

Área de Conocimiento de Ingeniería y Afines

Estudio de prefactibilidad de una sucursal del Bar-Restaurante Honolulu en el municipio de Tipitapa, departamento de Managua.

Trabajo Monográfico para optar al título de
Ingeniero Industrial

Elaborado por:

Br. Andrea
Dangla Roche
Carnet: 2017-01651

Br. Victoria Paola
Medina Zeledón
Carnet: 2016-00471

Tutor:

Albert L. Balmaceda-
Santamaría, Ph.D.

Dedicatoria

Dedicamos esta tesis principalmente a Dios por habernos permitido llegar a culminar esta etapa profesional de nuestras vidas y habernos dado la sabiduría, salud para lograr nuestros objetivos además de su infinita bondad y amor.

A nuestros padres porque sin el apoyo de ello este sueño que tenemos desde niñas no hubiera sido posible por siempre brindarnos su apoyo incondicional en todo momento, por sus consejos, por la motivación que nos dan para ser cada día mejores personas, por ser el ejemplo de la perseverancia, por el valor mostrado que nos han dado para salir adelante, por enseñarnos que el que persevera alcanza todas sus metas, por enseñarnos que no hay que echarse para atrás ni para agarrar impulso por siempre estar pendiente desde pequeñas hasta convertirnos en adultas y por siempre brindarnos su amor.

A nuestras hermanas porque siempre hemos contado con ellas para todo, gracias a la confianza que hemos tenido y los consejos que nos dan.

A nuestros maestros gracias por el tiempo, por sus enseñanzas, así como la sabiduría que nos transmitieron durante nuestro tiempo de nuestra formación profesional.

A nuestro tutor Albert L. Balmaceda-Santamaría, Ph. D., por su tiempo compartido y por impulsar el desarrollo de nuestra formación profesional, por su apoyo en los momentos difíciles de este trabajo y siempre haber estado en todos los momentos que lo necesitamos para culminar nuestra tesis.

A la Universidad Nacional de Ingeniería que nos dio la oportunidad de ser parte de ella y permitirnos ser parte de una generación de gente productiva que ayuda a lograr nuestros sueños y metas.

Resumen

Tipitapa como municipio con una de las mayores influencias económica de Managua, actualmente no cuenta con una oferta de entretenimiento particular como una alternativa de enfoque juvenil su zona urbana.

Por tal razón, surge la oportunidad de evaluar la factibilidad del Bar - Restaurante Honolulu como una nueva opción de entretenimiento, para satisfacer la demanda de los jóvenes adultos en el casco urbano de Tipitapa. Para tal efecto, se realizó un estudio de mercado para segmentar el mercado a una población de entre 20 y 54 años como clientes potenciales y se definió un análisis de la oferta, análisis de precios, el modelo de comercialización y las estrategias de mercado para garantizar el éxito de la propuesta llamada Bar – Restaurante Honolulu.

Como segunda etapa se realizó un estudio técnico de la propuesta del negocio, y se definieron todas las herramientas, instrumentos, espacios, muebles y costos fijos pertinentes para la operación del Bar – Restaurante propuesto. Además, se presenta la estructura organizacional y el cumplimiento de las condiciones legales y de gobierno para la garantizar el buen funcionamiento del establecimiento conforme a la Ley.

Como última etapa es presentado un estudio financiero, se totalizaron los costos en conjunto con los costos fijos, la inversión por publicidad, capital de trabajo, la depreciación y amortización de activos, con el fin de evaluar el proyecto con financiamiento y sin financiamiento. También, se calculó el punto de equilibrio del negocio y la proyección de ingresos a un periodo de 6 años.

Finalmente se presenta el análisis de rentabilidad mediante la TMAR, el VAN, la TIR, el índice de rentabilidad (IR), y el período de recuperación (PR). Los resultados muestran que el negocio es factible porque sin financiamiento hay un periodo de recuperación de cinco meses activos de funcionamiento.

Índice de Contenido

I. Introducción	1
II. Antecedentes	2
III. Justificación	3
IV. Objetivos	4
4.1. Objetivo General	4
4.2. Objetivos Específicos	4
V. Marco Teórico	5
5.1. Fundamentos Teóricos	5
5.2. Estudio de Pre factibilidad	5
5.2.1. Estudio de Mercado	6
5.2.2. Estudio Técnico	8
5.2.3. Estudio Financiero	10
VI. Diseño Metodológico	13
VII. Capítulo 1: Estudio de Mercado	15
7.1. Caracterización del Mercado	15
7.2. Definición del Servicio	16
7.3. Marca	17
7.4. Identificación del Mercado	17
7.5. Descripción del Servicio	18
7.6. Fuentes de Información	19
7.6.1. Información Primaria	19
7.6.2. Información Secundaria	19
7.7. Análisis de Demanda	20
7.7.1. Segmentación de la Demanda	20
7.7.2. Población	20
7.7.3. Selección de Muestra	21
7.7.4. Determinación de la Demanda	21
7.7.5. Proyecciones de la Demanda	28
7.7.6. Tamaño de la Muestra y Tipo de Muestreo	29
7.8. Investigación de Mercado	31
7.8.1. Análisis de Encuestas	31

7.8.2. Criterios de las Encuestas.....	31
7.8.3. Resultados de las Encuestas	32
7.9. Demanda Potencial	40
7.9.1. Demanda Potencial Insatisfecha.....	41
7.9.2. Fracción a Captar de la Demanda Insatisfecha	42
7.10. Análisis de Oferta	43
7.10.1. Análisis de Negocios Competentes Indirectos.....	44
7.10.2. Determinación de la Oferta	45
7.10.3. Proyección de Oferta.....	45
7.11. Análisis de Precios	46
7.12. Modelo de Comercialización	50
7.13. Estrategia de Mercadeo.....	50
7.13.1. Estrategia de Venta y Comercialización	50
7.13.2. Precio.....	51
7.13.3. Producto	51
7.13.4. Distribución	51
7.13.5. Promoción.....	51
VIII.Capítulo 2: Estudio Técnico	53
8.1. Localización Óptima del Proyecto	53
8.1.1. Macro Localización.....	53
8.1.2. Micro Localización	55
8.2. Determinación del Tamaño Óptimo del local.....	57
8.3. Distribución Física del Bar y Restaurante	57
8.3.1. Requerimientos de Mobiliarios, Equipos y Electrodomésticos	59
8.3.2. Costo de Alquiler	60
8.3.3. Mobiliario, Equipos, Electrodomésticos y Utensilios Requeridos para el Local.	60
8.3.4. Insumos	62
8.4. Estudio Organizacional	64
8.4.1 Misión y Visión.....	64
8.4.2. Valores.....	65
8.4.3. Organigrama.....	66
8.4.4. Identificación y Cuantificación del Personal.....	66

8.4.5. Descripción de los Cargos.....	66
8.4.6. Fijación de Salario	67
8.4.7. Días Laborales	67
8.5. Aspectos legales del Establecimiento	68
8.5.1. Gestión de Matrícula Municipal en la Alcaldía de Tipitapa	68
8.5.3. Impuestos y Contribuciones Legales	69
8.5.4. Gestión de Inspección y Aprobación de Licencia Sanitaria del Ministerio de Salud (MINSA).....	69
8.5.5. Gestión y Aprobación de Inspección Técnica de la Infraestructura por parte del Cuerpo de Bomberos de Tipitapa	70
8.5.6. Gestión Permiso de Venta de Licor por la Policía Nacional (PN)	70
8.5.7. Aspectos legales de la empresa	70
8.5.8. Disposición del código laboral.....	71
IX. Capítulo 3: Estudio Financiero.....	72
9.1. Costos Variables	72
9.1.1. Costos de Materia Prima.....	72
9.1.2. Costos de Insumos.....	74
9.1.3. Costos de Materia Prima e Insumos	75
9.2. Gastos Variables del Bar-Restaurante	75
9.2.1. Gastos por Servicios Básicos.....	75
9.2.2. Gastos por Operatividad.....	77
9.3. Costo Total de Gastos Variables al Mes y al Año.	78
9.4. Costos Fijos	78
9.4.1. Gasto por Sueldo de Trabajadores	78
9.4.2. Costos por Mano de Obra	79
9.4.3. Costo por Alquiler del Local	80
9.4.4. Total, de Costos Fijos.....	80
9.5. Inversión por Publicidad	80
9.6. Capital de Trabajo.....	81
9.7. Inversión	81
9.7.1. Inversiones Fijas.....	81
9.7.2. Inversión Diferida.....	82
9.7.3. Inversión Total	83

9.8. Depreciación y Amortización de los Activos	83
9.8.1. Depreciación de Maquinaria y Equipo.....	83
9.8.2. Amortización del Activo Diferido.....	85
9.9. Financiamiento del Proyecto	85
9.10. Determinación del Precio por el Servicio de Bar – Restaurante	87
9.10.1. Criterios para la Selección del Precio	87
9.10.1.1. Precio en base a Costo de Producir	87
9.10.1.1.1. Punto de Equilibrio	88
9.10.1.2. Precio en base a los Consumidores	89
9.10.1.3. Precio en base a la Competencia	90
9.10.1.4. Determinación del precio final del servicio	90
9.11. Ingresos de Honolulu	91
9.12. Proyección de los Ingresos, Costos y Gastos del Proyecto	91
9.12.1. Proyección de los Ingresos del Proyecto	91
9.13. Proyección de los Costos del Proyecto	92
9.13.1. Costos variables	92
9.13.2. Costos Fijos	92
9.14. Proyección de los Gastos del Proyecto	93
9.14.1. Gastos variables.....	93
9.15. Flujo de Efectivo	93
9.15.1. Flujo de Efectivo sin Financiamiento.....	93
9.15.2. Flujo de Efectivo con Financiamiento.....	96
9.16. Análisis de Rentabilidad	97
9.16.1. Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR).....	97
9.16.2. Valor Actual Neto (VAN).....	99
9.16.3. Tasa interna de Retorno (TIR)	99
9.16.4. Periodo de Recuperación (PR)	100
9.17. Resultado de los Indicadores Financieros	100
9.17.1. Proyecto Sin Financiamiento.....	100
9.17.1.1. Periodo de Recuperación.....	101
9.17.2. Proyecto con Financiamiento	102
9.17.2.1 Periodo de Recuperación	102

X. Conclusiones	104
XI. Recomendaciones	106
XII. Bibliografía	107
XIII. Anexos	108

Índice de Tablas

Tabla 1.	Proveedores de Insumos.....	16
Tabla 2.	Población Zona Urbana Tipitapa 2006-2021.	22
Tabla 3.	Población Pronosticada Zona Urbana Tipitapa 2022.....	27
Tabla 4.	Pronostico Poblacional Tipitapa Zona Urbana.	28
Tabla 5.	Población Tipitapa por Edades 2023-2027.	28
Tabla 6.	Designación Total de Encuestados por Subgrupos.	30
Tabla 7.	Competencia Directa de Bares-restaurantes Tipitapa.	43
Tabla 8.	Competencia Indirecta Bares-restaurantes Tipitapa.....	44
Tabla 9.	Oferta de la Competencia Tipitapa.....	46
Tabla 10.	Rango de Precios de la Competencia Tipitapa.	46
Tabla 11.	Menú Bar-Restaurante Honolulu.....	47
Tabla 12.	Rango de Precios Bar-Restaurante Honolulu.....	51
Tabla 13.	Factores de Macro Localización.	54
Tabla 14.	Evaluación de Macro Localización.....	54
Tabla 15.	Factores de Micro Localización.....	55
Tabla 16.	Evaluación de Micro Localización.	56
Tabla 17.	Área del Bar-Restaurante a Alquilar.	58
Tabla 18.	Inversión de Infraestructuras.....	59
Tabla 19.	Alquiler del Local.	60
Tabla 20.	Mobiliario, Equipo y Electrodomésticos.	60
Tabla 21.	Utensilios de Cocina.....	62
Tabla 22.	Insumos de Limpieza.	63
Tabla 23.	Costo Unitario por Platillo del Bar-Restaurante.	64
Tabla 24.	Cuantificación del Personal Bar-Restaurante.....	66
Tabla 25.	Materia Prima	72
Tabla 26.	Insumos	74
Tabla 27.	Materia Prima e Insumos	75
Tabla 28.	Gasto por Servicio de Agua Potable	75
Tabla 29.	Gasto por Consumo de Energía Eléctrica	76

Tabla 30.	Tarifa Mensual Aproximada de Energía Eléctrica	77
Tabla 31.	Gasto por Uso de Transporte.....	77
Tabla 32.	Gasto por Uso del Gas Propano	78
Tabla 33.	Costo Total de Gastos Variables Mensuales y Anuales.....	78
Tabla 34.	Costos por Mano de Obra.....	79
Tabla 35.	Costo Alquiler del Local	80
Tabla 36.	Total, de Gastos Fijos	80
Tabla 37.	Costos de Capital de Trabajo.....	81
Tabla 38.	Inversión de Higiene y Seguridad Ocupacional.....	82
Tabla 39.	Inversión Diferida	83
Tabla 40.	Inversión Total.....	83
Tabla 41.	Depreciación de Activos.....	84
Tabla 42.	Amortización de Activo Diferido	85
Tabla 43.	Financiamiento de la Inversión Fija.....	86
Tabla 44.	Pagos Anuales por Financiamiento	86
Tabla 45.	Datos para el cálculo del punto de equilibrio	88
Tabla 46.	Monto de costos variables y fijos	88
Tabla 47.	Proyección de los ingresos del bar-restaurante.....	91
Tabla 48.	Proyección de los ingresos por periodo.....	92
Tabla 49.	Proyección de los costos variables por periodo.....	92
Tabla 50.	Proyección de los costos fijos por periodo.....	92
Tabla 51.	Proyección de los gastos variable por periodo	93
Tabla 52.	Flujo Neto de Efectivo Sin Financiamiento	95
Tabla 53.	Flujo Neto de Efectivo con Financiamiento.....	96
Tabla 54.	TMAR del inversionista	98
Tabla 55.	TMAR Mixta.....	98
Tabla 56.	Indicadores financieros del proyecto sin financiamiento	101
Tabla 57.	Periodo de recuperación del proyecto sin financiamiento	101
Tabla 58.	Indicadores financieros del proyecto con financiamiento	102
Tabla 59.	Periodo de recuperación del proyecto con Financiamiento.....	103

I. Introducción

El objetivo de este trabajo era realizar un estudio de pre factibilidad para instalar una nueva sucursal del bar restaurante Honolulu, ubicado en el municipio de Tipitapa con un diseño hawaiano, que consta de un ambiente agradable, social y entretenido, dirigido a la población de Tipitapa, con cocteles, cervezas, comidas hawaianas y bebidas tradicionales, así como música de ambiente, música en vivo y DJ.

Esta propuesta respondió a una problemática en adultos en busca de un lugar de entretenimiento atractivo, en el casco urbano de Tipitapa, para que los consumidores puedan disfrutar de este tipo de negocios sin tener que ir a la capital, lo que reducirá sus gastos de transporte y riesgos de seguridad por la distancia y tiempo.

Para implementar este negocio, se requiere cumplir con los requisitos y normativas de las autoridades correspondientes: Policía Nacional, Alcaldía Municipal, Dirección General de Ingreso (DGI) y Ministerio de Salud (MINSA), cuando se cumplen estos requisitos se podrá inaugurar y publicar el negocio.

