

Área de conocimiento Industria y Producción

# **Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita´s Bakery, departamento de Managua.**

Trabajo Monográfico para optar al título de  
Ingeniero Industrial

**Elaborado por**

Br. Dausny Rachell  
Cajina López  
Carnet: 2018-02231

Br. Cindy Magaly  
Cruz Rivera Carnet:  
2018-01131

**Tutor:**

Dr. Albert Lester  
Balmaceda Santamaría



## Dedicatoria

A Dios Todopoderoso, quien ha sido mi guía y refugio en los momentos más desafiantes de esta etapa de mi vida. Gracias por la fortaleza, el entendimiento y las bendiciones que me has concedido, permitiéndome alcanzar este logro tan significativo. Tu presencia en mi vida ha sido el faro que ha iluminado mi camino, recordándome siempre que, con fe y perseverancia, todo es posible. A mis padres, quienes han sido mi mayor ejemplo de esfuerzo, dedicación y amor incondicional.

Gracias por sus sabios consejos y por brindarme el apoyo necesario para superar cada obstáculo. Este logro no habría sido posible sin el sacrificio, el esfuerzo y el amor que han invertido en mi formación. Todo lo que soy y todo lo que logro se lo debo primeramente a Dios y a mis padres.

Br. Dausny Rachell Cajina López

## Dedicatoria

A mi mamá, mi mayor apoyo y ejemplo de valentía, quien con su amor incondicional y sus palabras alentadoras me ha impulsado a alcanzar cada una de mis metas. Gracias por enseñarme que no hay límites para los sueños cuando se persiguen con determinación y esfuerzo. Tus sacrificios y tu fortaleza han sido el motor que me ha permitido superar los momentos más difíciles de este camino. A mi hermana, mi compañera de vida, gracias por tu cariño, tus consejos y por estar siempre a mi lado, compartiendo mis alegrías y apoyándome en mis desafíos. A mi cuñado, por su ayuda y consejos y finalmente a mi tío Jaime, quien me apoyo en mis estudios. Ustedes son mi fortaleza y mi inspiración, y este logro es también un reflejo del amor y apoyo que siempre me han brindado.

Br. Cindy Magaly Cruz Rivera

## ÍNDICE GENERAL

<b>1. Introducción .....</b>	<b>1</b>
<b>2. Antecedentes.....</b>	<b>2</b>
<b>3. Justificación .....</b>	<b>3</b>
<b>4. Objetivos.....</b>	<b>4</b>
4.1 Objetivo general .....	4
4.2 Objetivos Específicos.....	4
<b>5. Marco teórico.....</b>	<b>5</b>
5.1 Pastelería .....	5
5.2 . Estudio de prefactibilidad .....	5
5.2.1 Estudio del entorno y del sector: .....	5
5.3 Estudio de mercado .....	6
5.3.1 El estudio de mercado .....	6
5.3.2 Análisis de la oferta y demanda.....	6
5.3.3 Oferta .....	7
5.3.4 Demanda.....	7
5.3.5 El análisis de la demanda.....	7
5.3.6 Precio .....	8
5.3.7 Promoción.....	8
5.3.8 Estrategia de introducción al mercado .....	8
5.3.9 Plaza o Distribución comercial.....	8
5.4 Estudio técnico .....	9
5.4.1 Localización .....	9
5.4.2 Macro localización .....	9
5.4.3 Micro localización.....	10
5.4.4 Ingeniería del proyecto .....	10

5.4.5	Aspecto Organizacional.....	10
5.5	Estudio financiero.....	10
5.5.1	Balance general.....	10
5.5.2	Amortización.....	11
5.5.3	Depreciación.....	11
5.5.4	El Valor Presente Neto (VPN o VAN).....	11
5.5.5	La Tasa Interna de Retorno (TIR).....	12
5.5.6	Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR).....	12
5.5.7	Periodo de Recuperación (PR).....	13
5.5.8	Costos Fijos.....	13
5.5.9	Costos Variables.....	13
<b>6.</b>	<b>Diseño metodológico.....</b>	<b>14</b>
6.1	Enfoque.....	14
6.2	Tipo de Estudio.....	14
6.3	Diseño.....	14
6.4	Población.....	14
6.5	Tipo de muestreo.....	14
6.6	Fuentes de información.....	15
6.7	Instrumentos de recolección de la información.....	15
6.8	Fuentes primarias.....	15
6.9	Fuentes Secundarias.....	16
6.10	Herramientas para el procesamiento de datos.....	16
6.11	Análisis de resultados.....	16
<b>Capítulo 1:</b>	<b>Estudio de mercado.....</b>	<b>18</b>
1.1.	Acerca del Servicio.....	18
1.1.1.	Descripción.....	18
1.1.2.	Nombre de la empresa.....	18
1.1.3.	Logo.....	19
1.1.4.	Misión.....	19
1.1.5.	Visión.....	19

1.2.	Identificación del Mercado .....	20
1.2.1.	Segmentación .....	20
1.2.1.1	Segmentación Geográfica .....	20
1.2.1.2	Segmentación demográfica .....	20
1.2.1.3	Comportamiento de compra .....	21
1.3	Selección de la muestra .....	21
1.3.1	Cálculo de la muestra .....	21
1.4	Análisis de datos .....	22
1.5	Análisis de la demanda .....	27
1.5.1	Demanda Total de Consumo .....	28
1.5.2	Consumo Aparente .....	28
1.6	Análisis de la oferta .....	29
1.6.1	Análisis de los competidores .....	29
1.6.2	Demanda Insatisfecha .....	32
1.6.3	Porcentaje de absorción .....	32
1.6.4	Análisis de la demanda real .....	33
1.7	Precio .....	34
1.8.	Canales de Distribución .....	35
1.8.1.	Estrategia de Publicidad .....	35
1.8.2.	Promoción .....	36
1.8.2.1.	Publicidad .....	36

**Capítulo 2: Estudio técnico ..... 38**

2.1	Localización.....	38
2.1.1	Macro localización .....	39
	Ubicación.....	39
2.1.2	Micro localización.....	41
2.2	Ingeniería del Proyecto .....	44
2.2.1	Flujo de proceso del servicio .....	45
2.2.2	Determinación de la maquinaria .....	46
2.2.3	Distribución del local .....	54
2.2.4	Estudio Organizacional .....	56

2.2.5	Estudio legal .....	66
<b>Capítulo 3:</b>	<b>Estudio Financiero.....</b>	<b>71</b>
3.1	Inversión inicial.....	71
3.1.1	Inversiones Fijas .....	71
3.1.2	Inversiones Diferidas .....	73
3.1.3	Capital de trabajo.....	75
3.1.4	Depreciación y Amortización diferida .....	95
3.1.5	Proyecciones de costos variables, gastos variables y costos fijo.....	98
3.1.6	Ingresos totales .....	99
3.1.6	Financiamiento de la inversión .....	103
3.1.7	Balance General .....	103
3.1.8	Estado de Resultados.....	104
3.1.9	Cronograma de Inversiones .....	107
<b>4.</b>	<b>Evaluación Financiera.....</b>	<b>109</b>
4.1	Introducción .....	109
4.2	Tasa mínima aceptable de rendimiento.....	110
4.3	Resultados de indicadores financieros .....	111
4.3.4	Indicadores financieros sin financiamiento.....	111
4.3.5	Indicadores financieros con financiamiento.....	112
4.4	Periodo de recuperación .....	112
4.4.1	Periodo de recuperación sin financiamiento .....	113
<b>5.</b>	<b>Conclusiones .....</b>	<b>115</b>
<b>6.</b>	<b>Recomendaciones .....</b>	<b>117</b>
<b>7.</b>	<b>Bibliografía .....</b>	<b>118</b>
<b>8.</b>	<b>Anexos .....</b>	<b>120</b>



## **Resumen ejecutivo**

Lupita's Bakery es una pastelería que consta de dos sucursales en operación, las cuales registran una demanda alta de pedidos y una oportunidad potencial de crecimiento. Por esta razón, se realiza un estudio de prefactibilidad para la apertura de una tercera sucursal en el departamento de Managua, abarcando el período 2025-2030.

Como primera etapa, se realizó un estudio de mercado con el fin de segmentar a los clientes potenciales y se definió un análisis de la oferta, análisis de la demanda, el modelo de comercialización y las estrategias de mercado para garantizar el éxito de la propuesta.

Como segunda etapa, se llevó a cabo un estudio técnico, en el cual se definieron los equipos y herramientas, infraestructura y costos fijos pertinentes para la operación de la nueva sucursal. Además, se estableció la estructura organizacional y el cumplimiento de los aspectos legales para garantizar el funcionamiento correcto de la sucursal conforme a la ley.

Posteriormente, se realizó un estudio financiero en el que se totalizó la inversión fija, inversión diferida, capital de trabajo, depreciación y amortización de activos, con el fin de evaluar el proyecto con financiamiento y sin financiamiento. Además, se llevó a cabo la proyección de ingresos para un período de seis años.

Finalmente se presenta la evaluación financiera, basado en indicadores como VPN, TIR, TMAR, el índice de rentabilidad (IR), y el período de recuperación (PR). Los resultados demuestran que la apertura de la tercera sucursal de Lupita's Bakery es viable porque sin financiamiento hay un periodo de recuperación de un año activo de funcionamiento.



## 1. Introducción

Las Micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyME) representan un papel crucial en lo que respecta a perspectivas de producción, empleo y crecimiento de cualquier sociedad, y Nicaragua no es la excepción. La pastelería Lupita's Bakery es una microempresa, con propósito de expandirse, es por eso que el objetivo de este trabajo monográfico es realizar un estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal en el departamento de Managua.

Durante las visitas realizadas a la pastelería ubicada en Altamira y las Colinas, se observó que había muchos pedidos, pero no se entregaban con la fluidez que demanda el alto volumen de cliente, es por esto que se realiza estudios, para analizar la viabilidad, rentabilidad del proyecto requerido.

Debido a esta situación se pueden perder posibles clientes los cuales están interesados en reservar, pero, ya que se cuenta con una sobredemanda es difícil poder abarcar todos los pedidos solicitados.

Al crear una tercera sucursal se espera, balancear el excedente de pedidos entre las tres sucursales, donde se pueda cumplir con la mejor eficiencia la producción y entrega de los pedidos, manteniendo los altos estándares de calidad en el producto y servicio al cliente.



## 2. Antecedentes

Lupita's Bakery, fue establecida por tres trabajadoras entusiastas que pudieron progresar en el desarrollo del negocio. Establecieron su primera pastelería en el año 2020 y está ubicada en las Cumbres de las Colinas, Managua. Debido a la necesidad de servir a la comunidad, la alta demanda de productos y pasteles de alta calidad, decidieron ampliar la pastelería, abriendo la segunda sucursal de Lupita's Bakery en el año 2022, pero esta vez ubicada en Altamira, Managua. La Pastelería Lupitas Bakery, cuenta con tres líneas de productos: pastelería, repostería y panadería. En la línea pastelera ofrecen: tortas personalizadas para toda ocasión, en la línea repostera: galletas, alfajores, pie de limón, empanadas, brownie, entre otras. Con respecto a la línea panadera, tienen variedad de panes tradicionales latinoamericanos, los 6 días de la semana.

Para el año **2018**, La crisis sociopolítica que inició en abril de 2018 afectó considerablemente al sector panadero. Las dificultades en la movilidad y circulación impactaron la producción y distribución del pan. Según Juan Pablo Estrada, presidente de la Cámara Nacional de Panificadores, en los supermercados de Managua "pan nacional no hay, lo poco que queda es pan extranjero". En el caso de los barrios, la industria está haciendo un poco y lo vende en sus sectores.

En el año **2020**, la pandemia de COVID-19 exacerbó las dificultades económicas para los panaderos. Roberto Morales, representante del gremio de panaderos "Ermis Morales", advirtió que se preveía que, a finales de ese año, el 70% de los negocios tendrían que cerrar debido al alza de más del 20% en los insumos necesarios para la elaboración del pan.

En **2024**, la Cámara Nicaragüense del Pan (CANIPAN) proyecta un crecimiento del 20% (Canal 2, 2024) en el sector, impulsado por la importación de más materia prima y el aumento de panaderías en todo el país. Juan Pablo Estrada, presidente de CANIPAN, destacó: "En cada esquina hay una panadería, en cada barrio hay una nueva panadería, ahí vemos el desarrollo de este sector".



### 3. Justificación

A lo largo de las distintas etapas del ciclo de vida de las Pymes, estas enfrentan situaciones cruciales que determinan su sostenibilidad, ya sea impulsando su crecimiento o llevando al declive en el mercado. Lupita's Bakery se encuentra en búsqueda de razones e información que le permitan tomar las mejores decisiones en cuanto a la apertura de una tercera sucursal, es ante esto que nace la necesidad de un estudio de prefactibilidad.

Actualmente, Lupita's Bakery enfrenta una limitación en su capacidad de producción: instalaciones pequeñas y, por ende, un pequeño número de maquinarias para aumentar la producción, lo que impide satisfacer la demanda creciente del mercado. En el caso de los pasteles, los cuales requieren un proceso de decoración y enfriado, actualmente se producen 6 pasteles por día en cada sucursal, lo que representa un total de 12 pasteles diarios. Esta producción se mantiene para garantizar la calidad, considerando la capacidad del personal en las sucursales actuales. Estos tienen que ser agendados con un tiempo anticipado de 48 horas, la organización de los pedidos se basa en la disponibilidad de cada sucursal, evaluando qué tan saturada está su agenda y cuál opción resulta más conveniente para los clientes. En algunos casos, cuando una sucursal no puede atender un pedido, la otra asume la producción para garantizar el servicio. Sin embargo, recientemente se ha observado que, incluso con esta estrategia, la demanda supera la capacidad de producción, lo que impide cubrir todos los pedidos.

Es importante destacar que, al abrir una nueva sucursal, Lupita's Bakery, podrá incrementar su capacidad de servicio, reducción de horas extras, evitar la saturación de los equipos de las otras sucursales, generar oportunidades de empleos, aumentar los ingresos y se puede diversificar la oferta. De igual manera crear una buena impresión ante los consumidores, al mostrar más de un solo local, que ofrezca un buen servicio y calidad.



## 4. Objetivos

### 4.1 Objetivo general

- Determinar la viabilidad de la apertura de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery en el departamento de Managua mediante un estudio de prefactibilidad.

### 4.2 Objetivos Específicos

- Cuantificar las variables mercadotécnicas de la nueva pastelería Lupita's Bakery a través de un estudio de mercado.
- Determinar la localización, tamaño óptimo, capacidad productiva, los procesos, instalaciones y equipos necesarios para la nueva pastelería Lupita's Bakery mediante un estudio técnico.
- Calcular la rentabilidad financiera de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery a través de indicadores financieros.



## 5. Marco teórico

El marco teórico es la recopilación de antecedentes, y consideraciones teóricas en las que se sustenta un proyecto de investigación, análisis, hipótesis o experimento.

### 5.1 Pastelería

El término pastelería se refiere al establecimiento donde se producen o se comercializan distintos tipos de alimentos dulces, como pasteles, tortas, tartas, facturas y otros. (Merino, 2024)

### 5.2 . Estudio de prefactibilidad

El estudio de prefactibilidad o anteproyecto. Este estudio profundiza el examen en fuentes secundarias y primarias en investigación de mercado, detalla la tecnología que se empleará, determina los costos totales y la rentabilidad económica del proyecto y es la base en que se apoyan los inversionistas para tomar una decisión. (Urbina, 2013).

#### 5.2.1 Estudio del entorno y del sector:

De acuerdo con (Mintzberg, 1999) , entorno es todo aquello que es ajeno a la empresa como organización; sin embargo, no es tan sencillo delimitar las fronteras sobre lo que es externo a la organización puesto que el entorno puede ser tan amplio como se quiera, por lo que una forma de acotar un poco dicho alcance sería reducirlo a todo aquello que tenga incidencia significativa en las estrategias de la empresa y que no puedan ser controlado por ella.

Se pueden aplicar cuatro importantes procesos para el análisis del entorno: exploración, vigilancia, acumulación de inteligencia competitiva y pronóstico (Dess, 2003).

**La exploración del entorno** ayuda a anticiparse a los cambios y las tendencias para poder establecer medidas proactivas.

**La vigilancia**, implica estar alerta a la evolución de las tendencias para detectar en forma temprana oportunidades y amenazas.



**La inteligencia competitiva**, por su parte, ayuda a entender mejor el entorno y a identificar las debilidades y las fortalezas de los competidores.

**El pronóstico del entorno**, se debe apoyar en los elementos anteriores para la construcción de proyecciones del comportamiento de las variables más impactantes para la empresa y sus efectos en el mediano y el largo plazo.

### 5.3 Estudio de mercado

Investigación que consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

#### 5.3.1 El estudio de mercado

Estudio de mercado se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado. (Urbina, 2013)

Según (Castro, 2009) Este estudio tiene como objetivo principal determinar si el producto y/o servicio que se pretende fabricar o vender será aceptado en el mercado, y si los consumidores están dispuestos a adquirirlos. Los productos o servicios deben ser modificados porque los consumidores los prefieren con características diferentes que las ostentan; por ello las empresas deben conocer con exactitud qué es lo que en realidad se demanda.

#### 5.3.2 Análisis de la oferta y demanda

El análisis de la oferta y la demanda es una de las tareas básicas de toda empresa. Saber qué ofrecer, a quién y a qué precio. Detectar cuál es la oferta de producto en un sector determinado y a qué tipo de demanda le estamos ofreciendo ese producto, es fundamental para fijar el precio del mismo, entre otras cosas. (Canive, 2020)



### 5.3.3 Oferta

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado (Urbina, 2013).

El análisis de la oferta tiene como finalidad establecer las condiciones y cantidades de un bien o servicio que se pretende vender en el mercado. La oferta es la cantidad de productos o servicios que se colocan a disposición del público consumidor (mercado) en determinadas cantidades, precios, tiempos y lugares. (Corvo, 2021)

La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etc. La investigación de campo que se haga deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrollará el proyecto (Urbina, 2013).

### 5.3.4 Demanda

Cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado (Urbina, 2013) .

### 5.3.5 El análisis de la demanda

El análisis de la demanda intenta entender y explicar la forma en la que los consumidores precisan ese producto o servicio ofertado. Toma en cuenta diferentes aspectos relevantes que se relacionan de forma directa con los llamados clientes o consumidores potenciales, que no son más que aquellas personas cuyos intereses y características los hacen merecedores del título de clientes ideales.

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. (Urbina, 2013)

La demanda está en función de una serie de factores, como la necesidad real que tiene el bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población y otros, por lo que el



estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias (Urbina, 2013).

### 5.3.6 Precio

Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio (Urbina, 2013).

#### 5.3.6.1 Análisis de los Precios

Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda es en equilibrio. También hay quien piensa que el precio no lo determina el equilibrio entre oferta y demanda, sino que consiste en el costo de producción más un porcentaje de ganancias. Quienes así piensan dejan de lado el hecho de que no es fácil aplicar un porcentaje de ganancia unitario, pues la tasa real de ganancia anual, que es un buen indicador del rendimiento de una inversión, varía con la cantidad de unidades producidas. (Urbina, 2013)

### 5.3.7 Promoción

Es la base de la mezcla del marketing y abarca varias actividades que sirven para acordarle al mercado que existe un producto, su principal propósito es influir en la mente del consumidor de manera positiva. (Paniagua Espinal, 2023)

### 5.3.8 Estrategia de introducción al mercado

Se apoya básicamente en una mezcla de estrategia publicidad-precio. Se puede elaborar el mejor producto del mundo en muchos sentidos, pero si sólo pocos consumidores lo conocen, la introducción al mercado se hará lenta. (Urbina, 2013).

### 5.3.9 Plaza o Distribución comercial

Es la disponibilidad del producto para que el cliente lo encuentre en el momento. Incluye el servicio prestado por canales de distribución y la logística en la gestión de pedidos, transporte y manejo de inventario. (Holguín, 2012).



## 5.4 Estudio técnico

Investigación que consta de determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal (Urbina, 2013)

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos

### 5.4.1 Localización

Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social). (Urbina, 2013)

El objetivo general de este punto es, por supuesto, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta (Urbina, 2013).

El estudio y análisis de la localización de los proyectos puede ser muy útil para determinar el éxito o fracaso de un negocio, ya que la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto no solo considera criterios económicos, sino también criterios estratégicos, institucionales, técnicos, sociales, entre otros. Por lo tanto, el objetivo más importante, independientemente de la ubicación misma, es el de elegir aquel que conduzca a la maximización de la rentabilidad del proyecto entre las alternativas que se consideren factibles.

### 5.4.2 Macro localización

Consiste en decidir la región más ventajosa donde se ubicará una empresa o negocio; describe la zona geográfica general en la que se va a encontrar un proyecto (Rubio, 2021). Las ciudades y las regiones surgen a través de la simbiosis de beneficios que se generan a partir de la agrupación de empresas y personas.



Tiene como finalidad encontrar la ubicación más favorable para el proyecto, determinando los indicadores socioeconómicos y características físicas más relevantes, de tal manera que cubra los requerimientos o exigencias que ayuden a disminuir los costos de inversión.

#### 5.4.3 Micro localización

Es la selección de un sitio específico que se encuentra en el área geográfica donde se establecerá el domicilio comercial de una empresa para ejecutar sus actividades comerciales (Euroinnova Formación, 2022)

#### 5.4.4 Ingeniería del proyecto

Su objetivo es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y la maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. En síntesis, resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta (Urbina, 2013).

#### 5.4.5 Aspecto Organizacional

Es la forma cómo se asignan las funciones y responsabilidades que tiene que cumplir cada miembro dentro de una empresa para alcanzar los objetivos propuestos. (S.C, 2022)

### 5.5 Estudio financiero

La parte del análisis económico 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 las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica. (Urbina, 2013).

#### 5.5.1 Balance general

En un proyecto de inversión es necesario formular el estado de situación financiera para conocer el monto de la inversión, determinar la cantidad de recursos que la actividad empresarial requerirá y establecer de dónde provendrán los recursos necesarios para la



adquisición de los activos que necesita el proyecto de inversión; incluso, se emplea para analizar el costo de financiamiento más conveniente y así establecer la estructura financiera (combinación de pasivos y capital contable) más adecuados para la operación del proyecto de inversión (Castro, 2009).

### 5.5.2 Amortización

En economía, el término amortización hace referencia a la reducción del valor de un activo o un pasivo con el paso del tiempo. La amortización es, por tanto, una forma de cuantificar la pérdida de valor de un bien o de una deuda. (Santander)

### 5.5.3 Depreciación

Es un concepto de contabilidad que se refiere a la pérdida de valor que un bien experimenta a lo largo de su vida útil. Este cálculo lo realizan todas las empresas con todos sus activos fijos, es decir, con los objetos y bienes que compra para aprovecharlos durante más de un año. (Gasbarrino, Hubspot, s.f.)

### 5.5.4 El Valor Presente Neto (VPN o VAN)

Incorpora el valor del dinero en el tiempo en la determinación de los flujos de efectivo netos del negocio o proyecto, con el fin de poder hacer comparaciones correctas entre flujos de efectivo en diferentes periodos a lo largo del tiempo. (Urbina, 2013)

$$VPN = -P + \sum_{t=1}^n \frac{FNE}{(1+i)^t} \quad (\text{ecuación 1})$$

Donde:

VPN = Valor presente neto.

P = Inversión inicial en el año cero.

FNE = Flujo neto de efectivo.

$i$  = Tasa de referencia que corresponde a la TMAR.

$n$  = Corresponde al año en que se genera el flujo de efectivo.

### **Criterios de Parámetro VPN o VAN**



$VAN > 0$  Se acepta el proyecto.

$VAN = 0$  Es indiferente.

$VAN < 0$  Se rechaza el proyecto

#### 5.5.5 La Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa de descuento con la que el valor actual neto (VAN) se iguala a cero o, dicho de otra manera, la tasa que iguala la suma del valor actual de los gastos con la suma del valor actual de los ingresos previstos (Urbina, 2013)

Una definición de TIR (tasa interna de rendimiento) es:

**La TIR es que hace el VPN = 0.**

$TIR > TMAR$  Se aceptan el proyecto.

$TIR = TMAR$  Es indiferente.

$TIR < TMAR$  Se rechaza el proyecto.

