de cambio estimado U\$ 1/C\$34.50)**

_____ Menos de U\$ 250

_____ U\$ 801 – U\$ 1,000

_____ U\$ 251 – U\$ 400

_____ U\$ 1,000 a más

_____ U\$ 401 – U\$ 600

_____ U\$ 601 – U\$ 800

4. **Mencione 3 Restaurantes que conozca y/o visite con frecuencia en la Ciudad de Granada.**

5. **¿Se sintió satisfecho con el servicio recibido en el establecimiento visitado?**

_____ Totalmente de acuerdo

_____ De acuerdo

_____ Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

_____ En desacuerdo

_____ Totalmente en desacuerdo

6. **Considera que los factores tales como: Ambiente agradable, seguridad, higiene y ubicación ¿han sido adecuados?**

_____ Totalmente de acuerdo

_____ De acuerdo

_____ Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

_____ En desacuerdo

_____ Totalmente en desacuerdo

7. ¿Le gustaría que en la ciudad de Granada se ubique un Restaurante para jóvenes y adultos con un servicio de calidad y ambiente familiar?

_____ Sí

_____ No

8. ¿Piensa que el restaurante debe propiciar un ambiente con música en vivo los fines de semana?

_____ Totalmente de acuerdo

_____ De acuerdo

_____ Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

_____ En desacuerdo

_____ Totalmente en desacuerdo

9. Seleccione cuáles fueron sus inconformidades de atención en los distintos sitios visitados en la ciudad de Granada

_____ Lentitud de
levantado de pedido

_____ Inseguridad

_____ Higiene y limpieza

_____ Mala atención del
personal

_____ Tiempo de espera
por cada pedido

Otro. _____

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de comida y bebida?

_____ Menos de U\$ 10

_____ U\$ 30 – U\$ 40

_____ U\$ 15 – U\$ 25

_____ U\$ 45 a más

11. ¿Qué tipo de platillo le gustaría encontrar en el menú?

_____ Comida Rápida

_____ Platillos, bebidas y
licores nacionales

_____ Comida a la carta

_____ Platillos y bebidas
extranjeras

_____ Menú variado

12. ¿Considera que el servicio a delivery debe utilizar una aplicación móvil para ordenar

_____ Totalmente de acuerdo

_____ De acuerdo

_____ Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

_____ En desacuerdo

_____ Totalmente en desacuerdo

13. ¿En qué lugar le gustaría se ubique nuestro Restaurante?

_____ Calle La Calzada

_____ En las Afueras de la
Ciudad

_____ En el Centro de la
Ciudad

_____ Calle Atravesada

_____ En el Centro Turístico
de Granada

Otro. (Especifique)

14. ¿Con que frecuencia visita un Restaurante al mes?

_____1-3 _____4-7 _____8-10 _____11 a más

¡Muchas gracias por su colaboración!

Anexo 2. Menú

Entradas	Tacos
	Enchiladas
	Repochetas
	Tostones con queso
	Tostones Con carne
	Tostones Mixtos
	Tajadas con queso
	Nachos
	Quesadillas de Pollo
	Ceviche
	Coctel de Camarones

Comida Rápida	Sandwich de Pollo
	Sandwich de Jamon
	Sandwich de Jamon y Queso
	Hot Dog
	Hamburguesa Sencilla
	Hamburguesa Con Queso
	Burritos
	Salchipapas
	Alitas picantes

Sopas	Sopa de Res
	Sopa de Pollo
	Sopa de Queso
	Sopa de Marisco

Platos fuertes	Vigoron
	Chanco Con yuca
	Arroz a la valenciana
	Filete de pollo a la plancha
	Filete en jalapeño
	Canelones
	Bisteck Encebollado
	Brochetas de Pollo
	Brochetas de Carne
	Brochetas Mixtas
	Lengua en salsa
	Chuleta de cerdo
	Lomito de Cerdo asado

Anexo 3. Población total por área de residencia y sexo. INDE 2022

Departamento y Grupos de Edad	Total			Urbana			Rural		
	Ambos Sexos	Hombres	Mujeres	Ambos Sexos	Hombres	Mujeres	Ambos Sexos	Hombres	Mujeres
Granada	211,006	104,797	106,209	142,752	68,901	73,851	68,254	35,896	32,358
00 - 04	20,473	10,482	9,991	12,894	6,642	6,252	7,579	3,840	3,739
05 - 09	21,367	10,932	10,435	13,500	6,864	6,636	7,867	4,068	3,799
10 - 14	20,039	10,339	9,700	12,714	6,563	6,151	7,325	3,776	3,549
15 - 19	18,551	9,657	8,894	11,977	6,053	5,924	6,574	3,604	2,970
20 - 24	19,901	10,152	9,749	13,409	6,583	6,826	6,492	3,569	2,923
25 - 29	19,326	9,656	9,670	13,268	6,426	6,842	6,058	3,230	2,828
30 - 34	16,885	8,377	8,508	11,658	5,657	6,001	5,227	2,720	2,507
35 - 39	14,799	7,257	7,542	10,392	4,878	5,514	4,407	2,379	2,028
40 - 44	12,233	5,831	6,402	8,861	4,060	4,801	3,372	1,771	1,601
45 - 49	10,158	4,825	5,333	7,386	3,404	3,982	2,772	1,421	1,351
50 - 54	8,679	4,161	4,518	6,168	2,864	3,304	2,511	1,297	1,214
55 - 59	7,848	3,729	4,119	5,547	2,513	3,034	2,301	1,216	1,085
60 - 64	6,808	3,179	3,629	4,816	2,124	2,692	1,992	1,055	937
65 - 69	4,765	2,212	2,553	3,393	1,491	1,902	1,372	721	651
70 - 74	3,122	1,436	1,686	2,258	983	1,275	864	453	411
75 - 79	2,775	1,241	1,534	2,064	888	1,176	711	353	358
80 y +	3,277	1,331	1,946	2,447	908	1,539	830	423	407