Se abordarán tres estudios: mercado, técnico y financiero. En el estudio de mercado se analizó la demanda, la oferta, el perfil del consumidor y la mezcla del mercado para la nueva sucursal, y el estudio técnico permitió conocer las características, instalaciones e insumos adecuados para satisfacer demanda existente y acoplo de las necesidades al segmento elegido para el estudio. Además, con las herramientas utilizadas en el estudio financiero se pudo determinar la factibilidad de inversión, los costos de inversión y el periodo de retorno de la inversión.

II. Antecedentes

Tipitapa es un municipio urbano con un crecimiento poblacional constante y una economía influenciada por las zonas francas cercanas, en el cual existe la necesidad de diversificar su actual oferta en los diferentes rubros, en este caso el Bar - Restaurante Honolulu permitiría a los habitantes tener un lugar de entretenimiento nocturno con un ambiente diferenciado a lo ofertado en el municipio.

Actualmente, la zona urbana del municipio de Tipitapa tiene veintitrés bares; de ellos, tres son bares y restaurantes, dos son bares y cocteleros, uno es bar y billar, y los diecisiete restantes solo son bares. Según la información brindada por la alcaldía del municipio de Tipitapa, la cual lleva el registro por medio del pago de los impuestos.

La mayoría de estos bares que están ubicados en la zona urbana de Tipitapa, prefieren abarcar la mayor demanda posible, renfocándose en un concepto de venta de comida y alcohol, sin segmentación, por lo que no permite definir un perfil del cliente específico que quiere atraer a su local.

Al ser pocos los bares y restaurantes, los pobladores de Tipitapa buscan entretenimiento nocturno en Managua, generando un mayor gasto y un riesgo al momento de movilizarse en vehículo propio, en transporte público o selectivo. La apertura del Bar – Restaurante Honolulu, será una opción para la población del municipio de Tipitapa donde podrán encontrar una variedad de platillos y bebidas ubicada en la zona urbana.

III. Justificación

Tipitapa es uno de los principales municipios de Managua, está a 20 km de la capital. Tipitapa es un municipio urbano y tiene influencia económica debido a empresas industriales cercanas. No cuenta con bares y restaurantes con experiencia segmentada a adultos de 20 a 54 años, por lo que este estudio se centra en satisfacer las necesidades de Tipitapa, referente a un bar y restaurante con temática playera para esta zona.

Hay algunos bares del centro de Tipitapa que no tienen servicios, ambiente e instalaciones con un enfoque juvenil, ya que las opciones que ofrecen se enfocan en vender bebidas alcohólicas y comida, sin una experiencia atractiva y playera.

Por la inexistencia de un bar y restaurante dirigido a jóvenes adultos, los residentes locales recurren a la cercanía de la capital, prefieren ir a Managua donde encuentran más opciones según sus necesidades, con bares y restaurantes con ambiente y segmentación diferentes a los de Tipitapa.

Este estudio permitirá evaluar la factibilidad de la apertura del Bar - Restaurante Honolulu que será una nueva opción de establecimiento, para satisfacer la demanda de los jóvenes adultos en el casco urbano de Tipitapa. Además, su apertura permitirá frecuentar un lugar cercano a sus hogares, sin la necesidad de arriesgarse a conducir hasta la capital, y también, será una nueva fuente de empleos para los pobladores de esta zona.

IV. Objetivos

4.1. Objetivo General:

- Desarrollar un estudio de pre factibilidad para la viabilidad de la apertura de una nueva sucursal del Bar - Restaurante Honolulu en el municipio Tipitapa, departamento de Managua.

4.2. Objetivos Específicos:

1. Realizar un estudio de mercado que permita la identificación de la demanda y oferta de los bares y restaurantes existentes, en el municipio de Tipitapa.
2. Elaborar estudio técnico que defina los requerimientos y los insumos necesarios para la nueva sucursal Honolulu Bar y Restaurante.
3. Efectuar una evaluación financiera para determinar la rentabilidad del proyecto a través de: balance general, VPN, TIR, TMAR y PR.

V. Marco Teórico

A continuación, en esta sección se describen las definiciones y fundamentos teóricos de las herramientas y metodología a usar para el desarrollo de este estudio.

5.1. Fundamentos Teóricos

Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema que tiende a resolver, entre tantos, una necesidad humana o deseo. (Sapag, 2014).

Bar

Según la RAE la palabra Bar está definida como un local en que se despachan bebidas que suelen tomarse de pie, ante un mostrador. En este estudio, la definición puede extenderse, ya que habrá condiciones adicionales para despachar bebidas y no solo un mostrador o conocida como barra de bebidas.

Restaurante

Según la RAE la palabra restaurante está definida como un establecimiento público donde se sirven comidas y bebidas, mediante precio, para ser consumidas en el mismo local.

5.2. Estudio de Pre factibilidad

El estudio de pre factibilidad o anteproyecto 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. (Baca Urbina, 2013).

Los objetivos principales de hacer un estudio de pre factibilidad son:

1. Estudio de mercado.
2. Estudio técnico.
3. Estudio financiero.

5.2.1. Estudio de Mercado

El estudio de mercado es fundamental porque disminuye la incertidumbre sobre la aceptación o rechazos de los productos o servicios por parte de los consumidores, elimina subjetividades e interpretaciones inadecuadas con respecto a lo que se pretende vender y ayuda a identificar qué tipo de producto desean los compradores (Morales Castro, 2009).

Los objetivos del estudio de mercado son constatar con la necesidad insatisfecha y determinar la posibilidad de que los productos que elabora o servicios que presta puedan satisfacer y proponer productos con mejores características que los de competencia (Morales Castro, 2009).

Análisis de Demanda

El objetivo principal del análisis de la demanda es determinar y medir las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, y establecer la posibilidad de participación del producto.

La demanda se basa en varios factores, como la necesidad real del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población y otros, por lo que el estudio habrá que considerar información proveniente de fuentes primarias y secundarias (Baca Urbina, 2013).

Mercado Meta

La población meta debe definirse en términos de los elementos, las unidades de muestreo, la extensión y el tiempo. Un elemento es el objeto sobre el cual se desea información. En una investigación por encuesta, el elemento suele ser el encuestado. La unidad de muestreo es un elemento, o una unidad que contiene al elemento, que está disponible para la selección en alguna etapa del proceso de muestreo (Naresh K. Malhotra, 2008).

Proyecciones de Demanda por Curvas Polinómicas

El uso de curvas polinómicas o parabólicas ha sido muy generalizado para proyectar la población, ya que estas curvas son muy flexibles; la parábola de segundo grado es

sensible al ritmo medio de crecimiento y al aumento o disminución de velocidades observado en ese ritmo. (Granados Celade, 1987).

Análisis de Oferta

El propósito que persigue en el análisis de oferta es que tiene como finalidad establecer las condiciones y cantidades de un bien o servicio que se pretende vender en el mercado, permitiendo evaluar fortalezas y debilidades e implementar estrategias para mejorar la ventaja competitiva y debe efectuarse la revisión actual y futura de la oferta para establecer cuanto podrán ofrecer al mercado (Sy Corvo, Helmut. 20 de febrero de 2021).

La oferta, igual que la demanda, se basa en varios factores, como los precios del mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etc. La investigación de campo que se deberá considerar todos estos factores junto con el entorno económico del proyecto (Baca Urbina, 2013).

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 (Baca Urbina, 2013).

Mezcla de Mercado

Se le llama mezcla de marketing o marketing mix y se define como el conjunto de herramientas que utiliza una empresa para conseguir sus objetivos de marketing; McCarthy(1960) clasificó estos instrumentos en cuatro grandes grupos que denominó las cuatro P de marketing: Producto, Precio, Promoción y Plaza; cada uno de estos elementos de decisión según Kloter y Keller (2006), agrupan, en torno a ellos, una serie de variables que influyen tanto en los canales de comercialización como en los consumidores finales (Mario Mesa Holguín, fundamentos de marketing, 2012 pág. 4)

- **Producto:** es un bien, servicio, idea, información, lugar, organización es decir cualquier cosa que ofrezca en venta para el intercambio. Incluye diseño, empaque, etiquetas y demás características tangibles e intangibles junto con el servicio adicional proporcionado y relacionado con el producto. (Mario Mesa Holguín, 2012)
- **Precio:** es la asignación de valor o la cantidad expresada en dinero que el consumidor debe intercambiar para recibir el producto. (Mario Mesa Holguín, 2012)
- **Promoción y educación:** según Kloter y Armstrong la promoción implica actividades que comunican las ventajas del producto y persuaden a los clientes meta que lo compren
- **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. (Mario Mesa Holguín, 2012).

5.2.2. Estudio Técnico

El estudio técnico o ingeniería del proyecto determina toda la estructura de la empresa, tanto física como administrativa, y cuando se habla de administración, también se habla de la administración en su sentido más amplio, esto es, administración de inventarios, de sistemas productivos, de finanzas, etc. (Baca Urbina, 2013).

Localización

Determinar la ubicación más ventajosa de la planta de producción o de generación de servicios que se pretenden en el proyecto de inversión. El estudio de la localización de la planta se realiza en dos niveles: nivel macro, o zona donde se ubicará la planta, y a nivel micro, o el sitio específico.

Macro localización: A esta altura del desarrollo del proyecto es necesario elegir el área donde se establecerá la planta de producción o de prestación de servicios. Para tomar esta decisión se debe llevar a cabo, principalmente, una evaluación de los siguientes factores:

- Primarios: mercado de consumo y fuentes de materias primas utilizando un método donde la materia prima este en constante movimiento y esto se logrará con el método PEPS (Primero en Entrar Primero en Salir).
- Secundarios: disponibilidad de la infraestructura, mano de obra, marco jurídico y la aceptación o rechazo social del proyecto.

Método PEPS (primero en entrar primero en salir): Este método consiste en darle salida a los primeros artículos o materia prima en entrar al almacén, es decir que los productos que más tiempo llevan almacenados serán los primeros en usarse para la preparación de comida o cocteles.

Micro localización: se realiza simultáneamente determinando las especificaciones de las instalaciones, maquinaria y tamaño de la planta de producción. La ubicación debe satisfacer las necesidades de maquinaria, instalaciones, dimensiones para alojar el equipo y a los trabajadores, entre otros factores (Morales Castro, 2009).

Aspectos de la micro localización:

- Primarios: tipo de construcción de obra civil que satisface las necesidades del proyecto, disponibilidad de servicios (agua, energía eléctrica, gas, alcantarillado, etc.), facilidad para desechar los desperdicios y residuos generados durante el proceso de producción, instalaciones especiales que requiera la maquinaria, el equipo, emisión de gases y de ruido.
- Secundarios: flujo de materias primas dentro de la planta, posibles desarrollos futuros de obras o construcciones en los alrededores que puedan afectar la operación de la planta y regulaciones legales.

Ingeniería del Proyecto

El estudio de ingeniería del proyecto debe determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. Para ello se analizarán las alternativas y condiciones en las que pueden combinarse los factores productivos, identificando los costos y los ingresos de operación asociados a cada alternativa de producción, cuantificando y proyectando los montos de inversiones de capital (Sapag, 2014).

Aspecto Organizacional y Estructura Organizativa

El aspecto organizacional es la parte final del estudio técnico en el cual se completa el nivel organizacional del proyecto con un enfoque interno de cada puesto de trabajo y la relación que obtiene con el sistema de producción.

El diseño de la estructura organizativa requiere definir la naturaleza y el contenido de cada puesto de la organización. Al caracterizar así cada cargo de ella, podrá estimarse el costo en remuneraciones administrativas del proyecto. Para hacerlo será preciso diseñar las características del trabajo y las habilidades necesarias para asumir los deberes y las habilidades necesarias para asumir los deberes y las responsabilidades que el corresponden (Sapag, 2014).

5.2.3. Estudio Financiero

Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y estudiar los antecedentes para determinar su rentabilidad (Sapag, 2014).

Este estudio se encargará en analizar diferentes tipos de parámetros para establecer niveles de rentabilidad en un tiempo antes de la puesta en marcha de la sucursal, siendo uno de los enfoques en la toma de decisiones sobre la inversión de la sucursal, tomando en cuenta los niveles de inversión estipulados necesarios para el proyecto, donde uno de los factores determinísticos de la rentabilidad es; inversión fija (gastos operativos, maquinarias, equipos de producción, local y mobiliarios).

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 (Morales Castro, 2009).

Valor Actual Neto

El valor presente neto es la diferencia del valor presente neto de los flujos netos de efectivo y el valor actual de la inversión, cuyo resultado se expresa en dinero. Se define como la suma de los valores actuales o presentes de los flujos netos de efectivo, menos la suma de los valores presentes de las inversiones netas. En esencia, los flujos netos de efectivo se descuentan de la tasa mínima de rendimiento requerida y se suman. Al resultado se le resta la inversión inicial neta (Morales Castro, 2009).

La fórmula que se utiliza para calcular el valor presente neto es:

$$VPN = VAN = \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{FNE_n}{(1+i)^n} - \left[IIN - \frac{VS}{(1+i)^n} \right]$$

O bien,

$$VPN = VAN = \sum_1^n \frac{FNE}{(1+i)^n} - \left[IIN - \frac{VS}{(1+i)^n} \right]$$

También,

Ecuación #1

$$VPN = VAN = \sum_0^n \frac{FNE}{(1+i)^n}$$

Donde:

VPN = Valor presente neto.

VS = Valor de salvamento.

VAN = Valor actual neto.

i = Tasa de interés a la que se descuentan los flujos de efectivo.

FNE = Flujo neto de efectivo.

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

IIN = Inversión inicial neta.

Criterios del Parámetro VAN:

$VAN > 0$ Se acepta el proyecto.

$VAN = 0$ Es indiferente.

$VAN < 0$ Se rechaza el proyecto.

Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR).

La tasa mínima atractiva de retorno estará determinada por la tasa de inflación más el premio al riesgo. El premio al riesgo es un valor determinado por el inversionista (Sapag, 2014).

Tasa de Interna de Retorno.

El criterio de la tasa interna de retorno evalúa el proyecto según una única tasa de rendimiento por periodo, con la que los beneficios actualizados son iguales a los desembolsos expresados en moneda actual (Sapag, 2014).

Ecuación #2:

$$TIR = TMAR1 - \frac{VAN1 (TMAR2 - TMAR1)}{|VAN2 - VAN1|}$$

TMAR 1: TMAR que genere un VAN positivo.

VAN 1: VAN positivo.

VAN 2: VAN negativo.

TMAR 2: TMAR que genere un VAN negativo.

Criterios del Parámetro TIR:

$TIR > TMAR$ Se aceptan el proyecto.

$TIR < TMAR$ Se rechaza el proyecto.

$TIR = TMAR$ Es indiferente.

Periodo de Recuperación (PR)

Con este método se puede determinar el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial neta, en cuántos años los flujos de efectivo igualarán el monto de la inversión inicial (Sapag, 2014).

Ecuación #3

$$\text{Tiempo de Recuperación} = \frac{\text{Inversión}}{\text{Flujo Neto de Efectivo}}$$

VI. Diseño Metodológico

En este diseño se describen todos los procedimientos que perciben en el desarrollo de la investigación. La investigación del proyecto se utilizó método deductivo debido a que se realizaron aspectos del mercado de los bares- restaurantes que ofertan actualmente este servicio.