#### 5.5.6 Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR)

Es la tasa de crecimiento real de la empresa por arriba de la inflación. Esta tasa también es conocida como premio al riesgo, de forma que en su valor debe reflejar el riesgo que corre el inversionista de no obtener las ganancias pronosticadas y que eventualmente vaya a la bancarrota. (Urbina, 2013)

La TMAR es el porcentaje mínimo de retorno que el inversionista espera de su dinero, se utiliza para determinar la rentabilidad del proyecto y si resulta viable invertir en él.

$$TMAR = i + f + if \text{ (ecuación 2)}$$

Donde:

$i$ = premio al riesgo

$f$ = inflación



### 5.5.7 Periodo de Recuperación (PR)

Es un indicador que mide en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente. Puede revelarnos con precisión, en años, meses y días, la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial. (Esan, 2017)

$$\textit{Tiempo de Recuperación} = \frac{\textit{Inversión}}{\textit{Flujo Neto de Efectivo}} \textit{ (ecuación 3)}$$

### 5.5.8 Costos Fijos

Son los gastos que una empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación. Es decir, aquellos costos mensuales, bimestrales o anuales que debe cumplir sin importar su número de ventas alcanzadas. (Gasbarrino, 2023)

### 5.5.9 Costos Variables

Son aquellos costos que pueden variar dependiendo de la cantidad de bienes o servicios que una empresa produce. Esto significa que, cuanto mayor sea el volumen de producción, mayor será el valor de los costos variables. Los costos variables se modifican según la cantidad de unidades producidas. (Torres, 2023)



## 6. Diseño metodológico

### 6.1 Enfoque

Debido a que el propósito de este proyecto es evaluar las posibilidades de éxito del negocio Lupita's Bakery, a través de un estudio de prefactibilidad, esta investigación aborda dos enfoques:

Cuantitativo, porque se basa principalmente en datos numéricos recopilados para llevar a cabo las distintas etapas del trabajo. Así mismo se necesitan datos cualitativos para realizar actividades como el estudio del mercado, analizar las diferentes opiniones de los encuestados o consumidores, segmentación de mercado e identificación de las necesidades del cliente.

Con el objetivo de recopilar información necesaria para determinar la viabilidad de una tercera sucursal de la microempresa Lupita's Bakery, se realizarán análisis desde el punto de vista de mercado, técnico y financiero.

### 6.2 Tipo de Estudio

El tipo de estudio es aplicado, ya que se enfoca en la búsqueda de mecanismos y estrategias, para obtener buenos resultados, a través de datos e información necesarios para determinar la prefactibilidad de este proyecto.

### 6.3 Diseño

La investigación tendrá un alcance finito, ya que se realizará en el departamento de Managua, solo consideraremos datos e información correspondientes a pastelerías.

### 6.4 Población

En la población de estudio, se tomará como referencia a los habitantes que residan y transiten el distrito I de Managua.

### 6.5 Tipo de muestreo

La muestra de estudio será determinada a través de la aplicación de la fórmula estadística para determinar muestras de población finitas, la misma que se muestra a continuación:



$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q} \text{ (ecuación 4)}$$

Dónde:

N= Población total

Z= Distribución normalizada. Si Z = 1.96 el porcentaje de confiabilidad es de 95%

P= Proporción de aceptación deseada para el producto

q= Proporción de rechazo

E= Porcentaje deseado de error

## 6.6 Fuentes de información

Dada las características del tema a diagnosticar, la información se desarrollará mediante fuentes primarias, para recolección de información como cuestionarios y la entrevista. De igual manera se utilizará la información secundaria obtenida mediante internet, libros y documentos relacionado con el tema en estudio.

## 6.7 Instrumentos de recolección de la información

Los instrumentos a implementar serán las encuestas, cuestionario, guía de revisión documental, formulación y selección de estrategias y observación directa con el propósito de obtener datos e información válidos y confiables para su debido seguimiento y análisis.

## 6.8 Fuentes primarias

Las fuentes primarias son objetos, imágenes o documentos creados en un momento histórico que proporciona una mirada personal a un evento o periodo de tiempo.

Su contenido no ha sido evaluado, filtrado, alterado, modificado ni interpretado.

Ejemplo:

-Entrevista

-Cuestionarios



-Diarios

-Leyes

### 6.9 Fuentes Secundarias

Son creadas para interpretar, evaluar o resumir los objetos o documentos históricos.

Brindan información primaria reorganizada, extraída, interpretada o sintetizada.

Ejemplo:

-Libros

-Informes

-Monografías

### 6.10 Herramientas para el procesamiento de datos

Para la recopilación de información, se utilizarán herramientas tecnológicas, que serán los softwares siguientes:

**Excel:** Es un programa del tipo Hoja de Cálculo que permite realizar operaciones con números organizados en una cuadrícula.

Este nos será útil principalmente para la realización de los cálculos del estudio financiero.

### 6.11 Análisis de resultados

Se realizó un análisis de resultados, con los datos obtenidos de los estudios: mercado, técnico y financiero, para así establecerla factibilidad de la PYME Lupita's Bakery.



# CAPÍTULO 1

## ESTUDIO DE MERCADO





## Capítulo 1: Estudio de mercado

Con el presente estudio de mercado se busca evidenciar la demanda en el departamento de Managua por los productos de Lupita's Bakery. Los productos de la pastelería son sumamente solicitados en diferentes departamentos del país, lo que hace de este estudio un punto de partida crucial para la apertura de una tercera sucursal de Lupita's Bakery en la región.

El objetivo principal de este estudio es analizar tanto la oferta como la demanda de productos de pastelería en el mercado del Distrito I de Managua. Se pretende identificar las tendencias de consumo, preferencias de los clientes y la competencia existente en el sector, con el fin de proporcionar una base sólida para la planificación estratégica de Lupita's Bakery y optimizar su posicionamiento en el mercado.

### 1.1. Acerca del Servicio

#### 1.1.1. Descripción

Lupita's Bakery una pastelería, que se distingue por ofrecer un servicio completo que incluye entrega a domicilio. Nuestro equipo capacitado de reposteros y personal especializado garantiza una atención profesional y de calidad en la elaboración y entrega de nuestros productos dulces. Desde exquisitos pasteles hasta tentadoras galletas y panes frescos, nos comprometemos a brindar una experiencia deliciosa y conveniente en cada pedido. Confíe en Lupita's Bakery para endulzar sus momentos especiales con nuestra deliciosa variedad de productos.

#### 1.1.2. Nombre de la empresa

Lupita's Bakery toma su nombre en honor a la Virgen de Guadalupe, reflejando el compromiso de la propietaria con la calidad y la espiritualidad. Cada uno de sus postres transmite el amor asociado con esta devoción.



### 1.1.3. Logo



Fuente: Logo de Lupita's Bakery, todos los derechos reservados

Este logo tiene un diseño delicado y elegante, los colores suaves, como el fondo rosado y la tipografía cursiva en blanco, transmiten una sensación de dulzura, feminidad y calidez, lo cual refuerza la imagen de una pastelería que ofrece una experiencia personalizada y cercana a sus clientes.

### 1.1.4. Misión

En Lupita's Bakery nos encargamos de suplir las necesidades de nuestros clientes con exquisitas creaciones pasteleras, elaboradas con ingredientes frescos y de calidad. Nos esforzamos por ofrecer un servicio excepcional, creando momentos dulces y memorables para cada persona que entra por nuestras puertas. Nuestra misión es convertirnos en el destino preferido de aquellos que buscan satisfacer sus antojos de dulces con autenticidad y sabor inigualable, ya sea para celebraciones familiares, eventos corporativos o simplemente para disfrutar de un capricho dulce.

### 1.1.5. Visión

Buscamos convertirnos en un lugar de referencia tanto para eventos especiales como para momentos cotidianos, ofreciendo productos creativos y deliciosos que superen las expectativas de nuestros clientes. Nos esforzamos por ser líderes en nuestro sector, manteniendo siempre un compromiso sólido con la satisfacción del cliente y la comunidad a la que servimos.



## 1.2. Identificación del Mercado

### 1.2.1. Segmentación

La segmentación del mercado es una herramienta estratégica fundamental en el campo de la mercadotecnia, ya que facilita la optimización de recursos, la personalización de estrategias y la mejora de los resultados comerciales. (Jean-Pierre Lévy Mangin, 2004)

Dentro del estudio de segmentación del mercado para Lupita's Bakery, no solo se evaluaron factores como las características geográficas, segmentación demográfica y los hábitos de consumo de los clientes, sino que también se consideró la importancia de una ubicación estratégica para la apertura de una nueva sucursal.

#### 1.2.1.1 Segmentación Geográfica

El mercado objetivo de este proyecto se centra en el Distrito I de Managua, debido al notable dinamismo comercial de la capital del país. Para obtener información relevante sobre este segmento según los datos disponibles del VIII Censo de Población y IV de Vivienda de 2005, el Distrito I de Managua tenía una población de 182,553 habitantes. (INEDE, 2005)

**Tabla 1.1.** Población y superficie del Distrito I en 2020.

Distrito	Superficie	Población	
		Censo 2005	Estimación
I	46 km <sup>2</sup>	182,553	224,884

Fuente: Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE), 2020

#### 1.2.1.2 Segmentación demográfica

Los productos de la pastelería 'Lupita's Bakery' están dirigidos tanto a hombres como a mujeres, desde los 15 hasta los 60 años, sin importar la clase social. Con este rango demográfico tan amplio, la pastelería llega a una audiencia variada con preferencias y necesidades distintas



### 1.2.1.3 Comportamiento de compra

Se espera que los clientes de Lupita's Bakery realicen compras frecuentes debido a la variedad y calidad de los productos, que forman parte de su consumo diario. Para fortalecer esta relación y convertir a los clientes en compradores fieles, se implementarán estrategias de marketing que se detallarán más adelante.

## 1.3 Selección de la muestra

El mercado objetivo del presente estudio está delimitado por toda la población perteneciente al Distrito I del departamento de Managua entre las edades de 15 a 60 años independientemente del sexo o la clase social a la que pertenezcan.

Según el VIII Censo de Población y IV de Vivienda de 2005 (INEDE, 2005), el Distrito I de Managua contaba con una población total de 182,553 habitantes, por lo que haciendo las estimaciones en base a la tasa de crecimiento poblacional del 1.4% para dicho distrito se tiene como resultado una población aproximada para el año 2025 de 241,073 habitantes.

A través del VII Censo se pudo identificar que para el año 2005 la población de la edad de 15 a 24 años del Distrito I era del 20.3%, de 25 a 54 años de edad equivale a un 40.8% y por último de 55 a 60 años de edad se verifico un 2.8%, dando un total de habitantes de las edades de 15 a 60 años un 64% de la población total del distrito I.

Ahora al hacer los cálculos en base a la población aproximada para el año 2025 y el porcentaje de la población entre 15 a 60 años se obtiene un aproximado de 154,287 personas, los cuales conforman el mercado objetivo.

### 1.3.1 Cálculo de la muestra

Se selecciono el 63.95%, que equivalen a los que tienen la edad de 15 a 60 años teniendo como resultado un mercado objetivo de 154,287 habitantes.

El tamaño de la muestra estimado para encuestar a clientes actuales y visitantes de las sucursales es de **383 personas**.



Esto significa que cometiendo un error del 5%, se aplicarían un total de 383 encuestas a las personas que cumplen con las características significativas de este estudio.

#### 1.4 Análisis de datos

##### **Gráfico 1**

Se puede observar que, en el gráfico 1, el 21% de los encuestados indicó que no consumía productos de pastelería, mientras que el 79% respondió afirmativamente. Esto refleja una clara preferencia por los productos de pastelería entre la mayoría de los consumidores, lo que indica una demanda potencialmente alta para este tipo de productos.

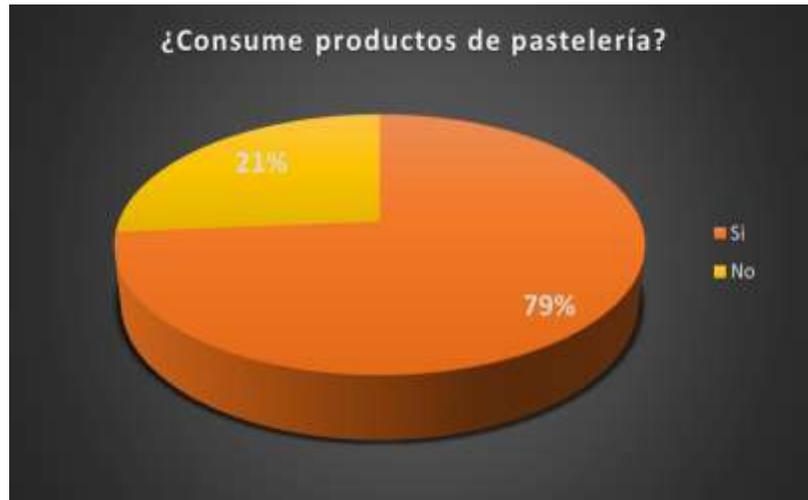


Gráfico 1. Consumo de producto  
Fuente: Elaboración propia.

##### **Gráfico 2**

Se puede apreciar que en el gráfico 2, el 21% de los encuestados consumen productos de pastelería diariamente, el 32% semanalmente, y el 47% mensualmente. Esto sugiere que hay una demanda significativa y constante de productos de pastelería, con un notable porcentaje de consumidores que los adquieren al menos una vez al mes.



Gráfico 2. Frecuencia de consumo  
Fuente: Elaboración propia.

### Gráfico 3

Se puede apreciar que en el gráfico 3, el 37% de los encuestados prefiere los pasteles, el 21% la repostería, el 5% las donas, y el 37% tiene preferencias variadas. Esto indica que los pasteles y la repostería son los productos más populares entre los encuestados, mientras que las donas tienen una menor preferencia. Además, la variedad en las preferencias sugiere que una oferta diversificada puede atraer a un mayor número de consumidores.



Gráfico 3. Preferencia de consumo.  
Fuente: Elaboración propia.



#### **Gráfico 4**

Se puede apreciar que en el gráfico 4, el 21% de los encuestados compra productos de pastelería para eventos especiales, mientras que el 79% lo hace para consumo propio. Esto indica que la mayoría de los consumidores adquieren productos de pastelería para su consumo diario o familiar, mientras que una menor proporción los compra para ocasiones especiales.



Gráfico 4. Motivo de compra.  
Fuente: Elaboración propia.

#### **Gráfico 5**

Se puede apreciar que en el gráfico 5, el 84% de los encuestados realiza sus compras en puntos de venta físicos, el 5% a través de pedidos telefónicos, y el 11% mediante redes sociales. Esto indica que la mayoría de los consumidores prefieren acudir a establecimientos físicos para realizar sus compras planificadas, aunque existe una minoría que utiliza métodos modernos como las redes sociales y los pedidos telefónicos para adquirir sus productos.



Gráfico 5. Gestión de pedidos.  
Fuente: Elaboración propia

### Gráfico 6

En el gráfico 6 se observa que, el 82% de los encuestados indicó que estaría dispuesto a comprar productos de Lupita's Bakery, mientras que el 18% respondió negativamente. Este resultado muestra una alta disposición de los consumidores hacia los productos de la marca, lo que sugiere una demanda positiva y un potencial de mercado favorable para Lupita's Bakery.





Gráfico 6. Compra de productos.  
Fuente: Elaboración propia

### Gráfico7

Se puede apreciar que en el gráfico 7, el 68% de los encuestados prefiere recibir publicidad a través de TikTok, el 26% mediante Instagram, y el 5% por Facebook. Esto indica que las redes sociales, especialmente TikTok, son los canales preferidos para la recepción de publicidad, mientras que Facebook tiene una menor aceptación entre los encuestados.



Gráfico 7. Publicidad.  
Fuente: Elaboración propia

### Gráfico 8

En el gráfico 8, se puede apreciar que el 68% de los encuestados prefiere que la nueva sucursal de Lupita's Bakery esté cerca de Metrocentro, el 21% opta por una ubicación cerca de Galerías santo domingo, y el 11% elige Bello Horizonte. Esto indica que la mayoría de los consumidores consideran que la cercanía a Metrocentro es la opción más favorable, posiblemente debido a la alta afluencia de personas y la mayor visibilidad que ofrece esta ubicación.



Gráfico 8. Ubicación ideal para la nueva sucursal  
Fuente: Elaboración propia.

### 1.5 Análisis de la demanda

Para poder calcular la demanda es necesario conocer los datos de la población del Distrito I del departamento de Managua. Esta información se obtiene del Censo poblacional realizado por el INIDE en el año 2005, en donde se estima un crecimiento poblacional del 1.4% en la zona urbana. Además, tomaremos en consideración que aproximadamente el 64% de la población del Distrito I, se encuentra entre el rango de 15 a 60 años. Tomando en cuenta esa tasa de crecimiento y el porcentaje del rango de edades que se está estudiando, se logró calcular la siguiente proyección para el período 2025-2029 (Ver tabla).

**Tabla 1.2.** Pronostico poblacional del Distrito I del departamento de Managua.

Año	Total, de población
2025	241,073
2026	244,448
2027	247,870
2028	251,340
2029	254,859

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de INIDE



**Tabla 1.3.** Pronostico poblacional del Distrito I del departamento de Managua entre los 15 y 60 años.

<b>Año</b>	<b>Total, de población</b>
2025	154,287
2026	156,447
2027	158,637
2028	160,858
2029	163,110

Fuente: Elaboración propia

### 1.5.1 Demanda Total de Consumo

Para calcular la demanda total de consumo de repostería y pasteles, se hizo uso de la población total del estudio y de los resultados de la encuesta, la cual refleja que el 79% de los encuestados consumen productos de pastelería. A continuación, se refleja en la tabla:

**Tabla 1.4.** Demanda de consumo de productos de pastelería en el Distrito I, departamento de Managua

<b>Año</b>	<b>Total, de población</b>	<b>Personas que consumen productos 79%</b>
2025	154,287	121,886
2026	156,447	123,593
2027	158,637	125,323
2028	160,858	127,078
2029	163,110	128,857

Fuente: Elaboración propia

### 1.5.2 Consumo Aparente

Para calcular la demanda total de consumo de pasteles, se hizo uso de la encuesta realizada en donde se preguntó la cantidad de pastel que consumen al año, el cual sería un total de 1/2 libra al año. Al proyectar la cantidad de pasteles consumidos para el período del 2025 al 2029, da como resultado la siguiente tabla:



**Tabla 1.5.** Demanda de consumo de pasteles (Distrito I)

<b>Año</b>	<b>Personas que consumen productos</b>	<b>Total, de productos en libras</b>
2025	121,886	182,830
2026	123,593	185,389
2027	125,323	187,985
2028	127,078	190,616
2029	128,857	193,285

Fuente: Elaboración propia

## 1.6 Análisis de la oferta

El análisis de la oferta para la prefactibilidad de una tercera sucursal de Lupita's Bakery en el Distrito I, implica evaluar la capacidad actual y potencial de la empresa para proporcionar productos de panadería y repostería en la zona.

### 1.6.1 Análisis de los competidores

En el Distrito I de Managua, varias pastelerías ofrecen productos similares a los de Lupita's Bakery, lo que constituye una competencia directa para la posible expansión de la panadería. A continuación, se presenta un análisis de los competidores más relevantes en la zona:

Pastelería Sampson se encuentra en una ubicación estratégica, cerca de áreas residenciales y comerciales, lo que le permite captar un flujo constante de clientes. Con años de experiencia, esta pastelería tiene una base de clientes fieles, especialmente en la venta de productos de panadería y pastelería tradicional. Sin embargo, podría estar más enfocada en la venta masiva y no necesariamente en la personalización de productos.

Pastelería Margarita, localizada en el barrio Los Robles, se especializa en banquetes, panadería y pastelería. Su enfoque en la elaboración de productos para eventos y celebraciones le permite destacarse en un nicho de mercado específico. Aunque tiene una buena reputación en la zona, su oferta está centrada en la panadería de alto



volumen, lo que podría ser una debilidad si no se adapta a las tendencias actuales del mercado, como los pasteles personalizados o productos con mayor valor agregado.

Por su parte, Pastelería Hilda, situada en la Pista de la Resistencia, es conocida por su amplia variedad de productos de panadería y repostería. Sin embargo, a pesar de su reconocimiento en el área, su enfoque podría ser más tradicional, lo que no le permite captar la demanda de productos innovadores o personalizados.

Pastelería Quequelandia, ubicada cerca del Gancho de Camino, se distingue por su especialización en pastelería artesanal. Su clientela suele buscar productos de alta calidad y, en muchos casos, personalizados.

La Casa del Pan, situada en Los Robles, ofrece productos tradicionales de panadería, pero también se dedica a la elaboración de pasteles especiales para eventos.

Pastelería Dulce Secreto se destaca por su enfoque en la pastelería artesanal y personalizada, un segmento que probablemente atrae a una clientela que busca productos únicos.

Resumen en la siguiente tabla los competidores (Ver tabla).

**Tabla 1.6.** Pastelerías y su ubicación

<b>Pastelería</b>	<b>Ubicación</b>
<b>Pastelería Sampson</b>	Planes de Altamira, I Etapa, km 4½ Carretera a Masaya, del Tip-Top 200 mts al suroeste
<b>Pastelería Margarita</b>	Barrio Los Robles, del Hotel Colón, 1 cuadra al sur, 1/2 cuadra abajo.
<b>Pastelería Hilda</b>	Pista de la Resistencia, Managua.
<b>Pastelería Quequelandia</b>	Semáforo Gancho de Camino, 1/2 cuadra al lago.
<b>La Casa del Pan</b>	Los Robles, de Invercasa 3 cuerdas al norte.
<b>Pastelería Dulce Secreto</b>	Portón principal del autolote El Chele, media cuadra al lago, media abajo.

Fuente, elaboración propia



**Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery,  
departamento de Managua.**

Este análisis se basa en factores como la ubicación, la antigüedad, el tamaño y la especialización de cada pastelería.

A continuación, se muestra tabla de una estimación, de la participación de cada pastelería:

**Tabla 1.7.** de porcentaje de la producción de pastelerías en el Distrito I

<b>Pastelería</b>	<b>Aproximación de Participación en Producción (%)</b>
<b>Pastelería Sampson</b>	20%
<b>Pastelería Margarita</b>	15%
<b>Pastelería Hilda</b>	10%
<b>Pastelería Quequelandia</b>	12%
<b>La Casa del Pan</b>	13%
<b>Pastelería Dulce Secreto</b>	10%
<b>Total</b>	<b>80%</b>

Fuente: Elaboración propia

Para el cálculo de la oferta se utilizará dicho valor y la demanda calculada anteriormente, dando como resultado la siguiente formula:

Oferta total= (demanda total consumo) (% participación de las empresas)

La oferta para el período del 2025 al 2029 se refleja en la siguiente tabla:



**Tabla 1.8.** Oferta pronosticada

<b>Año</b>	<b>Personas que consumen productos</b>	<b>Total, de productos en libras</b>
2025	97,509	146,264
2026	98,874	148,311
2027	100,258	150,388
2028	101,662	152,493
2029	103,085	154,628

Fuente: Elaboración propia

### 1.6.2 Demanda Insatisfecha

La identificación de la demanda insatisfecha implica entender las necesidades y preferencias del mercado objetivo que actualmente no están siendo completamente atendidas por los competidores existentes.

La aplicación para esta demanda se da por la siguiente ecuación y los resultados se reflejan en la tabla:

**Demanda insatisfecha o potencial = Demanda total – Oferta total (ecuación3)**

**Tabla 1.9.** Demanda Insatisfecha

<b>Año</b>	<b>Personas</b>	<b>Total, de productos en libras</b>
2025	24,377	36,566
2026	24,719	37,078
2027	25,065	37,597
2028	25,416	38,123
2029	25,771	38,657

Fuente: Elaboración propia

### 1.6.3 Porcentaje de absorción

El porcentaje de absorción se refiere a los distintos criterios de competitividad que las empresas, sin importar su tamaño, presupuesto o mercado objetivo, emplean para



expandir rápidamente su participación en el mercado. Para lograrlo, implementan diversas estrategias competitivas, las cuales se clasifican según el público al que están dirigidas.

Tabla 1.9. Participación de mercado

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

Fuente: [https://emprendedor.com/wp-content/uploads/2021/08/tabla\\_plan\\_paso\\_jul11.jpg](https://emprendedor.com/wp-content/uploads/2021/08/tabla_plan_paso_jul11.jpg)

Dado que la demanda insatisfecha está compuesta por diversas pequeñas empresas que ofrecen productos similares, se ha determinado que el porcentaje de absorción será del 15%. La estrategia inicial se centrará en participar dentro de este segmento, permitiendo un crecimiento progresivo en el mercado. Al mismo tiempo, se implementarán acciones para atraer a más clientes potenciales y fortalecer la presencia de la empresa de manera sostenida.

#### 1.6.4 Análisis de la demanda real

Tabla 1.10. Demanda real

Año	Personas que consumen productos 82%	Total, de productos en libras	Demanda Real en libras (10%)
2025	126,515	189,772	18,977
2026	128,286	192,429	19,243



**Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery,  
departamento de Managua.**

2027	130,082	195,123	19,512
2028	131,903	197,855	19,785
2029	133,750	200,625	20,062

Fuente: Elaboración propia

## 1.7 Precio

### Metodología para el Cálculo de Precios de los Productos de Lupita's Bakery

Para determinar los precios de venta de los productos de Lupita's Bakery, se utilizó la siguiente metodología:

1. **Determinación de los Costos de Producción:** Se identificaron todos los costos directos e indirectos asociados con la producción de cada producto. Esto incluyó los costos de los ingredientes, la mano de obra, y los costos operativos como electricidad y gas.
2. **Cálculo del Costo Total por Producto:** Se sumaron todos los costos directos e indirectos para obtener el costo total de producción de cada producto. Por ejemplo, el costo total de producción de los alfajores fue de C\$ 10.
3. **Añadir el Margen de Beneficio:** Se añadió un margen de beneficio al costo total para determinar el precio de venta. El margen de beneficio varió según el tipo de producto y la estrategia de mercado. Para los alfajores, se aplicó un margen de beneficio del 50%, resultando en un precio de venta de C\$ 15.
4. **Comparación con la Competencia:** Se compararon los precios calculados con los precios de la competencia para asegurarse de que fueran competitivos y atractivos para los clientes. Este análisis ayudó a ajustar los precios cuando fue necesario.