Anexo 4. Llegadas de visitantes a los centros turísticos del país en el 2022.

Mes	Centro Turístico						Total
	La Boquita	Pochomil	Xiloá	El Trapiche	Granada	Xilonem	
Enero	54,831	76,888	26,272	30,868	166,759	13,358	368,976
Febrero	20,487	21,147	12,146	9,964	77,100	5,091	145,935
Marzo	95,265	141,287	40,139	54,687	214,936	19,739	566,053
Abril	38,638	51,525	22,301	14,873	107,346	8,106	242,789
Mayo	17,209	9,829	9,220	6,333	38,125	2,071	82,787
Junio	1,802	3,013	8,194	3,508	37,158	246	53,921
Julio	6,757	13,343	12,267	6,069	36,264	2,326	77,026
Agosto	16,153	20,902	14,400	5,845	47,082	9,485	113,867
Septiembre	10,880	25,594	15,544	9,332	62,954	9,785	134,089
Octubre	6,798	7,580	9,453	6,467	34,751	4,092	69,141
Noviembre	12,384	14,528	12,034	8,186	56,671	6,173	109,976
Diciembre	30,875	49,855	18,632	20,274	88,876	9,454	217,966
Total	312,079	435,491	200,602	176,406	968,022	89,926	2182,526

Anexo 5. Establecimientos turísticos por departamentos.

ítem	Actividades Turísticas	Boaco	Carazo	Chinandega	Chontales	Esteli	Granada	Jinotega	León	Madrid	Managua	Masaya	Matagalpa	Nueva Segovia	
1	Alimentos y Bebidas	136	147	396	261	214	169	382	425	106	1,747	297	179	208	1
	Restaurantes	57	64	83	61	126	100	110	147	29	557	118	117	52	1
	Cafeterías	21	19	21	15	35	14	9	30	21	209	45	26	13	
	Bares	57	60	268	180	40	54	254	224	53	944	123	32	131	2
	Centros Recreativos	1	4	24	5	13	1	9	24	3	37	11	4	12	
2	Alojamientos *	34	28	75	67	87	94	117	145	47	220	45	113	54	2
	Albergue	1		14		7	2	10		1	4	17	4	1	
	Aparto-hotel					4	4		1		9				
	Casa de huésped	4	1		22	20		11	8	9	8	2	56		
	Condo hotel						2								
	Hostal Familiar	12	22	32	33	34	62	65	108	33	109	16	32	44	1
	Hotel	17	5	29	12	22	24	31	28	4	90	10	21	9	
3	Centros Diversión Nocturno			13		7	5				26	7			
4	Discotecas	6		12	7	1	1	8	7	1	12	3	4	7	
5	Agencias de Viajes					3		1	1	1	33		2		
6	Operadores de Viajes		2	6			13		22	1	75	6	3		
7	Rent-a-car					1					21				
8	Emp. Transp. Turístico Terrestre y Acuático		1	26	1	4	32	3	12	2	49	1	4	3	
9	Centros Nocturnos	1				1					5	2			
10	Moteles	6	18	37	4	10	9	1	24	1	126	28	6	3	
11	Otros		4	27	4	32	35	24	85	41	146	73	34		
	TOTAL	183	200	592	344	360	358	536	721	200	2,460	462	345	275	
	Participación porcentual	2.0%	2.2%	6.5%	3.8%	4.0%	3.9%	5.9%	7.9%	2.2%	27.1%	5.1%	3.8%	3.0%	

Nota: De los 1,746 establecimientos únicamente 1,114 se clasifican como Oferta Turística Nacional de Alojamiento.