Estudio de Mercado

Es el estudio que se realizará en el municipio de Tipitapa para determinar las posibilidades de introducir este negocio de bar y restaurante se obtuvo información de encuesta realizadas a la población de Tipitapa y esta posteriormente se representaron gráficamente en el acápite de encuesta en la investigación del mercado.

Tamaño de la población conocida:

Ecuación #4:

$$\text{Tamaño muestral} = \frac{NZ^2pq}{(N-1)E^2 + Z^2pq}$$

Donde:

N: población total.

P: probabilidad de éxito, o proporción esperada.

Z: nivel de confianza.

Q: probabilidad de fracaso.

E: error con nivel de confianza.

Se utilizó el método inductivo por medio de fuentes primarias constituidas por encuestas y visitas a lugares que brinden servicios similares en el recinto para la recolección de los datos se utilizarán tanto fuentes primarias como secundarias.

Análisis de encuestas, se utilizaron Microsoft Excel para la elaboración de gráficos y Microsoft Word para la redacción de estas. Para las proyecciones de demanda, oferta se utilizó Microsoft Excel e informaciones de fuentes secundarias.

Para la definición del servicio se tomó en cuenta la sucursal actual que existe en Liberia, Guanacaste, Costa Rica. Del resultado de las encuestas se tomaron las características para satisfacer las exigencias del mercado meta.

Investigación de la Demanda

Para determinar la demanda se aplicaron encuestas a personas con un rango de edad de 20 a 54 años económicamente activas que resida en el municipio de Tipitapa, consumidoras de bebidas alcohólicas, comidas, fumadores y que si tenga restricción al consumir bebidas alcohólicas.

Variable del Mercado a Investigar

Las variables al mercado a investigar fueron, demanda, oferta, demanda potencial insatisfecha, y precios definidos según el mercado actual.

Estudio Técnico

El estudio técnico se realizó con un método de doble vía, inductivo y deductivo, según las necesidades que requiera el proyecto.

Las actividades para este estudio son las siguientes:

1. Micro localización: se efectúa por el método cualitativo por puntos.
2. Determinación optima de la planta: se analiza el tipo de manufactura que se emplea por órdenes.
3. Ingeniera de proyecto: se realiza organigrama para puestos de trabajo, descripción y análisis de los cargos de los empleados, realizamos cotizaciones de los equipos que se van a utilizar en el proyecto.
4. Distribución de planta: a desarrollarse en AutoCAD.

Estudio Financiero

El análisis financiero permitió definir la rentabilidad y viabilidad del proyecto utilizando herramientas financieras en base a la información obtenida en los estudios de mercado y técnico. Para esto se calcula mediante el uso de Microsoft Excel el balance general, el VPN, el TIR, el TMAR y el periodo de recuperación de la inversión inicial.

VII. Capítulo 1: Estudio de Mercado

El estudio de mercado es el primer paso por seguir en un estudio de pre factibilidad, ayuda a implementar un negocio o servicio, ya que debe vincularse a un tipo de mercado en específico, al que se quiere llegar. Este debe de contar con diversos factores y parámetros, que permiten conocer el segmento o el grupo poblacional al cual se está dirigiendo el proyecto.

El estudio de mercado se realizó en el municipio de Tipitapa que cuenta con una población de 153,777 habitantes, según las proyecciones poblacionales para el año 2021 del Anuario Estadístico 2020 publicado en marzo del 2022 por el Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE).

Para determinar si se podía implementar este negocio de bar y restaurante en el mercado, se realizaron encuestas y luego se representaron gráficamente en la investigación de mercado.

7.1. Caracterización del Mercado

El mercado en el que se considera iniciar el bar restaurante se caracteriza por ser un municipio comercializado y con muchos comercios como: distribuidoras, tiendas de ropas, supermercados y heladerías. La demanda son los habitantes de este municipio, mayores de edad que consuman este tipo servicio de bar-restaurante.

Los habitantes que consuman de los servicios que ofrece este bar-restaurante estarán determinados por una segmentación de edad, ya que este se determinó por la ley No 872 decreto 596, prohíben venta de bebidas alcohólicas a menores de 18 años, los rangos de edad que no fueron tomados en cuenta son las personas que son menores de 20 años y mayor a 54.

En el municipio solo dos bares-restaurante se encuentran inscritos en dicha categoría. Esta información se obtuvo por medio de las inscripciones de la alcaldía municipal de Tipitapa.

Además, se considera que en el municipio existen varios proveedores para los insumos, lo que se muestra en la tabla 1.

Tabla 1. Proveedores de Insumos.

PROVEEDORES DE INSUMOS		
Items	Tipos de insumos	Proveedores
1	Alimentos	Súper mercados
		Distribuidoras
		Mercado municipal
2	Bebidas alcohólicas	Súper mercados
		Agencias
3	Bebidas alcohólicas	Mercado municipal
		Súper mercados
		Agencias

Fuente: Elaboración propia.

7.2. Definición del Servicio

El servicio a que se oferta en un bar-restaurant, que según el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), indica que los bares-restaurantes comprenden aquellos establecimientos que disponen de cocina, barra y servicio de comedor y/o mesa, que ofrecen comidas y bebidas para ser consumidas por el público en el mismo establecimiento, mediante un precio establecido.

Honolulu será un negocio que brinde el servicio de bar-restaurant, el cual tendrá una ubicación segura y céntrica, con los requerimientos de higiene, salubridad y con una excelente atención al cliente. Además, se caracteriza por poseer un servicio diferente a los otros, ya que se especializa en ofrecer una variedad de comida hawaiana y cocteles.

Además de comida hawaiana y cocteles, ofrece bebidas no alcohólicas, bebidas alcohólicas tales como: cervezas nacionales, rones, wiskis y vodka. Y también snack y entradas.

Honolulu informará a los clientes de promociones o eventos por medios de las redes sociales (Facebook, WhatsApp, TikTok e Instagram), además los clientes podrán realizar sus pagos en efectivos, transferencias, con tarjeta de crédito o débito. Honolulu ofrecerá el servicio de delivery con un costo adicional dependiendo de la distancia, y según el porcentaje de la compra el delivery será gratis.

7.3. Marca

- HONOLULU



El logo tipo fue diseñado en honor a los dioses de Hawái que son los Tiki. Las estatuas Tiki originales las tallaban artesanos habilidosos de la tribu Maori, quienes habitaron las islas hasta comienzos del año 1,800, considerando que el bar y restaurante tiene como nombre la capital de Hawái que es Honolulu.

El logotipo lo diseñó la propietaria del negocio usando el color blanco y negro, considerando que su combinación o contraste con el blanco es muy especial y juntos crean un escenario muy concreto que aporta un toque serio y con ciertos matices de seguridad, quizás por su no contención de color estridente.

Además, el significado que tiene el color negro en el mercadeo asociado a elegancia, poder, autoridad, seguridad, fuerza e inteligencia y el color blanco a tranquilidad, limpieza, armonía y seguridad. Por lo anterior, se consideran estos colores que representan el concepto del establecimiento; porque se desea tener un local distinguido, entretenido y que ofrezca seguridad, y sea la novedad en Tipitapa.

7.4. Identificación del Mercado

El segmento de mercado se entenderá geográfica y demográficamente, abarcando cierta cantidad de población del municipio de Tipitapa entre 20 y 54 años, donde nuestros clientes buscan un lugar para entretenerse y socializar, donde encontrar un buen servicio de atención al cliente y diversidad en el consumo de alimentos y bebidas.

En cuanto al aspecto geográfico, la segmentación del mercado la determinará la zona urbana del municipio de Tipitapa, donde la composición geográfica se distingue por

lugares centralizados y comerciales, para aprovechar la circulación diaria de personas por esta zona.

7.5. Descripción del Servicio

Honolulu es un negocio de bar-restaurante con una temática hawaiana y playera. Con dos tipos de servicios a ofrecer, esta temática se enfoca por la ciudad donde se encuentra actualmente la primera sucursal, que es Liberia provincia de Guanacaste en Costa Rica, que dicha ciudad es popular entre los turistas por sus soleadas playas.

El servicio para ofrecer a los clientes es crear un ambiente agradable donde los clientes se sientan en confianza, respetando siempre los pasos de etiqueta y protocolo, pero personalizada, con opciones de comida a la carta, cocteles y cervezas nacionales como internacionales. Además, como el local del negocio presenta las condiciones y comodidades, de manera que el cliente se sienta satisfechos con el servicio que se brinde.

El bar restaurante estará formado por cuatro áreas: administración, servicio, cocina y bodega.

- Administración: esta área se encargará de llevar la contabilidad del bar-restaurante y la autoridad de dar salida y entrada a los productos a necesitar en la bodega, para tratar directamente con los proveedores.
- Servicio: esta área será la encarga de la atención al cliente y deberá presentar buena imagen e higiene.
- Cocina: está área estará encargada de elaborar todos los procesos relacionados a la preparación de los platillos de comida, así como inventariar semanalmente los productos a necesitar.
- Bodega: se encargará de comprar todos los insumos y materia prima requeridos para preparar los platillos del restaurante y los productos de limpieza; en esta área se usará el método PEPS (primero en entrar, primero en salir) para controlar la materia prima de los alimentos.

En el área de servicio se asignará cuatros personas que estará dividido en dos meseros, un cajero y un bartender que estará encargado del área de la barra y de servir

los tragos y cocteles. Los meseros les darán la bienvenida a los clientes y atenderán a los que estén en las mesas, presentándoles siempre la carta de bebidas y comidas. En el bar-restaurant habrá una barra que tendrá dos exhibidores donde se muestren las copas de vidrio, botellas de rones, tequilas, whisky, entre otros. En esa misma área tendrá un frízer donde estarán las cervezas bien frías y un estante para colocar los cubiertos y servilletas. Dichos aspectos se mostrarán en el estudio técnico.

7.6. Fuentes de Información

7.6.1. Información Primaria

La información primaria comprende la cantidad de personas que viven en el municipio de Tipitapa en la zona urbana, de entre 20 y 54 años, que son la fuente de información primaria mediante encuestas hacia la población. Las encuestas aportan datos de forma directa y muy importante para el estudio de la monografía, donde dichos datos relevantes se enfocan al consumo de bebidas alcohólicas, de alimentos preferidos y el precio que pagarían por este servicio de consumo.

Otra información de carácter primaria son las entrevistas que se realizan a los que trabajadores o dueños de los bares-restaurantes que están registrados por la Alcaldía de Tipitapa. Las entrevistas permiten obtener datos de suma importancia para el análisis de la oferta existente, enfocado en el consumo actual, el servicio y la capacidad de estos.

7.6.2. Información Secundaria

La información secundaria la dan los documentos de las distintas instituciones gubernamentales disponibles de la población con un grado de importancia; para determinar el nivel de población urbana en el departamento de Managua y grupos de edades quinquenales en el año 2021, brindado por el Anuario Estadístico 2020 por el Instituto Nacional de Información de Desarrollo, para obtener una aproximación o proyección de la población urbana del municipio de Tipitapa agrupada en rangos de edades, que permitirá obtener datos de suma valor para el estudio de las encuestas.

La información brindada por la Alcaldía Municipal de Tipitapa permitió hacer un recuento de la cantidad de bares y restaurantes registrados en la zona urbana de

Tipitapa, con el fin de obtener un análisis sobre la oferta existente en el municipio referente al tipo de servicio que se plantea en el estudio.

7.7. Análisis de Demanda

En la investigación de mercado, se obtuvieron aspectos relevantes, a través de la recopilación de información mediante la observación y la aplicación de encuestas como instrumentos. Para el inicio del desarrollo de este estudio es indispensable plantear la segmentación del mercado para lograr detectar el mercado meta que resulte atractivo, conveniente, confiable y seguro para el bar y restaurante. Al segmentar el mercado y determinar una demanda potencial, se realizó el llenado de encuestas, para lo cual, se seleccionaron a personas de manera aleatoria de la zona urbana de Tipitapa, con un rango de edades de 20 años hasta 54 años.

Las encuestas contienen tres tipos diferentes de preguntas: cerradas, abiertas y directas. Se pretende determinar la preferencia de adquirir este tipo de servicio, medios donde promocionarse y determinar el grado de aceptación del servicio de bar-restaurante, la disposición de adquirir el servicio, tipos, cantidades y horarios de consumo, entre otros. Toda esta investigación se realizó en la zona urbana del municipio de Tipitapa.

7.7.1. Segmentación de la Demanda

Unas de las características del mercado consumidor son las personas que residen actualmente en la zona urbana del municipio, personas mayores de edad, que según las encuestas se encuentren en los rangos de edad de 20-25, 26-35, 36-45 y 46-54 años, que en su mayoría poseen un ingreso mensual y resto de personas interesadas de los servicios que se ofrecen en un bar-restaurante, como el consumo de bebidas no alcohólicas, bebidas alcohólicas y comida.

7.7.2. Población.

El universo de trabajo para este estudio consistirá en los residentes actuales del municipio de Tipitapa, según el Anuario Estadístico 2020 publicado en marzo del 2022 por el Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE), Tipitapa tiene una población de 153,777 habitantes, clasificados en zonas urbanas y rurales, con una población de 144,187 habitantes y 9,590 habitantes para el año 2021, respectivamente.

Como objeto de estudio, se utilizó una muestra poblacional para realizar las encuestas, las cifras de la población urbana de Tipitapa del año 2021, que es el último año brindado por los Anuarios Estadísticos que publica INIDE. Por lo que se realizará una proyección de edades para estudiar la población urbana de Tipitapa del año 2022. Para llegar a la población meta, habrá que delimitar esta cifra, ya que el mercado meta para el Bar–Restaurante son los adultos de entre 20 y 54 años.

El INIDE publica cifras delimitadas por edades departamentales, por lo que, para conocer la cifra del mercado meta, hay que realizar una tabulación matemática en base a los porcentajes de los quinquenios de edades del departamento de Managua, para llegar a una aproximación de los quinquenios de la población de Tipitapa.

7.7.3. Selección de Muestra

Para determinar la muestra poblacional a usar, se tuvieron que considerar diversos factores, el último censo realizado en el país fue en 2005 por el Instituto Nacional de Desarrollo de la Información (INIDE), esto significa que los datos que hay ahora solo son proyecciones estadísticas de la población. Se seleccionó del Anuario Estadístico del 2020 publicado en marzo de 2022 por el INIDE, las cifras más cercanas de la zona urbana de Tipitapa con respecto a los rangos de edades, que fueron las cifras a nivel departamental.

7.7.4. Determinación de la Demanda

Para determinar la demanda de la población de Tipitapa, como objeto de estudio se tomó el 2022, recopilando los datos de los Anuarios Estadísticos del 2006 al 2020, realizados por el INIDE, cabe destacar que no se poseen datos reales de la población actual de Tipitapa, todos los datos recopilados son proyecciones estadísticas que se publican anualmente en los Anuarios Estadísticos.

Estos datos se clasifican departamentalmente en quinquenios de edades y zona de vivienda, y municipalmente solo en zona de vivienda, por eso para estudiarse se tomaron los datos brindados solo de la zona urbana de Tipitapa. Para obtener los datos de estudio de la zona urbana de Tipitapa del 2022, se proyectó demanda por curvas polinómicas de segundo grado, usando las cifras de proyección poblacional de la zona

urbana de Tipitapa brindadas en cada Anuario Estadístico del 2006 al 2020, que se pueden observar en la tabla 2.