A continuación, se presenta una tabla con los costos y precios calculados para cada producto:



**Tabla 1.11. Precios**

<b>Productos</b>	<b>Costo Total (C\$)</b>	<b>Margen de Beneficio</b>	<b>Precio de Venta (C\$)</b>
Alfajores	10	50%	15
Torta de elote	176	20%	211
Mini flan	100	50%	150
Cheesecake	100	50%	150
Quiche de Jamón y queso	60	50%	90
Mega Roll de Canela	139.50	50%	209.25
Pasteles personalizados (4 oz)	333	50%	500
Pyrex de Pio V ½ lb	367	50%	550
Torta de rompopo	250	50%	375

Fuente, elaboración propia

## 1.8. Canales de Distribución

Para la tercera sucursal de Lupita's Bakery en Managua, los canales de distribución jugarán un papel crucial en asegurar que los productos lleguen frescos y de manera eficiente a los clientes. Se utilizarán canales directos, como la venta en tienda física, donde los clientes podrán disfrutar de una experiencia de compra completa, y la entrega a domicilio, que permitirá alcanzar a aquellos consumidores que prefieren la conveniencia de recibir sus productos en casa. Además, se considerará la inclusión en plataformas de entrega de alimentos en línea, ampliando así el alcance y la accesibilidad de los productos. Estos canales ayudarán a maximizar la cobertura del mercado y satisfacer las diversas preferencias de los clientes.

### 1.8.1. Estrategia de Publicidad

La estrategia de publicidad para Lupita's Bakery se centrará en aumentar la visibilidad de la nueva sucursal y atraer a nuevos clientes, destacando la calidad y el sabor único



de sus productos. Se utilizará una combinación de publicidad tradicional y digital. La publicidad tradicional incluirá anuncios en radio local, mientras que la publicidad digital se enfocará en redes sociales, como Facebook, TikTok e Instagram, utilizando anuncios pagados y publicaciones orgánicas para llegar a un público más amplio y diverso.

### 1.8.2. Promoción

Las estrategias de promoción serán clave para generar interés y atraer a los clientes a la nueva sucursal de Lupita's Bakery. Se planificarán eventos de apertura, como descuentos exclusivos durante la primera semana, para incentivar la visita de nuevos clientes. Además, se implementarán programas de lealtad y tarjetas de fidelidad que recompensen a los clientes recurrentes con descuentos y productos gratuitos. Colaboraciones con influencers locales y Blogger gastronómicos, también se explorarán para aumentar el alcance y la visibilidad de la marca entre un público más amplio.

#### 1.8.2.1. Publicidad

La publicidad de Lupita's Bakery se centrará en resaltar la calidad y los ingredientes frescos utilizados en sus productos. Se desarrollarán campañas creativas que muestren el proceso de elaboración y el amor puesto en cada producto, creando una conexión emocional con los consumidores.

Los anuncios en redes sociales y plataformas digitales serán visualmente atractivos y contendrán testimonios de clientes satisfechos. Se buscará mantener una presencia constante y atractiva en los medios locales, asegurando que la marca Lupita's Bakery sea reconocida y valorada por su compromiso con la calidad y la satisfacción del cliente.



# CAPÍTULO 2

## ESTUDIO TÉCNICO





## Capítulo 2: Estudio técnico

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

El estudio técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal (Urbina, 2013)

### **Relación de Tamaño del Proyecto y el Mercado**

El mercado es un factor influyente en el tamaño del proyecto, ya que debe satisfacer las necesidades y demandas reales de los consumidores.

Dado este hallazgo, es crucial considerar la demanda insatisfecha al diseñar el proyecto, ya que representa una oportunidad de mercado para satisfacer necesidades no cubiertas actualmente. Esto podría implicar ajustes en el tamaño del proyecto, la gama de productos o servicios ofrecidos, así como la estrategia de comercialización y distribución, para asegurar que se satisfagan las necesidades del mercado objetivo de manera efectiva.

#### 2.1 Localización

La localización adecuada de la empresa que se creará con la aprobación del proyecto puede determinar el éxito o fracaso de un negocio. Por ello, la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto obedece no solo a criterios económicos, sino también estratégicos, institucionales e, incluso, de preferencias emocionales.

Con todos ellos, sin embargo, se busca determinar aquella localización que maximice la rentabilidad del proyecto. (Hill, 2008)

En términos estratégicos, la ubicación de la nueva sucursal de Lupita's Bakery debe ser accesible para los clientes potenciales y estar en una zona que facilite la distribución



eficiente de productos o servicios. Además, es importante considerar la competencia en la zona y la capacidad de destacar frente a ella.

Se efectuó la selección de la macro localización del proyecto a través de un análisis inicial de las diversas áreas de la ciudad de Managua, optando por aquella que mejor se adapte a las demandas del mercado y a los requisitos del proyecto.

Durante el análisis de micro localización, se examinaron criterios clave como la proximidad al mercado, la accesibilidad y costos asociados con la mano de obra y el terreno, así como la disponibilidad de servicios básicos. Estos elementos serán determinantes para identificar la opción óptima de ubicación para el proyecto.

### 2.1.1 Macro localización

La ubicación del proyecto, a nivel macro, es el Distrito I. Se tomaron en cuenta los resultados de las encuestas, el 68 % de los encuestados respondió que prefería una ubicación cercana a Metrocentro y el 21% Galerías Santo Domingo.

## Ubicación

### **Distrito I<sup>1</sup>**

**Limita al norte:** Con el lago de Managua.

**Limita al sur:** Con el municipio de El Crucero

**Limita al este:** Con los Distritos IV y V

**Limita al oeste:** Con los Distritos II y III. Del Km. 9.5 carretera a Masaya hacia el noroeste.

El Distrito I comprende el antiguo centro histórico de Managua, donde se encuentra el Teatro Rubén Darío, el Palacio de la Cultura, la antigua Catedral de Managua; y el nuevo

---

<sup>1</sup> Normas Jurídicas de Nicaragua; REORGANIZACIÓN DE LOS DISTRITOS DE MANAGUA Y SU CORRESPONDIENTE DELIMITACIÓN,  
[http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/%28\\$All%29/CB601E7A823CA0F2062576C600548A12?OpenDocument#:~:text=El%20Distrito%20I%2C%20limita%20al,los%20Distritos%20II%20y%20III.&text=Del%20Km.,a%20Masaya%20hacia%20el%20noroeste.](http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/%28$All%29/CB601E7A823CA0F2062576C600548A12?OpenDocument#:~:text=El%20Distrito%20I%2C%20limita%20al,los%20Distritos%20II%20y%20III.&text=Del%20Km.,a%20Masaya%20hacia%20el%20noroeste.)



centro principal de la ciudad en la zona de la Carretera a Masaya, de Metrocentro hacia Camino de Oriente.

Este distrito cobra mucha relevancia por la cantidad e importancia de la infraestructura y de edificios comerciales, de servicios institucionales, ya que en él se encuentra la mayor parte de las instituciones ministeriales y autónomas del gobierno central, como la Asamblea Nacional, Consejo Supremo Electoral, Ejército de Nicaragua, Policía Nacional, Sistema Nacional para la Prevención, Instituto Nicaragüense de Cultura, Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC), Ministerio de Hacienda y Crédito Público, La Gaceta, Dirección General de Ingresos (DGI), entre otras.

En el distrito se encuentra ubicado el mercado más grande a nivel nacional, el Mercado Oriental, que es compartido con el Distrito IV. Este mercado es un gran generador de empleos y el de mayor afluencia de comerciantes alrededor de 10,000 clientes diarios; en él se comercializa al por mayor y menor, desde productos perecederos hasta electrodomésticos y dentro del mismo existen fábricas donde se elaboran productos como ropa y en madera.

También se encuentran 3 centros comerciales de referencia nacional como lo son Metrocentro, Galerías Santo Domingo y Plaza Inter, otro punto comercial de importancia en el distrito es el sector de Plaza España y Camino de Oriente.

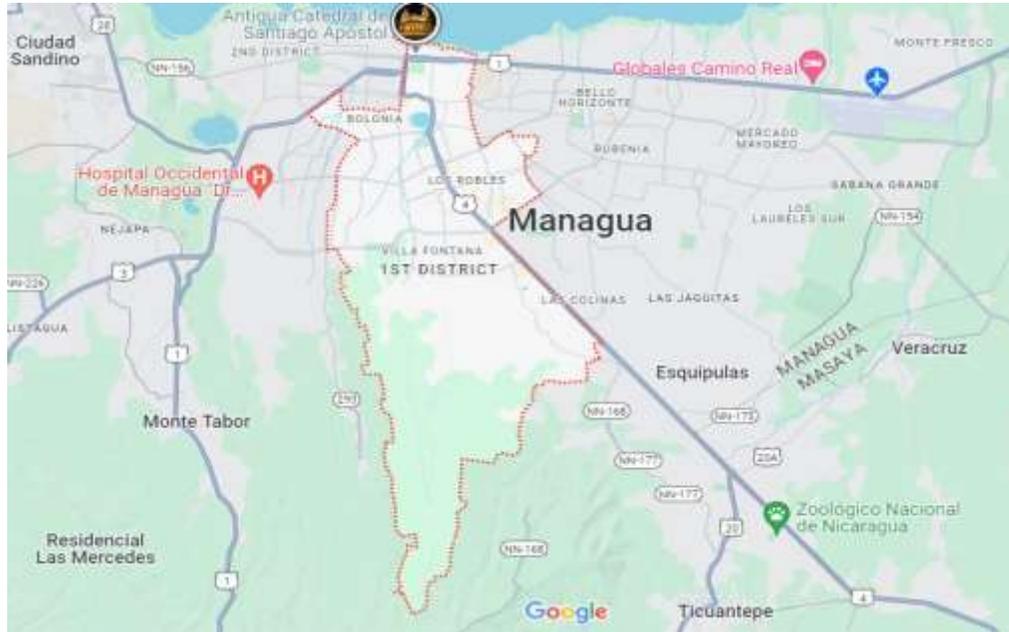
En este distrito se concentran los principales hoteles de Managua, como el Hotel Intercontinental, Holiday Inn, Barceló, Crowne Plaza, Princess, Seminole, entre otros; y existen aproximadamente 18 gasolineras.

En este territorio se ubica el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE), el Banco Produzcamos y las casas matrices de los principales bancos del país.

## **Ubicación geográfica del Distrito I (Localización a nivel macro 1)**



## Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery, departamento de Managua.



Fuente: Google Maps

### 2.1.2 Micro localización

Se utilizó un enfoque cualitativo por puntos para evaluar los factores que impactan en la elección de la ubicación ideal para la tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery. Este análisis contempló los Robles, Reparto San Juan y Bolonia, sitios que forman parte del Distrito I referente a la localización a nivel macro 1, tomando en consideración aspectos como accesibilidad al transporte, seguridad y disponibilidad de servicios, entre otros.

**Tabla 2.1.** Matriz de Decisión de Localización de Lupita's Bakery.

1	Valor más bajo
5	Valor más alto

Fuente, elaboración propia



Barrios		Los Robles		Reparto San Juan		Bolonia	
Factores	Peso asignado	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Presencia de competidores	0.2	3	0.6	2	0.4	3	0.6
Servicios básicos	0.15	5	0.75	5	0.75	4	0.6
Seguridad del área	0.15	5	0.75	4	0.6	5	0.75
Cercanía del mercado objetivo	0.3	5	1.5	5	1.5	3	0.9
Precio de alquiler	0.1	3	0.3	4	0.4	3	0.3
Disponibilidad y variedad de alquileres	0.1	4	0.4	2	0.2	3	0.3
Total	1		4.3		3.85		3.45

Fuente, elaboración propia

Presencia de competidores: Conlleva a una ampliación del conocimiento por parte de los clientes, al ofrecer como una alternativa disponible en el mismo espacio, lo que a su vez genera más posibilidades de promoción con el fin de establecer rápidamente en el mercado.

La presencia de servicios básicos y la seguridad del área son imprescindibles para el inicio de operaciones comerciales, aspecto esencial también en términos económicos, además la ubicación del negocio debe garantizar un ambiente seguro tanto para clientes como para los colaboradores.

Cercanía del mercado objetivo: Es crucial que la ubicación de la empresa facilite estar cerca de los potenciales clientes, lo que resulta en la disminución de los gastos de transporte y en tiempos de respuesta más rápidos para ofrecer el servicio.

Precio de alquiler: Es un factor importante porque puede tener un impacto significativo en el presupuesto y la rentabilidad de una empresa o individuo. Es un gasto recurrente que debe ser considerado en relación con otros costos y posibles ingresos. Una decisión



informada sobre el alquiler puede contribuir a una gestión financiera más efectiva y a una mejor planificación a largo plazo.

Disponibilidad y variedad de alquileres: Hace referencia a la cantidad y variedad de opciones de locales comerciales en cada barrio, considerando diferentes tamaños, precios y ubicaciones dentro de la zona.

Al aplicar los criterios la localización óptima es el distrito I, en el sector de los Robles.

La elección de establecer un local en la zona de Los Robles se justifica por varios motivos importantes; entre ellos, la proximidad a los consumidores, seguridad del área y disponibilidad de alquileres.

En primer lugar, la cercanía a los consumidores es un factor clave. Estar ubicado en Los Robles permitiría estar más accesible para los clientes potenciales, lo que facilitaría la captación de su atención y aumentaría las posibilidades de ventas. La conveniencia y la accesibilidad son aspectos fundamentales para los consumidores, y al estar cerca de ellos, se puede ofrecer un mejor servicio y una experiencia de compra más satisfactoria.

Los Robles es una zona reconocida por su alto nivel de seguridad, lo que representa una ventaja clave para la operación del negocio. Su entorno está compuesto por establecimientos comerciales, oficinas y residencias de nivel medio-alto, lo que contribuye a un ambiente más seguro y controlado. Además, la presencia de vigilancia privada en muchos de los comercios y locales comerciales refuerza la tranquilidad tanto para los clientes como para los empleados.

Uno de los aspectos que convierte a Los Robles en una opción muy atractiva para abrir un nuevo local es la amplia variedad de alquileres comerciales disponibles. En esta zona, se pueden encontrar desde pequeños espacios perfectos para tiendas especializadas hasta locales más amplios que se adaptan a diversas necesidades comerciales.



## Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery, departamento de Managua.

Además, la rotación y disponibilidad de alquileres en Los Robles supera la de Reparto San Juan y Bolonia, lo que ofrece una mayor selección para elegir un espacio que se ajuste a las demandas específicas de cada negocio en cuanto a tamaño, precio y ubicación.

Ubicación geográfica de los Robles (Localización a nivel micro 1)



Fuente: Google Maps

### 2.2 Ingeniería del Proyecto

El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.<sup>2</sup>

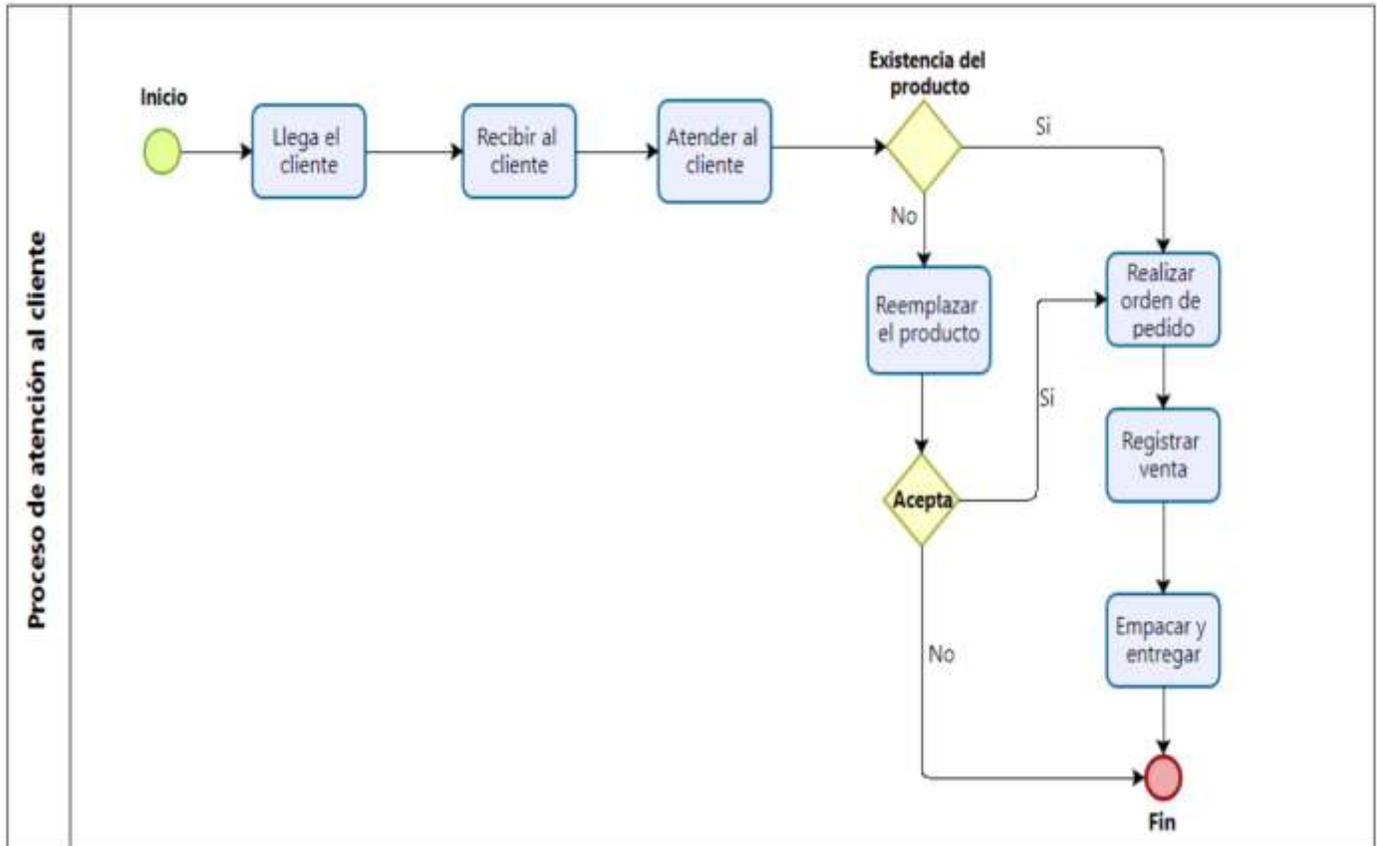
<sup>2</sup> Baca Urbina; Evaluación de Proyectos 7ma edición; McGraw Hill;2013;112



### 2.2.1 Flujo de proceso del servicio

#### Diagrama Número 1 – Diagrama de flujo del servicio

El diagrama ilustra el proceso de atención al cliente, desde su llegada hasta la entrega del producto.



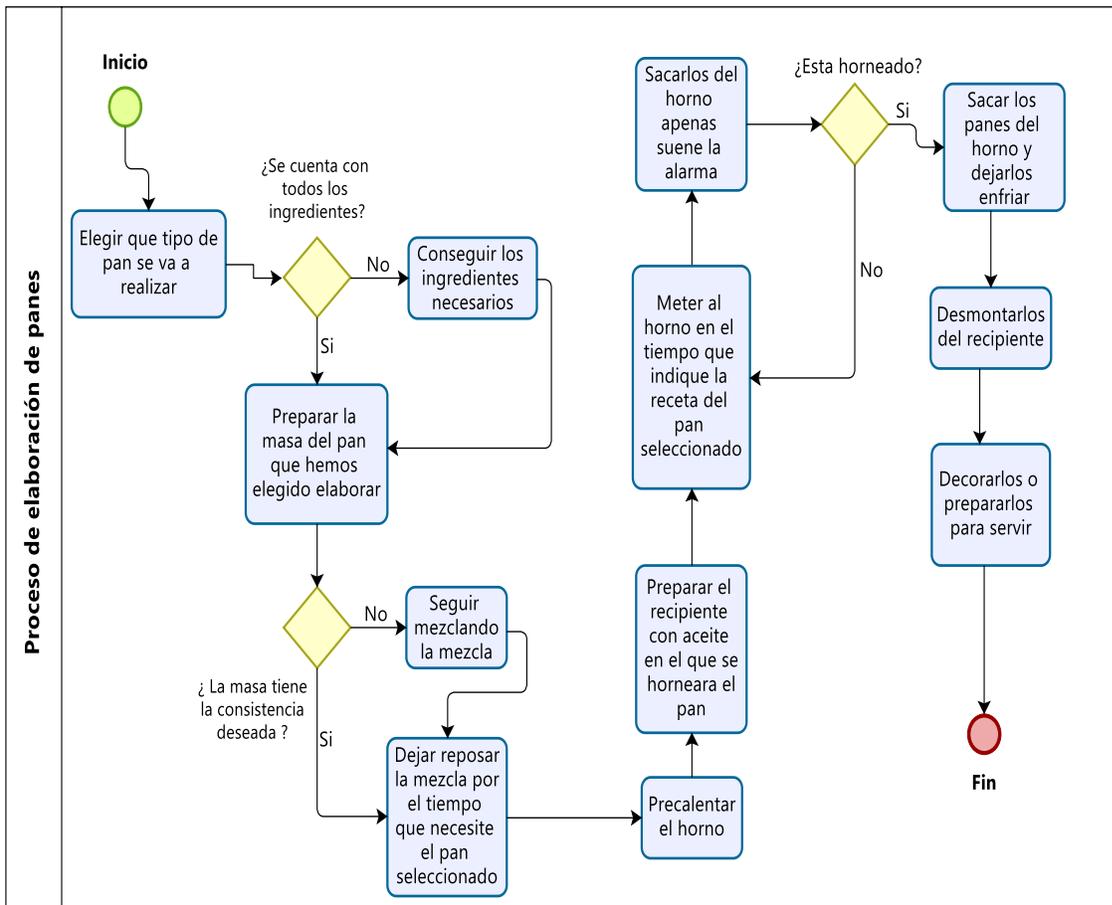
Fuente, elaboración propia



## Diagrama Número 2 – Diagrama de flujo de proceso de elaboración de pan /pasteles

El diagrama presenta el proceso de elaboración de los panes, desde la confirmación de los ingredientes del pan a elaborar hasta el producto finalizado y decorado.

Fuente, elaboración propia



### 2.2.2 Determinación de la maquinaria

#### 2.2.2.1 Determinación de los equipos, herramientas y utensilios de la pastelería Lupita's Bakery

Elegir los equipos y herramientas adecuados es esencial para ayudar a los colaboradores y mejorar el resultado final del servicio. Por lo tanto, se han seleccionado los equipos que, tras revisar las cotizaciones respectivas, ofrecen la mejor calidad al costo más apropiado para nuestras necesidades (Ver anexo número 1).



### 2.2.2.1.1 Equipos principales para el área de producción

**Tabla 2.2.** Horno industrial de convección

<p><b><u>Horno industrial de convección:</u></b> son equipos que utilizan varias combinaciones de convección y vapor para cocinar térmicamente los alimentos. La principal ventaja de ellos es la facilidad de uso y el ahorro de energía que ofrecen.</p>	
<p><b>Especificaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Capacidad:</b> 6 bandejas.</li><li>• Vaporizador a Gas.</li><li>• 110V/60Hz/1Ph</li></ul>	
<p><b>Cantidad requerida:</b> 2</p>	
<p><b>Precio Unitario:</b> C\$ 15,000</p>	

Fuente, elaboración propia

**Tabla 2.3.** Batidora

<p><b><u>Batidoras:</u></b> Su función es batir y mezclar la materia prima necesaria para elaborar los productos.</p>	
---	--



<b>Especificaciones:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Capacidad: 3.5 litros.</li><li>• Cuenta con cinco velocidades.</li><li>• Potencia de 250 watts, tensión de 120 voltios.</li><li>• Recipiente en material de plástico color negro/plata.</li><li>• Marca: Black + Decker</li></ul>	
<b>Cantidad requerida:</b> 1	
<b>Precio Unitario:</b> C\$3,799.00	

Fuente, elaboración propia

**Tabla 2.4. Cocina**

<b>Cocina:</b> Su principal función es la cocción de los alimentos e insumos para los productos de repostería. En estas se cocinarán los rellenos para los diferentes tipos de repostería, las mieles, manjares y postres.	
<b>Especificaciones:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Consta de 6 quemadores.</li><li>• Medida: 30 pulgadas.</li><li>• Cocina de gas.</li><li>• Marca: Mabe.</li></ul>	
<b>Cantidad requerida:</b> 1	
<b>Precio Unitario:</b> C\$10,199.	