86

CANTIDAD Y CARACTERISTICAS DE LOS MISMOS:

TIPO A	CANTIDAD	CAPACIDAD	FECHA/VENC
TIPO B	CANTIDAD	CAPACIDAD	FECHA/VENC
TIPO C	CANTIDAD	CAPACIDAD	FECHA/VENC

4. LIMPIEZA Y ORDEN DEL LUGAR

LIMPIEZA DE LAS INSTALACIONES
 LIMPIEZA DEL AREA DE COCINA
 LIMPIEZA DE SERVICIOS HIGIENICOS
 LIMPIEZA DE PATIOS Y AREAS VERDE
 LIMPIEZA DE TECHOS, CANALES, DUCTOS
 LIMPIEZA DE OTRAS AREAS
 LIMPIEZA Y TRATAMIENTO DE PISCINA

BIEN	ACEPTABLE	SUCIO	OBSERVACION

5. USO DE EQUIPOS DE PROTECCION AREAS DE SERVICIO Y OTROS.

USO DE TAPA BOCAS GORROS Y GUAANTES
 USO DE GAVACHAS Y/O DELANTALES
 USO DE OTRO EQUIPO DE PROTECCION ESPECIAL

SI	NO	NO ES NECESARIO

ESPECIFIQUE OTRO EQUIPO ESPECIAL: _____

6. COMPROBACION DE SONIDO

EXISTE EVIDENCIA DE LA UTILIZACION DE:
 PARLANTES, BOCINAS, MICROFONOS, INSTRUMENTOS MUSICALES:
 ESPECIFIQUE: _____

SI	NO

EXISTEN CONDICIONES ADECUADAS PARA EL USO DE LOS MISMOS:
 ESPECIFIQUE: _____

SI	NO

HACE USO DE SERVICIO DE PERIFONEO?

SI	NO

FRECUENCIA DE USO DEL PERIFONEO:

DIARIO	
SEMANAL	
MENSUAL	

* REALIZAR MONITOREO DEL SONIDO DENTRO Y FUERA DEL LOCAL

NIVELES DE ACEPTACION:

DENTRO DEL LOCAL
 FUERA DEL LOCAL

ACEPTABLE NO ACEPTABLE

7. OTRAS COMPROBACIONES

EXISTEN ALGUNA EVIDENCIA DE QUEMAS HECHAS EN EL LUGAR?

SI	NO

EXISTEN ALGUN TIPO DE INCINERADOR O FOSA DE QUEMA?

SI	NO

ESPECIFIQUE: _____

EXISTE CHIMENEA O TRAMPA PARA HUMO EN COCINA?



SI	NO

SI	NO

SI	NO

FIRMA DEL PROPIETARIO

ESCRIBA LAS OBSERVACIONES GENERALES COMO CONCLUSION DE LA INSPECCION

FIRMA DEL PROPIETARIO

Anexo # 7. Cálculos y resultados de estudio financiero.

Estado de Resultado

Conceptos	1	2	3	4	5
Ingresos por Ventas					
a. Ingresos por Alimentos	C\$ 3,712,140.00	C\$ 4,074,300.00	C\$ 4,979,700.00	C\$ 5,432,400.00	C\$ 5,432,400.00
b. Ingresos por Bebidas	C\$ 228,960.00	C\$ 343,440.00	C\$ 400,680.00	C\$ 486,540.00	C\$ 572,400.00
Total Ingresos	C\$ 3,941,100.00	C\$ 4,417,740.00	C\$ 5,380,380.00	C\$ 5,918,940.00	C\$ 6,004,800.00
Costos Alimentos y Bebidas					
a. Costo por Alimentos	C\$ 1,856,070.00	C\$ 2,037,150.00	C\$ 2,489,850.00	C\$ 2,716,200.00	C\$ 2,716,200.00
b. Costos por Bebidas	C\$ 243,540.00	C\$ 267,300.00	C\$ 326,700.00	C\$ 356,400.00	C\$ 356,400.00
Total Costos	C\$ 2,099,610.00	C\$ 2,304,450.00	C\$ 2,816,550.00	C\$ 3,072,600.00	C\$ 3,072,600.00
Utilidad Bruta	C\$ 1,841,490.00	C\$ 2,113,290.00	C\$ 2,563,830.00	C\$ 2,846,340.00	C\$ 2,932,200.00
Gastos Operativos					
Gastos de Administración	C\$ 940,120.00	C\$ 940,120.00	C\$ 940,120.00	C\$ 940,120.00	C\$ 940,120.00
Gastos de Ventas	C\$ 9,600.00	C\$ 9,600.00	C\$ 7,200.00	C\$ 5,400.00	C\$ 4,050.00
Depreciación	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40
Total Gastos Operativos	C\$ 972,362.40	C\$ 972,362.40	C\$ 969,962.40	C\$ 968,162.40	C\$ 966,812.40
Utilidad de Operación	C\$ 869,127.60	C\$ 1,140,927.60	C\$ 1,593,867.60	C\$ 1,878,177.60	C\$ 1,965,387.60
Gastos Financieros	C\$ 49,024.40	C\$ 42,564.68	C\$ 34,748.42	C\$ 25,290.75	C\$ 13,846.97
Utilidad antes de Impuesto	C\$ 820,103.21	C\$ 1,098,362.92	C\$ 1,559,119.18	C\$ 1,852,886.85	C\$ 1,951,540.63
Impuestos - 30%	C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00
Utilidad Neta	C\$ 820,103.21	C\$ 1,098,362.92	C\$ 1,559,119.18	C\$ 1,852,886.85	C\$ 1,951,540.63
Razón Comercial (%)	20.81	24.86	28.98	31.30	32.50