Tabla 2. Población Zona Urbana Tipitapa 2006-2021.

Población de la Zona Urbana de Tipitapa en base a Anuarios Estadísticos 2006-2020	
2006	97,009
2007	100,059
2008	103,181
2009	105,773
2010	108,994
2011	112,556
2012	115,572
2013	118,461
2014	121,449
2015	124,540
2016	127,618
2017	130,804
2018	134,103
2019	137,519
2020	141,045
2021	144,187

Fuente: Anuario Estadístico 2006 – 2021 INIDE.

La ecuación general de la curva polinómica puede ser expresada como:

$$P_t = a + bt + ct^2 + \dots + Kt^n$$

Donde:

a, b, c..., K son constantes.

P_t : es la población al momento t.

t: es la fecha de la proyección o periodo de la proyección.

Si la ecuación conserva los 3 primeros elementos del lado derecho, se tendrá una parábola de segundo grado, la cual requiere disponer de la población en tres momentos en el tiempo de su aplicación.

En una parábola de segundo grado, cuando la constante C es positiva la curva es convexa y los patrones de crecimiento de la población asumidos tienen una suave y una continua tasa de cambio, con aumento de población en forma creciente; si la C es negativa, la curva parabólica es cóncava y la tasa de cambio de la población es igualmente suave y continua, pero los incrementos de población decrecen.

Para tres puntos en el tiempo tomamos la siguiente ecuación:

$$P_t = P_o + \left(\frac{P_m - P_o}{(m - o)} \right) \cdot (t - o) + \frac{P_k - P_o}{(k - o)} - \frac{P_m - P_o}{(m - o)} \cdot \frac{(t - o)(t - m)}{(k - m)}$$

Para proyectar la población en el año 2022 se sustituyó la ecuación, en la que los 3 elementos tomados en cuenta fueron los años 2007, 2012 y 2017, con sus poblaciones respectivamente, donde:

$$P_t = P_o + \left(\frac{P_m - P_o}{(m - o)} \right) \cdot (t - o) + \frac{P_k - P_o}{(k - o)} - \frac{P_m - P_o}{(m - o)} \cdot \frac{(t - o)(t - m)}{(k - m)}$$

P_o: es la población del año 2007, es decir 100,059.

P_m: es la población del 2012, 115,572.

P_k: es la población del año 2017, es decir 130,804.

o: es el año de la población P_o, 2007.

m: es el año de la población P_m, 2012.

k: es el año de la población P_k, es decir 2017.

t: es el año en que se proyectará la población, 2022.

$$P_t = 100,059 + \left(\frac{115,572 - 100,059}{2012 - 2007} \right) \cdot (2022 - 2007) + \left(\frac{130,804 - 100,059}{2017 - 2007} \right) - \left(\frac{115,572 - 100,059}{2012 - 2007} \right) \cdot \frac{(2022 - 2007)(2022 - 2012)}{(2017 - 2012)}$$

$$P_t = 145,755.$$

La proyección se tomará como base para estudiar la población de la zona urbana de Tipitapa, pero se realizará una proyección mediante el método curvas polinómicas de

segundo grado tomando la población total de Tipitapa proyectada, y para generar los quinquenios, se realizará una tabulación con los porcentajes de edades de 20 a 54 años del departamento de Managua de la zona urbana, ya que los quinquenios de edades en los Anuarios del INIDE reflejan la población por edades y zona urbana de segundo grado.

Con las curvas polinómicas, se pudo conocer el pronóstico de quinquenios de edades correspondientes al rango de 20 a 54 años del año 2022, se tomó como base los porcentajes de los quinquenios de edades de los años 2007, 2012 y 2017.

Po: es el porcentaje de los quinquenios de 20 a 54 años del 2007, 0.1055, 0.0971, 0.0794, 0.0657, 0.0573, 0.0504 y 0.0404, respectivamente.

Rangos De Edades							
2007	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54
Po	0.1055	0.0971	0.0794	0.0657	0.0573	0.0504	0.0404

Fuente elaborada propia

Pm: es el porcentaje de los quinquenios de 20 a 54 años de 2012, 0.0953, 0.0946, 0.872, 0.0723, 0.0600, 0.0519 y 0.0459, respectivamente.

Rangos De Edades							
2012	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54
Pm	0.0953	0.0946	0.0872	0.0723	0.0600	0.0519	0.0459

Fuente elaborada propia

P_k: es el porcentaje de los quinquenios de edades 20 a 54 años del año 2017, es decir 0.0898, 0.0866, 0.0863, 0.0808, 0.0671, 0.0552 y 0.0479, respectivamente.

Rangos De Edades							
2017	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54
P _k	0.0898	0.0866	0.0863	0.0808	0.0671	0.0552	0.0479

Fuente elaborada propia

o: es el año de los quinquenios de edades Po, 2007.

m: es el año de los quinquenios Pm, 2012.

k: es el año de los quinquenios de edades P_k, es decir 2017.

t: es el año en que se proyectará la población, 2022.

Como se habla de un porcentaje para cada quinquenio equivalente a la población de cada rango de edad, se debe calcular para pronosticar el porcentaje de población de cada rango de edad; 20–24, 25–29, 30–34, 35–39, 40–44, 45–49 y 50–54.

Para pronosticar el porcentaje del quinquenio de 20 – 24 años del año 2022, se obtuvo la siguiente ecuación:

$$P_t = 0.1055 + \left(\frac{0.0953 - 0.1055}{2012 - 2007} \right) \cdot (2022 - 2007) + \left(\frac{0.0898 - 0.1055}{2017 - 2007} \right) - \left(\frac{0.0953 - 0.1055}{2012 - 2007} \right) \cdot \frac{(2022 - 2007)(2022 - 2012)}{(2017 - 2012)}$$

$$P_t = 0.1345051.$$

El porcentaje pronosticado para el quinquenio de 20 – 24 años es igual a 0.1345051 para el año 2022.

Para pronosticar el porcentaje del quinquenio de 25 – 29 años del año 2022, se obtuvo la siguiente ecuación:

$$P_t = 0.0971 + \left(\frac{0.0946 - 0.0971}{2012 - 2007} \right) \cdot (2022 - 2007) + \left(\frac{0.0866 - 0.0971}{2017 - 2007} \right) - \left(\frac{0.0946 - 0.0971}{2012 - 2007} \right) \cdot \frac{(2022 - 2007)(2022 - 2012)}{(2017 - 2012)}$$

$$P_t = 0.10354575.$$

El porcentaje pronosticado para el quinquenio de 25 – 29 años es igual a 0.10354575 para el año 2022.

Para pronosticar el porcentaje del quinquenio de 30 – 34 años del año 2022, se obtuvo la siguiente ecuación:

$$P_t = 0.0794 + \left(\frac{0.0872 - 0.0794}{2012 - 2007} \right) \cdot (2022 - 2007) + \left(\frac{0.0863 - 0.0794}{2017 - 2007} \right) - \left(\frac{0.0872 - 0.0794}{2012 - 2007} \right) \cdot \frac{(2022 - 2007)(2022 - 2012)}{(2017 - 2012)}$$

$$P_t = 0.05649621.$$

El porcentaje pronosticado para el quinquenio de 30 – 34 años es igual a 0.05649621 para el año 2022.

Para pronosticar el porcentaje del quinquenio de 35 – 39 años del año 2022, se obtuvo la siguiente ecuación:

$$P_t = 0.0657 + \left(\frac{0.0723 - 0.0657}{2012 - 2007} \right) \cdot (2022 - 2007) + \left(\frac{0.0808 - 0.0657}{2017 - 2007} \right) - \left(\frac{0.0723 - 0.0657}{2012 - 2007} \right) \cdot \frac{(2022 - 2007)(2022 - 2012)}{(2017 - 2012)}$$

$$P_t = 0.04749643.$$

El porcentaje pronosticado para el quinquenio de 35 – 39 años es igual a 0.04749643 para el año 2022.

Para pronosticar el porcentaje del quinquenio de 40 – 44 años del año 2022, se obtuvo la siguiente ecuación:

$$P_t = 0.0572 + \left(\frac{0.0600 - 0.0572}{2012 - 2007} \right) \cdot (2022 - 2007) + \left(\frac{0.0671 - 0.0572}{2017 - 2007} \right) - \left(\frac{0.0600 - 0.0572}{2012 - 2007} \right) \cdot \frac{(2022 - 2007)(2022 - 2012)}{(2017 - 2012)}$$

$$P_t = 0.05003017.$$

El porcentaje pronosticado para el quinquenio de 40 – 44 años es igual a 0.05003017 para el año 2022.

Para pronosticar el porcentaje del quinquenio de 45 – 49 años del año 2022, se obtuvo la siguiente ecuación:

$$P_t = 0.0504 + \left(\frac{0.0519 - 0.0504}{2012 - 2007} \right) \cdot (2022 - 2007) + \left(\frac{0.0552 - 0.0504}{2017 - 2007} \right) - \left(\frac{0.0519 - 0.0504}{2012 - 2007} \right) \cdot \frac{(2022 - 2007)(2022 - 2012)}{(2017 - 2012)}$$

$$P_t = 0.04644652.$$

El porcentaje pronosticado para el quinquenio de 45 – 49 años es igual a 0.04644652 para el año 2022.

Para pronosticar el porcentaje del quinquenio de 50 – 54 años del año 2022, se obtuvo la siguiente ecuación:

$$P_t = 0.0404 + \left(\frac{0.0459 - 0.0404}{2012 - 2007} \right) \cdot (2022 - 2007) + \left(\frac{0.0479 - 0.0404}{2017 - 2007} \right) - \left(\frac{0.0459 - 0.0404}{2012 - 2007} \right) \cdot \frac{(2022 - 2007)(2022 - 2012)}{(2017 - 2012)}$$

$$P_t = 0.02474703.$$

El porcentaje pronosticado para el quinquenio de 50 – 54 años es igual a 0.02474703 para el año 2022.

Con todos estos porcentajes pronosticados para cada quinquenio de edad se obtuvo la siguiente población, tomando en cuenta que la población total pronosticada para el 2022 es de 145,755 personas para la zona urbana de Tipitapa.

Tabla 3. Población Pronosticada Zona Urbana Tipitapa 2022.

POBLACIÓN DE ZONA URBANA TIPITAPA 2022		
Población Total Pronosticada	145,755	
Quinquenios de Edades	Porcentaje Pronosticado	Población
20-24	13.45%	19,605
25-29	10.35%	15,092
30-34	5.65%	8,235
35-39	4.75%	6,923
40-44	5.00%	7,292
45-49	4.64%	6,770
50-54	2.47%	3,607
Total		67,524

Fuente elaborada propia.

Los datos de población obtenidos con porcentajes pronosticados del rango de edad de 20 a 54 años se utilizarán para realizar las encuestas correspondientes.

7.7.5. Proyecciones de la Demanda

La proyección de la demanda se tomará a mediano plazo, en este caso se pronosticarán cinco años de muestra para conocer la posible demanda y el rango de edades de 20 a 54 años. Para conocer la población correspondiente de los años 2023, 2024, 2025, 2026 y 2027, y los quinquenios de edades correspondientes al rango de edad de 20 a 54 años, se utilizará la curva polinómica de segundo grado.

Se obtuvieron los siguientes pronósticos de población para los años 2023, 2024, 2025, 2026 y 2027.

Tabla 4. Pronostico Poblacional Tipitapa Zona Urbana.

PRONOSTICO POBLACIONAL DE LA ZONA URBANA DE TIPITAPA	
Año	Población
2023	150,107
2024	153,983
2025	158,509
2026	162,263
2027	160,425

Fuente elaborada propia

Se refieren a la población de la zona urbana de Tipitapa y el estudio requiere un pronóstico poblacional de los rangos de edades de estos años tomados para ello, se volvió a utilizar la curva polinómica de segundo grado. Con esto se obtuvieron los siguientes pronósticos:

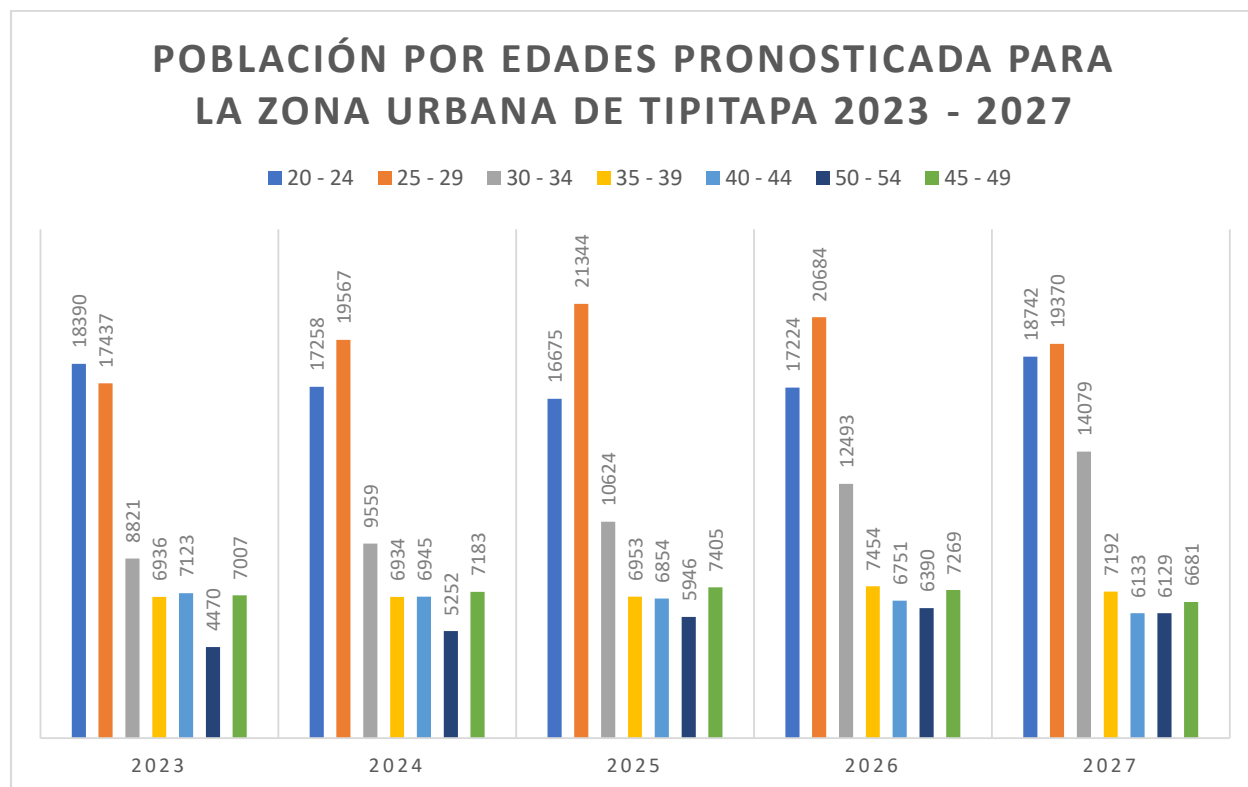
Tabla 5. Población Tipitapa por Edades 2023-2027.