Fuente, elaboración propia



Tabla 2.5. Mantenedora

<p><b>Mantenedora:</b> Su propósito principal es preservar en frío los productos acabados, la materia prima y las masas preparadas para prevenir su deterioro.</p>	
<p><b>Especificaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Enfriador vertical mediano de 1 puerta de vidrio</li><li>• <b>Color:</b> Gris</li><li>• <b>Capacidad:</b> 11 pie cúbicos o 306 litros</li><li>• 3 parrillas incluidas tipo LC incluidas.</li><li>• <b>Marca:</b> Fogel</li><li>• <b>Dimensiones:</b> Alto x Fte x Fondo (cm): 169.1 x 54.9 x 60.5 Alto x Fte x Fondo (Pulg): 66 9/16 x 21 5/8 x 23 13/16</li></ul>	
<p><b>Cantidad requerida:</b> 1</p>	
<p><b>Precio Unitario:</b> C\$32,292.00</p>	

Fuente, elaboración propia

Tabla 2.6. Licuadora

<p><b>Licuadora:</b> Este popular utensilio de cocina sirve para batir, licuar y mezclar de manera rápida y uniforme diferentes alimentos creando deliciosas recetas de sopas, salsas, purés, licuados, entre otros.</p>	
<p><b>Especificaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Capacidad: 1.5 Litros</li><li>• Alto: 41 cm</li></ul>	



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ancho: 17 cm</li> <li>• Material de las cuchillas: Acero inoxidable</li> <li>• Material del vaso: Vidrio</li> <li>• Voltaje: 120 V</li> </ul>	
<p><b>Cantidad requerida: 1</b></p>	
<p><b>Precio Unitario: C\$1,959</b></p>	

Fuente, elaboración propia

**Tabla 2.7.** Utensilios requeridos para las operaciones

Suministros	Cantidad	Precio Unitario(C\$)
Juego de sartenes (18-22-24cm)	3	C\$590.00
Moldes de aluminio de 1/2 lb	3	C\$184.06
Moldes de aluminio de 1 lb	3	C\$331.30
Juego de ducas para decorar pasteles	1	C\$461.61
Cuchillo	1	C\$85.00

Fuente, elaboración propia

**2.2.2.1.2 Equipos y suministros principales para el área de administración.**

**Tabla 2.7.** Silla ejecutiva

<p><b>Silla Semi Ejecutiva:</b> Ideal para usos en recepción, para la secretaria, operativa o bien en las salas de reuniones de trabajo.</p>	
<p><b>Especificaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brazos fijos</li> </ul>	



<ul style="list-style-type: none"><li>• Ajuste de altura</li><li>• Base de 5 rodos</li><li>• Peso sugerido hasta 250 lbs</li></ul>	
<b>Cantidad requerida:</b> 1	
<b>Precio Unitario:</b> C\$2,746.82	

Fuente, elaboración propia

**Tabla 2.8.** Abanico

<p><b>Abanico:</b> Es un dispositivo que impulsa y mueve el aire gracias al giro de aspas. Estos aparatos se usan para ventilar ambientes, desplazar gases y refrigerar distintos elementos.</p>	
<b>Especificaciones:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Capacidad:</b> 3 Velocidades</li><li>• <b>Alto (cm)</b> 134.62</li><li>• <b>Ancho (cm)</b> 38.1</li><li>• <b>Peso (kg)</b> 4.54</li></ul>	
<b>Cantidad requerida:</b> 2	
<b>Precio Unitario:</b> C\$1,999.00	

Fuente, elaboración propia



**Tabla 2.9.** Computadora

<p><b><u>Computadora:</u></b> Una computadora básicamente es un dispositivo cuya principal función es la de procesar grandes cantidades de información en forma veloz y precisa, y que realiza este procedimiento gracias a una serie de elementos de hardware y software.</p>	
<p><b>Especificaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Resolución:</b> 1 920 x 1 080</li> <li>• <b>Tipo de pantalla:</b> Cristal líquido</li> <li>• <b>Sistema operativo:</b> Windows 11 Home</li> <li>• <b>Ancho:</b> 32.4000 cm</li> <li>• <b>Altura:</b> 5.3000 cm</li> <li>• <b>Voltaje:</b> 12.0000 V</li> <li>• <b>Memoria RAM:</b> 4.0000 GB</li> <li>• <b>Tamaño de la pantalla:</b> 128.0000 GB</li> </ul>	
<p><b>Cantidad requerida:</b> 1</p>	
<p><b>Precio Unitario:</b> C\$13,799.95</p>	

Fuente, elaboración propia

**Tabla 2.10.** Escritorio

<p><b><u>Escritorio:</u></b> Es un tipo de mueble y una clase de mesa. Es usado frecuentemente en el entorno de trabajo y de oficina, para leer,</p>	
--	--



escribir sobre él, para usar utensilios sencillos como lápiz y papel o complejos como una computadora	
<b>Especificaciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Dimensiones:</b></li> <li>• <b>Altura:</b> 110cm</li> <li>• <b>Ancho:</b> 111.5cm</li> <li>• <b>Profundidad:</b> 51</li> </ul>	
<b>Cantidad requerida:</b> 1	
<b>Precio Unitario:</b> C\$4,200.00	

Fuente, elaboración propia

**Tabla 2.11.** Suministros principales para el área de administración.

Artículos	Cantidad	Precio Unitario(C\$)
Grapas (Caja)	1	C\$27.37
Engrapadora	1	C\$280.37
Tijera	1	C\$27.37
Lapiceros (Caja 12 unidades)	1	C\$107.75

Fuente, elaboración propia

### 2.2.2.1.3 Equipos y utensilios principales para el área de venta.

**Tabla 2.12.** Equipos para el área de venta.

Equipo	Cantidad	Precio Unitario(C\$)
Microonda	1	C\$ 2,950.00
Mesa de aluminio	3	C\$2,072.69
Sillas de aluminio	3	C\$1,281.70
Vitrina de Aluminio	1	C\$5,200.00
Vitrina refrigerada	1	C\$177,387.64

Fuente, elaboración propia

**Tabla 2.13.** Utensilios principales para el área de venta.



<b>Utensilio</b>	<b>Cantidad Estimada Mensual (30 días) (unidades)</b>	<b>Cantidad Estimada Anual</b>	<b>Precio Unitario(C\$)</b>	<b>Precio anual (C\$)</b>
Platos medianos	900	10800	C\$0.89	C\$9,612.00
Servilletas de papel	1500	18000	C\$0.23	C\$4,140.00
Bolsas de gabacha	600	7200	C\$0.66	C\$4,752.00
Cucharas plásticas	750	9000	C\$0.79	C\$7,110.00
Tenedores plásticos	600	7200	C\$0.57	C\$4,104.00
Contenedor de estereofón	450	5400	C\$3.73	C\$20,142.00
<b>Total</b>				<b>C\$49,860.00</b>

Fuente, elaboración propia

### 2.2.3 Distribución del local

Una buena distribución de planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptable y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores. (Gabriel Baca Urbina, 2010, p.94)

Pastelería Lupita's Bakery incluye varias áreas, las cuales son el área de venta, el área de administración, área de cocina, zona de almacenamiento y baño.

#### 2.2.3.1 Cálculo de las áreas de la empresa

Se presenta la siguiente tabla con todas las áreas de la nueva sucursal de la pastelería Lupita's Bakery, destacando que las divisiones dentro del local a alquilar las presenta actualmente.

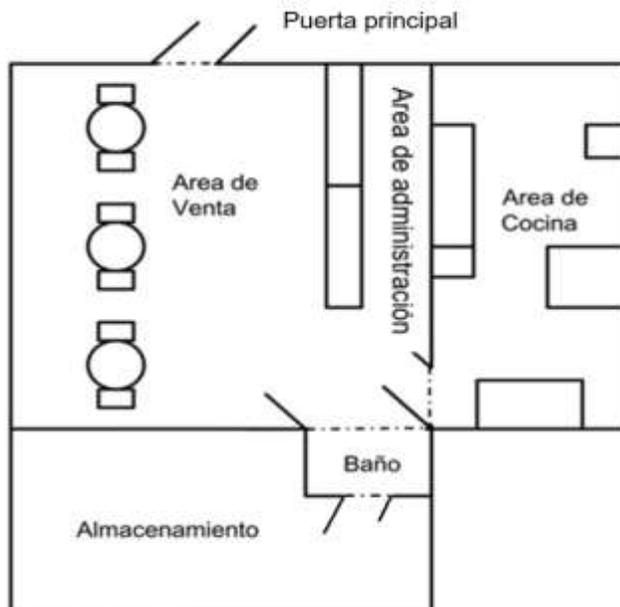


**Tabla 2.14.** Áreas de la pastelería

Zona	Largo (m)	Ancho (m)	Área (m2)
Área de venta	5.10	3.80	19.38
Área de almacenamiento	3.18	3	9.54
Baño	2.15	1.29	2.77
Área de Cocina	3.80	2.89	10.98
Área de Administración	1,50	0,73	1.09
Total			43.76

Fuente, elaboración propia

### 2.2.3.2 Diagrama de Distribución de Planta



Fuente, elaboración propia



## 2.2.4 Estudio Organizacional

El objetivo del estudio organizacional es presentar los criterios analíticos que permitan enfrentar en mejor forma el análisis de los aspectos organizacionales de un proyecto y la información requerida.<sup>3</sup>

La fuerza laboral es un recurso crucial para la ejecución del proyecto. Por ello, es fundamental determinar y evaluar el tipo de personal necesario para el proyecto, así como sus salarios según las tareas que desempeñen. Además, se debe incluir un organigrama, una descripción de los puestos y sus funciones, y los gastos administrativos, todo lo cual es esencial para el análisis económico y financiero posterior.

### 2.2.4.1 Valores

Lupita's Bakery presenta los siguientes valores:

- **Calidad:** Ofrecer productos de alta calidad, elaborados con ingredientes frescos y de primera categoría.
- **Honestidad:** Los colaboradores deben actuar con transparencia durante todo el proceso de ejecución del trabajo asignado.
- **Respeto:** Durante el desempeño de sus funciones, los colaboradores exhiben cortesía y amabilidad.
- **Compromiso:** La empresa debe comprometerse responsablemente a entregar los trabajos según los términos acordados con el cliente.

---

<sup>3</sup> Sapag Chain; Preparación y evaluación de proyectos; McGraw Hill; 1989, p. 167.



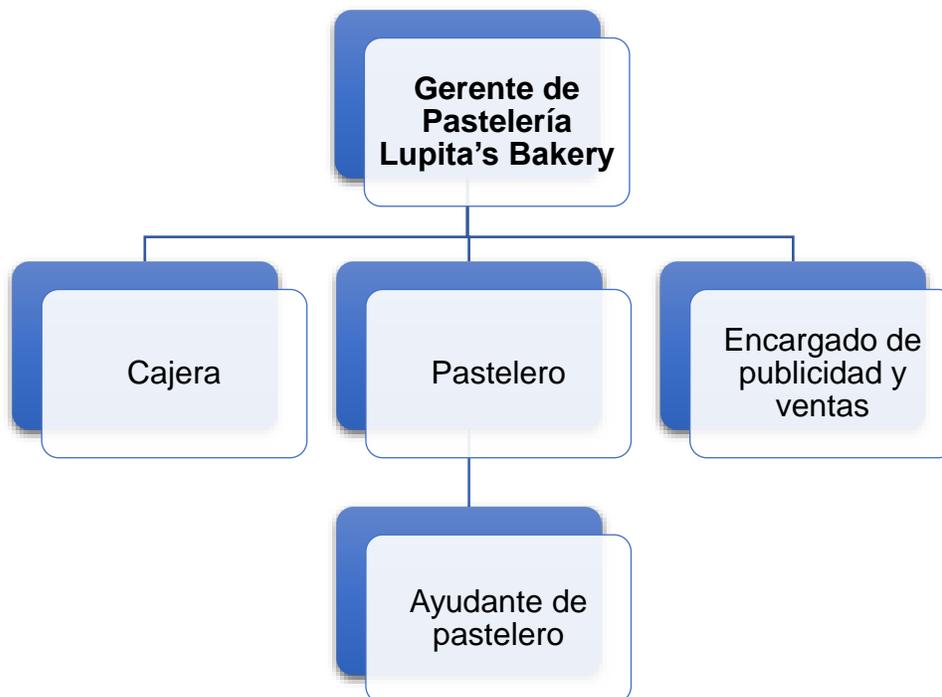
### 2.2.4.2 Organigrama

El organigrama es un resumen o diagrama que representa la estructura de una entidad, empresa o proyecto. Colocar un cargo en el organigrama implica especificar su nivel jerárquico, el departamento al que pertenece, a quién reporta, a quién supervisa y las posiciones con las que mantiene relaciones de colaboración.

Para el proyecto se tomará en cuenta la presentación o disposición gráfica por lo cual se utilizará el tipo vertical ya que proporcionan líneas claras de autoridad y una envergadura estricta de control, lo que puede conducir a la alta eficiencia de operación.

La estructura organizacional de la nueva sucursal de la pastelería Lupita's Bakery está conformada de acuerdo al servicio que se ofrecerá.

### 2.2.4.3 Organigrama de la empresa



Fuente, elaboración propia



#### 2.2.4.4 Requerimiento del personal

Tabla 2.15. Requerimiento del personal

Cargo	No. de empleados	Horario de lunes a viernes	Horario de día Sábado
Gerente de Pastelería Lupita's Bakery	1	8 am – 5 pm	8 am – 12 pm
Cajera	1	8 am – 5 pm	8 am – 12 pm
Pastelero	1	8 am – 5 pm	8 am – 12 pm
Ayudante de pastelero	1	8 am – 5 pm	8 am – 12 pm 8 am – 12 pm
Encargado de publicidad y ventas	1	8 am – 5 pm	8 am – 12 pm

Fuente, elaboración propia

Se respeta el horario del almuerzo y se trabaja de lunes a viernes, con medio día de trabajo los sábados.

#### 2.2.4.5 Descripción de perfil de cargos

##### 2.2.4.5.1 Estructura de ficha ocupacional

Tabla 2.16. Requerimiento del personal

Puesto: Indica el nombre preciso del cargo.
Propósito general: Define la razón principal por la cual existe el cargo dentro de una organización.
Requisitos: Define los requisitos deseables para el cargo.
Funciones del cargo: Detalla las funciones y responsabilidades de la persona que está en dicho cargo.
Condiciones de trabajo: Señala que el empleado debe cumplir con los estándares de seguridad y trabajar en un entorno saludable y adecuado para el correcto desempeño de sus tareas y responsabilidades.

Fuente, elaboración propia



Tabla 2.17. Funciones de la propietaria de Lupita's Bakery

<b>Gerente de Pastelería Lupita's Bakery</b>
<b>Propósito general:</b> Supervisar y llevar a cabo todos los movimientos realizados en el negocio.
<b>Requisitos:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Educación: Administración de empresas o carreras afines.</li><li>2. Experiencia: 2 años en puestos similares.</li><li>3. Aptitudes: Iniciativa, ingenio, responsabilidad, creatividad, tener criterio para resolver cualquier problema que se presente.</li></ol>
<b>Funciones del cargo:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Supervisar al personal, mobiliario e infraestructura.</li><li>2. Preparar y ejecutar presupuesto.</li><li>3. Llevar control de caja cuando sea necesario.</li><li>4. Tomar las decisiones más importantes de la empresa, tanto de índole económico como estratégicas.</li></ol>
<b>Condiciones de trabajo</b> Ambiente: condiciones apropiadas. Seguridad: Poca peligrosidad.

Fuente, elaboración propia

Tabla 2.18. Funciones de la Cajera

<b>Cajera</b>
<b>Propósito general:</b> Llevar el control de las entradas y salidas del dinero.
<b>Requisitos:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Educación: Técnica, caja y computación.</li><li>2. Experiencia: 1 a 2 años en puestos similares.</li><li>3. Aptitudes: Responsabilidad, honestidad, integridad.</li></ol>
<b>Funciones del cargo:</b>



1. Facturar las ventas realizadas por los clientes.
2. Realizar cierre de caja al final de la jornada laboral.
3. Llevar el control de cartera y cobro.
4. Despachar la orden del cliente una vez se facture el producto.

**Condiciones de trabajo**

Ambiente: condiciones apropiadas.

Seguridad: Poca peligrosidad.

Fuente, elaboración propia

**Tabla 2.19.** Funciones de Encargado de publicidad y ventas

<b>Encargado de publicidad y ventas</b>
<b>Propósito general:</b> Desarrollar e implementar estrategias publicitarias efectivas y dirigir las actividades de ventas para aumentar la visibilidad de la marca y lograr los objetivos comerciales de la empresa.
<b>Requisitos:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Educación: Marketing y publicidad.</li><li>2. Experiencia: 2 a 3 años en puestos similares.</li><li>3. Aptitudes: Creatividad, habilidades de comunicación, conocimiento del mercado, gestión del tiempo.</li></ol>
<b>Funciones del cargo:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Gestión de redes sociales: Administrar y actualizar las cuentas de redes sociales de la pastelería para atraer y mantener a los clientes.</li><li>2. Atención al cliente: Interactuar con los clientes para recibir feedback, resolver dudas y asegurar una excelente experiencia de compra.</li><li>3. Análisis de ventas: Monitorear y analizar las ventas para identificar tendencias y oportunidades de mejora.</li><li>4. Desarrollo de estrategias de precios: Establecer precios promocionales y descuentos para aumentar las ventas.</li></ol>
<b>Condiciones de trabajo</b> <p>Ambiente: condiciones apropiadas.</p>



Seguridad: Poca peligrosidad.

Fuente, elaboración propia

**Tabla 2.20.** Funciones del Pastelero

<b>Pastelero</b>
<b>Propósito general:</b> Elaborar productos de pastelería de alta calidad, creativos y deliciosos, utilizando técnicas adecuadas y ingredientes frescos, con el fin de satisfacer las expectativas y necesidades de los clientes y contribuir al éxito y reputación del establecimiento.
<b>Requisitos:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Educación: Educación formal en pastelería, panadería o artes culinarias en una escuela culinaria o a través de programas de formación específicos.</li><li>2. Experiencia: 1 a 2 años en puestos similares.</li><li>3. Aptitudes: Creatividad, atención al detalle, responsabilidad, higiene y orden.</li></ol>
<b>Funciones del cargo:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Preparar una amplia variedad de productos, como pasteles, galletas, empanadas, pan, etc. siguiendo recetas tradicionales y modernas.</li><li>2. Decorar los pasteles utilizando diferentes glaseados, coberturas, etc. para garantizar que su presentación sea atractiva e interesante.</li><li>3. Controlar las existencias de los ingredientes de repostería, como harina, azúcar, etc. y hacer los pedidos adecuados dentro del presupuesto.</li><li>4. Mantener una estación de cocina limpia y ordenada, y cumplir los estándares de salud y seguridad.</li></ol>
<b>Condiciones de trabajo</b> Ambiente: condiciones apropiadas. Seguridad: Poca peligrosidad.

Fuente, elaboración propia



Tabla 2.21. Funciones del Ayudante de Pastelero

<b>Ayudante de Pastelero</b>
<b>Propósito general:</b> Apoyar al pastelero principal en la preparación, elaboración y decoración de productos de pastelería, asegurando la calidad y presentación de los productos finales, y contribuyendo al funcionamiento eficiente y efectivo de la cocina de pastelería.
<b>Requisitos:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Educación: Conocimientos prácticos de pastelería o repostería.</li><li>2. Experiencia: 1 año en puestos similares.</li><li>3. Aptitudes: Responsabilidad, aprendizaje continuo, colaboración.</li></ol>
<b>Funciones del cargo:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Mantener el área y utensilios de pastelería limpios, para cumplir con las normas de salubridad e higiene establecidas por la empresa y los entes reguladores.</li><li>2. Colaborar con el pastelero principal en diversas tareas relacionadas con la repostería, como la preparación de rellenos, glaseados y decoraciones.</li><li>3. Ayudar en la supervisión de la calidad de los productos, garantizando que se cumplan los estándares de sabor, textura y presentación.</li></ol>
<b>Condiciones de trabajo</b> Ambiente: condiciones apropiadas. Seguridad: Poca peligrosidad.

Fuente, elaboración propia

#### 2.2.4.6 Método de evaluación con puntos

La técnica es analítica: las partes componentes de los puestos son comparadas empleando factores de valuación. También es una técnica cuantitativa; es decir, se



atribuyen valores numéricos (puntos) a cada elemento del puesto y se obtiene el valor total mediante la suma de estos valores numéricos (cuenta de puntos).<sup>4</sup>

El método de evaluación por puntos se fundamenta en el análisis de puestos y requiere los siguientes pasos:

- Elección de los factores de evaluación

Los factores de evaluación son los mismos factores de especificaciones escogidos para el programa de análisis de cargos. En general, los factores de evaluación se clasifican en cuatro grupos de factores:

**Requisitos intelectuales:** Exigencias de los cargos en cuanto a las características intelectuales de los ocupantes.

**Requisitos físicos:** Exigencia de los cargos en cuanto a las características físicas del ocupante.

**Responsabilidades implícitas:** Exigencias de los cargos en cuanto a aquellos por lo que el ocupante debe responder

**Condiciones de trabajo:** Condiciones físicas bajo las cuales el ocupante desempeña el cargo.

### **Ponderación de los factores de evaluación**

Es la asignación de un valor específico a cada factor, conocido técnicamente como "peso", para determinar su importancia relativa y su impacto en el valor de los puestos.

Para ponderar se debe de tomar en cuenta:

- Se pondera en base a 4 factores genéricos de acuerdo al orden de importancia:

1) Habilidad.

---

<sup>4</sup> Chiavenato Idalberto; Administración del Recurso Humano; Mc Graw-Hill; 2007; p. 295



- 2) Esfuerzo
  - 3) Responsabilidad
  - 4) Condiciones de trabajo
- Asignar valores ponderados a factores genéricos según su grado de importancia relativa.
  - Repartir peso de factores genéricos entre sus factores específicos.
  - Detallarlos en el gráfico de salarios y establecer una línea de sueldos.

### Crear la escala de puntos:

Una vez finalizada la ponderación de los factores, la siguiente etapa consiste en asignar valores numéricos (puntos) a los distintos grados de cada factor. En general, el grado más bajo de cada factor (grado A) se corresponde con el valor del porcentaje de ponderación. Estos valores ponderados sirven como base para crear la escala de puntos y constituirán el valor en puntos para el grado A de cada factor. Establecidos los valores numéricos (puntos) para el grado A de cada factor, el siguiente paso es asignar puntos a los grados B, C, D, E y así sucesivamente. Esto implica establecer una progresión de puntos a lo largo de los diversos grados de cada factor.

**Tabla 2.22.** Escala de puntos.

Factores	Grado					
	Peso	A	B	C	D	E
<b>Requisitos intelectuales:</b>						
Instrucción básica	15%	15	30	45	60	75
Experiencia	15%	15	30	45	60	75
Iniciativa e ingenio.	15%	15	30	45	60	75
<b>Esfuerzo</b>						
Físico	9%	9	18	27	36	45
Mental	5%	5	10	15	20	25
<b>Responsabilidad por:</b>						
Supervisión de personal	11%	11	22	33	44	55
Material o equipo	5%	5	10	15	20	25



**Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery,  
departamento de Managua.**

Método o procesos	5%	5	10	15	20	25
Información confidencial	5%	5	10	15	20	25
<b>Condiciones de trabajo</b>						
Ambiente de trabajo	10%	10	20	30	40	50
Riesgos	5%	5	10	15	20	25
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>300</b>	<b>400</b>	<b>500</b>

Fuente, elaboración propia

Para la asignación de puntos, se utilizó la distribución de puntos en progresión Aritmética.

Ahora, los valores en puntos se han convertido en valores monetarios. Para establecer el rango de puntos correspondiente a cada nivel salarial, se calcula el gradiente de crecimiento de la siguiente manera:

$$G = \frac{\text{Punto más alto} - \text{punto más bajo}}{\# \text{ de niveles salariales}} \text{ (ecuación 5)}$$

$$G = \frac{500 - 100}{5}$$

$$G = 80$$

El rango de intervalo es 80.

El salario correspondiente para cada nivel se establecerá con la fórmula del gradiente de crecimiento de salario mensual:

Según la comisión nacional del salario mínimo en el acta de acuerdo vigente hasta 28 de febrero del 2026 el salario mínimo para el sector de la industria manufacturera es de C\$ 8,000.46 (Ver anexo número 3).

$$g = \frac{\text{Salario máximo} - \text{Salario mínimo}}{\# \text{ niveles del organigrama} - 1} \text{ (Ecuación 6)}$$



$$g = \frac{11,467 - 8,000.46}{5 - 1}$$

$$g = 866.64$$

**Tabla 2.23.** Niveles salariales

<b>Niveles Salariales</b>	<b>Rangos de puntos</b>	<b>Salario mensual C\$/Mes</b>
<b>I</b>	100-180	8,000.46
<b>II</b>	181-260	8,867.1
<b>II</b>	261-340	9,733.74
<b>IV</b>	341-420	10,600.38
<b>V</b>	421-500	11,467.02

Fuente, elaboración propia

Una vez completada la tabla de niveles salariales, se asignarán los salarios de cada puesto según el puntaje obtenido en la evaluación del cargo.