Inversion de activos	cantidad	costo unitario	costo total			
Terreno(alquiler)	1	C\$ 15,000.00	C\$ 15,000.00			
Edificacion	1	C\$ 40,000.00	C\$ 40,000.00			
Equipos de cocina	1	C\$ 62,850.00	C\$ 62,850.00		Maquinas y equipos	
Equipo de oficina	1	C\$ 90,850.00	C\$ 90,850.00		C\$ 195,624.00	
utensilios de cocina	1	C\$ 41,924.00	C\$ 41,924.00			
otros		C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00			
art de decoracion		C\$ 800.00	C\$ 800.00			
Total			C\$ 256,424.00			
Otras inversiones						
moto			C\$ 15,400.00			
capacitacion			C\$ 0.00			
tramites legales			C\$ 6,000.00			
capital de trabajo			C\$ 189,075.00	3 meses	de salario y alquiler	
total			C\$ 210,475.00			
total de inversion			C\$ 466,899.00			

cargo	cantidad	salario	total
socios	2	C\$ 7,000.00	C\$ 14,000.00
Contador	1	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00
Cajero	1	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00
Cocinera	1	C\$ 8,000.00	C\$ 8,000.00
ayudante	1	C\$ 4,500.00	C\$ 4,500.00
mesero	2	C\$ 4,500.00	C\$ 9,000.00
total			C\$ 45,500.00
Horas extras			
Cocinera	C\$ 2,000.00		
cajero	C\$ 1,125.00		
meseros (2)	C\$ 2,250.00		
ayudante	C\$ 1,125.00		
total	C\$ 6,500.00		

Platillo	U.M.	cantidad por día	precio	total de días	al mes	Total anual
Asado Nica	plato	30	C\$ 150.00	30.00	C\$ 135,000.00	C\$ 1,620,000.00
Tostonadas	plato	30	C\$ 80.00	30.00	C\$ 72,000.00	C\$ 864,000.00
Tacos	plato	20	C\$ 50.00	30.00	C\$ 30,000.00	C\$ 360,000.00
Repochetas	plato	15	C\$ 40.00	30.00	C\$ 18,000.00	C\$ 216,000.00
Tajadas con queso	plato	15	C\$ 50.00	30.00	C\$ 22,500.00	C\$ 270,000.00
Coctel de camarones	plato	20	C\$ 140.00	30.00	C\$ 84,000.00	C\$ 1,008,000.00
Brochetas mixta	plato	15	C\$ 140.00	30.00	C\$ 63,000.00	C\$ 756,000.00
Sopa de albondigas	tasa	15	C\$ 100.00	30.00	C\$ 45,000.00	C\$ 540,000.00
Sopa de mondongo	tasa	10	C\$ 100.00	30.00	C\$ 30,000.00	C\$ 360,000.00
Filete Jalapeño	plato	15	C\$ 120.00	30.00	C\$ 54,000.00	C\$ 648,000.00
Sopa de mariscos	tasa	10	C\$ 100.00	30.00	C\$ 30,000.00	C\$ 360,000.00
Vigorón	plato	15	C\$ 80.00	30.00	C\$ 36,000.00	C\$ 432,000.00
Sandwich	plato	15	C\$ 90.00	30.00	C\$ 40,500.00	C\$ 486,000.00
Burritos	plato	15	C\$ 90.00	30.00	C\$ 40,500.00	C\$ 486,000.00
Ceviche	tasa	15	C\$ 120.00	30.00	C\$ 54,000.00	C\$ 648,000.00
ingresos por alimentos					C\$ 754,500.00	C\$ 9,054,000.00

bebida	U.M.	cantidad por día	precio	total de días	al mes	Total anual
gaseosa	botella	90	C\$ 20.00	C\$ 30.00	C\$ 54,000.00	C\$ 648,000.00
refrescos naturales	vaso	60	C\$ 20.00	C\$ 30.00	C\$ 36,000.00	C\$ 432,000.00
jugo	lata	20	C\$ 20.00	C\$ 30.00	C\$ 12,000.00	C\$ 144,000.00
ingresos por bebidas						C\$ 1,224,000.00
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	
total de ingreso alimentos	C\$ 3,712,140.00	C\$ 4,074,300.00	C\$ 4,979,700.00	C\$ 5,432,400.00	C\$ 5,432,400.00	
total de ingresos bebidas	C\$ 501,840.00	C\$ 550,800.00	C\$ 673,200.00	C\$ 734,400.00	C\$ 734,400.00	
	41%	45%	55%	60%	60%	
totales	C\$ 4,213,980.00	C\$ 4,625,100.00	C\$ 5,652,900.00	C\$ 6,166,800.00	C\$ 6,166,800.00	
ingresos totales	C\$ 10,278,000.00	5to año				