POBLACIÓN DE LA ZONA URBANA DE TIPITAPA					
Edades	2023	2024	2025	2026	2027
20 - 24	18390	17258	16675	17224	18742
25 - 29	17437	19567	21344	20684	19370
30 - 34	8821	9559	10624	12493	14079
35 - 39	6936	6934	6953	7454	7192
40 - 44	7123	6945	6854	6751	6133
45 - 49	7007	7183	7405	7269	6681
50 - 54	4470	5252	5946	6390	6129

Total	70184	72699	75801	78265	78326
-------	-------	-------	-------	-------	-------

Fuente elaborada propia.

Estas cifras nos ayudan a conocer un pronóstico de demanda posible según la edad segmentada para el bar y restaurante Honolulu. Con las cuales podemos obtener el siguiente gráfico:



7.7.6. Tamaño de la Muestra y Tipo de Muestreo

Para determinar la muestra se tomó como base el año 2022 considerando el total de pobladores del municipio de Tipitapa, de entre 20 y 54 años, donde la cantidad correspondiente a este tipo de estrato contempla 67,524 personas.

7.7.6.1. *Tamaño de la Muestra*

Para el cálculo de la muestra se aplicó la ecuación #4

$$\text{Tamaño muestral} = \frac{NZ^2pq}{(N - 1)E^2 + Z^2pq}$$

En dónde;

N= Tamaño de la población.

Z= Nivel de confianza (1.96).

p= Probabilidad de éxito, o proporción esperada (50%).

q= Probabilidad de fracaso (50%).

E= Error con nivel de confianza (5%).

Dando como resultado la siguiente ecuación:

$$Tamaño\ muestral = \frac{67,524 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(67,524 - 1) * (0.05^2) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$Tamaño\ muestral = 382\ encuestas.$$

7.7.6.2. Tipo de Muestreo.

Se deberán hacer 382 encuestas a la población, donde estas se realizarán considerando una cantidad de encuestas por rangos de edad.

Para el tipo de muestra se realizará un muestreo estratificado por edad, donde se determinó 7 grupos divididos en rangos de edades, la tabla 8 representa la cantidad de encuestas a realizar correspondiente a cada grupo de edad.

Tabla 6. *Designación Total de Encuestados por Subgrupos.*

Designacion del Total de Encuestados por Subgrupos			
Estratos	Número de Habitantes	Proporciones	Número de encuestas a realizar por estrato
20 - 24	12026	20%	76
25 - 29	12430	20%	76
30 - 34	11859	15%	57
35 - 39	12473	15%	57
40 - 44	10998	11%	42
45 - 49	8910	11%	42
50 - 54	7442	8%	31
Total	76139	100%	382

Fuente: Elaboración propia.

7.8. Investigación de Mercado

7.8.1. Análisis de Encuestas

Al realizar las encuestas se realizaron preguntas importantes referentes al estudio tales como: preferencias, precios, edades entre otros, con el objetivo de realizar un análisis más acertado al tipo de estudio que se está realizando.

La pregunta número 1 y número 2; nos brinda información general de los encuestados.

La pregunta número 3, número 4 y 5 permite saber si la población desearía tener un nuevo establecimiento con un concepto hawaiano, y cuántos consumidores de bebidas alcohólicas.

Con la pregunta número 6 y número 7, nos ayuda a determinar qué lugares específicos suelen frecuentar las personas interesadas a consumir de los servicios de bares-restaurantes.

En cuanto a la pregunta número 8, número 9, nos informa de cómo prefieren enterarse de nuevos negocios y saber qué días prefieren ir a consumir.

Para las preguntas número 10, número 11 y número 12, se pretende analizar las preferencias y gusto de las personas donde les gusta más ir a disfrutar, así mismo saber qué es lo que más valoran en un bar-restaurant.

En cuanto a la pregunta número 13 y 14 se podrá referir al tipo de gastronomía que les ofrezcan, y saber que horario prefieren ir a comer, desayunos, almuerzos o cena.

Con la pregunta número 15, 16 y 17 se conoce la disponibilidad económica de los clientes y la disponibilidad de lo mismo para pagar un servicio de alimento son factores importantes para determinar el rango de precio que pagarán los consumidores.

7.8.2. Criterios de las Encuestas

Al realizar la encuesta se decidió que las personas encuestadas tienen que cumplir con dos criterios de importancia, ya que con estos criterios se obtendrá el objeto de estudio al tipo de población a la cual va dirigido:

- Edad: a la población que se le realizará la encuesta está en un rango de edades de 20 años a 54 años
- Municipio de preferencia: con este criterio es importante ya que, con la respuesta de los encuestados, se dará cuenta de qué preferencia tienen de ir a otro lugar y por qué motivos, así mismo es de vital importancia para saber la aceptación que tendría este proyecto.

7.8.3. Resultados de las Encuestas

Las encuestas se aplicaron de la siguiente manera: se designaron 10 días para la recolección de datos donde dichas recolecciones de datos fueron en la zona urbana de Tipitapa y tres días correspondientes para el análisis de los datos y sus resultados.

Se encuestaron al azar a hombres y mujeres dentro de los grupos de edades de estratificación de las encuestas reflejado en la tabla 8, donde se obtuvo que el 49.3% de los encuestados equivalentes a 188 personas, son mujeres, y el 50.7% equivalente a 194 personas, son hombres.

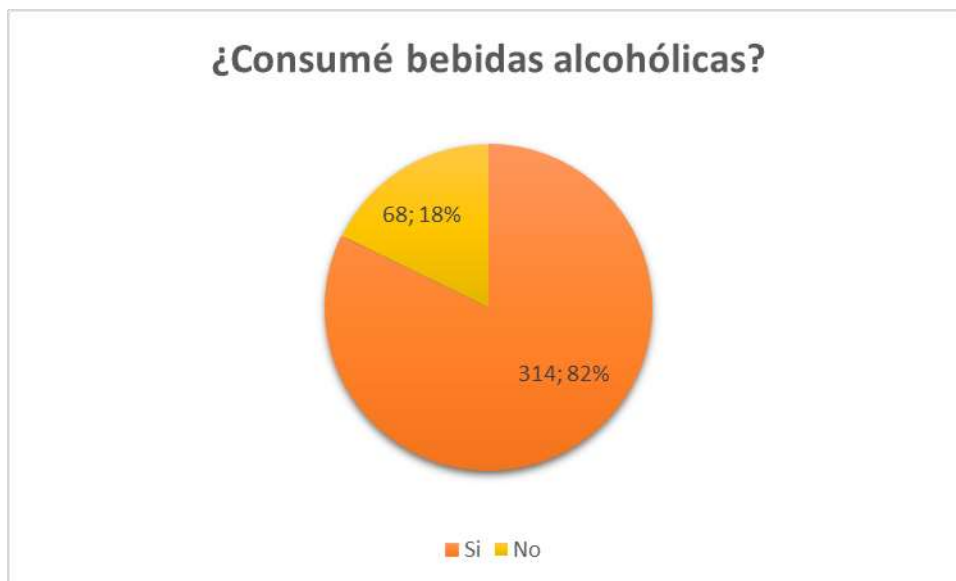
El 95.5 % de los encuestados, que son 365 personas, afirman no conocer bar y restaurante en Tipitapa con temática hawaiana, pero el 4.5 % asegura que en Tipitapa hay dos bares y restaurantes con temática hawaiana: Coctelería El Gato y Manolos Bar.

Se reflejó que el 89.5% de la muestra poblacional encuestada, sí le gustaría que abriera un bar y restaurante con temática hawaiana, porque piensan que sería una idea novedosa, única y atractiva, tener un nuevo bar y restaurante en la zona para poder tener nuevas experiencias, y que todo esto le agregaría exclusividad. El 7.4626% de la muestra poblacional encuestada, negaron la idea de la apertura de una bar-restaurante con temática hawaiana porque afirman que ya hay muchos bares y restaurantes con temática hawaiana y no ven ningún valor agregado y sienten que la temática del bar y restaurante no está dirigida para Tipitapa. Sin embargo, el 2.9850% contesto que dependía de la influencia y el desarrollo que tenga el lugar. Se puede observar en el siguiente gráfico.



Fuente: Elaboración propia.

El consumo de bebidas alcohólicas por parte de las personas encuestadas fue afirmativo en un 82.1% equivalente a 314 personas y negativo en un 17.9% equivalente a 68 personas.



Fuente: Elaboración propia.

Se reflejó que el 16.4179% de los encuestados, equivalentes a 63 personas no visitan ningún bar y restaurante en Tipitapa. Sin embargo, el bar y restaurante que fue

más mencionado en las encuestas con un porcentaje de 29.8507% equivalente a 114 personas es Manolos Bar, consecutivamente con un porcentaje de 16.4179% equivalente a 63 personas fueron Taberna Bar y Coctelería El Gato, el siguiente con mayor mención fue el Diamond Sweet con un porcentaje de 8.9552% equivalente a 34 personas, después con un porcentaje de 4.4776% equivalente a 17 personas se refirieron a Gina's Bar, Bonus Poker y Divas Bar, como penúltimo con un porcentaje de 2.9850% equivalente a 11 personas fue mencionado Perla Negra y por ultimo con un porcentaje de 1.4925% equivalente a 6 personas fueron La Terraza, Los Arcos, Pizza Sport, Mana del Cielo y Punto de Plancha.



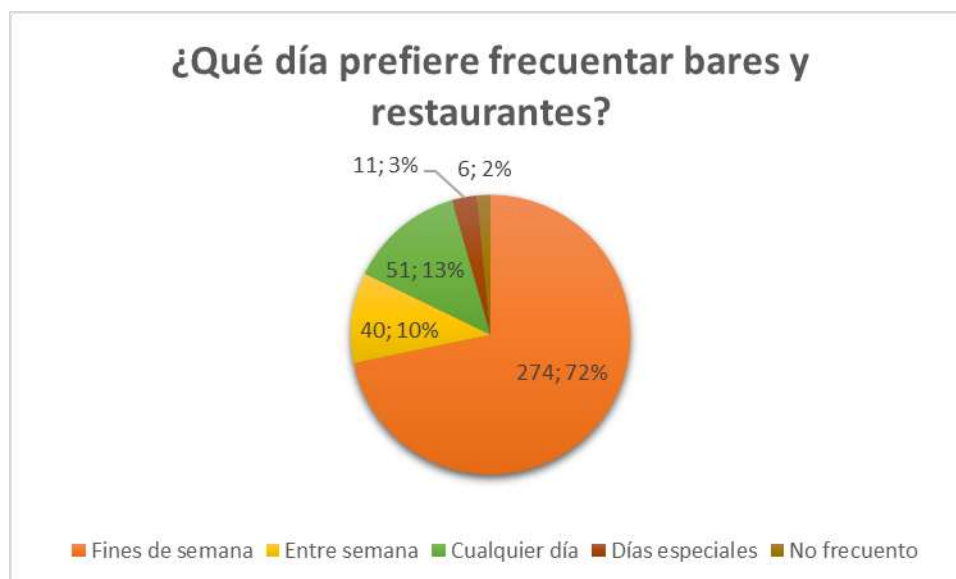
Fuente: Elaboración propia.

Se pudo identificar la frecuencia de visita a bares y restaurantes en Tipitapa, el 48% equivalente a 183 personas que visitan bares y restaurantes menos de una vez a la semana, el 45% que equivale a 171 personas aseguro que visitan bares y restaurantes una vez a la semana y el 7% que equivalen a 28 personas afirman que visitan bares y restaurantes de dos a tres veces a la semana.



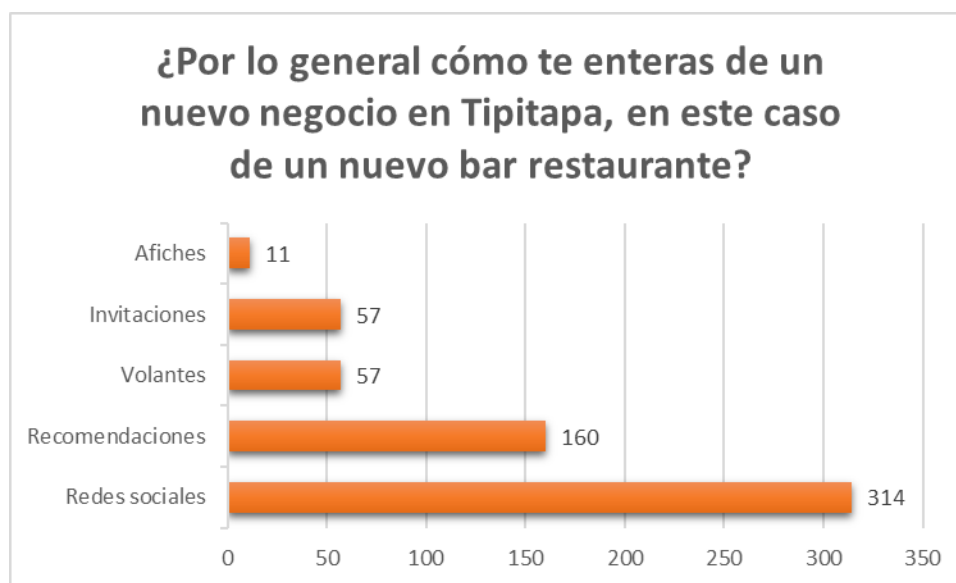
Fuente: Elaboración propia.

El día que suelen visitar bares y restaurantes, el 71.7 % de los encuestados, que equivalen a 274 personas, afirmó que prefieren visitar bares y restaurantes los fines de semana, el 13.4 %, que equivalen a 51 personas, dijo que no tienen ningún día en concreto para visitar bares y restaurantes, consecutivamente el 10.4 %, que equivalen a 40 personas aseguró que visitan bares y restaurantes semanales.



Fuente: Elaboración propia.

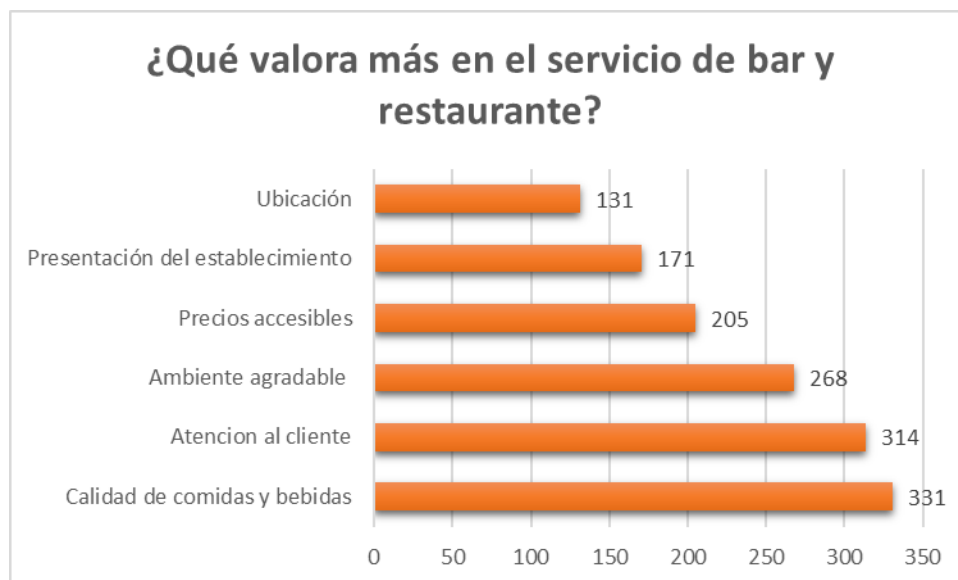
Se informó que los encuestados conocen a los oferentes actuales de Tipitapa, el 82.1 %, 314 personas por medio de redes sociales, el 41.8 %, 160 por recomendaciones, el 14.9 %, 57 por volantes, el 14.9 %, 57 personas por invitaciones y el 3 %, 11 personas por afiches.