**Tabla 2.24.** Salarios por Cargo.

<b>Puesto</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Salario (C\$/Mes)</b>
Gerente de Pastelería Lupita's Bakery	298	9,733.74
Cajera	144	8,000.46
Pastelero	280	9,733.74
Ayudante de pastelero	147	8,000.46
Encargado de publicidad y ventas	202	8,867.1

Fuente, elaboración propia

### 2.2.5 Estudio legal

Para la apertura de la nueva sucursal de la pastelería Lupita's Bakery, es necesario cumplir con ciertos aspectos legales. A continuación, se enumeran algunos de los



requisitos, trámites y gestiones que deben realizarse para iniciar operaciones. La propietaria de la pastelería Lupita's Bakery registrará la empresa como persona natural, asumiendo personalmente todos los derechos y obligaciones de la misma.

#### 2.2.5.1 Procedimientos y requisitos de inscripción para persona jurídica

En el país, es obligatorio que toda persona que realice una actividad económica declare y pague impuestos. Para completar este proceso, una vez constituida la sociedad, es necesario visitar las distintas instituciones correspondientes en la localidad donde se establecerá la empresa.

##### 2.2.5.1.1 Requisitos DGI

- Carta de Solicitud de Inscripción.
- Copia de Cédula de Identidad o Cédula de residencia.
- Copia de recibo de servicio básico agua, luz o teléfono (A nombre de la persona y que confirme la dirección actual).
- Llenado de formato de inscripción (Ver anexo número 2).
- Tener 18 años de edad como mínimo.

##### 2.2.5.1.2 Registro Mercantil

Requisitos:

- Escritura de constitución de sociedad (original).
- Solicitud de inscripción como comerciante en papel sellado, firmada por el presidente (original).
- Poder general de administración (original) con C\$70.00 en timbres fiscales adjuntos.
- Presentar los cuatro libros contables: Diario, Mayor, Actas y Acciones (originales).
- Cédula de identidad de la persona que firma la solicitud de comerciante (copia simple).



Poder especial de representación para el representante legal de la empresa (copia simple) con C\$50 en timbres fiscales adjuntos.

#### 2.2.5.1.3 Registro único del contribuyente

Requisitos

- Fotocopia de la Solicitud de Comerciante.
- Fotocopia de la minuta cancelada del pago en el Registro Mercantil
- Fotocopia de cédula de identidad nicaragüense
- Fotocopia de constancia de disponibilidad de servicio público (agua, luz, teléfono o contrato de arriendo) del domicilio particular y del negocio
- Fotocopia de Poder Especial para realizar trámite y cédula de identidad, si el trámite es realizado por un gestor, con C\$ 15.00 de timbres fiscales
- Fotocopia de residencia nicaragüense en condición uno (1) o constancia de trámite y pasaporte (en caso de ser extranjero).
- Formulario de solicitud de matrícula (5.00 formulario).

#### 2.2.5.1.4 Alcaldía de Managua (ALMA)

Requisitos:

Los documentos que tanto las personas naturales como jurídicas deben presentar para este trámite son los siguientes:

- Fotocopia de Cédula RUC y/o Cédula de Identidad del Contribuyente.
- Carta Poder (Si actúa en representación del Contribuyente).
- Fotocopia de Cédula de Identidad del Representante Legal o de la persona autorizada para realizar el trámite.
- Fotocopia de la primera página de la Inscripción de los Libros Diarios y Mayor.



**Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery,  
departamento de Managua.**

- Permiso y/o Constancia de la Policía Nacional y de la Dirección General de Medio Ambiente y Urbanismo, cuando el caso lo amerite.
- Copia de las primeras páginas de los Libros Contables Diario y Mayor debidamente inscrito ante el Registro Mercantil del departamento de Managua. Si la Contabilidad la llevará de forma automatizada, deberá presentar la autorización de dicho programa por parte de la DGI.
- Anticipo de Matrícula (posteriormente será acreditado al efectuarse la matrícula definitiva).
- Copia de la última página del Acta de Constituyente de la sociedad, (todo el documento) debidamente inscrita en el Registro Mercantil de Managua.

**Costo del trámite**

- Formulario de Apertura de Matrícula, modalidad registro contable C\$17.00
- El valor de la matrícula de negocio para las personas jurídicas equivale al 1% de su capital social o individual.
- En el transcurso de 2 meses a través del Departamento de Recaudación del Distrito donde se localiza el negocio, los Inspectores respectivos procederán a verificar la categoría del negocio a fin de comprobar si se corresponde con la matrícula efectuada.



# CAPÍTULO 3

## ESTUDIO FINANCIERO





### Capítulo 3: Estudio Financiero

En este capítulo se presentan todos los aspectos relacionados con la inversión y los gastos que el proyecto de estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de Lupita's Bakery en el departamento de Managua requerirá para su funcionamiento, así como los ingresos proyectados. También se incluyen las proyecciones de ingresos y gastos para el período estudiado. Con los resultados obtenidos de estos estudios, se puede determinar el punto de equilibrio, el Valor Presente Neto (VPN), la Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el período de recuperación de la inversión.

#### 3.1 Inversión inicial

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo. (Urbina, 2013)

**Tabla 3.1** inversiones del proyecto

<b>Inversión inicial</b>	<b>Monto en C\$</b>
Inversión fija	C\$289,221.27
Inversión diferida	C\$5,133.70
Capital de trabajo	C\$775,946.11
<b>Total</b>	<b>C\$1,070,301.08</b>

Fuente, elaboración propia

##### 3.1.1 Inversiones Fijas

Se entiende por activo tangible (que se puede tocar) o fijo, a los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros. (Urbina, 2013)



**Tabla 3.2** inversiones fijas del proyecto

<b>Inversiones fijas</b>	
Descripción	Monto en C\$
Equipo y herramientas	C\$79,998.95
Mobiliarios	C\$203,595.63
Enseres y Utensilios	C\$5,626.69
<b>Total</b>	<b>C\$289,221.27</b>

Fuente, elaboración propia

**Tabla 3.2.1:** Equipos y herramientas

<b>Equipos y herramientas</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario(C\$)</b>	<b>Precio (C\$)</b>
Horno industrial de convección	1	C\$15,000.00	C\$15,000.00
Batidora	1	C\$3,799.00	C\$3,799.00
Cocina	1	C\$10,199.00	C\$10,199.00
Licuada	1	C\$1,959.00	C\$1,959.00
Microonda	1	C\$2,950.00	C\$2,950.00
Mantenedora	1	C\$32,292.00	C\$32,292.00
Computadora	1	C\$13,799.95	C\$13,799.95
<b>Total</b>			<b>C\$79,998.95</b>

Fuente, elaboración propia

**Tabla 3.2.2:** Mobiliario

<b>Mobiliario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario(C\$)</b>	<b>Precio (C\$)</b>
Escritorio	1	C\$4,200.00	C\$4,200.00
Mesa de aluminio	3	C\$2,072.69	C\$6,218.07
Sillas de aluminio	3	C\$1,281.70	C\$3,845.10
Vitrina de Aluminio	1	C\$5,200.00	C\$5,200.00
Vitrina refrigerada	1	C\$177,387.64	C\$177,387.64
Abanico	2	C\$1,999.00	C\$3,998.00



**Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery,  
departamento de Managua.**

Silla Semi Ejecutiva	1	C\$2,746.82	C\$2,746.82
<b>Total</b>			<b>C\$203,595.63</b>

Fuente, elaboración propia

**Tabla 3.2.3:** Enseres y Utensilios

Suministros	Cantidad	Precio Unitario(C\$)	Precio (C\$)
Juego de sartenes (18-22-24cm)	3	C\$590.00	C\$1,770.00
Moldes de aluminio de 1/2 lb	3	C\$184.06	C\$552.18
Moldes de aluminio de 1 lb	3	C\$331.30	C\$993.90
Juego de ducas para decorar pasteles	1	C\$461.61	C\$461.61
Cuchillo	1	C\$85.00	C\$85.00
Set de utensilios de cocina	3	C\$588.00	C\$1,764.00
<b>Total</b>			<b>C\$5,626.69</b>

Fuente, elaboración propia

### 3.1.2 Inversiones Diferidas

Son los gastos iniciales que una empresa realiza antes de comenzar su operación regular y que se recuperan gradualmente a través del tiempo, a medida que el proyecto genera ingresos. Estos gastos suelen incluir trámites, licencias, publicidad, promoción.

**Tabla 3.3.** Publicidad (Inversiones diferidas)

Red Social	Precio por publicidad (C\$)	Tiempo de la publicidad (1 mes antes de iniciar operaciones)	Precio total por publicidad (C\$)
TikTok	C\$1,831.00	Contratación de influencer por video	C\$1,831.00
Instagram	C\$74.00	15 días	C\$1,110.00
Facebook	C\$183.10	7 días	C\$1,281.70
<b>Total</b>			<b>C\$4,222.70</b>

Fuente: Elaboración Propia



Con el objetivo de generar expectativa, posicionar la marca en la mente de los clientes potenciales y garantizar una apertura exitosa, se ha diseñado una estrategia de publicidad digital que se implementará un mes antes de la inauguración. Esta campaña se llevará a cabo en tres plataformas clave: TikTok, Instagram y Facebook, con una inversión estratégica en cada una según su alcance y efectividad en la audiencia meta.

**Tabla 3.4.** Gastos de legalización (Inversiones diferidas).

<b>Institución</b>	<b>Tramites</b>	<b>Precio en (C\$)</b>	<b>Porcentaje del capital (%)</b>
Registro mercantil	Inscripción de constitución		1%
	Solicitud de comerciante	C\$300.00	
	Inscripción de libros contables - Libros de 200 páginas	C\$100.00	
	Poder general de administración adjunto en timbres fiscales	C\$70.00	
	Solicitud Poder especial de representación	C\$136.00	



**Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery,  
departamento de Managua.**

Alcaldía de Managua (ALMA)	Formulario de apertura de matrícula, modalidad registro contable	C\$5.00	
	Matricula municipal	C\$300.00	
<b>Total</b>		<b>C\$911.00</b>	<b>1%</b>

Fuente, elaboración propia

**Tabla 3.5.** Activos diferidos

<b>Concepto</b>	<b>Precio en (C\$)</b>
Publicidad	C\$4,222.70
Gastos de legalización	C\$911.00
<b>Total</b>	<b>C\$5,133.70</b>

Fuente, elaboración propia

En la tabla anterior se muestran que las inversiones diferidas del estudio equivalen a **C\$5,133.70**.

### 3.1.3 Capital de trabajo

Desde el punto de vista contable el capital de trabajo se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces, debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar crédito en las primeras ventas y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa. (Urbina, 2013)



Tabla 3.6. Capital de Trabajo

<b>Capital de trabajo</b>	
Costos Variables (C\$)	
Materia prima	C\$446,325.00
Gastos Variables (C\$)	
Energía eléctrica	C\$19,640.94
Agua potable	C\$925.77
Envíos por pedidos ya	C\$40,327.20
Gas propano	C\$3,642.75
Insumos desechables	C\$12,465.00
Mantenimientos	C\$1,052.83
Costos fijos (C\$)	
Mano de obra	C\$79,005.86
Internet/Teléfono	C\$4,504.26
Alquiler	C\$49,437.00
Salarios administrativos	C\$118,508.79
Útiles de oficina	C\$110.72
<b>Total</b>	<b>C\$775,946.11</b>

Fuente, elaboración propia

En el capital de trabajo, se tiene un período de desfase de tres meses, que es el tiempo que transcurre entre la inversión y la recepción de los ingresos correspondientes.

### 3.1.3.1 Costos variables

Los costos variables son aquellos que se modifican según la cantidad de unidades producidas en la pastelería.

#### 3.1.3.1.1 Costos de materia prima

A continuación, se presenta las siguientes tablas en las cuales se detalla el costo total de la materia prima de cada producto de la pastelería, precio de la materia prima y la cantidad de materia prima para la producción anual que ofrecerá la nueva Sucursal de la pastelería Lupitas Bakery.



Tabla 3.7. Cálculo de costos para alfajores

**Alfajores**

Ingrediente	Cantidad para producción (40 d/f) anual	Precio (C\$)	Costo Total (C\$)
Harina	910g	C\$30.00	C\$180.00
Mantequilla	400g	C\$62.50	C\$375.00
Azúcar	200g	C\$6.58	C\$39.48
Dulce de leche	1000g	C\$150.00	C\$900.00
Coco rallado	200g	C\$30.00	C\$180.00
Huevos	6 unidades	C\$36.00	C\$216.00
Maicena	450 g	C\$76.00	C\$456.00
<b>Total</b>			<b>C\$2,346.48</b>
<b>Costo unitario</b>	<b>C\$10</b>		

Fuente, elaboración propia

El costo unitario de materia prima de alfajores es de 10 córdobas produciendo 12,000 unidades anualmente.

Tabla 3.8. Cálculo de costos para torta de elote

**Torta de elote**

Ingrediente	Cantidad para producción (2 d/f) anual	Precio (C\$)	Costo Total (C\$)
Maíz tierno	800g	C\$182.00	C\$1,092.00
Azúcar	400g	C\$13.15	C\$78.90
Mantequilla derretida	226g	C\$59.00	C\$354.00
Leche	480 ml	C\$37.25	C\$223.50
Harina	120g	C\$21.00	C\$126.00
Polvo de hornear	8g	C\$3.12	C\$18.72
Huevos	6 unidades	C\$36.00	C\$216.00
Esencia de vainilla	10 ml	C\$0.88	C\$5.28
Sal	1/2 cucharada	C\$0.07	C\$0.42



<b>Total</b>	<b>C\$2,114.82</b>
<b>Costo unitario</b>	<b>C\$176</b>

Fuente, elaboración Propia

El costo unitario de materia prima de torta de elote es de 176 córdobas produciendo 600 unidades anualmente

**Tabla 3.9.** Cálculo de costos para Mini Flan

### Mini Flan

Ingrediente	Cantidad para producción (15 d/f) anual	Precio (C\$)	Costo Total (C\$)
Huevos	18	C\$108.00	C\$648.00
Esencia de vainilla	30 ml	C\$32.00	C\$192.00
Azúcar	450g	C\$65.75	C\$394.50
Leche evaporada	2,220 ml	C\$426.00	C\$2,556.00
Leche condensada	2,340 g	C\$474.00	C\$2,844.00
Merengue	450g	C\$150.00	C\$900.00
Cerezas	250g	C\$250.00	C\$1,500.00
<b>Total</b>			<b>C\$9,034.50</b>
<b>Costo unitario</b>	<b>C\$100</b>		

Fuente, elaboración Propia

El costo unitario de materia prima de Mini flan es 100 córdobas produciendo 4,500 unidades anualmente.



Tabla 3.10. Cálculo de costos para Cheesecake

### Cheesecake

Ingrediente	Cantidad para producción (8 slice d/f)	Precio (C\$)	Costo Total (C\$)
Queso crema	180 gramos	113	226
Azúcar	100 gramos	15	30
Huevos	2 unidades	6	12
Galletas para la base	200 gramos	64	128
Mantequilla	80 gramos	60	120
Crema de leche	100 ml	40	80
Esencia de vainilla	1 cucharadita	12	24
Leche Condensada	1lata	54	108
Gelatina sin sabor	1sobre	36	72
<b>Total</b>			<b>C\$ 800.00</b>
<b>Costo unitario</b>	<b>C\$100.00</b>		

Fuente, elaboración Propia

El costo unitario de materia prima del cheesecake es 100 córdobas produciendo 2,400 unidades anualmente.

Tabla 3.11. Cálculo de costos para Quiche de Jamón y Queso

### Quiche de Jamón y Queso

Ingredientes	Cantidad para producción (12 d/f) anual	Precio (C\$)	Costo Total (C\$)
Harina de trigo	200 gramos	C\$18.00	C\$36.00
Mantequilla	100 gramos	C\$59.00	C\$118.00
Sal	1/2 cucharada	C\$10.00	C\$20.00
Jamón	150 gramos	C\$100.00	C\$200.00
Queso (mozzarella o cheddar)	150 gramos	C\$55.00	C\$110.00
Huevos	3 unidades	C\$18.00	C\$36.00



**Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery,  
departamento de Managua.**

Crema de leche	200 ml	C\$40.00	C\$80.00
Leche	50 ml	C\$40.00	C\$80.00
Pimienta	1 al gusto	C\$20.00	C\$40.00
<b>Total</b>			<b>C\$720.00</b>
<b>Costo unitario</b>	<b>C\$60.00</b>		

Fuente, elaboración Propia

El costo unitario de materia prima de Quiche de Jamón y Queso es de 60 córdobas produciendo 3,600 unidades anualmente.

**Tabla 3.12.** Cálculo de costos para Mega Roll de Canela

**Mega Roll de Canela**

<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad para producción (2 d/f) anual</b>	<b>Precio (C\$)</b>	<b>Costo Total (C\$)</b>
Harina de trigo	500 gramos	C\$21.00	C\$63.00
Mantequilla	100 gramos	C\$59.00	C\$177.00
Leche	200 ml	C\$61.00	C\$183.00
Azúcar blanca	100 gramos	C\$15.00	C\$45.00
Huevo	1 unidad	C\$6.00	C\$18.00
Levadura seca	12 gramos	C\$15.00	C\$45.00
Sal	1/2 cucharada	C\$10.00	C\$30.00
Azúcar moreno	180 gramos	C\$20.00	C\$60.00
Canela molida	3 cdas	C\$15.00	C\$45.00
Queso crema	50 gramos	C\$45.00	C\$135.00
Esencia de vainilla	1 cdta	C\$12.00	C\$36.00
<b>Total</b>			<b>C\$837.00</b>
<b>Costo Unitario</b>	<b>C\$139.50</b>		

Fuente, elaboración Propia



El costo unitario de materia prima de Mega Roll de Canela es de 139.50 córdobas produciendo 600 unidades anualmente.

**Tabla 3.13.** Cálculo de costos para Pastel de vainilla 4 onzas

**Pasteles personalizados (4 oz)**

<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad para producción (2 d/f) anual</b>	<b>Costo Unitario</b>
Huevo grande	2 unidad	C\$12.00
Harina de trigo todo uso	30 g	C\$22.00
Azúcar	31 g	C\$15.00
Aceite vegetal	15 ml	C\$40.00
Leche	15 ml	C\$33.00
Polvo de hornear	1/2 cucharadita	C\$12.00
Esencia de vainilla	1 cucharadita	C\$20.00
Dulce de leche	1 lata	C\$55.00
Clara de huevo	1 unidad	C\$6.00
Azúcar	50 g	C\$15.00
Jugo de limón o esencia	Unas gotas	C\$15.00
Colorante	2 gotas	C\$35.00
Perlas comestibles		C\$53.00
<b>Total</b>		<b>C\$333.00</b>

Fuente, elaboración Propia

El costo unitario de materia prima del Pastel de vainilla 4 onzas es de 333 córdobas produciendo 600 unidades anualmente.

**Tabla 3.14.** Cálculo de costos para Pyrex de Pio V 1/2lb

**Pyrex de Pio V 1/2lb**



**Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery,  
departamento de Managua.**

<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad para producción (2 d/f) anual</b>	<b>Precio Unitario</b>
Para el Bizcocho (Marquesote):		
Huevo grande	2 unidades	C\$12.00
Harina de trigo todo uso	1 taza (120 g)	C\$22.00
Azúcar	1 taza (200 g)	C\$15.00
Polvo de hornear	1 cucharadita	C\$12.00
Ralladura de limón	De 1 limón	C\$8.00
Esencia de vainilla	1 cucharadita	C\$20.00
Sal	1 pizca	C\$8.00
Aceite o mantequilla (para molde)	Cantidad necesaria	C\$48.00
Agua	2 tazas (480 ml)	C\$30.00
Azúcar	1 1/2 tazas (300 g)	C\$15.00
Ron blanco	1/4 taza (60 ml)	C\$60.00
Canela	1 rama	C\$8.00
Clavos de olor	4 unidades	C\$8.00
Cáscara de limón	De 1/2 limón (sin parte blanca)	C\$8.00
Para el Manjar (Crema):		
Leche	2 tazas (480 ml)	C\$33.00
Azúcar	1/2 taza (100 g)	C\$15.00
Maicena (fécula de maíz)	2 cucharadas	C\$15.00
Yemas de huevo	2 unidades	C\$12.00
Para la Decoración:		
Pasas	Al gusto	C\$12.00
Canela en polvo	Al gusto	C\$6.00
<b>Total</b>		<b>C\$367.00</b>

Fuente, elaboración Propia



El costo unitario de materia prima del Pyrex de Pio V 1/2lb es de 367 córdobas produciendo 600 unidades anualmente.

**Tabla 3.15.** Cálculo de costos para Torta Rompope

**Torta Rompope**

<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad para producción (2 d/f) anual</b>	<b>Precio Unitario</b>
Para la torta:		
Harina de trigo todo uso	2 tazas (240 g)	C\$22.00
Azúcar	1 1/2 tazas (300 g)	C\$15.00
Mantequilla	1 taza (225 g), a temperatura ambiente	C\$48.00
Huevos	4 unidades	C\$24.00
Polvo de hornear	2 cucharaditas	C\$12.00
Bicarbonato de sodio	1/4 cucharadita	C\$5.00
Sal	1/4 cucharadita	C\$8.00
Rompope	1 taza (240 ml)	C\$50.00
Esencia de vainilla	1 cucharadita	C\$20.00
Canela en polvo	1/2 cucharadita	C\$8.00
Azúcar glass	1 taza (125 g)	C\$30.00
Canela en polvo (para decorar)	Al gusto	C\$8.00
<b>Total</b>		<b>C\$250.00</b>

Fuente, elaboración Propia

El costo unitario de materia prima de torta rompope es de 250 córdobas produciendo 600 unidades anualmente.



**Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery,  
departamento de Managua.**



**Tabla 3.16** Costo anual de materia prima

Productos	Costo unitario (C\$)	Cantidad anual de producción (unidades)	Costo total (C\$)	2025	2026	2027	2028	2029
				Costo unitario (C\$)				
Alfajores	C\$10.00	12000	C\$120,000.00	C\$10.45	C\$10.92	C\$11.41	C\$11.93	C\$12.46
Torta de elote	C\$176.00	600	C\$105,600.00	C\$183.92	C\$192.20	C\$200.85	C\$209.88	C\$219.33
Mini Flan	C\$100.00	4,500	C\$450,000.00	C\$104.50	C\$109.20	C\$114.12	C\$119.25	C\$124.62
Cheesecake	C\$100.00	2,400	C\$240,000.00	C\$104.50	C\$109.20	C\$114.12	C\$119.25	C\$124.62
Quiche de jamón y queso	C\$60.00	3,600	C\$216,000.00	C\$62.70	C\$65.52	C\$68.47	C\$71.55	C\$74.77
Mega Roll de Canela	C\$139.50	600	C\$83,700.00	C\$145.78	C\$152.34	C\$159.19	C\$166.36	C\$173.84
Pastel de vainilla 4 onzas	C\$333.00	600	C\$199,800.00	C\$347.99	C\$363.64	C\$380.01	C\$397.11	C\$414.98
Pyrex de Pio V	C\$367.00	600	C\$220,200.00	C\$383.52	C\$400.77	C\$418.81	C\$437.65	C\$457.35
Torta de rompopo	C\$250.00	600	C\$150,000.00	C\$261.25	C\$273.01	C\$285.29	C\$298.13	C\$311.55
<b>Total</b>	<b>C\$1,535.50</b>		<b>C\$1,785,300.00</b>	<b>C\$1,604.60</b>	<b>C\$1,676.80</b>	<b>C\$1,752.26</b>	<b>C\$1,831.11</b>	<b>C\$1,913.51</b>

Fuente, elaboración Propia



**Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery,  
departamento de Managua.**

El costo anual de materia prima es de **C\$1,785,300.00**

**Tabla 3.17.** Total, de costos variables

<b>Costos variables</b>	<b>Precio en (C\$)</b>
Materia prima	C\$1,785,300.00
<b>Total</b>	<b>C\$1,785,300.00</b>

Fuente, elaboración Propia

Los costos variables anuales reflejan un monto de **C\$1,785,300.00** bajo el concepto de compra de materia prima.