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Gasto administrativo	mensual	año1
	C\$	
Salarios	45,500.00	C\$ 546,000.00
Prestaciones		C\$ 183,820.00
Agua	C\$ 500.00	C\$ 6,000.00
	C\$	
Energia Eléctrica	5,000.00	C\$ 60,000.00
	C\$	
Vigilancia	3,000.00	C\$ 36,000.00
Teléfono	C\$ 700.00	C\$ 8,400.00
	C\$	
Combustible	1,200.00	C\$ 14,400.00
	C\$	
Alimentación de Personal	2,500.00	C\$ 30,000.00
Materiales de Limpieza	C\$ 200.00	C\$ 2,400.00
Materiales de Oficina	C\$ 800.00	C\$ 9,600.00
Uniformes	C\$ 250.00	C\$ 3,000.00
Reposición de Utensilios	C\$ 150.00	C\$ 1,800.00
Otros Gastos	C\$ 500.00	C\$ 6,000.00
	C\$	
viaticos (horas extras)	2,125.00	C\$ 25,500.00
reparacion de instalacion	C\$ 200.00	C\$ 2,400.00
repar de mobiliario	C\$ 100.00	C\$ 1,200.00
Rep. de Vehiculos	C\$ 150.00	C\$ 1,800.00
Rep. de Equipos	C\$ 150.00	C\$ 1,800.00
Seguros	C\$ 0.00	C\$ 0.00
Total de gastos administrativos	C\$ 63,025.00	C\$ 940,120.00
	C\$	
	189,075.00	3meses

Gastos de ventas

Publicidad	C\$ 800.00	C\$ 9,600.00
Impuestos sobre ventas	C\$ 0.00	C\$ 0.00

Total Gastos de Ventas C\$ 9,600.00

Depreciacion

		cantidad		
Moto	5 años	C\$ 3,080.00	C\$ 0.00	
Maquinas y Equipos	10 años	C\$ 19,562.40	C\$ 97,812.00	
Total de depreciación		C\$ 22,642.40	C\$ 97,812.00	Valor Residual

INVERSION TOTAL (S.F.)

Período	0	1	2	3	4	5
Ventas		C\$ 4,213,980.00	C\$ 4,625,100.00	C\$ 5,652,900.00	C\$ 6,166,800.00	C\$ 6,166,800.00
Valor Residual		C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 97,812.00
Costos de Venta		C\$ 2,099,610.00	C\$ 2,304,450.00	C\$ 2,816,550.00	C\$ 3,072,600.00	C\$ 3,072,600.00
Utilidad Bruta		C\$ 2,114,370.00	C\$ 2,320,650.00	C\$ 2,836,350.00	C\$ 3,094,200.00	C\$ 3,094,200.00
Gastos Operación		C\$ 949,720.00	C\$ 949,720.00	C\$ 947,320.00	C\$ 945,520.00	C\$ 944,170.00
Utilidad de Operación		C\$ 1,164,650.00	C\$ 1,370,930.00	C\$ 1,889,030.00	C\$ 2,148,680.00	C\$ 2,247,842.00
Depreciación		C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40
Utilidad antes del IR (IR)		C\$ 1,142,007.60	C\$ 1,348,287.60	C\$ 1,866,387.60	C\$ 2,126,037.60	C\$ 2,225,199.60
Utilidad neta		C\$ 1,142,007.60	C\$ 1,348,287.60	C\$ 1,866,387.60	C\$ 2,126,037.60	C\$ 2,225,199.60
Depreciación		C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40
Inversión	C\$ 466,899.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00
FLUJO NETO	-C\$ 466,899.00	C\$ 1,164,650.00	C\$ 1,370,930.00	C\$ 1,889,030.00	C\$ 2,148,680.00	C\$ 2,247,842.00

Costo de oportunidad 23.00%
 Valor Actual Neto (23%) C\$ 4,138,454.73
 TIR 270.01%
 VAN BENEFICIOS C\$ 14,440,343.68
 VAN COSTOS C\$ 3,124,317.30

Relación Beneficio/Costo = 4.62 > 1.00 se puede invertir

Período	0	1	2	3	4	5
Flujo neto	-C\$ 466,899.00	C\$ 1,164,650.00	C\$ 1,370,930.00	C\$ 1,889,030.00	C\$ 2,148,680.00	C\$ 2,247,842.00
Flujo actualizado		C\$ 962,520.66	C\$ 936,363.64	C\$ 1,066,308.19	C\$ 1,002,375.08	C\$ 866,640.40
Flujo neto acumulado	-C\$ 466,899.00	C\$ 495,621.66	C\$ 1,431,985.30	C\$ 2,498,293.49	C\$ 3,500,668.56	C\$ 4,367,308.96

Período de retorno: Iniciando el 3er año

Nómina del Personal Anual - Primeros Tres Años									
Cargo	No.	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	INSS 15.00%	Vacaciones	Aguinaldo	Inatec 2%	Indemnización	Total Anual
cajera	1	5,000	60,000	9,000	5,000	5,000	1,200	5,000	25,200
ayudante	1	4,500	54,000	8,100	4,500	4,500	1,080	4,500	22,680
cocinera	1	8,000	96,000	14,400	8,000	8,000	1,920	8,000	40,320
meseros	2	9,000	108,000	16,200	9,000	9,000	2,160	9,000	45,360
socios	2	14,000	168,000	25,200	14,000	14,000	3,360	14,000	70,560
contador	1	5,000	60,000	9,000	5,000	5,000	1,200	5,000	25,200
total		45,500	546,000	81,900	45,500	45,500	10,920	45,500	229,320
Sueldos y Salarios		546,000							
Prestaciones Sociales		183,820							