Fuente: Elaboración propia.

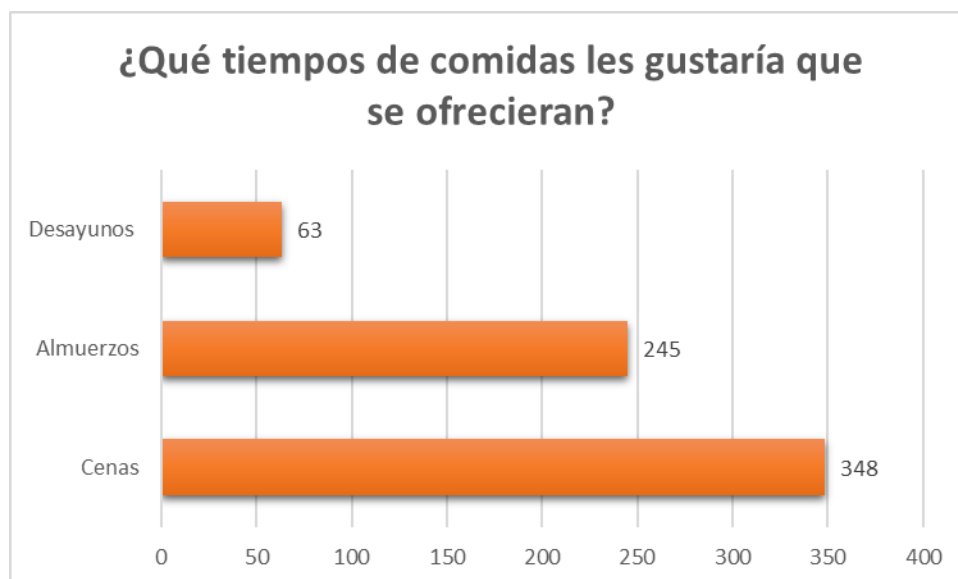
En la información recolectada se reflejó que el 50.7% que equivalen a 194 personas prefieren visitar bares y restaurantes de Managua debido a que hay más variedad de lugares. El 49.3 % de los encuestados, que son 188 personas, prefieren quedarse en Tipitapa, donde residen y por la facilidad de movilización al ser cercano a sus hogares.

Se obtuvo lo prioritario para adquirir un servicio de bar y restaurante, reflejándose así que el 86.6 % valora más la calidad de comidas y bebidas en el servicio, el 82.1 % la atención al cliente, el 70.1 % que haya un ambiente agradable en el local, el 53.7 % que los precios sean accesibles, el 4.4 % que tenga una buena presentación el establecimiento y el 34.3 % que el establecimiento esté en una ubicación segura y céntrica. Todos estos datos agrupados se pueden observar en el siguiente gráfico.



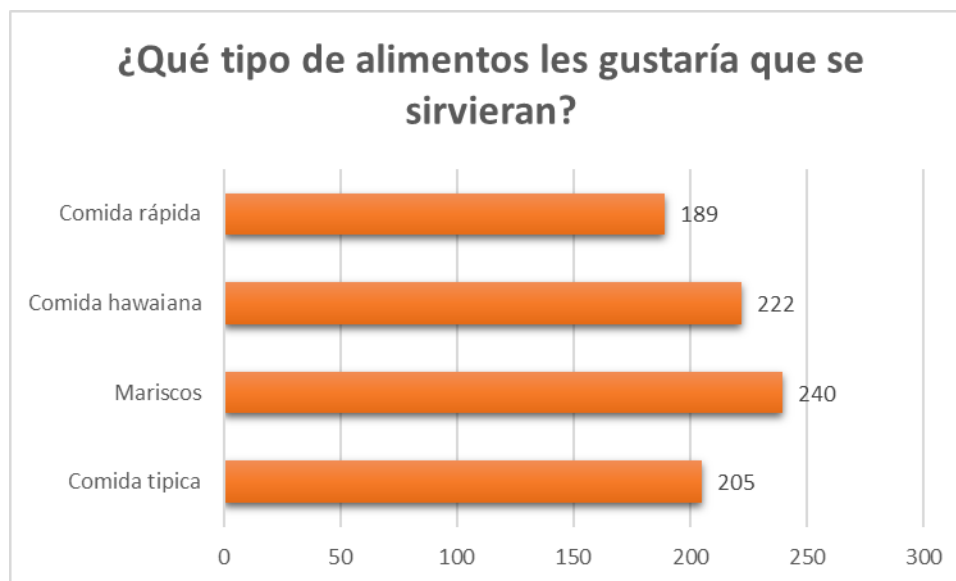
Fuente: Elaboración propia.

Se obtuvo la preferencia de tiempos de comida que les gustaría que se ofreciera el bar y restaurante Honolulu, el 91 %, equivalente a 348 personas, le gustaría que se ofrecieran cenas, el 64.2 %, equivalente a 245 personas que quisieran almuerzos y el 16.4 %, equivalente a 63 personas, que quisieran desayunos. Todos estos datos agrupados se pueden observar en el siguiente gráfico.



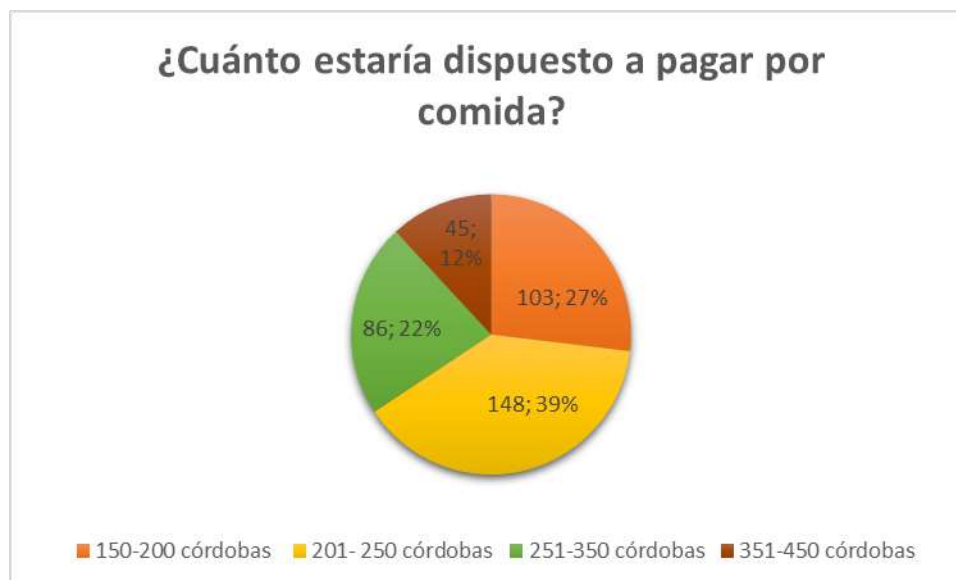
Fuente: Elaboración propia.

Se reflejó la preferencia de alimentos que les gustaría que se ofrecieran en el bar y restaurante Honolulu, el 62.7 %, equivalente a 240 personas, que querían que se ofrecieran mariscos, el 58.2 %, equivalente a 222 personas, que querían que se ofreciera comida hawaiana, y el 53.7 %, equivalente a 205 personas, que quisiera que se ofreciera comida típica y el 49.5 %, equivalente a 189 personas, que querían que se ofreciera comida rápida. En el siguiente gráfico se observan estos datos agrupados.



Fuente: Elaboración propia.

También, se reflejó los rangos de precios que pagarían por un servicio de comida, el 27 % equivalente a 103 personas que pagarían entre 150 y 200 córdobas por un servicio de comida, el 39 % equivalente a 148 personas dispuestas a pagar 201 a 250 córdobas por un servicio de comida, el 22 % equivalente a 86 personas que estarían dispuestas a pagar de 251 a 350 córdobas por un servicio de comida y el 12 % equivalente a 45 personas que estarían dispuestas a pagar de 351 a 450 córdobas por un servicio de comida.



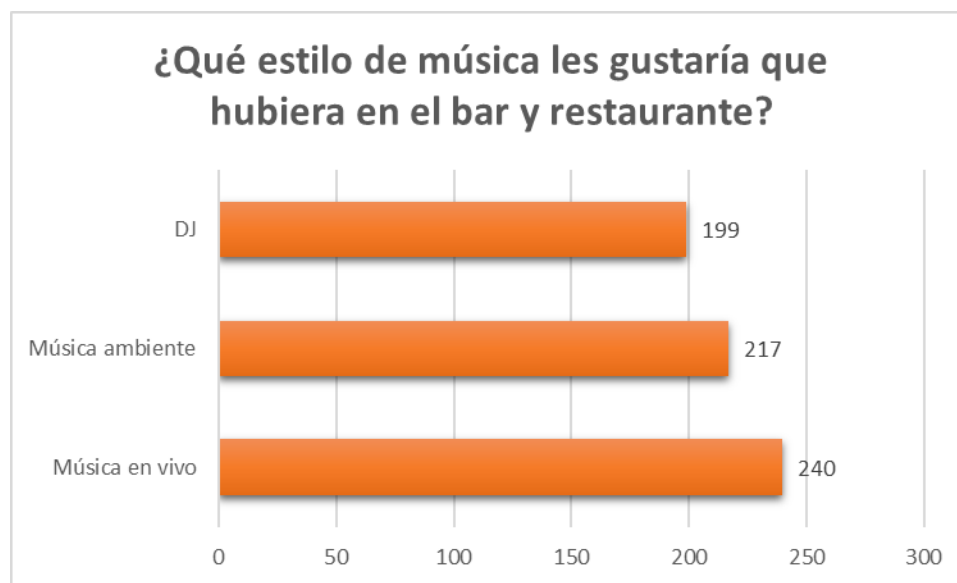
Fuente: Elaboración propia.

Se quiso conocer la preferencia de bebidas alcohólicas, con lo que el 83.6 % de los encuestados, equivalentes a 319 personas desearían que se ofrecieran bebidas alcohólicas nacionales, el 56,7 % de los encuestados, equivalente a 217 personas, querrían cocteles y el 40.3 % de los encuestados, equivalente a 154, que quisieran bebidas alcohólicas importadas. Con estos datos se obtuvo la siguiente gráfica.



Fuente: Elaboración propia.

Se reflejó el tipo de música que les gustaría tener el bar y restaurante Honolulu, el 62.7 % que equivale a 240 personas encuestados que quisiera que hubiera música en vivo, el 56,7 %, 217 personas encuestadas, querría música ambiente y el 52.2 %, que equivalen a 199 personas, que quisiera que el bar y restaurante Honolulu contara con un DJ.



Fuente: Elaboración propia.

7.9. Demanda Potencial

La población determinada para implementar este proyecto se considera posibles clientes del servicio, ya que por las diferentes circunstancias que pueden suponer en su vida cotidiana de las personas tendrán que consumir alimentos o bebidas fuera de su hogar, pero es importante establecer una relación sobre las personas que demandan la especificación del tipo de servicio de bar y restaurante, para ello se requiere determinar la cantidad de personas respecto a la demanda potencial insatisfecha.

La demanda potencial estará establecida por aquellas personas del municipio de Tipitapa que estarían interesados en adquirir un servicio de bar y restaurante.



Fuente: Elaboración propia.

Se determinó que para un total de 67,524 personas comprendidas entre las edades de 20-54 años de la zona urbana del municipio de Tipitapa. Donde 62,797 personas tienen interés por la apertura de un bar y restaurante con temática hawaiana (Bar y Restaurante Honolulu) y 4,727 personas que equivalen al 7%, no tienen interés de la apertura de este bar y restaurante.

7.9.1. Demanda Potencial Insatisfecha

La demanda insatisfecha la definirán quienes suelen ir a Managua a comprar el servicio bar y restaurante, interesados en visitar un bar y restaurante más cercano a su zona de residencia y que hayan visitado lugares que se encargan de ofrecerlo y que no se satisfacen ante dichos negocios.

En base a esta definición se captó el porcentaje de personas insatisfechas que estarían dispuestos a consumir el servicio que se plantea en el proyecto.



Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico se aprecia que 33,087 personas, equivalentes al 49 %, están satisfechos con la oferta actual de estos servicios en Tipitapa y 34,437 personas, equivalentes al 51 %, no están satisfechos con la oferta existente en Tipitapa y por ello deciden ir a buscar este servicio a Managua, para obtener mayor diversidad.

7.9.2. Fracción a Captar de la Demanda Insatisfecha

Ya que la demanda potencial insatisfecha representa al 51 % de la población de Tipitapa entre los rangos de 20 a 54 años, equivalente a 34,437 personas, se consideró que se puede captar el 100 % de la demanda insatisfecha anualmente, ya que el negocio propuesto en el proyecto es un nuevo tipo de bar y restaurante a incursionar en el mercado actual de Tipitapa. Se tomó este porcentaje con el fin de evaluar la situación o el comportamiento referente a la aceptación o rechazo del negocio con la población de Tipitapa.

Se espera atender a 34,437 personas al año donde se estipulará la producción de comidas y bebidas para cubrir con esos clientes considerando que en el negocio se trabajara de martes a domingo, por lo que se concluye que para poder atender a un total de 34,437 clientes seis días a la semana solo existirán 313 días operativos, donde se brindará el servicio de bar y restaurante a 110 personas para cumplir con la fracción insatisfecha.

Cabe resaltar, que las 110 personas diarias solo son la fracción de demanda insatisfecha a captar, debido a que al incursionar al mercado el bar y restaurante se espera que este forme parte de la oferta actual de Tipitapa y sea atractivo para la demanda satisfecha actual de Tipitapa.

7.10. Análisis de Oferta

El análisis de la oferta es indispensable, para conocer las cantidades de servidores y su incremento.

El propósito es definir y medir las cantidades y condiciones que se dan a un servicio; en el municipio de Tipitapa está inscrito en la categoría de bar-restaurantes solo ocho bar-restaurantes y el resto está inscrito como coctelerías y comedores, en los que en la encuesta aplicada se conoció cuál de todos son los principales oferentes con los servicios.

Se muestra una descripción de los principales ofertantes de servicios similares a los prestados por bar y restaurantes.

Tabla 7. Competencia Directa de Bares-restaurantes Tipitapa.

Nombre y Logo del Establecimiento	Servicios	Formas de Pagos	Cantidad de Mesas
	Ubicación: del parque central 1C abajo 25 varas al sur. Servicios: Bar-Restaurantes Horarios: de martes a jueves: 2:00 P.M. a 11:00 P.M. Publicidad: redes sociales como: Instagram y Facebook.	Efectivos y Traslados.	9 mesas de 4 sillas

	Ubicación: Texaco 1/2C abajo Tipitapa Servicios: Bar Horarios: martes a domingo de 12:00 P.M. a 12:00 A.M. Publicidad: redes sociales (Facebook)	Efectivos y Tarjeta de débito o crédito.	16 mesas y una barra con 5 sillas
	Ubicación: De los transportes unidos ½ al este. Servicios: Bar y coctelera Horarios: miércoles a domingo de 2:00 P.M. a 1:00 A.M. Publicidad: Redes sociales (Facebook) y anuncios	Efectivos y tarjeta de débito o crédito	14 mesas

Fuente elaborada propia

De la competencia que ofrecen el servicio de bar-restaurant en el municipio de Tipitapa, son solo tres los más relevantes, como se muestra en el cuadro anterior, ya que son los establecimientos que más se repetía como lugares de referencia, pero según las encuestas aplicadas de los tres, Manolos bar prefiere.