**Tabla 3.18** Proyección de los costos de materia prima

<b>Productos</b>	<b>Costo total en (C\$)</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>
Alfajores	C\$120,000.00	C\$125,400.00	C\$131,043.00	C\$136,939.94	C\$143,102.23	C\$149,541.83
Torta de elote	C\$105,600.00	C\$110,352.00	C\$115,317.84	C\$120,507.14	C\$125,929.96	C\$131,596.81
Mini Flan	C\$450,000.00	C\$470,250.00	C\$491,411.25	C\$513,524.76	C\$536,633.37	C\$560,781.87
Cheesecake	C\$240,000.00	C\$250,800.00	C\$262,086.00	C\$273,879.87	C\$286,204.46	C\$299,083.67
Quiche de jamón y queso	C\$216,000.00	C\$225,720.00	C\$235,877.40	C\$246,491.88	C\$257,584.02	C\$269,175.30
Mega Roll de Canela	C\$83,700.00	C\$87,466.50	C\$91,402.49	C\$95,515.60	C\$99,813.81	C\$104,305.43
Pastel de vainilla 4 onzas	C\$199,800.00	C\$208,791.00	C\$218,186.60	C\$228,004.99	C\$238,265.22	C\$248,987.15
Pyrex de Pio V	C\$220,200.00	C\$230,109.00	C\$240,463.91	C\$251,284.78	C\$262,592.60	C\$274,409.26
Torta de rompope	C\$150,000.00	C\$156,750.00	C\$163,803.75	C\$171,174.92	C\$178,877.79	C\$186,927.29
<b>Total</b>	<b>C\$1,785,300.00</b>	<b>C\$1,865,638.50</b>	<b>C\$1,949,592.23</b>	<b>C\$2,037,323.88</b>	<b>C\$2,129,003.46</b>	<b>C\$2,224,808.61</b>

Fuente, elaboración Propia

El costo de materia prima en el primer año es de **C\$1,865,638.50**.



### 3.1.3.2 Gastos variables

Los gastos variables son aquellos gastos que pueden presentar irregularidad o cambios en los precios cada mes. Entre ellos se determinan: Energía eléctrica, agua potable, envíos por pedidos ya, uso de gas propano, insumos desechables, mantenimientos

#### 3.1.3.2.1 Gastos por servicios básicos

##### 3.1.3.2.1.1 Gasto de energía eléctrica

El consumo energía eléctrica se calculó en base al tiempo trabajado, equipos y el consumo de KW. La tarifa energética conforme al pliego tarifario indicativo noviembre 2024 INE<sup>5</sup> para la pastelería Lupita´s Bakery corresponde a la T-1. Los costos de energía se detallan continuación:

**Tabla 3.19. Energía eléctrica**

Equipos	Cantidad	Potencia (W)	Consumo (W)	Consumo en (KW)	Horas/Día	Días /Semanas	Semanas/Mes	Consumo diario (KW/día)	Consumo semanal (KW)	Consumo mensual (KW)
Licuidora	1	650	650	0.65	4	6	4	2.6	15.6	62.4
Batidora	1	250	250	0.25	3	6	4	0.75	4.5	18
Horno	1	5000	5000	5	4	6	4	20	120	480
Cocina	1	4500	4500	4.5	4	6	4	18	108	432
Microonda	1	700	700	0.7	2	6	4	1.4	8.4	33.6
Mantenedora	1	583	583	0.583	8	6	4	4.664	27.984	111.936
Computadora	1	140	140	0.14	8	6	4	1.12	6.72	26.88
Abanico	2	120	240	0.24	5	6	4	1.2	7.2	28.8
<b>Consumo total de KW al mes</b>										<b>1193.62</b>
<b>Consumo total de KW al año</b>										<b>14323.39</b>

<b>Costo Mensual</b>	C\$6,546.98
<b>Costo Anual</b>	C\$78,563.74

Fuente: Elaboración Propia

<sup>5</sup> [https://www.ine.gob.ni/wp-content/uploads/2024/11/baja\\_tension\\_1\\_noviembre24.pdf](https://www.ine.gob.ni/wp-content/uploads/2024/11/baja_tension_1_noviembre24.pdf)



El consumo de energía eléctrica mensual en córdobas es de **C\$6,546.98**. El cargo anual sería de **C\$78,563.74** en el año 2024.

#### 3.1.3.2.1.2 Gasto de agua potable

El gasto por consumo de agua se realizó en función de la cantidad de m<sup>3</sup> al mes, por la tasa de cobro en m<sup>3</sup>, por parte de la empresa de acueductos y alcantarillados (Enacal).

**Tabla 3.20.** Consumo de agua potable

Cantidad de lt/día (por persona)	Cantidad de personas	lt/día (total)	Días/mes	lt/mes (total)	Consumo m <sup>3</sup> /mes
80	5	400	26	10400	10.4

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 3.21.** Costo mensual y anual de agua potable

Cargo Fijo por Cliente (C\$/mes)	Agua Potable (C\$/m <sup>3</sup> )	Alcantarillado (C\$/m <sup>3</sup> )	Costo mensual	Costo anual
C\$8.85	C\$25.65	C\$32.98	C\$308.59	<b>C\$3,703.08</b>

Fuente, elaboración Propia

El costo mensual de agua potable es de **C\$308.59** y anualmente es de **C\$3,703.08**.

#### 3.1.3.2.2 Gastos por operatividad

Los gastos operativos son aquellos que la empresa debe asumir de forma recurrente para mantener su actividad diaria. Entre ellos tenemos: envíos por pedidos ya, gas propano, insumos desechables, mantenimientos.



3.1.3.2.2.1 Envíos por pedidos ya

**Tabla 3.22.** Envíos mediante pedidos ya

Productos	Precio en (C\$)	Cantidad vendida al día	Total de ganancia por venta al día (C\$)	Porcentaje de pedidos ya (10%)
Alfajores (Caja de 7 unidades)	C\$15.00	3	C\$45.00	C\$4.50
Torta de elote	C\$211.00	4	C\$844.00	C\$84.40
Mini Flan	C\$150.00	5	C\$750.00	C\$75.00
Cheesecake	C\$150.00	5	C\$750.00	C\$75.00
Quiche de jamon y queso	C\$90.00	5	C\$450.00	C\$45.00
Mega Roll de Canela	C\$209.25	4	C\$837.00	C\$83.70
Pastel de vainilla 4 onzas	C\$500.00	2	C\$1,000.00	C\$100.00
Pyrex de Pio V	C\$550.00	1	C\$550.00	C\$55.00
Torta de rompopo	C\$375.00	1	C\$375.00	C\$37.50
<b>Total</b>			<b>C\$5,601.00</b>	<b>C\$560.10</b>

<b>Mensual</b>	C\$13,442.40
<b>Anual</b>	C\$161,308.80

Fuente, elaboración Propia

El gasto anual relacionado a Pedidos ya es de **C\$161,308.80**.

3.1.3.2.2.2 Gasto de gas propano

El combustible que se utilizará en el área de producción será gas propano, el cual se empleará en las cocinas para preparar los rellenos de productos de repostería, postres y otros alimentos. Se calcula en base a datos proporcionados por la propietaria de la pastelería Lupita's Bakery, que se consumirá un tanque de 100 lbs mensual. Este tiene un costo de unitario de C\$ 1, 214.25 y al año el monto sería de **C\$ 14,571**.



### 3.1.3.2.2.3 Insumos desechables

Los insumos desechables son aquellos destinados a ser de un solo uso, en este caso: platos, vasos, pajillas, bolsas, cuchara plástica, tenedor plástico y el contenedor de comida.

**Tabla 3.23.** Costo de insumos desechables

Utensilio	Cantidad Estimada Mensual (30 días) (unidades)	Cantidad Estimada Anual	Precio Unitario(C\$)	Precio anual (C\$)
Platos medianos	900	10800	C\$0.89	C\$9,612.00
Servilletas de papel	1500	18000	C\$0.23	C\$4,140.00
Bolsas de gabacha	600	7200	C\$0.66	C\$4,752.00
Cucharas plásticas	750	9000	C\$0.79	C\$7,110.00
Tenedores plásticos	600	7200	C\$0.57	C\$4,104.00
Contenedor de estereofón	450	5400	C\$3.73	C\$20,142.00
<b>Total</b>				<b>C\$49,860.00</b>

Fuente, elaboración Propia

El precio anual de los insumos desechables es de **C\$49,860.00**.

### 3.1.3.2.2.4 Mantenimiento

El costo de mantenimiento es el gasto total que se realiza para mantener y almacenar mercancías, o para optimizar los gastos relacionados con la reparación y la mano de obra de los activos.

**Tabla 3.24.** Costos de mantenimiento

Equipo	Cantidad	Precio (C\$)	Costo total (C\$)
<b>Computadora (Cada 8 meses)</b>	1	C\$915.50	C\$915.50
<b>Mantenedora</b>	2	C\$1,647.90	C\$3,295.80



<b>Total</b>	<b>C\$4,211.30</b>
--------------	--------------------

Fuente, elaboración Propia

### 3.1.3.2.3 Gastos variables totales

**Tabla 3.25.** Gastos variables totales

<b>Servicios</b>	<b>Gasto anual (C\$)</b>
Energía eléctrica	C\$78,563.74
Agua potable	C\$3,703.08
Envíos por pedidos ya	C\$161,308.80
Gas propano	C\$14,571.00
Insumos desechables	C\$49,860.00
Mantenimientos	C\$4,211.30
<b>Total</b>	<b>C\$312,217.92</b>

Fuente, elaboración Propia

El precio anual de los gastos variables es de **C\$312,217.92**



### 3.1.3.3 Costos fijos

Los costos fijos son los gastos que una empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación. Es decir, aquellos costos mensuales, bimestrales o anuales que debe cumplir sin importar su número de ventas alcanzadas. Entre ellos encontramos: costo de mano de obra, salarios administrativos, alquiler, internet /teléfono.

#### 3.1.3.3.1 Costo de mano de obra

El costo de mano de obra incluye los salarios determinados en el estudio técnico para la nueva sucursal de la pastelería Lupita's Bakery.

**Tabla 3.26.** Costo en mano de obra

Cargos	Cantidad	Salarios	Total	INSS patronal	Inatec	Vacaciones	Treceavo mes	Indemnización	Total al mes	Total anual
Pastelero	1	C\$9,733.74	C\$9,733.74	C\$2,092.75	C\$194.67	C\$811.15	C\$811.15	C\$811.15	C\$14,454.60	C\$173,455.25
Ayudante de pastelero	1	C\$8,000.46	C\$8,000.46	C\$1,720.10	C\$160.01	C\$666.71	C\$666.71	C\$666.71	C\$11,880.68	C\$142,568.20
<b>Total</b>										<b>C\$316,023.44</b>

*Fuente, elaboración Propia*

Para el cálculo del INSS patronal se utilizó el 21.5%, Aplicable a las empresas que tienen menos de 50 personas, según el régimen de afiliación. (Inns.gob.ni, s.f.)

En el cálculo del INATEC se utilizó el aporte mensual del 2%, según el reglamento de recaudo del aporte mensual (nacional, s.f.) . El costo de mano de obra anual será de **C\$316,023.44**.



### 3.1.3.3.2 Internet, Teléfono

Se optará por un plan de la empresa Claro, el cual incluye línea IP, 5 Mbps de internet y Claro TV. El precio de este equivale a C\$ 1,501.42 mensualmente y anualmente sería de **C\$ 18,017.04.**

### 3.1.3.3.3 Alquiler

No se realizará una inversión en terreno, se rentará una casa por la suma de 450 dólares equivalentes a C\$ 16,479 mensualmente y anualmente **C\$197,748.00.** (Encuentra24, s.f.)

### 3.1.3.3.4 Útiles de oficina

**Tabla 3.27.** Costos de Útiles de oficina

<b>Suministros</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario(C\$)</b>	<b>Precio (C\$)</b>
Grapas (Caja)	1	C\$27.37	C\$27.37
Engrapadora	1	C\$280.37	C\$280.37
Tijera	1	C\$27.37	C\$27.37
Lapiceros (Caja 12 unidades)	1	C\$107.75	C\$107.75
<b>Total</b>			<b>C\$442.86</b>

Fuente, elaboración Propia

Los costos anuales de Útiles de oficina son de **C\$442.86.**



### 3.1.3.3.5 Salarios administrativos

**Tabla 3.28.** Salarios administrativos

Cargos	Cantidad	Salarios	Total	INSS patronal	Inatec	Vacaciones	Treceavo mes	Indemnización	Total al mes	Total anual
Gerente de Pastelería Lupita's Bakery	1	C\$9,733.74	C\$9,733.74	C\$2,092.75	C\$194.67	C\$811.15	C\$811.15	C\$811.15	C\$14,454.60	C\$173,455.25
Cajera	1	C\$8,000.46	C\$8,000.46	C\$1,720.10	C\$160.01	C\$666.71	C\$666.71	C\$666.71	C\$11,880.68	C\$142,568.20
Encargado de publicidad y ventas	1	C\$8,867.10	C\$8,867.10	C\$1,906.43	C\$177.34	C\$738.93	C\$738.93	C\$738.93	C\$13,167.64	C\$158,011.72
<b>Total</b>										<b>C\$474,035.17</b>

Fuente, elaboración Propia

El costo anual de los salarios administrativos es de **C\$474,035.17**.

Los salarios administrativos, al igual que los de mano de obra, fueron determinados a partir del estudio técnico.



### 3.1.3.3.6 Total de costos fijos

Tabla 3.29. Total de costos fijos

Costos fijos	Precio en (C\$)
Mano de obra	C\$316,023.44
Internet/Teléfono	C\$474,035.17
Alquiler	C\$197,748.00
Salarios administrativos	C\$474,035.17
Útiles de oficina	C\$442.86
<b>Total</b>	<b>C\$1,462,284.64</b>

Fuente: Elaboración Propia

El precio anual de los costos fijos es de **C\$1,462,284.64**

## 3.2 Depreciación y Amortización diferida

### 3.2.1 Amortización diferida

La amortización anual para los activos diferidos en cinco años, indica el monto a recuperar de la inversión inicial.

Los activos diferidos son de, por lo tanto, este valor se divide entre los 5 años a los cuales se amortizará.

$$\text{Amortización diferida} = \frac{\text{C\$5,133.70}}{5 \text{ años}} = \text{C\$ 1,026.74 (ecuación 7)}$$

La amortización será de **C\$ 1,026.74**.

Tabla 3.30. Proyección de costos de amortización

Año	Total, anual
2025	C\$1,026.74
2026	C\$1,026.74
2027	C\$1,026.74
2028	C\$1,026.74
2029	C\$1,026.74

Fuente, elaboración Propia



### 3.2.2 Depreciación de Activos Fijos

El cálculo de la depreciación de los activos fijos se define a través del método de línea recta, basándose en la vida útil de los activos definida por la Ley 822 Art.45,1 de Concertación Tributaria. (Asamblea, 2012)

Según la ley 822 Art.34 la depreciación será la siguiente:

- Equipos de cómputo e impresora: se deprecian a lo largo de 2 años con una tasa de 50%.
- Mobiliarios y equipos de oficina: se deprecian a lo largo de 5 años con una tasa de 20%.
- Los demás, no comprendidos en los literales anteriores: Se deprecian a lo largo de 5 años con una tasa de 20%

La tabla de depreciación según la ley 822 se encontrará en el (Anexo número 4)

**Tabla 3.31.** Depreciación de activos fijos

Descripción	Cantidad	Precio Unitario(C\$)	Precio (C\$)	Vida útil	2025	2026	2027	2028	2029
Horno industrial de convección	1	C\$ 15,000.00	C\$15,000.00	5	C\$3,000.00	C\$3,000.00	C\$3,000.00	C\$3,000.00	C\$3,000.00
Batidora	1	C\$ 3,799.00	C\$ 3,799.00	5	C\$759.80	C\$759.80	C\$759.80	C\$759.80	C\$759.80
Cocina	1	C\$ 10,199.00	C\$ 10,199.00	5	C\$2,039.80	C\$2,039.80	C\$2,039.80	C\$2,039.80	C\$2,039.80
Licuada	1	C\$ 1,959.00	C\$ 1,959.00	5	C\$391.80	C\$391.80	C\$391.80	C\$391.80	C\$391.80
Microonda	1	C\$ 2,950.00	C\$ 2,950.00	5	C\$590.00	C\$590.00	C\$590.00	C\$590.00	C\$590.00
Mantenedora	1	C\$ 32,292.00	C\$32,292.00	5	C\$6,458.40	C\$6,458.40	C\$6,458.40	C\$6,458.40	C\$6,458.40

**Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery, departamento de Managua.**



<b>Computadora</b>	1	C\$ 13,799.95	C\$13,799.95	2	C\$6,899.98	C\$6,899.98			
<b>Escritorio</b>	1	C\$ 4,200.00	C\$ 4,200.00	5	C\$840.00	C\$840.00	C\$840.00	C\$840.00	C\$840.00
<b>Mesa de aluminio</b>	3	C\$ 2,072.69	C\$ 6,218.07	5	C\$1,243.61	C\$1,243.61	C\$1,243.61	C\$1,243.61	C\$1,243.61
<b>Sillas de aluminio</b>	3	C\$ 1,281.70	C\$3,845.10	5	C\$769.02	C\$769.02	C\$769.02	C\$769.02	C\$769.02
<b>Vitrina de Aluminio</b>	1	C\$ 5,200.00	C\$ 5,200.00	5	C\$1,040.00	C\$1,040.00	C\$1,040.00	C\$1,040.00	C\$1,040.00
<b>Vitrina refrigerada</b>	1	C\$ 177,387.64	C\$ 177,387.64	5	C\$35,477.53	C\$35,477.53	C\$35,477.53	C\$35,477.53	C\$35,477.53
<b>Abanico</b>	2	C\$ 1,999.00	C\$3,998.00	5	C\$799.60	C\$799.60	C\$799.60	C\$799.60	C\$799.60
<b>Silla Semi Ejecutiva</b>	1	C\$ 2,746.82	C\$ 2,746.82	5	C\$549.36	C\$549.36	C\$549.36	C\$549.36	C\$549.36
<b>Juego de sartenes (18-22-24cm)</b>	3	C\$ 590.00	C\$1,770.00	5	C\$354.00	C\$354.00	C\$354.00	C\$354.00	C\$354.00
<b>Moldes de aluminio de 1/2 lb</b>	3	C\$ 184.06	C\$552.18	5	C\$110.44	C\$110.44	C\$110.44	C\$110.44	C\$110.44
<b>Moldes de aluminio de 1 lb</b>	3	C\$ 331.30	C\$993.90	5	C\$198.78	C\$198.78	C\$198.78	C\$198.78	C\$198.78
<b>Juego de ducas para decorar pasteles</b>	1	C\$ 461.61	C\$461.61	5	C\$92.32	C\$92.32	C\$92.32	C\$92.32	C\$92.32
<b>Cuchillo</b>	1	C\$ 85.00	C\$85.00	5	C\$17.00	C\$17.00	C\$17.00	C\$17.00	C\$17.00
<b>Set de utensilios de cocina</b>	3	C\$ 588.00	C\$1,764.00	5	C\$352.80	C\$352.80	C\$352.80	C\$352.80	C\$352.80
<b>Total</b>					<b>C\$61,984.24</b>	<b>C\$61,984.24</b>	<b>C\$55,084.26</b>	<b>C\$55,084.26</b>	<b>C\$55,084.26</b>

Fuente, elaboración Propia



### 3.3 Proyecciones de costos variables, gastos variables y costos fijos

Las proyecciones se realizaron tomando el 4.5% de inflación y por un periodo de tiempo de 5 años.

#### 3.3.1 Proyección de costos variables

**Tabla 3.32.** Proyección de costos variables

Costos Variables	Precio en (C\$)	2025	2026	2027	2028	2029
Materia prima	C\$1,785,300.00	C\$1,865,638.50	C\$1,949,592.23	C\$2,037,323.88	C\$2,129,003.46	C\$2,224,808.61
<b>Total</b>		<b>C\$1,865,638.50</b>	<b>C\$1,949,592.23</b>	<b>C\$2,037,323.88</b>	<b>C\$2,129,003.46</b>	<b>C\$2,224,808.61</b>

Fuente, elaboración Propia

Los costos variables proyectados a cinco años reflejan que el primer año tendrá un valor de **C\$1,865,638.50**.

#### 3.3.2 Proyecciones de gastos variables

**Tabla 3.33.** Proyección de gastos variables

Gastos Variables	Precio en (C\$)	2025	2026	2027	2028	2029
Energía eléctrica	<b>C\$78,563.74</b>	C\$82,099.11	C\$85,793.57	C\$89,654.28	C\$93,688.72	C\$97,904.71
Agua potable	<b>C\$3,703.08</b>	C\$3,869.72	C\$4,043.86	C\$4,225.83	C\$4,415.99	C\$4,614.71
Envíos por pedidos ya	<b>C\$161,308.80</b>	C\$168,567.70	C\$176,153.24	C\$184,080.14	C\$192,363.74	C\$201,020.11
Gas propano	<b>C\$14,571.00</b>	C\$15,226.70	C\$15,911.90	C\$16,627.93	C\$17,376.19	C\$18,158.12
Insumos desechables	<b>C\$49,860.00</b>	C\$52,103.70	C\$54,448.37	C\$56,898.54	C\$59,458.98	C\$62,134.63
Mantenimientos	<b>C\$4,211.30</b>	C\$4,400.81	C\$4,598.84	C\$4,805.79	C\$5,022.05	C\$5,248.05
<b>Total</b>		<b>C\$326,267.73</b>	<b>C\$340,949.77</b>	<b>C\$356,292.51</b>	<b>C\$372,325.68</b>	<b>C\$389,080.33</b>

Fuente, elaboración Propia

Los gastos variables proyectados a cinco años reflejan que el primer año tendrá un valor de **C\$326,267.73**



### 3.3.3 Proyecciones de costos fijos

**Tabla 3.34.** Proyección de costos fijos

Costos fijos	Precio en (C\$)	2025	2026	2027	2028	2029
Mano de obra	<b>C\$316,023.44</b>	C\$330,244.49	C\$345,105.50	C\$360,635.24	C\$376,863.83	C\$393,822.70
Internet/Teléfono	<b>C\$474,035.17</b>	C\$495,366.75	C\$517,658.26	C\$540,952.88	C\$565,295.76	C\$590,734.07
Alquiler	<b>C\$197,748.00</b>	C\$206,646.66	C\$215,945.76	C\$225,663.32	C\$235,818.17	C\$246,429.99
Salarios administrativos	<b>C\$474,035.17</b>	C\$495,366.75	C\$517,658.26	C\$540,952.88	C\$565,295.76	C\$590,734.07
Útiles de oficina	<b>C\$442.86</b>	C\$462.79	C\$483.61	C\$505.38	C\$528.12	C\$551.88
<b>Total</b>		<b>C\$1,528,087.45</b>	<b>C\$1,596,851.38</b>	<b>C\$1,668,709.70</b>	<b>C\$1,743,801.63</b>	<b>C\$1,822,272.71</b>

Fuente, elaboración Propia

Los costos fijos proyectados a cinco años reflejan que el primer año tendrá un valor de **C\$1,528,087.45**

### 3.4 Ingresos totales

Los ingresos totales de la pastelería dependen de la cantidad de productos vendidos y su respectivo precio de venta. Este precio se calcula sumando el costo unitario de cada producto al margen de ganancia que el negocio desea obtener.

Para la proyección de los ingresos, se ha considerado una tasa de crecimiento del 10% anual. Esta decisión se basa en los antecedentes, donde se ha observado un incremento promedio del 20% en el rubro. Sin embargo, con el objetivo de adoptar un enfoque conservador y realista, se ha optado por utilizar un crecimiento del 10%, permitiendo así una estimación más prudente y sostenible para la planificación del proyecto.



**Tabla 3.35.** Ingresos anuales de los productos a ofertar en la nueva sucursal

Productos	Costo unitario (C\$)	Margen	Precio final (C\$)	cantidad anual de producción	Ingreso anual (C\$)
Alfajores	C\$10.00	50%	C\$15.00	12000	C\$180,000.00
Torta de elote	C\$176.00	20%	C\$211.20	600	C\$126,720.00
Mini Flan	C\$100.00	50%	C\$150.00	4,500	C\$675,000.00
Cheesecake	C\$100.00	50%	C\$150.00	2,400	C\$360,000.00
Quiche de jamon y queso	C\$60.00	50%	C\$90.00	3,600	C\$324,000.00
Mega Roll de Canela	C\$139.50	50%	C\$209.25	600	C\$125,550.00
Pastel de vainilla 4 onzas	C\$333.00	50%	C\$499.50	600	C\$299,700.00
Pyrex de Pio V	C\$367.00	50%	C\$550.50	600	C\$330,300.00
Torta de rompope	C\$250.00	50%	C\$375.00	600	C\$225,000.00
<b>Total</b>					<b>C\$2,646,270.00</b>

Fuente, elaboración Propia

Los ingresos anuales son de **C\$ 2,646,270.00**

**Los ingresos totales son los siguientes:**

**Tabla 3.36.** Ingresos totales

Productos	2025	2026	2027	2028	2029
Alfajores	C\$198,000.00	C\$217,800.00	C\$239,580.00	C\$263,538.00	C\$289,891.80
Torta de elote	C\$139,392.00	C\$153,331.20	C\$168,664.32	C\$185,530.75	C\$204,083.83
Mini Flan	C\$742,500.00	C\$816,750.00	C\$898,425.00	C\$988,267.50	C\$1,087,094.25
Cheesecake	C\$396,000.00	C\$435,600.00	C\$479,160.00	C\$527,076.00	C\$579,783.60
Quiche de jamon y queso	C\$356,400.00	C\$392,040.00	C\$431,244.00	C\$474,368.40	C\$521,805.24
Mega Roll de Canela	C\$138,105.00	C\$151,915.50	C\$167,107.05	C\$183,817.76	C\$202,199.53



**Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery,  
departamento de Managua.**

Pastel de vainilla 4 onzas	C\$329,670.00	C\$362,637.00	C\$398,900.70	C\$438,790.77	C\$482,669.85
Pyrex de Pio V	C\$363,330.00	C\$399,663.00	C\$439,629.30	C\$483,592.23	C\$531,951.45
Torta de rompopo	C\$247,500.00	C\$272,250.00	C\$299,475.00	C\$329,422.50	C\$362,364.75
<b>Total en (C\$)</b>	<b>C\$2,910,897.00</b>	<b>C\$3,201,986.70</b>	<b>C\$3,522,185.37</b>	<b>C\$3,874,403.91</b>	<b>C\$4,261,844.30</b>

Fuente, elaboración Propia

Los ingresos proyectados indican que en el primer año se obtendrá **C\$2,910,897.00**.