Nómina del Personal - Últimos Dos Años									
Cargo	No.	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	INSS 15.50%	Vacaciones	Aguinaldo	Inatec 2%	Indemnización	Total Anual
cajera	1	5,000	60,000	9,000	5,000	5,000	1,200	5,000	25,200
ayudante	1	4,500	54,000	8,100	4,500	4,500	1,080	4,500	22,680
cocinera	1	8,000	96,000	14,400	8,000	8,000	1,920	8,000	40,320
meseros	2	9,000	108,000	16,200	9,000	9,000	2,160	9,000	45,360
socios	2	14,000	168,000	25,200	14,000	14,000	3,360	14,000	70,560
contador	1	5,000	60,000	9,000	5,000	5,000	1,200	5,000	25,200
			546,000	81,900	45,500	45,500	10,920	45,500	229,320
Sueldos y Salarios		546,000							
Prestaciones Sociales		183,820							

CON FINANCIAMIENTO

Cálculo Cuota Nivelada

Tasa de interés: 21% anual
Principal: C\$ 233,449.50
Número de cuotas: 5

CUOTA: C\$ 79,784.95 al año

CALENDARIO DE PAGO

Período	0	1	2	3	4	5
Amortización		C\$ 30,760.55	C\$ 37,220.27	C\$ 45,036.52	C\$ 54,494.19	C\$ 65,937.97
Interes		C\$ 49,024.40	C\$ 42,564.68	C\$ 34,748.42	C\$ 25,290.75	C\$ 13,846.97
Cuota		C\$ 79,784.95	C\$ 79,784.95	C\$ 79,784.95	C\$ 79,784.95	C\$ 79,784.95
Saldo	C\$ 233,449.50	C\$ 202,688.95	C\$ 165,468.68	C\$ 120,432.16	C\$ 65,937.97	C\$ 0.00

FLUJO DE CAJA

Período	0	1	2	3	4	5
Ventas		C\$ 4,213,980.00	C\$ 4,625,100.00	C\$ 5,652,900.00	C\$ 6,166,800.00	C\$ 6,166,800.00
Valor Residual		C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 97,812.00
Costos de Venta		C\$ 2,099,610.00	C\$ 2,304,450.00	C\$ 2,816,550.00	C\$ 3,072,600.00	C\$ 3,072,600.00
Utilidad Bruta		C\$ 2,114,370.00	C\$ 2,320,650.00	C\$ 2,836,350.00	C\$ 3,094,200.00	C\$ 3,094,200.00
Gastos Operación		C\$ 949,720.00	C\$ 949,720.00	C\$ 947,320.00	C\$ 945,520.00	C\$ 944,170.00
Utilidad de Operación		C\$ 1,164,650.00	C\$ 1,370,930.00	C\$ 1,889,030.00	C\$ 2,148,680.00	C\$ 2,150,030.00
Gastos Financieros		C\$ 49,024.40	C\$ 42,564.68	C\$ 34,748.42	C\$ 25,290.75	C\$ 13,846.97
Depreciación		C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40
Utilidad antes del IR		C\$ 1,092,983.21	C\$ 1,305,722.92	C\$ 1,831,639.18	C\$ 2,100,746.85	C\$ 2,113,540.63
(IR)		C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00
Utilidad neta		C\$ 1,092,983.21	C\$ 1,305,722.92	C\$ 1,831,639.18	C\$ 2,100,746.85	C\$ 2,113,540.63
Depreciación		C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40	C\$ 22,642.40
(Amortización)		C\$ 30,760.55	C\$ 37,220.27	C\$ 45,036.52	C\$ 54,494.19	C\$ 65,937.97
(Préstamo)	C\$ 233,449.50					
(Inversión)	C\$ 466,899.00					
FLUJO NETO	-C\$ 233,449.50	C\$ 1,084,865.05	C\$ 1,291,145.05	C\$ 1,809,245.05	C\$ 2,068,895.05	C\$ 2,070,245.05

Costo de oportunidad 23.00%
Valor Actual Neto (23%) C\$ 4,113,486.36
TIR 486.65%
VAN BENEFICIOS C\$ 14,673,793.18
VAN COSTOS C\$ 3,114,542.74

Relación Beneficio/Costo = 4.71 > 1.00 se puede invertir

Período	0	1	2	3	4	5
Flujo neto	-C\$ 233,449.50	C\$ 1,084,865.05	C\$ 1,291,145.05	C\$ 1,809,245.05	C\$ 2,068,895.05	C\$ 2,070,245.05
Flujo actualizado		C\$ 1,084,865.05	C\$ 1,291,145.05	C\$ 1,809,245.05	C\$ 2,068,895.05	C\$ 2,070,245.05
Flujo neto acumulado	-C\$ 233,449.50	C\$ 851,415.55	C\$ 2,142,560.61	C\$ 3,951,805.66	C\$ 6,020,700.72	C\$ 8,090,945.77