7.10.1. Análisis de Negocios Competentes Indirectos

Los negocios competentes indirectos están conformados por todos aquellos bares-restaurantes que fueron mencionados por la muestra de personas encuestadas, a excepción de los tres más mencionados (Manolos Bar, Diamond Sweet y Coctelería El Gato).

Tabla 8. Competencia Indirecta Bares-restaurantes Tipitapa.

Nombre	Tipo de Servicio
Gina's Bar	Bar

Bonus Poker	Casino
Divas Bar	Bar
Perla Negra	Centro Recreativo
Termales	Centro Recreativo
Los Arcos	Bar
Punto Plancha	Bar
La Terraza	Bar
Pizza Sport	Restaurante
Trapichito	Centro Recreativo
Mana del Cielo	Comedor

Fuente elaborada propia

La oferta turística de INTUR en su página web determinó el tipo de servicio que ofrecen estos lugares.

7.10.2. Determinación de la Oferta

La oferta se determinó según la cantidad de clientes que pueden llegar a atender los diferentes negocios con el servicio de bar y restaurante la cantidad de personas que asisten, señalados anteriormente tomando como referencia los diferentes horarios de servicio de los otros bares-restaurantes, donde dicho horario de atención aproximada es de 1:00 P.M. a 12:00 A.M.

7.10.3. Proyección de Oferta

En la siguiente tabla se muestra el número de clientes que pueden atender los tres diferentes establecimientos determinados según la preferencia de las personas encuestadas, la cantidad de comensales que asisten, tomando como referencia el horario de servicio ofrecido.

Tabla 9. *Oferta de la Competencia Tipitapa.*

Nombre del bar- restaurante	Capacidad máxima de atención	Cantidad de personas atendidas en el horario aproximado	Cantidad de personas al mes	Cantidad de veces visitadas al año esperadas
Manolo's Bar	69	85	2,040	24,480
Coctelería el Gato	56	78	1,872	22,464
Diamond Sweet	36	54	1,296	15,552

Fuente elaborada propia

Los datos correspondientes a la oferta de los diferentes lugares de un servicio de bar-restaurante, se obtuvieron mediante la observación directa a través de la visita de los diferentes bares-restaurantes mencionados anteriormente.

7.11. Análisis de Precios

Para la fijación de precios se realizó un análisis de competidores para ingresar con precios similares al de estos en los mercados. En la siguiente tabla se observa el rango de precios de los tres mayores competidores en las encuestas.

Tabla 10. *Rango de Precios de la Competencia Tipitapa.*

Nombre del Local	Entradas	Platos Fuertes	Para Compartir	Bebidas No Alcohólicas	Bebidas Alcohólicas
Manolo's Bar	C\$ 170 a C\$ 250	C\$ 200 a C\$ 300	C\$ 170 a C\$ 800	C\$ 20 a C\$ 100	C\$ 35 a C\$ 100
Diamond Sweet	C\$ 50 a C\$ 180	C\$ 100 a C\$ 230	C\$ 160 a C\$ 750	C\$ 20 a C\$ 80	C\$ 34 a C\$ 35
Coctelería el Gato	C\$ 60 a C\$ 200	C\$ 250 a C\$ 450	C\$ 180 a C\$ 1000	C\$ 10 a C\$ 40	C\$ 33 a C\$ 70

Fuente elaborada propia

Como se puede observar en la anterior tabla 10, los precios de las entradas oscilan entre los 60 córdobas a los 250 córdobas, el de los platos fuertes de 100 córdobas a 450 córdobas, los platos para compartir oscilan entre los 160 córdobas a los 1,000 córdobas, las bebidas no alcohólicas oscilan entre los 10 córdobas a los 100 córdobas y las bebidas alcohólicas su costo oscila entre los 33 córdobas a los 100 córdobas. Donde se entiende que a menor precio la proporcionalidad y la calidad del platillo es considerada menor; a

mayor precio la proporcionalidad y la calidad del platillo es relativamente de mayor proporción, en lo que respecta a la cantidad de comida que supone el platillo.

Para estimar precios de comidas y bebidas, los cuales representaran el menú se reflejará en la siguiente tabla:

Tabla 11. Menú Bar-Restaurante Honolulu.

	MENÚ DE BEBIDAS		
<u>RON</u>			
Botella	Flor de Caña 7 Años Gran Reserva	C\$	1,000.00
Media	Flor de Caña 7 Años Gran Reserva	C\$	540.00
Botella	Flor de Caña 4 Años Ultra Lite	C\$	1,000.00
Media	Flor de Caña 4 Años Ultra Lite	C\$	540.00
Botella	Flor de Caña Centenario 12 años	C\$	1,800.00
<u>WHISKY</u>			
Trago	Johnnie Walker Red Label	C\$	180.00
Trago	Old Parr 12 Años	C\$	195.00
Trago	Don Julio	C\$	180.00
Trago	El Jimador Reposado/Blanco	C\$	45.00
Trago	José Cuervo Tradicional	C\$	145.00
<u>COCTELES</u>			
Gin-Tonic		C\$	180.00
Maita		C\$	120.00
Aku-Aku		C\$	190.00
Margarita Blue		C\$	145.00
Ruso Negro		C\$	165.00
Piña Colada		C\$	150.00
Margarita		C\$	150.00
Bloody Mary		C\$	175.00
Daiquirí		C\$	175.00
<u>CERVEZAS</u>			
Victoria Frost		C\$	38.00
Victoria Clásica		C\$	40.00
Toña		C\$	40.00

Smirnoff Ice	C\$	70.00
Sol	C\$	60.00
Miller Lite	C\$	45.00
Heineken	C\$	70.00
Hard Seltzer Spark	C\$	40.00
Premium Seltzer	C\$	45.00
<u>BEBIDAS SIN ALCOHOL</u>		
Papaya con Naranja	C\$	60.00
Sandia con Naranja	C\$	60.00
Limonada con Hierbabuena	C\$	60.00
Limonada con Fresa	C\$	60.00
Soda de 12 onzas	C\$	30.00
Té de Limón	C\$	30.00
Agua 500 ml	C\$	30.00
Fresco Natural	C\$	45.00



MENÚ

ENTRADAS

Ensalada de la Huerta	<i>Lechugas frescas, tomates, cebollas, acompañadas de pollo a las hiervas y aderezo César.</i>	C\$ 160.00
Wrap Aloha	<i>Crujientes lechugas, vegetales frescos y pechuga a la plancha marinada con aderezo César.</i>	C\$ 160.00
Aloha Tostones	<i>4 deliciosos tostones bañados en frijoles molidos, queso mozzarella y pico de gallo.</i>	C\$ 130.00
Rocosa	<i>Canastas de tostones rellenas de camarón al ajillo y carne desmechada.</i>	C\$ 140.00
Los Chanchitos	<i>Jugosos chicharrones de cerdo acompañados de pico de gallo y limón.</i>	C\$ 120.00

SNACKS

Chunks o Alitas	<i>Jugosos trozos o alitas pollo bañadas en tu salsa favorita</i>	C\$ 200.00
Dedos de Pollo	<i>Crujientes dedos de pollo con papas fritas</i>	C\$ 190.00

Fish and Chips	<i>Dedos de pescado frescos rebozados y fritos a la perfección, acompañados de papas fritas y salsa tártara.</i>	C\$ 170.00
Hamburguesa Hula Hula	<i>Pan artesanal, torta de res, barbacoa, queso americano, aderezo de la casa, tomate y lechuga.</i>	C\$ 150.00
<u>CEVICHES</u>		
Moloka	<i>Perfecta combinación de mariscos y pescado marinados con cítricos y nuestra salsa especial para ceviche.</i>	C\$ 270.00
Maui	<i>Pescado fresco marinado con cítricos y leche de tigre de la casa</i>	C\$ 250.00
Kaua	<i>Para los amantes del camarón, camarones cocidos a perfección marinados con nuestra leche de tigre y cítricos.</i>	C\$ 260.00
Ceviche Mixto	<i>Un clásico que nunca pasara de moda con nuestro toque personal lo disfrutaras de principio a fin.</i>	C\$ 270.00
<u>PLATOS FUERTES</u>		
Pollo Tiki	<i>Tierna pechuga de pollo a la plancha, marinada con hierbas y salsa hawaiana.</i>	C\$ 180.00
Filete de Pescado	<i>Bañado en una deliciosa salsa de camarones, elige tu salsa favorita. Bechamel o Salsa Roja.</i>	C\$ 240.00
Fiesta de Camarón	<i>Jugosos camarones preparados a tu preferencia: a la diablo, empanizados, al coco u al ajillo.</i>	C\$ 250.00
Arroz del Mar	<i>Jugoso y sabroso con los más frescos mariscos, acompañado de papas fritas.</i>	C\$ 200.00
Churrasco	<i>Jugoso y tierno churrasco de res marinado.</i>	C\$ 250.00
Costillas	<i>Suaves y jugosas costillas de cerdo, glaseadas con salsa BBQ.</i>	C\$ 250.00
<u>PARA COMPARTIR</u>		
Nachos	<i>Crujientes tortillas, pollo, carne, salsa de queso y frijolitos</i>	C\$ 250.00
Surtido Mixto	<i>Costillas de cerdo, alitas de pollo, chicharrón de carne, chicharrón de concha, frijoles molidos, pico de gallo, salchichón, tajadas y chips.</i>	C\$ 600.00

Fuente: Elaboración propia.

7.12. Modelo de Comercialización

El modelo de comercialización es directo, se establecerá un canal de distribución directo y se hará un local determinado para la elaboración de platillos, bebidas y el espacio de atención al cliente, referida al consumo de alimentos y bebidas. El modelo de comercialización a desarrollarse es directo, esto quiere decir que se establecerá un canal directo de distribución, por lo que se hará un local determinado para la elaboración de platillos, bebidas y el espacio de atención al cliente, referida al consumo de los mismos servicios de alimentos y bebidas es decir se optó por este modelo de comercialización porque se pretende alcanzar los siguientes puntos de relevancia del servicio a ofrecer:

- Control en la creación de platillos y bebidas.
- Incrementar la fidelización con los clientes mediante el trato directo con los mismos.
- Orden en la distribución del servicio.
- Establecer los niveles de venta según la voluntad de compra de los clientes al acudir al restaurante.

El bar-restaurant ofrecerá servicio a domicilio mediante servicios terceros en Tipitapa.

7.13. Estrategia de Mercadeo

Para que el Bar y Restaurante Honolulu se establezca como un negocio rentable y exitoso, se usarán estrategias de marketing para captar la atención de la mayor cantidad de personas posibles y así apoderarse de la fracción del mercado meta.

7.13.1. Estrategia de Venta y Comercialización

La estrategia de venta y comercialización a utilizarse en el trabajo presente es el “Marketing Mix”, la cual consiste en el conjunto de actividades destinadas a la promoción y comercialización de la marca y el producto en el mercado. El concepto de Marketing Mix, desarrolla las cuatro variables de alta importancia en el mercado para que un negocio se vuelva rentable, las cuales son:

7.13.2. Precio

El precio es una de las variables fundamentales para introducir el mercado y aceptar el cliente a la marca, por eso se estableció que los precios estarían en los siguientes rangos, considerando los de la competencia.

Tabla 12. Rango de Precios Bar-Restaurante Honolulu.

RANGO DE PRECIOS BAR Y RESTAURANTE HONOLULU				
Entradas	Platos Fuertes	Para Compartir	Bebidas No Alcohólicas	Bebidas Alcohólicas
C\$ 100 a C\$ 350	C\$ 180 a C\$ 250	C\$ 100 a C\$ 400	C\$ 60	C\$ 40 a C\$ 190

Fuente elaborada propia

7.13.3. Producto

El Bar y Restaurante Honolulu ofrecerá platillos y bebidas con productos de calidad para garantizar el bienestar y la seguridad de todos. (Tabla 11).

7.13.4. Distribución

La distribución de será de manera directa, se contará con un establecimiento donde se podrán atender a los clientes en un horario determinado. Además, se ofrecerá un servicio a domicilio por medio de servicios tercerizados locales.

7.13.5. Promoción

El objetivo de dar publicidad al bar-restaurant es mantener informado a los clientes de nuevas promociones, de eventos especiales, de nuevos productos, con el fin de llegar hacer un incremento puntual en ventas. Esto se logrará haciendo publicidad en:

Redes sociales: Se creará una página oficial del bar-restaurant en la red social, Facebook e Instagram, promoviendo un Spot publicitario (con la agencia publicitaria Facebook Business y Instagram con tiempo de 20 segundos), se garantizará la actualización de la página del bar-restaurant mensualmente. También, los usuarios podrán tener acceso a toda la información del negocio como: ubicación, teléfono, horarios de atención, menú y la descripción referente a los servicios, promociones y a las actividades del bar-restaurant en sí, manteniendo un contacto directo con los consumidores.

Anuncio por megáfono y mantas publicitarias: se anunciará la inauguración del bar-restaurant, y se recorrerá el audio por Tipitapa centro, por los repartos de Tipitapa y la manta publicitaria se colocará en el empalme de Tipitapa y la avenida principal de Tipitapa, para que quienes vienen de Managua y quienes viven en Tipitapa logren ver y den cuenta de la nueva sensación de Tipitapa.

VIII. Capítulo 2: Estudio Técnico

En el estudio técnico se pretende analizar diferentes tipos de factores relacionados al nivel operativo y funcional que se requerirá en el restaurante, se evaluarán aspectos del tipo de maquinaria y equipo a utilizarse en el mismo, tipo de puesto de trabajo y cantidad de trabajadores requeridos para cumplir con las necesidades operativas del restaurante.

Para establecer un criterio base para evaluar los factores mencionados, se determina el nivel operativo que se desea alcanzar con el restaurante, para ello se establece la cantidad de platillos diarios para establecer la proyección de los requerimientos de materia prima, insumos, maquinaria y equipo para cumplir con las necesidades de producción de los diferentes platillos del restaurante.

8.1. Localización Óptima del Proyecto

La localización del restaurante es uno de los factores de más incidencia en lo que respecta al éxito del proyecto, para ello la determinación de ciertos parámetros sobre la localización concluirá en base a ciertas alternativas evaluando la mejor opción posible.

8.1.1. Macro Localización

Para la determinar la macro localización se tomó en cuenta los siguientes parámetros; cercanía a los mercados, acceso a las vías departamentales, acceso a los servicios básicos, concentración de población, punto céntrico del municipio.

8.1.1.2. Método de la Localización por Medio de los Puntos Ponderados

La implementación del método pretende analizar diferentes factores considerados beneficiosos o perjuicios respecto a la ubicación del restaurante, el método consiste en asignar un valor de importancia a ciertos factores donde la mejor opción poseerá la mayor calificación respecto a cumplir con los objetivos del proyecto.