**Tabla 3.37.** Ingresos de envíos por pedidos ya

<b>Productos</b>	<b>Total de ganancia por venta al día (C\$)</b>	<b>Ingresos mensuales (C\$)</b>	<b>Ingresos anuales (C\$)</b>
Alfajores (Caja de 7 unidades)	C\$45.00	C\$1,080.00	C\$12,960.00
Torta de elote	C\$844.00	C\$20,256.00	C\$243,072.00
Mini Flan	C\$750.00	C\$18,000.00	C\$216,000.00
Cheesecake	C\$750.00	C\$18,000.00	C\$216,000.00
Quiche de jamon y queso	C\$450.00	C\$10,800.00	C\$129,600.00
Mega Roll de Canela	C\$837.00	C\$20,088.00	C\$241,056.00
Pastel de vainilla 4 onzas	C\$1,000.00	C\$24,000.00	C\$288,000.00
Pyrex de Pio V	C\$550.00	C\$13,200.00	C\$158,400.00
Torta de rompopo	C\$375.00	C\$9,000.00	C\$108,000.00
<b>Total</b>	<b>C\$5,601.00</b>	<b>C\$134,424.00</b>	<b>C\$1,613,088.00</b>

Fuente, elaboración propia

Los ingresos por envíos a través de Pedidos Ya muestran que los ingresos mensuales son de **C\$134,424.00** y los anuales de **C\$1,613,088.00**



**Tabla 3.38.** Proyección de los ingresos mediante pedidos ya

<b>Productos</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>
Alfajores	C\$14,256.00	C\$15,681.60	C\$17,249.76	C\$18,974.74	C\$20,872.21
Torta de elote	C\$267,379.20	C\$294,117.12	C\$323,528.83	C\$355,881.72	C\$391,469.89
Mini Flan	C\$237,600.00	C\$261,360.00	C\$287,496.00	C\$316,245.60	C\$347,870.16
Cheesecake	C\$237,600.00	C\$261,360.00	C\$287,496.00	C\$316,245.60	C\$347,870.16
Quiche de jamón y queso	C\$142,560.00	C\$156,816.00	C\$172,497.60	C\$189,747.36	C\$208,722.10
Mega Roll de Canela	C\$265,161.60	C\$291,677.76	C\$320,845.54	C\$352,930.09	C\$388,223.10
Pastel de vainilla 4 onzas	C\$316,800.00	C\$348,480.00	C\$383,328.00	C\$421,660.80	C\$463,826.88
Pyrex de Pio V	C\$174,240.00	C\$191,664.00	C\$210,830.40	C\$231,913.44	C\$255,104.78
Torta de rompopo	C\$118,800.00	C\$130,680.00	C\$143,748.00	C\$158,122.80	C\$173,935.08
<b>Total en (C\$)</b>	<b>C\$1,774,396.80</b>	<b>C\$1,951,836.48</b>	<b>C\$2,147,020.13</b>	<b>C\$2,361,722.14</b>	<b>C\$2,597,894.35</b>

*Fuente, elaboración propia*

Los ingresos proyectados por medio de pedidos ya indican que en el primer año se obtendrá **C\$1,774,396.80**



### 3.5 Financiamiento de la inversión

El Banco de América Central (BAC) financiará el 80% de la inversión total sobre los activos fijos para la implementación del nuevo proyecto. El monto de la inversión a financiar asciende a C\$856,240.86, con una tasa fija de interés anual del 16%. El préstamo se otorgará a un plazo equivalente a 5 años, y la forma de pago será mediante cuotas mensuales de C\$21,791.99

El cálculo de las anualidades (cuotas) se muestra a continuación

$$A = P \left[ \frac{i(1+i)^5}{(1+i)^5 - 1} \right] \text{(ecuación 8)}$$

$$A = 1,029,195.64 \left[ \frac{16\%(1+16\%)^5}{(1+16\%)^5 - 1} \right] = \text{C}\$314,326$$

**Tabla 3.39.** Pago de financiamiento

Pago de Deuda				
Año	Interés	Amortización	Cuota	Saldo final
0				856,240.86
1	136,998.54	124,505.45	261,503.99	731,735.41
2	117,077.67	144,426.32	261,503.99	587,309.09
3	93,969.45	167,534.54	261,503.99	419,774.55
4	67,163.93	194,340.06	261,503.99	225,434.49
5	36,069.52	225,434.47	261,503.99	0.02

Fuente, elaboración Propia

### 3.6. Balance General

En el caso de Lupita's Bakery, el balance general se convierte en una herramienta clave para evaluar la viabilidad financiera del proyecto, asegurando una gestión adecuada de los recursos y respaldando las decisiones estratégicas necesarias para la apertura de la nueva sucursal.



Tabla 3.40. Balance General

<b>Balance General inicial del Proyecto</b>			
<b>Activos</b>		<b>Pasivos</b>	
Activo circulante	775,946.11	Préstamos a L/P	856,240.86
Total, de activo circulante	775,946.11	Total, pasivo fijo	856,240.86
Activo Fijo	289,221.27		
Total, de activo fijo	289,221.27	Total, Pasivo	856,240.86
		<b>Capital contable</b>	
Activo diferido	5,133.70	Capital inicial	214,060.22
<b>Total, Activos</b>	<b>1,070,301.08</b>	<b>Total Pasivo + Capital</b>	<b>1,070,301.08</b>

Fuente, elaboración Propia

### 3.7 Estado de Resultados

Para calcular los Flujos Netos de Efectivo de Lupita's Bakery, se elaboraron los estados de resultados para los escenarios con y sin financiamiento, proyectados a cinco años. Estos estados permiten analizar el comportamiento financiero del negocio en ambos casos y apoyar la toma de decisiones.



Tabla 3.41. Flujo neto de efectivo sin financiamiento

Flujo Neto de Efectivo sin Financiamiento						
Descripción		2025	2026	2027	2028	2029
Ingresos		C\$ 4,685,293.80	C\$ 5,153,823.18	C\$ 5,669,205.50	C\$ 6,236,126.05	C\$ 6,859,738.65
Inversión	<b>C\$1,070,301.08</b>					
Costos Variables		C\$ 1,865,638.50	C\$ 1,949,592.23	C\$ 2,037,323.88	C\$ 2,129,003.46	C\$ 2,224,808.61
Gastos Variables		C\$ 326,267.73	C\$ 340,949.77	C\$ 356,292.51	C\$ 372,325.68	C\$ 389,080.33
Costos fijos		C\$ 1,528,087.45	C\$ 1,596,851.38	C\$ 1,668,709.70	C\$ 1,743,801.63	C\$ 1,822,272.71
Depreciación		C\$ 61,984.24	C\$ 61,984.24	C\$ 55,084.26	C\$ 55,084.26	C\$ 55,084.26
Amortización activa		C\$ 1,026.74				
Utilidad antes del IR		C\$ 902,289.15	C\$ 1,203,418.81	C\$ 1,550,768.40	C\$ 1,934,884.28	C\$ 2,367,466.00
IR		C\$ 270,686.74	C\$ 361,025.64	C\$ 465,230.52	C\$ 580,465.28	C\$ 710,239.80
Utilidad después del IR		C\$ 631,602.40	C\$ 842,393.17	C\$ 1,085,537.88	C\$ 1,354,418.99	C\$ 1,657,226.20
Depreciación		C\$ 61,984.24	C\$ 61,984.24	C\$ 55,084.26	C\$ 55,084.26	C\$ 55,084.26
Amortización		C\$ 1,026.74				
Capital del trabajo						C\$ 775,946.11
Flujo Neto de Efectivo	<b>-C\$1,070,301.08</b>	C\$ 694,613.38	C\$ 905,404.15	C\$ 1,141,648.88	C\$ 1,410,530.00	C\$ 2,489,283.31

Fuente, elaboración Propia

**Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery, departamento de Managua.**



**Tabla 3.42.** Flujo neto de efectivo con financiamiento

<b>Flujo Neto de Efectivo con Financiamiento</b>						
<b>Descripción</b>		<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>
<b>Ingresos</b>		C\$ 4,685,293.80	C\$ 5,153,823.18	C\$ 5,669,205.50	C\$ 6,236,126.05	C\$ 6,859,738.65
<b>Financiamiento</b>	<b>C\$ 856,240.86</b>					
<b>Inversión</b>	<b>C\$ 214,060.22</b>					
<b>Costos Variables</b>		C\$ 1,865,638.50	C\$ 1,949,592.23	C\$ 2,037,323.88	C\$ 2,129,003.46	C\$ 2,224,808.61
<b>Gastos Variables</b>		C\$ 326,267.73	C\$ 340,949.77	C\$ 356,292.51	C\$ 372,325.68	C\$ 389,080.33
<b>Costos fijos</b>		C\$ 1,528,087.45	C\$ 1,596,851.38	C\$ 1,668,709.70	C\$ 1,743,801.63	C\$ 1,822,272.71
<b>Pago de interés</b>		C\$ 136,998.54	C\$ 117,077.67	C\$ 93,969.45	C\$ 67,163.93	C\$ 36,069.52
<b>Depreciación</b>		C\$ 61,984.24	C\$ 61,984.24	C\$ 55,084.26	C\$ 55,084.26	C\$ 55,084.26
<b>Amortización activa</b>		C\$ 1,026.74				
<b>Utilidad antes del IR</b>		C\$ 765,290.61	C\$ 1,086,341.14	C\$ 1,456,798.95	C\$ 1,867,720.35	C\$ 2,331,396.48
<b>IR</b>		C\$ 229,587.18	C\$ 325,902.34	C\$ 437,039.68	C\$ 560,316.10	C\$ 699,418.94
<b>Utilidad después del IR</b>		C\$ 535,703.43	C\$ 760,438.80	C\$ 1,019,759.26	C\$ 1,307,404.24	C\$ 1,631,977.53
<b>Abono al préstamo</b>		C\$ 124,505.45	C\$ 144,426.32	C\$ 167,534.54	C\$ 194,340.06	C\$ 225,434.47
<b>Depreciación</b>		C\$ 61,984.24	C\$ 61,984.24	C\$ 55,084.26	C\$ 55,084.26	C\$ 55,084.26
<b>Amortización</b>		C\$ 1,026.74				
<b>Capital del trabajo</b>						C\$ 775,946.11
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>-C\$ 214,060.22</b>	C\$ 474,208.95	C\$ 679,023.46	C\$ 908,335.73	C\$ 1,169,175.19	C\$ 2,238,600.18

Fuente, elaboración Propia



### 3.8 Cronograma de Inversiones

Tabla 3.43. Cronograma de inversiones

Mes	2024				2025											
	Diciembre				Enero				Febrero				Marzo			
Semana	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elaboración de estudio	■	■	■	■												
Constitución de la empresa					■	■										
Tramitación de financiamiento							■	■								
Gestión y formalización del alquiler del local									■							
Compra de materiales y equipos para la implementación del proyecto										■						
Recepción e instalación de materiales y equipos											■	■				
Selección y contratación de personal														■		
Prueba Arranque														■	■	
Inicio de producción																■

Fuente, elaboración Propia



# EVALUACIÓN FINANCIERA





## 4. Evaluación Financiera

### 4.1 Introducción

Este análisis permite valorar si la propuesta de inversión generará los rendimientos esperados y cubrirá el costo de capital. Para este propósito, se emplean indicadores clave como la TMAR, VPN y TIR.

El VPN mide el valor generado por el proyecto, descontando los flujos futuros de efectivo al presente, y establece si la inversión genera un retorno superior al costo del capital. La TIR, por su parte, representa la tasa de descuento que iguala el VPN a cero, indicando la rentabilidad máxima del proyecto. Finalmente, la TMAR actúa como un umbral de comparación que refleja el costo de oportunidad y el riesgo asumido.

En el caso de Lupita's Bakery, estos indicadores financieros proporcionan una base sólida para determinar la viabilidad de abrir una tercera sucursal, asegurando que la inversión sea rentable y sostenible a largo plazo. Este análisis constituye un pilar fundamental en la toma de decisiones estratégicas, garantizando el éxito del proyecto.



### 3.2 Tasa mínima aceptable de rendimiento

Todo inversionista, independientemente de su naturaleza, evalúa sus decisiones basándose en una tasa mínima de retorno que garantice beneficios sobre su inversión. Esta tasa actúa como un parámetro fundamental para determinar si el proyecto cumple con las expectativas financieras esperadas.

#### 4.2.1 Cálculo de la TMAR

$i = \text{premio de riesgo } 14\% \quad f = \text{inflación } 5\%$

$$TMAR = 14\% + 5\% + (14\% * 5\%)$$

$$TMAR = 20\%$$

La TMAR se utiliza para calcular el VPN en el escenario sin financiamiento. Sin embargo, cuando se evalúa el VPN con financiamiento, es necesario emplear la TMAR Mixta. Esta se determina considerando los porcentajes de contribución a la inversión, tanto de recursos propios como del financiamiento bancario. En el caso del aporte propio, se aplica la TMAR previamente establecida, mientras que para el aporte bancario se utiliza la tasa de interés aplicada al préstamo, que en este caso es del 16%.

#### 4.2.2 La TMAR Mixta se calcula utilizando la siguiente fórmula:

$$TMAR_{mixta} = \%AP * TMAR_{inv} + \%Finan * i \quad (\text{ecuación 7})$$

Dónde:

AP: es el aporte del dueño es la diferencia que resulta de la inversión total menos el préstamo (Aporte propio 20%)

FINANCIAMIENTO: 80% de la inversión total para activos fijos.

IT: Inversión total.

i: Tasa de interés del banco

$$\%AP = \text{Aporte propio} / IT = 214,060.22 / 1,070,301.08 = 20\%$$



TMARINV = TMAR del inversionista

% FINAN = Financiamiento/ IT = 856,240.86 / 1,070,301.08 = 80%

Sustituyendo los datos anteriores se obtiene

***TMARmixta*** = (20%\*20%) +(80%\*16%) = **17%**

### 3.3 Resultados de indicadores financieros

#### 3.3.4 Indicadores financieros sin financiamiento

El Valor Presente Neto (VPN) es un indicador clave para determinar la rentabilidad de un proyecto. Este se calcula al descontar los flujos de efectivo futuros al valor presente y restablecer la inversión inicial, lo que permite comparar las ganancias proyectadas con los costos asociados en términos equivalentes al momento inicial del análisis, conocido como año cero.

Si el VPN>0 ó VPN=0 se acepta la inversión; si el VPN<0 se rechaza la inversión.

Al realizarse un proyecto sin financiamiento y al aplicar los cálculos respectivos para determinar los indicadores del proyecto se obtuvieron los siguientes datos:

**Tabla 4.1.** de indicadores financieros sin financiamiento

Indicadores Financieros	
TMAR	20%
VPN O VAN	C\$ 2,507,622.81
TIR	84%

Fuente, elaboración Propia

Como se aprecia el proyecto sin financiamiento, se obtuvo un VAN de C\$ 2,507,622.81, siendo este valor positivo un criterio aceptable para su realización. Con respecto a la TIR, se obtuvo una tasa del 84%, mayor a la tasa mínima de rentabilidad esperada para el proyecto, a lo que se acepta el proyecto según el criterio de la TIR.



### 3.3.5 Indicadores financieros con financiamiento

En el proyecto con financiamiento generara valores diferenciados en los indicadores financieros en comparación con el escenario sin financiamiento. En este sentido, los resultados obtenidos reflejan diferencias significativas entre ambas situaciones.

**Tabla 4.2.** de indicadores financieros con financiamiento

<b>Indicadores Financieros</b>	
TMAR	17%
VPN O VAN	C\$ 2,899,401.40
TIR	260%

Fuente, elaboración Propia

Como se puede apreciar en la tabla n°4.2 se obtuvo; un VAN positivo de C\$ 2,899,401.40 al obtener un VAN positivo el proyecto cumple con criterio de aceptación desde el punto de vista de VAN. Una tasa interna de retorno (TIR) de 260 %, mayor a la tasa mínima de rentabilidad esperada para realizar el proyecto, a lo que el proyecto se acepta según la TIR.

### 3.4 Periodo de recuperación

Según Baca Urbina en su libro Evaluación de proyecto, 7ma edición, quinta parte, página 212, el periodo de recuperación “consiste en determinar el número de periodos, generalmente en años, requeridos para recuperar la inversión inicial emitida, por medio de los flujos de efectivos futuros que generará el proyecto”.



#### 4.4.1 Periodo de recuperación sin financiamiento

Tabla 4.3. Periodo de recuperación sin financiamiento

Periodo de Recuperación sin financiamiento		
Año	FNE	Valores recuperados
		-1,070,301.08
1	694,613.38	-375,687.70
2	905,404.15	529,716.45
3	1,141,648.88	1,671,365.33
4	1,410,530.00	3,081,895.33
5	2,489,283.31	5,571,178.64

Fuente, elaboración Propia

Interpolación lineal

$$Yx = Y0 + \frac{(x1-x0)}{(x-x0)} (Y1 - Y0) \text{ (ecuación7)}$$

Despejamos x

$$x = x0 + \frac{(y1 - y0)}{(0 - y0)} (x1 - x0)$$
$$x = 1 + \frac{(0 - (-375,687.70))}{(529,716.45 - (-375,687.70))} (2 - 1)$$
$$= x \approx 1.4149 \text{ años}$$

La inversión inicial de C\$ 1,070,301.08 se recupera en 1 año y 5 meses, cuando los valores acumulados alcanzan C\$ 529,716.45. A partir de este punto, el proyecto genera utilidades, alcanzando C\$ 5,571,178.64 al quinto año, lo que refleja una sólida rentabilidad.



#### 4.4.5 Periodo de recuperación con financiamiento

Tabla 4.4. Periodo de recuperación con financiamiento

Periodo de Recuperación con financiamiento		
Año	FNE	Valores recuperados
		-214,060.22
1	474,208.95	260,148.74
2	679,023.46	939,172.19
3	908,335.73	1,847,507.92
4	1,169,175.19	3,016,683.11
5	2,238,600.18	5,255,283.29

Fuente, elaboración Propia

Interpolación

$$x = 0 + \frac{(0 - (-214,060.22))}{(260,148.74 - (-214,060.22))} (1 - 0)$$

$$x \approx 0.4514 \text{ año} = 5 \text{ meses}$$

En este escenario, la inversión se recupera en los primeros 5 meses, evidenciando que el proyecto es rentable, con una recuperación más rápida que la recuperación del proyecto sin financiamiento.



## 5. Conclusiones

1. En el estudio de mercado se logró cuantificar la demanda por medio de las encuestas realizadas a los barrios seleccionados del Distrito I, obteniendo para el primer año una demanda total de 189,772 de libras de repostería y una oferta de 146,264 libras, resultando de este análisis una demanda insatisfecha que evidencia una oportunidad de ingreso al mercado. A pesar de la existencia de una oferta relevante, el nivel de aceptación alcanzado fue del 82%, lo cual indica una alta probabilidad de captación de mercado.
2. Se determinó, por medio del análisis de expertos, que la ubicación óptima para el establecimiento de la nueva sucursal es en las cercanías de Metrocentro, zona estratégica del Distrito I por su alto flujo comercial. Desde el punto de vista técnico, el proyecto es viable, ya que en el mercado nacional se dispone de las herramientas y equipos necesarios para su implementación. Se diseñó el flujograma del servicio que ofrecerá la repostería, así como el organigrama con los distintos cargos requeridos. Los salarios de los trabajadores se determinaron por medio del método de evaluación por puntos. Asimismo, se definió el marco legal bajo el cual se regirá la nueva sucursal Lupita's Bakery, constituida como persona natural. Se investigaron los requisitos y pagos correspondientes ante instituciones como la DGI, la Alcaldía de Managua y el Registro Mercantil.
3. De acuerdo al estudio financiero, se estimó que la inversión necesaria para iniciar operaciones es de C\$1,070,301.08. A partir de la información proporcionada por los estudios de mercado y técnico, se determinaron los ingresos por ventas en el primer año, los cuales ascienden a C\$4,685,293.80. Los flujos netos de efectivo en el primer año del horizonte de planeación fueron positivos, con un valor de C\$695,613.38 sin financiamiento y C\$474,208.95 con financiamiento. Se estableció una Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) propia del 20% y una TMAR mixta de 17%, calculada en función del porcentaje del aporte del propietario y del financiamiento bancario. Los resultados del análisis de los flujos netos de efectivo permitieron calcular el Valor Presente Neto (VPN), obteniendo un VPN sin financiamiento de



**Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery,  
departamento de Managua.**

C\$2,507,622.81 y con financiamiento de C\$2,899,401.40. Asimismo, se determinaron las Tasas Internas de Retorno (TIR), que fueron de 84% sin financiamiento y 260% con financiamiento. En cuanto al plazo de recuperación de la inversión, se estimó en 1 año y 5 meses sin financiamiento y en 5 meses con financiamiento.

En conclusión, el proyecto resulta rentable en ambos escenarios, presentando una mayor rentabilidad al llevarse a cabo con financiamiento, lo que respalda la viabilidad económica y financiera de la apertura de una tercera sucursal de *Lupita's Bakery* en el Distrito I de Managua.



## 6.Recomendaciones

Con base en los resultados obtenidos en el estudio de prefactibilidad, se presentan las siguientes recomendaciones para la exitosa implementación del proyecto:

### **Estrategia Comercial y de Marketing**

- Desarrollar estrategias de fidelización, como descuentos para clientes recurrentes y programas de lealtad.

### **Ubicación y Operaciones**

- Optimizar los procesos de producción para maximizar la eficiencia y minimizar costos operativos.
- Programar las actividades de mantenimiento.

### **Gestión Financiera**

- Asegurar un control riguroso de costos operativos y administrativos para mantener la rentabilidad del negocio.
- Priorizar el pago de los salarios del personal, renta e impuestos, en tiempo y forma.



## 7. Bibliografía

- Armstrong, G., & Kotler, P. (2018). *Marketing: una introducción*. (13ª ed.). Pearson.
- Asamblea. (17 de Diciembre de 2012). *Ley No. 822, Ley de Concertación Tributaria*. Obtenido de <https://legislacion.asamblea.gob.ni>
- Canal 2. (12 de Febrero de 2024). Obtenido de <https://canal2tv.com/economicas/industria-panificadora-crecimiento-festividades/>
- Canive, T. (21 de Mayo de 2020). *Sinnaps. Gestor de proyectos online*. Obtenido de Análisis de la demanda: ¿cómo detectarla?: <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/analisis-de-la-oferta-y-la-demanda>
- Castro, A. M. (2009). *Proyectos de inversión*. México: McGraw-Hill.
- Corvo, H. (2021). *Lidefer*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/analisis-oferta/>
- Dess, G. y. (2003). *Dirección estratégica*. Aravaca. España: McGraw-Hill.
- Esan. (24 de Enero de 2017). Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/el-pri-uno-de-los-indicadores-que-mas-llama-la-atencion-de-los-inversionistas#:~:text=El%20per%C3%ADodo%20de%20recuperaci%C3%B3n%20de,ser%C3%A1%20cubierta%20la%20inversi%C3%B3n%20inicial>.
- Euroinova Formación. (2022). *Diplomado de estadística*. Obtenido de <https://www.euroinova.com.ni/blog/que-es-la-localizacion-de-una-empresa>
- Gasbarrino, S. (20 de Enero de 2023). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/costos-fijos>
- Gasbarrino, S. (s.f.). *Hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-depreciacion>
- Holguín, M. M. (2012). *Fundamentos de Marketing*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- INEDE. (2005). Obtenido de [https://www.inide.gob.ni/docu/censos2005/CifrasMun/tablas\\_cifras](https://www.inide.gob.ni/docu/censos2005/CifrasMun/tablas_cifras).
- Jean-Pierre Lévy Mangin, E. P. (2004). *Segmentación de Mercados*. Pearson Educación.
- Merino, J. P. (15 de Noviembre de 2024). *Definición.de*. Obtenido de <https://definicion.de/pasteleria/>



**Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery,  
departamento de Managua.**

- Mintzberg, H. A. (1999). *Safari a la estrategia: Una visita guiada por la jungla del management estratégico*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Granica S.A.
- Nicaragua, C. d. (2019).
- Paniagua Espinal, J. (15 de febrero de 2023). Obtenido de Paniagua Espinal, J. (2023, 15 de febrero). Marketing Mix: Las 4 P's de Marketing
- Rubio, A. (3 de marzo de 2021). *Conoce los pormenores de la macro y micro localización de un proyecto*. Obtenido de <https://www.rpjmconsultoria.com/post/macro-y-micro-localizacion>
- S.C, S. S. (30 de Marzo de 2022). *grantthornton*. Obtenido de <https://www.grantthornton.mx/webinars/grabaciones/estructura-organizacional/#:~:text=La%20estructura%20organizacional%20es%20la,para%20alcanzar%20los%20objetivos%20propuestos>.
- Santander, B. (. (s.f.). *Banco Santander*. Obtenido de ¿Qué es la amortización, qué tipos hay y cómo se calcula?: <https://www.bancosantander.es/glosario/amortizacion>
- Torres, D. (15 de Febrero de 2023). Obtenido de hubspot: <https://blog.hubspot.es/sales/costos-variables#:~:text=Los%20costos%20variables%20son%20aquellos,la%20cantidad%20de%20unidades%20producidas>.
- Urbina, G. B. (2013). *Evaluación de proyectos*. México: McGrawHill.



## Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery, departamento de Managua.

### 8.Anexos

#### Anexo número 1- Equipos y mobiliarios

#### Horno industrial de 6 bandejas, Marketplace



**Horno de 6 parrillas forrado en Acero inoxidable**  
15 000 C\$  
Publicado hace 9 semanas en Managua

Enviar mensaje

Detalles

Estado: Nuevo

Un año de garantía

Managua

La ubicación es aproximada

Envía un mensaje al vendedor

Hola, ¿sigue disponible?



Envío a domicilio GRATIS

Black + Decker

**BATIDORA DE PEDESTAL 5VEL 3.5L BLACK+DECKER**

Presentación: Unidad  
SKU: 13269924

Batidora de pedestal con capacidad de 3,5 litros de 5 velocidades marca Black & Decker

**BAC**  
C\$3,799.00

Agregar al carrito



# Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery, departamento de Managua.

El Gallo más Gallo

Buscar Productos

Mi Cuenta | Ingresar

Productos Marcas Promociones CYBER GALLO Blog

SOLICITÁ TU CRÉDITO CON FLEXI PAGOS AQUÍ

27% DESCUENTO



mabe

SKU 18657

**COCINA DE GAS MABE 30 PULGADAS EM7622BAP52 6 QUEMADORES**

**C\$10,199** ~~C\$13,699~~

**PODRÍA INTERESARTE...**

		
Cocina de Gas Mabe 30 pulgada...	Cocina de gas Mabe 24 pulgada...	Cocina de Gas durama Grana
<b>C\$ 12,099</b> <del>C\$ 14,999</del>	<b>C\$ 10,499</b> <del>C\$ 13,499</del>	<b>C\$ 11,999</b> <del>C\$ 13,699</del>

¿Cómo querés que te entreguen tu artículo?

**Entrega a Domicilio NI**  
Seleccioná tu método de envío para continuar.  
[Actualizá tu ubicación](#)

**Selecciona tu Tienda**  
Seleccioná tu método de envío para continuar.  
[Seleccioná otra tienda](#)

Technología **Ultimate**



# Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery, departamento de Managua.

El Gallo mas Gallo

Buscar Productos

MI Cuenta | Ingresar

Productos Marcas Promociones CYBER GALLO Blog

SOLICITA TU CRÉDITO CON FLEXI PAGOS AQUÍ

Inicio / Licuadora Black & Decker 1.5 litros BL11205G

25% DESCUENTO

SKU 154162  
**LICUADORA BLACK & DECKER 1.5 LITROS BL11205G**  
C\$1,959 ~~C\$2,599~~

¿Cómo querés que te entreguen tu artículo?

- Entrega a Domicilio MI  
Seleccioná tu método de envío para continuar.  
[Actualizar tu ubicación](#)
- Selecciona tu Tienda  
Seleccioná tu método de envío para continuar.  
[Selecciona otra tienda](#)

1 AÑADIR AL CARRITO

Walmart

¿Qué estás buscando?

Mis listas MI Cuenta Mis pedidos C\$ 0

Selecciona tu tienda

REBAJAS

Tamaños familiares Parrilleros

Inicio > Electrónica > Electrodomésticos > Hornos de Microondas y Tostadoras > Microondas Oster OGM37020 colores surtidos

081175027859  
Microondas Oster OGM37020 colores surtidos

C\$2,950.00

+ Agregar



## Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery, departamento de Managua.



DESTACADO

FOGEL

### Enfriador vertical VE-11 de 1 puerta de vidrio y 11 PC

★★★★★ (3 opiniones de clientes)

**C\$32,292.00**

Enfriador vertical mediano de 1 puerta de vidrio

Color: Gris

Capacidad: 11 pie cúbicos o 306 litros

3 parrillas incluidas tipo LC incluidas.

Dimensiones:

Alto x Pte x Fondo (cm): 169,1 x 54,9 x 60,5

Alto x Pte x Fondo (Pulg): 66 9/16 x 21 5/8 x 23 13/16

Modelo: VE-11-HC



Ventas / Consultas

Necesita ayuda con este producto? Escríbenos al WhatsApp



1



AÑADIR AL CARRITO



COMPRAR



CÓDIGO: 032332

CATEGORÍAS: 1 puerta , Enfriadores Verticales Puerta de vidrio,

Refrigeración Comercial

ETIQUETAS: 1 puerta , Económicos, Enfriadores, Exhibidor, Exhibidor refrigerado,

Puerta de vidrio, Refrigerador

60.5 cm  
23.8"



Intel  
PENTIUM  
J5040

4  
Gigabytes  
RAM

128  
Gigabytes  
Hard Drive  
SSD

Intel  
G42  
Gráfica

Windows 10  
Home S

### RCA 60.5 cm / 23.8" Computadora de Escritorio Pentium J5040 4 Gigabytes / 128 Gigabytes RWAP42444-GRY-S

Número de ítem : 479385

**C\$13,799.95**



1



Agregar A Carrito





# Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery, departamento de Managua.



Inicio > Muebles > Oficina > Escritorios > Escritorio Commodity - Wer Carvalho Grafite LINKCARVGRAF



Commodity  
Escritorio Commodity - Wer Carvalho Grafite  
LINKCARVGRAF

UPC: 463309500217 | En STOCK

C\$4,200.00

Comprar por Whatsapp



Productos Catálogos Proyectos Eventos Mayoristas Soporte Blogsmart



## Mesa redonda de aluminio 24".

SKU: FT1-R30

Category: MOBILIARIO

\$56.60<sup>+IVA</sup>

Compartir:



**Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery,  
departamento de Managua.**

Sillas de aluminio, Cotizadas por Marketplace



Sillas de aluminio disponible!!!  
Al detalle y por mayor  
Precio:\$35 la und



# Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery, departamento de Managua.

The screenshot shows a product listing on the 'economart' website. The product is a 'Vitrina Refrigerada p/Pasteleria' (Refrigerated display case for bakery). The image shows a stainless steel case with a curved glass top and three shelves, filled with various pastries. The price is listed as \$4,844.01 +IVA. The product ID is SKU: B0E1A-125VN and the category is EQUIPOS. There are social media sharing icons for Facebook, Twitter, and WhatsApp.

**economart** Productos Catálogos Proyectos Eventos Mayoristas Soporte Blogsmart Contacto

### Vitrina Refrigerada p/Pasteleria

SKU: B0E1A-125VN  
Category: EQUIPOS

**\$4,844.01 +IVA**

Compartir:

Vitrina de aluminio, cotizada en Marketplace

The screenshot shows a Marketplace listing for a 'Ganga ! Para ya Vitrina de 1.50'. The price is 5200 C\$. The listing is published in Managua. The details section says 'Vendo linda vitrina horizontal de 150 Porta corrediza interesado a Linux'. A map shows the location in Managua, near 'EL PASADO'. The location is approximated.

### Ganga ! Para ya Vitrina de 1.50

**5200 C\$** - Disponible  
Publicado en Managua

**Detalles**

Vendo linda vitrina horizontal de 150 Porta corrediza interesado a Linux

**Managua**  
La ubicación es aproximada



# Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery, departamento de Managua.

**El Gallo** **mas Gallo**  [MI Cuenta](#) | [Ingresar](#)

[Productos](#) [Marcas](#) [Promociones](#) [CYBER CALLO](#) [Blog](#)

**SOLICITÁ TU CRÉDITO CON PLESI PAGOS AQUÍ**

Inicio / Abanico Pie Lasko 16 pulgadas 2526

**SKU 11006**  
**ABANICO PIE LASKO 16 PULGADAS 2526**  
**C\$1,999** ~~C\$2,399~~

**17% DESCUENTO**

**PODRÍA INTERESARTE...**

Abanico Torre Tels-  
tar 36 pulgadas...  
**C\$ 2,299** ~~C\$ 2,799~~

**¿Cómo querés que te entreguen tu artículo?**

- Entrega a Domicilio**  
Seleccioná tu método de envío para continuar.  
Actualizar tu selección
- Selecciona tu Tienda**  
Seleccioná tu método de envío para continuar.  
Seleccioná una tienda

Tienes dudas? conversa con un agente en vivo.



# Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery, departamento de Managua.



Mi Cuenta  C\$0.00

INICIO CATALOGO TIENDA OFERTAS CONTACTANOS POLÍTICAS EMPLEOS

MUEBLES SILLAS EJECUTIVAS

## SILLA EJECUTIVA AM160GEN27

Código: 7072

Marca: XTECH

Imágenes con fines ilustrativos

C\$2,746.82 +IVA

En existencia

Cantidad: 1



### Descripción

SILLA EJECUTIVA AM160GEN27 | Modelo AM160GEN27 | Simil cuero de color negro | Cómodos reposabrazos contribuyen a aliviar la presión en los hombros y en el cuello. | Se recomienda para 6 a 8 horas de uso intensivo | El respaldo acolchado sostiene el área lumbar y acentúa el contorno natural de la espalda. | Material: Plástico, cuero de imitación, plástico PVC, espuma de polietileno, metal y madera | Dimensiones 64x65x89cm

Compartir



INICIO PRODUCTOS PUNTOS DE VENTA TALLERES FINANCIAMIENTO SOLICITE INFORMACIÓN

MOTOCICLETAS TRABAJO

## YD110 CRUX

Sale!



PRECIO REGULAR

C\$ 61,352

PRECIO PROMOCIONAL

C\$ 49,809

Nueva YAMAHA YD110 Crux es una motocicleta ideal para el trabajo y los ratos de esparcimiento ya que es una motocicleta con un asiento cómodo y amplio para dos personas.

Colores disponibles: Negro



Ver

Envíale su chat en WhatsApp





**Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery,  
departamento de Managua.**

Anexos número 2 – Formulario de inscripción de contribuyentes persona jurídica

		<b>REPÚBLICA DE NICARAGUA</b> <b>MINISTERIO DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO</b> <b>DIRECCIÓN GENERAL DE INGRESOS</b>			
<b>FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN DE CONTRIBUYENTES PERSONA JURÍDICA</b>					
1. Número RUC:			2. Fecha: ___/___/___		
<b>DATOS BÁSICOS</b>					
3. Razón social:				4. N° INSS:	
5. Fiduciario:			6. Fideicomitente:		
7. Nombre comercial:				8. Abreviatura R.S:	
9. Fecha de constitución: ___/___/___		10. N° empleados:	11. Finalidad: Con fines de lucro <input type="checkbox"/> Sin fines de lucro <input type="checkbox"/>		
12. Nacionalidad:		13. Tipo de persona jurídica:		14. Naturaleza: Privada <input type="checkbox"/> Estatal <input type="checkbox"/> Mixta <input type="checkbox"/>	
15. Entidad reguladora:		16. N° Registro entidad reguladora:		17. Fecha de certificación: ___/___/___	
18. N° escritura:	19. Año escritura:	20. Nombre del notario:		21. No. carnet abogado:	
<b>DOMICILIO TRIBUTARIO</b>					
22. Renta de adscripción:					
23. Departamento:		24. Municipio:		25. Distrito:	26. Barrio:
27. Sector comercial: Carretera: ___ Mercado: ___ Centro comercial: ___ Centro turístico: ___					
28. Nombre del sector:		29. Módulo N°:		30. Casa N°:	
31. Dirección:					
32. Teléfono:		33. Celular	34. Fax:	35. Correo electrónico:	
36. Página WEB:		37. No. NIS:	38. No. cta. ENACAL:	39. N° cta. CLARO:	
<b>DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL</b>					
40. Documento de identificación: Cédula de identidad <input type="checkbox"/> Cédula de residencia <input type="checkbox"/> Número: <input type="text"/>			41. N° Registro de cédula de residencia: 42. Fecha de emisión: ___/___/___ Fecha de vencimiento: ___/___/___		
43. Fecha de nacimiento: ___/___/___		44. Lugar de expedición:		45. Cargo:	
46. Primer apellido:			47. Segundo apellido:		
48. Primer nombre:			49. Segundo nombre:		
50. Periodo duración: Definido <input type="checkbox"/> Indefinido <input type="checkbox"/>		Fecha inicio: ___/___/___		Fecha fin: ___/___/___	
51. Sector territorial:		52. Nombre del sector:		53. Casa N°:	
54. Dirección:					
55. Departamento:		56. Municipio:		57. Distrito:	58. Apartado Postal:
59. Teléfono		60. Celular:	61. Fax:	62. Correo electrónico:	
63. N° escritura:	64. Año escritura:	65. Nombre del notario:		66. No. carnet abogado:	
<b>DATOS DEL SUSTITUTO DEL REPRESENTANTE LEGAL</b>					
67. Documento de identificación: Cedula de identidad <input type="checkbox"/> Cedula de residencia <input type="checkbox"/> Número: <input type="text"/>			68. N° registro de cédula de residencia: 69. Fecha de emisión: ___/___/___ Fecha de vencimiento: ___/___/___		
70. Fecha de nacimiento: ___/___/___		71. Lugar de expedición:		72. Cargo:	
73. Primer apellido:			74. Segundo apellido:		
75. Primer nombre:			76. Segundo nombre:		
77. Duración: Definido <input type="checkbox"/> Indefinido <input type="checkbox"/>		Fecha de inicio: ___/___/___		Fecha fin: ___/___/___	
78. Sector territorial:		79. Nombre del sector:		80. Casa N°:	
81. Dirección:					
82. Departamento:		83. Municipio:		84. Distrito:	85. Apartado postal:
86. Teléfono:		87. Celular:	88. Fax:	89. Correo electrónico:	
90. N° escritura:	91. Año escritura:	92. Nombre del notario:		93. No. carnet abogado:	
<b>DATOS DEL GERENTE GENERAL / ADMINISTRADOR / DIRECTOR</b>					
94. Documento de identificación: Cedula de identidad <input type="checkbox"/> Cedula de residencia <input type="checkbox"/> Número: <input type="text"/>			95. Fecha de emisión: ___/___/___ Fecha de vencimiento: ___/___/___		96. Fecha de nacimiento: ___/___/___
97. Primer apellido:			98. Segundo apellido:		
99. Primer nombre:		100. Segundo nombre:		101. Departamento:	
102. Dirección:				103. Municipio:	
104. Distrito:	105. Teléfono:	106. Celular:	107. Correo electrónico:		
<b>INFORMACIÓN SOBRE ACTIVIDAD ECONÓMICA</b>					
108. Actividad económica principal:		109. Fecha de inicio: ___/___/___	110. Código CIU:	111. Producto líder	
112. Actividad económica secundaria:		113. Fecha de inicio: ___/___/___	114. Código CIU:		
115. Describa el giro principal del negocio:					



**Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery,  
departamento de Managua.**

INFORMACIÓN FINANCIERA					
116. Origen del capital:	Nacional <input type="checkbox"/>	Extranjero <input type="checkbox"/>	117. Capital social:		
118. Nº Acciones:	119. Valor nominal:	120. Activo circulante:			
121. Activo fijo	122. Otros activos:	123. Total activo:			
124. Pasivo:	125. Capital:	126. Total Pasivo + Capital:			
127. ¿Posee parque vehicular?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	128. Cantidad:	129. Valor:		
130. ¿Tiene propiedades?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	131. Cantidad:	132. Urbanas:	133. Rurales:	134. Valor:
INFORMACIÓN DE SOCIOS					
135. Nombres y apellidos completos:	136. Doc. identificación No.:	137. Nacionalidad:	138. Acciones:		
139. Dirección personal:	140. Correo:		141. Celular:		
Nombres y apellidos completos:	Doc. identificación No.:	Nacionalidad:	Acciones:		
Dirección personal:	Correo:		Celular:		
Nombres y apellidos completos:	Doc. identificación No.:	Nacionalidad:	Acciones:		
Dirección personal:	Correo:		Celular:		
Nombres y apellidos completos:	Doc. identificación No.:	Nacionalidad:	Acciones:		
Dirección personal:	Correo:		Celular:		
Nombres y apellidos completos:	Doc. identificación No.:	Nacionalidad:	Acciones:		
Dirección personal:	Correo:		Celular:		
INFORMACIÓN DE SUCURSALES / DEPÓSITOS					
142. Dirección	143. Departamento	144. Municipio	145. Distrito		
INFORMACION JUNTA DIRECTIVA					
146. Nombres y apellidos completos:	147. Doc. identificación No.:	148. Nacionalidad:	149. Cargo:		
150. Dirección personal:	151. Correo:	152. Teléfono:	153. Celular		
2. Nombres y apellidos completos:	Doc. identificación No.:	Nacionalidad:	Cargo:		
Dirección personal:	Correo:	Teléfono:	Celular:		
3. Nombres y apellidos completos:	Doc. identificación No.:	Nacionalidad:	Cargo:		
Dirección personal:	Correo:	Teléfono:	Celular:		
4. Nombres y apellidos completos:	Doc. identificación No.:	Nacionalidad:	Cargo:		
Dirección personal:	Correo:	Teléfono:	Celular:		
5. Nombres y apellidos completos:	Doc. identificación No.:	Nacionalidad:	Cargo:		
Dirección personal:	Correo:	Teléfono:	Celular:		
PERSONA QUE REALIZA EL TRÁMITE DE INSCRIPCIÓN					
154. Documento de identificación: Cédula de identidad <input type="checkbox"/> Cédula de residencia <input type="checkbox"/> Pasaporte <input type="checkbox"/>	155. Nº registro de cédula de residencia:				
Número: <input type="text"/>	156. Fecha de emisión: <input type="text"/> Fecha de vencimiento: <input type="text"/>				
157. Primer apellido:	158. Segundo apellido:				
159. Primer nombre:	160. Segundo nombre:				
161. Sector territorial:	162. Nombre del sector:	163. Casa Nº:			
164. Dirección:					
165. Departamento:	166. Municipio:	167. Distrito:	168. Apartado postal:		
169. Teléfono:	170. Celular:	171. Correo electrónico:			
172. Nº escritura:	173. Año escritura:	174. Nombre del notario:	175. No. carnet abogado:		
DATOS DE ALCALDÍA DE MANAGUA					
176. Barrio domicilio:	177. Barrio empresa:	178. Barrio repres. legal:			
179. Nombre licencia comercial:	180. ¿Es PYME? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	181. Categoría:			
182. Dirección de notificación:					
183. Actividad comercial:					



**Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery,  
departamento de Managua.**

**Anexo número 3- Salario mínimo**


**Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional**  
*El Pueblo, Presidente!*


**COMISION NACIONAL DE SALARIO MINIMO**  
**ACTA NO. 1**  
**CNSM- 27/02/2025**

En la ciudad de Managua, a las once y cuarenta y cinco minutos de la mañana del día veintisiete de Febrero del año dos mil veinticinco, reunida la Comisión Nacional, de Salario Mínimo, presidida por la Ministra del Trabajo, doctora Alba Luz Torres Briones, y después de comprobarse el quórum de ley, el plenario ha acordado lo siguiente:

**CONSIDERANDO**

**PRIMERO:** De conformidad a la política de diálogo y consenso establecida en la Constitución Política de Nicaragua y a la búsqueda constante de los actores económicos y sociales del tripartismo y en el marco de la Ley N° 625, "Ley de Salario Mínimo", acordamos que los nuevos salarios mínimos entran en vigencia a partir del uno de marzo del año dos mil veinticinco hasta el veintiocho de febrero del año dos mil veintiséis, los cuales serán los siguientes:

Sector de actividad económica	Vigente a partir 01 de marzo de 2025 al 28 de Febrero del 2026	
	PORCENTAJE	MENSUAL
Agropecuaria 1/	4 %	C\$ 5,950.02
Pesca	4 %	C\$ 9,047.20
Minas y Canteras	4 %	C\$ 10,686.02
Industria manufacturera	4 %	C\$ 8,000.46
Industria sujeta a régimen especial 2/	7 %	C\$ 9,359.46

**SOMOS PUEBLO QUE VENCE!**  
**CRISTIANA, SOCIALISTA, SOLIDARIA !**  
**MINISTERIO DEL TRABAJO**  
 Avenida Monumental, del Instituto de Medicina Legal  
 200 metros al norte, Managua - (505) 2222-2115 -



**Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery,  
departamento de Managua.**

**Anexo número 4- Tabla de depreciación Ley 822**

I. En relación con el numeral 1, la vida útil estimada de los bienes será la siguiente:

General	Descripción		Tiempo	Tasa	
	Específica	Más Específica		Anual	Mensual
1.De edificios:	a. Industriales		10 años	10%	0.83%
	b. Comerciales		20 años	5%	0.42%
	c. Residencia del propietario cuando esté ubicado en finca destinada a explotación agropecuaria		10 años	10%	0.83%
	d. Instalaciones fijas en explotaciones agropecuarias		10 años	10%	0.83%
	e. Para los edificios de alquiler		30 años	3%	0.28%
2.De equipo de transporte:	a. Colectivo o de carga		5 años	20%	1.67%
	b. Vehículos de empresas de alquiler		3 años	33%	2.78%
	c. Vehículos de uso particular usados en rentas de actividades económicas		5 años	20%	1.67%
	d. Otros equipos de transporte		8 años	13%	1.04%
3.De maquinaria y equipos:	a. Industriales en general	i. Fija en un bien inmóvil	10 años	10%	0.83%
		ii. No adherido permanentemente a la planta	7 años	14%	1.19%
		iii. Otras maquinarias y equipos	5 años	20%	1.67%
	b. Equipo empresas agroindustriales		5 años	20%	1.67%
	c. Agrícolas		5 años	20%	1.67%
	d. Otros, bienes muebles:	i. Mobiliarios y equipo de oficina 5 años;	5 años	20%	1.67%
		ii. Equipos de comunicación 5 años;	5 años	20%	1.67%
		iii. Ascensores, elevadores y unidades centrales de aire acondicionado	10 años	10%	0.83%
		iv. Equipos de Computación (CPU, Monitor, teclado, impresora, laptop, tableta, escáner, fotocopiadoras, entre otros)	2 años	50%	4.17%
		v. Equipos para medios de comunicación (Cámaras de videos y fotográficos, entre otros)	2 años	50%	4.17%
		vi. Los demás, no comprendidos en los literales anteriores	5 años	20%	1.67%



Anexo 5- Encuesta

Encuesta

**1. ¿Qué edad tiene?**

15-25 años

26-35 años

Mayor de 45 años

**2. ¿Existe alguna pastelería cerca de su casa?**

Si

No

**3. ¿Consume productos de pastelería?**

Si

No

**4. ¿Con que frecuencia consume productos de pastelería?**

Diariamente

Semanalmente

Mensualmente

**5. ¿Cuál es el producto de tu preferencia al momento de comprar en una pastelería?**

Pasteles

Reposterías

Donas

Varios

**6. ¿Cuál es el motivo por el cual usted compra con mayor frecuencia productos de pastelería?**

Consumo propio

Eventos especiales

**7. ¿Estaría dispuesto a comprar productos de la pastelería Lupita's Bakery?**



**Estudio de prefactibilidad de una tercera sucursal de la pastelería Lupita's Bakery,  
departamento de Managua.**

Si

No

**8. ¿Mediante que medios le gustaría recibir publicidad?**

Facebook

Instagram

Radio

**9. ¿Cuál sería tu ubicación ideal para la nueva sucursal de Lupita's Bakery?**

Cerca de Metrocentro

Cerca de Galerías Santo domingo

Bello horizonte