Período de retorno: Aproximadamente a mediados del 2do año

ACCIONISTAS

Período	0	1	2	3	4	5
Aporte inicial	C\$ 233,449.50					
Dividendos		C\$ 1,092,983.21	C\$ 1,305,722.92	C\$ 1,831,639.18	C\$ 2,100,746.85	C\$ 2,113,540.63
Pago del aporte						C\$ 136,686.38
FLUJO NETO	-C\$ 233,449.50	C\$ 1,092,983.21	C\$ 1,305,722.92	C\$ 1,831,639.18	C\$ 2,100,746.85	C\$ 2,250,227.01

Costo de oportunidad 23.00%
 Valor Actual Neto (23%) C\$ 4,219,602.20
 TIR 490.56%
 VAN BENEFICIOS C\$ 4,515,627.67
 VAN COSTOS C\$ 233,449.50

Relación Beneficio/Costo 19.34 > 1.00 [se puede invertir](#)

Período	0	1	2	3	4	5
Flujo neto	-C\$ 233,449.50	C\$ 1,092,983.21	C\$ 1,305,722.92	C\$ 1,831,639.18	C\$ 2,100,746.85	C\$ 2,250,227.01
Flujo actualizado		C\$ 1,092,983.21	C\$ 1,305,722.92	C\$ 1,831,639.18	C\$ 2,100,746.85	C\$ 2,250,227.01
Flujo neto acumulado	-C\$ 233,449.50	C\$ 859,533.71	C\$ 2,165,256.63	C\$ 3,996,895.80	C\$ 6,097,642.65	C\$ 8,347,869.65

Período de retorno: Aproximadamente a mediados del 2do año

RESUMEN

	VAN	TIR	B/C	Período de Recuperación
INVERSION TOTAL	C\$ 4,138,454.73	270.01%	4.62	Iniciando el 3er. año
FINANCIERA	C\$ 4,113,486.36	486.65%	4.71	A mediados de 2do. año
ACCIONISTAS	C\$ 4,219,602.20	490.56%	19.34	A mediados de 2do. año

Equipos de Cocina	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Cocina Industrial Metálica 4	1	7000	7,000.00
Refrigeradora	1	10500	10,500.00
Congelador	1	10500	10,500.00
Microondas	1	3500	3,500.00
Freidora	1	5250	5,250.00
Licuadaora	1	1500	1,500.00
Estantes	1	5600	5,600.00
Mesa para área de cocina	1	3500	3,500.00
procesador de alimentos	1	2000	2,000.00
Tanque de Gas de 100 Lb	1	3000	3,000.00
Purificador de agua	1	10500	10,500.00
Total			C\$62,850.00

Muebles y equipos de oficina	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Barra	1		-
Juego de 1 Mesa y 4 Sillas	12	3500	42,000.00
Sillas para barra	5	1050	5,250.00
Impresora	1	5530	5,530.00
Televisores	1	14000	14,000.00
Computadora	2	4970	4,970.00
Escáner Manual de Código de Barras	1	2100	4,200.00
Gaveta de dinero	1	2450	2,450.00
Parlantes	1		-
Micrófonos	2	1050	1,050.00
Abanicos de techo	1	2450	4,900.00
Teléfono	2	1050	1,050.00
Sistema POS Para Bar y Restaurante	1	5250	5,250.00
Campana de Servicio	1	200	200
Total			C\$90,850.00

Utensilios y Enseres de Cocina	Cantidad	Costo unitario C\$	Costo Total C\$
Sartén	2	700	1,400.00
Ollas	1	1750	1,750.00
Tabla de picar	2	455	910
Bandejas	5	525	2,625.00
Cuchillos	2	420	840
Cuchillo de carne	1	455	455
Afilador	1	490	490
balanza	1	1000	1,000.00
copas de vino blanco	6	85	510
copas de vino tinto	6	85	510
Copas para agua	6	80	480
vasos de 12 oz	48	30	1,440.00
vasos de 16 oz	48	35	1,680.00
vasos cervecedores	36	60	2,160.00
vasos para whisky	12	30	360
Jarras de vidrio	4	150	600
Cucharas de café	24	10	240
Cuchara de postre	24	15	360
Cuchara sopera	24	15	360
Tenedores	48	15	720
Abridor de lata	2	175	350
Pinzas de Acero	4	140	560
Cuchillos de mesa	48	20	960
Mezcladores	2	200	400
Plato Grande	24	122.5	2,940.00
Plato entrada	24	105	2,520.00
Plato postre	24	70	1,680.00

Tazas soperas	24	157.5	3,780.00
Bandejas para ensaladas	6	100	600
Saleros	18	40	720
Pimenteros	6	50	300
Recipientes para mostaza y salsa de tomate	12	40	480
Recipientes plásticos	6	80	480
Servilleteros	18	40	720
Bowls	6	140	840
Coladores	2	525	1,050.00
Cucharones	2	300	600
Espátulas plásticas	3	175	525
Espátulas de Metal	3	175	525
Juego de cucharas medidoras	2	70	140
Pelador de papas	2	50	100
Rallador	2	50	100
Azucareras	6	60	360
Tazas de café	12	42	504
Basureros	3	600	1,800.00
Total			C\$41,924.00

Bebidas	Gaseosas	20	Licores Extranjeros	whisky Chivas Regal	100 / 1000
	Jugos de caja	20		Whisky Jack Daniel	60 / 380
	Jugos de lata	20		Whisky something Special	50 / 380
	Canada Dry	25		Whisky Johnny Black	80 / 600
	Ginger Ale	25		Whisky Johnny Red	60 / 380
	Refrescos naturales	20		Vodka Finlandia	40 / 350
				Vodka Stonislava	
Cervezas	Toña	35		Vodka Absolute	50 / 400
	Victoria Clásica	35		Vodka Sky	50 / 400
	Victoria Frost	30		Tequila Reposado	50 / 350
	Premium	40		Tequila Blanco	70 / 600
	Corona	45			

	Heineken	50		Daiquirí	50
	Smirnoff	60		Cuba libre	50
	Bliss Mix	60		Margarita	80
			Cocteles	Mojito	
Ron Nacional	Flor de caña	230		Nica libre	50
	Flor de caña Etiqueta negra	270		Piña Colada	80
	Flor de caña Oro Gran Reserva	250		Macua	50
	Flor de caña Extra lite	230		Tequila Sunrise	80
	Flor de caña ultra lite	200		Michelada	35

A	B	C	D	E	F	G
Ingresos de comidas y bebidas						
Platillo	U.M.	cantidad por día	precio	total de días	al mes	Total anual
Asado Nica	plato	30	C\$ 150,00	30,00	C\$ 135.000,00	C\$ 1.620.000,00
Tostonadas	plato	30	C\$ 80,00	30,00	C\$ 72.000,00	C\$ 864.000,00
Tacos	plato	20	C\$ 50,00	30,00	C\$ 30.000,00	C\$ 360.000,00
Repochetas	plato	15	C\$ 40,00	30,00	C\$ 18.000,00	C\$ 216.000,00
Tajadas con queso	plato	15	C\$ 50,00	30,00	C\$ 22.500,00	C\$ 270.000,00
Coctel de camarones	plato	20	C\$ 140,00	30,00	C\$ 84.000,00	C\$ 1.008.000,00
Brochetas mixta	plato	15	C\$ 140,00	30,00	C\$ 63.000,00	C\$ 756.000,00
Sopa de albondigas	tasa	15	C\$ 100,00	30,00	C\$ 45.000,00	C\$ 540.000,00
Sopa de mondongo	tasa	10	C\$ 100,00	30,00	C\$ 30.000,00	C\$ 360.000,00
Filete Jalapeño	plato	15	C\$ 120,00	30,00	C\$ 54.000,00	C\$ 648.000,00
Sopa de mariscos	tasa	10	C\$ 100,00	30,00	C\$ 30.000,00	C\$ 360.000,00
Vigoron	plato	15	C\$ 80,00	30,00	C\$ 36.000,00	C\$ 432.000,00
Sandwich	plato	15	C\$ 90,00	30,00	C\$ 40.500,00	C\$ 486.000,00
Burritos	plato	15	C\$ 90,00	30,00	C\$ 40.500,00	C\$ 486.000,00
Ceviche	tasa	15	C\$ 120,00	30,00	C\$ 54.000,00	C\$ 648.000,00
ingresos por alimentos					C\$ 754.500,00	C\$ 9.054.000,00

ingresos por alimentos					C\$ 754.500,00	C\$ 9.054.000,00
bebida	U.M.	cantidad por día	precio	total de días	al mes	Total anual
gaseosa	botella	90	C\$ 20,00	C\$ 30,00	C\$ 54.000,00	C\$ 648.000,00
refrescos naturales	vaso	60	C\$ 20,00	C\$ 30,00	C\$ 36.000,00	C\$ 432.000,00
jugo	lata	20	C\$ 20,00	C\$ 30,00	C\$ 12.000,00	C\$ 144.000,00
ingresos por bebidas						C\$ 1.224.000,00
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	
total de ingreso alimentos	C\$ 3.712.140,00	C\$ 4.074.300,00	C\$ 4.979.700,00	C\$ 5.432.400,00	C\$ 5.432.400,00	
total de ingresos bebidas	C\$ 501.840,00	C\$ 550.800,00	C\$ 673.200,00	C\$ 734.400,00	C\$ 734.400,00	
	41%	45%	55%	60%	60%	
totales	C\$ 4.213.980,00	C\$ 4.625.100,00	C\$ 5.652.900,00	C\$ 6.166.800,00	C\$ 6.166.800,00	
ingresos totales	C\$ 10.278.000,00	5to año				

Cronograma de ejecución

No.	ACTIVIDADES	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.
1	Presentación del tema a la facultad										
2	Aprobación del tema por la facultad										
3	Elaboración del protocolo										
4	Entrega y aprobación de protocolo										
5	Elaboración del marco teórico que sustente la investigación										
6	Aplicación de instrumentos, procesamiento y análisis										
7	Elaboración de informe , conclusiones y recomendaciones										
8	Entrega del borrador al tutor										
9	Integración de correcciones										
10	Impresión del informe final										
11	Entrega del informe final a facultad										
12	Defensa										