Para la realización del método se establecieron los siguientes factores para localizarse respectivamente con sus valores de importancia, a los que se les llama peso.

Tabla 13. *Factores de Macro Localización.*

Factor	Peso
1. Punto Céntrico del Municipio	0.3
2. Concentración de Población	0.2
3. Acceso a Servicios Básicos	0.1
4. Acceso a Vías Departamentales	0.2
5. Cercanía a la Competencia	0.1
6. Cercanía a los Mercados	0.1
Total	1

Fuente elaborada propia.

Los tres factores primordiales para la determinación de la macro localización serían: punto céntrico del municipio, concentración de población y acceso a las vías departamentales. Estos dos factores tendrán un mayor peso en los valores importantes, ya que tienen una relación directa con captar la mayor cantidad de personas y la facilidad en las rutas de transporte, respecto a la conexión de todo el municipio.

Las opciones a evaluar serán las siguientes:

1. Villa Victoria de Julio.
2. Barrió Noel Morales.
3. Barrió Orontes Centeno.

Dentro del análisis correspondiente a la macro localización serán en áreas céntricas del municipio, para ello se plantea 3 tipos de ubicaciones.

Para evaluar las tres opciones planteadas referidas a la macro localización se plantea la siguiente tabla con las calificaciones según los pesos de los factores de las localizaciones.

Tabla 14. *Evaluación de Macro Localización.*

Parámetros de Ponderación		Calificación			Calificación Ponderada		
Factor	Peso	Villa Victoria de Julio	Bo. Noel Morales	Bo. Orontes Centeno	Villa Victoria de Julio	Bo. Noel Morales	Bo. Orontes Centeno

Punto céntrico del municipio	0.3	1	6	5	0.3	1.8	1.5
Concentración de población	0.2	4	8	6	0.8	1.6	1.2
Acceso a servicios básicos	0.1	6	7	7	0.6	0.7	0.7
Acceso a vías departamentales	0.2	5	5	8	1	1	1.6
Cercanía de competencias	0.1	3	8	5	0.3	0.8	0.5
Cercanía de mercados	0.1	2	5	4	0.2	0.5	0.4
Total	1				3.2	6.4	5.9

Fuente elaborada propia.

Nota: La calificación máxima a poder alcanzarse esta puntuada en 10 o cercano, siendo este la mejor opción posible en lo que se refiere a macro localización.

Según los resultados que nos brinda tabla de la calificación de la macro localización el mayor puntaje alcanzado es de 6.4 referida al Barrio Noel Morales.

8.1.2. Micro Localización

Para determinar la micro localización se aplicó el mismo método utilizado en la macro localización, pero con los factores relacionados a los alrededores del lugar, cabe destacar que deberá entender el sitio evaluado en la macro localización el Barrio Noel Morales. Los factores para determinar la micro localización son los siguientes.

Tabla 15. Factores de Micro Localización.

Factor	Peso
Afluencia de personas.	0.3
Facilidad de adecuación	0.3
Acceso al transporte público.	0.2
Seguridad del lugar.	0.2
Total	1

Fuente: elaborada propia.

Los factores con mayor peso están referidos a la facilidad de adecuación y afluencia de personas, la facilidad de adecuación corresponde al grado de dificultad que supondría la puesta en marcha del negocio en el local a evaluar y lo que corresponde a

afluencia personas se refiere al nivel popular o frecuencia de las personas para transitar por dicha zona.

Para la evaluación correspondiente a las alternativas de micro localización se tomaron en cuenta 3 puntos de interés o relevancia sobre el barrio que se abarco en la macro localización, para ello se plantean las siguientes direcciones;

La siguiente tabla mostrara la calificación ponderada a los factores en lo que se refiere al micro localización evaluando los tres puntos de interés antes mencionado.

Tabla 16. Evaluación de Micro Localización.

Parámetros de Ponderación		Calificación			Calificación Ponderada		
Factor	Peso	Donde fue cine estrella 1 1/2 C al sur	Del Gaby 2 C al este	Del zonal 1 C al sur	Donde fue cine estrella 1 1/2 C al sur	Del Gaby 2 C al este	Del zonal 1 C al sur
Afluencia de personas.	0.3	7	4	8	2.1	1.2	2.4
Facilidad de adecuación	0.3	8	6	3	2.4	1.8	0.9
Acceso al transporte público.	0.2	5	7	4	1	1.4	0.8
Seguridad del lugar.	0.2	9	6	8	1.8	1.2	1.6
Total	1				7.3	5.6	5.7

Fuente: elaborada propia.

Nota: La calificación máxima a poder alcanzarse esta puntuada en 10 o cercano, siendo este la mejor opción posible en lo que se refiere a micro localización.

Según los resultados que nos brinda tabla de la calificación de la micro localización el mayor puntaje alcanzado es de 7.3 referida a la dirección de donde fue el cine estrella 1 ½ C al sur.

8.2. Determinación del Tamaño Óptimo del local

Al determinar el tamaño óptimo de estudio se consideraron infraestructuras, tamaño organización al del bar-restaurant y la inversión que tendrá el negocio.

Se plantea que el bar-restaurant ofrece un total de 14 mesas de servicios para 4 sillas, una barra de servicio con 6 sillas altas y con un área de servicios sanitarios para mujeres, un inodoro y un lavamanos, un área de servicios sanitarios para hombres con un orinaría, un inodoro y un lavamanos, una cocina, un área de bodegas y un pateo, esto se adecuará al diseño, medidas y dimensión ofrecida por el local.

8.3. Distribución Física del Bar y Restaurante

La distribución de planta permite organizar los ambientes que se desea ofrecer, establecidos ajustándolas al espacio disponible de la estructura del local. A demás, obtener una buena distribución de planta proporcionada condiciones adecuadas para garantizar la comodidad del cliente.

Área de Restaurante: el área del restaurante constara de 8 m² (ocho metros cuadrados) con un área de barra de 4.45 m² (cuatro puntos cuarenta y cinco metros cuadrados), en los cuales se esperan tener diez mesas y seis sillas en la barra. Aquí es un área donde se espera recibir clientes que busquen el servicio.

Área de Patio: el área del patio constara de 6.70 m² (seis puntos setenta metros cuadrados), en los cuales estarán cinco mesas para cuatro personas y tres mesas para dos personas. Donde se espera recibir a los clientes que quieran obtener el servicio de al aire libre. En esta misma área de patio estarán los baños, un baño para hombres y otro para mujeres, que tendrán un área de 1.65 m² (uno punto sesenta y cinco metros cuadrados).

Área de Cocina: el área de cocina constara de 4.08 m² (cuatro puntos cero ocho metros cuadrados), en los cuales el chef y el ayudante prepararan los alimentos para servir en el área de restaurante y patio.

Área de Bodega: el área de bodega de alimentos estará continuo al área de cocina para tener fácil accesibilidad a los alimentos a utilizar a la hora de preparación de los alimentos. Este constara de 3.15 m² (tres puntos quince metros cuadrados).

La distribución se muestra en la siguiente ilustración.

Tabla 17. Área del Bar-Restaurante a Alquilar.

Ítems	Ambiente	Área en m ²
1	Restaurante	8.00 m ²
2	Barra	4.45 m ²
3	Cocina	4.08 m ²
4	Bodega	3.15 m ²
5	Patio	6.70 m ²
6	Baño de mujer	1.65 m ²
7	Baño de hombre	1.65 m ²
Área total del local a alquilar		8x16 m²

Fuente elaborada propia

Tras analizar la distribución adecuada, descrita en lo anterior del tamaño óptimo del bar-restaurante, se distribuye el área del local en dependencia al tamaño del terreno, de 8x16 m².



Fuente Elaborada Propia

8.3.1. Requerimientos de Mobiliarios, Equipos y Electrodomésticos

Se realiza inversiones en equipo, utensilios para brindar las condiciones necesarias y así garantizar un buen funcionamiento de bar-restaurante.

En el caso de inversión de infraestructura, se completará con remodelaciones como cambio de color de paredes, limpieza de piso y baños sanitarios.

Tabla 18. *Inversión de Infraestructuras.*

Ítems	Descripción	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Total
1	Pintura de Paredes	GL	1	C\$ 2,954.16	C\$ 2,954.16
2	Suministro de Lámparas	C/U	10	C\$ 145.00	C\$ 1,450.00
3	Suministro de Logo Iluminado	L	1	C\$ 7,146.00	C\$ 7,146.00
4	Ventilador	C/U	2	C\$ 3,037.05	C\$ 6,074.10
5	Televisor	C/U	1	C\$ 18,399.94	C\$ 18,399.94
Total					C\$ 36,024.20

Fuente elaborada propia

8.3.2. Costo de Alquiler

El bar- restaurante estará ubicado de donde fue la Texaco 2c al sur $\frac{1}{2}$ al norte, carretera con salida al norte y Managua, el precio del local de 8 x 16 m² es de US\$ 250 mensuales con una tasa de cambio de US\$ 1(un dólar americano) =C\$ 35.73 (córdobas). Esto se contempla como parte de inversión inicial, garantizar el dinero para gasto de alquiler por tres meses, esto es para garantizar el funcionamiento del negocio.

Tabla 19. Alquiler del Local.

Alquiler				
Ítems	Descripción	Cantidad de Meses	Costo Unitario	Total
1	Alquiler	3	C\$ 8,932.50	C\$ 26,797.50

Fuente elaborada propia.

8.3.3. Mobiliario, Equipos, Electrodomésticos y Utensilios Requeridos para el Local.

En la siguiente tabla se detallan los mobiliarios y equipos que se utilizarán para el bar- restaurante y ofrezcan todas las condiciones óptimas para brindar los servicios al cliente.

Tabla 20. Mobiliario, Equipo y Electrodomésticos.

Ítems	Imágenes	Artículo	Cantidad	Costo Unitario	Total
1		Mesa redonda con cuatro sillas color café	14	C\$ 2,500.00	C\$ 35,000.00
2		Barra de polín	1	C\$ 4,000.00	C\$ 4,000.00
3		Banco alto color café	6	C\$ 500.00	C\$ 3,000.00
4		Balanza digital	1	C\$ 425.00	C\$ 425.00

5		Cocina industrial de seis quemadores	1	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00
6		Frízer	1	C\$ 10,000.00	C\$ 10,000.00
7		Arrocera	1	C\$ 2,780.00	C\$ 2,780.00
8		Licuadora	2	C\$ 2,600.00	C\$ 5,200.00
9		Equipo de sonido	2	C\$ 990.00	C\$ 1,980.00
10		Computadora	1	C\$ 6,990.00	C\$ 6,990.00
11		Caja registradora automática e impresora de Boucher	1	C\$ 11,000.00	C\$ 11,000.00
Total					C\$ 85,375.00

Fuente: elaboración propia.

Utensilios Utilizados en Cocina

Tabla 21. Utensilios de Cocina.

Ítems	Descripción	Unidades	Cantidad	Costo Unitario	Total
1	Platos lisos	C/U	45	C\$ 100.00	C\$ 4,500.00
2	Tenedores	C/U	48	C\$ 20.00	C\$ 960.00
3	Cuchillos de mesas	C/U	48	C\$ 20.00	C\$ 960.00
4	Cucharas	C/U	48	C\$ 20.00	C\$ 960.00
5	Servilleteros	C/U	10	C\$ 684.00	C\$ 6,840.00
6	Vasos de wiski 12 onza	C/U	12	C\$ 25.00	C\$ 300.00
7	Vasos largos	C/U	5	C\$ 30.00	C\$ 150.00
8	Shot de tequilas	C/U	12	C\$ 20.00	C\$ 240.00
9	Copas de vino	Juego (12)	2	C\$ 250.00	C\$ 500.00
10	Shot de ron	C/U	12	C\$ 20.00	C\$ 240.00
11	Cuchillos cocineros	Juego (6)	1	C\$ 120.00	C\$ 120.00
12	Cucharones	Juego (6)	1	C\$ 90.00	C\$ 90.00
13	Pinzas para hielos	C/U	16	C\$ 120.00	C\$ 1,920.00
14	Sartenes para carnes	Juego (6)	2	C\$ 1,200.00	C\$ 2,400.00
15	Ollas	C/U	2	C\$ 80.00	C\$ 160.00
16	Tabla para cortar vegetales	C/U	2	C\$ 15.00	C\$ 30.00
17	Coladores	C/U	1	C\$ 20.00	C\$ 20.00
18	Pajillas	Juego (12)	1	C\$ 80.00	C\$ 80.00
Total					C\$ 14,050.00

Fuente: elaboración propia.

8.3.4. Insumos

Se identifica todo lo necesario en cantidad y calidad en materia prima para el funcionamiento del bar-restaurante como la atención adecuada para los clientes.

Tabla 22. *Insumos de Limpieza.*

Ítems	Descripción	Unidades de Medidas	Cantidad	Costo Unitario	Total
1	Cloro	Galón	1	C\$ 100.00	C\$ 100.00
2	Detergente	1000 gr	2	C\$ 50.00	C\$ 100.00
3	Mecha de lampazo	C/U	1	C\$ 70.00	C\$ 70.00
4	Lampazo	C/U	1	C\$ 120.00	C\$ 120.00
5	Ambientador	Galón	1	C\$ 50.00	C\$ 50.00
6	Jabón liquido	Galón	1	C\$ 800.00	C\$ 800.00
7	Papel higiénico	Rollos	8	C\$ 220.00	C\$ 1,760.00
8	Servilletas	C/U	12	C\$ 23.50	C\$ 282.00
9	Esponja para lavar trastes	Juego (3)	2	C\$ 58.50	C\$ 117.00
10	Tapos para limpiar mesas	Juego (6)	2	C\$ 100.00	C\$ 200.00
11	Escoba	C/U	1	C\$ 120.00	C\$ 120.00
12	Jabón líquido para traste	Galón	1	C\$ 80.00	C\$ 80.00
Total					C\$ 3,799.00

Fuente elaborada propia.

A continuación, se realiza un desglose del costo unitario por plato del bar-restaurant tanto de insumo como el precio estipulado por cada servicio de comida del menú.

Tabla 23. Costo Unitario por Platillo del Bar-Restaurante.

Ítems	Descripción	Costo de Producción	Costo de Venta
1	Ensalada de la Huerta	C\$ 85.00	C\$ 160.00
2	Wrap Aloha	C\$ 80.00	C\$ 160.00
3	Aloha Tostones	C\$ 75.00	C\$ 130.00
4	Rocosa	C\$ 75.00	C\$ 140.00
5	Los Chanchitos	C\$ 80.00	C\$ 120.00
6	Chunks o Alitas	C\$ 100.00	C\$ 200.00
7	Dedos de Pollo	C\$ 90.00	C\$ 190.00
8	Fish and Chips	C\$ 100.00	C\$ 170.00
9	Hamburguesa Hula Hula	C\$ 95.00	C\$ 150.00
10	Moloka	C\$ 120.00	C\$ 270.00
11	Maui	C\$ 110.00	C\$ 250.00
12	Kaua	C\$ 110.00	C\$ 260.00
13	Ceviche Mixto	C\$ 160.00	C\$ 270.00
14	Pollo Tiki	C\$ 110.00	C\$ 180.00
15	Filete de Pescado	C\$ 120.00	C\$ 240.00
16	Fiesta de Camarón	C\$ 130.00	C\$ 250.00
17	Arroz del Mar	C\$ 110.00	C\$ 200.00
18	Churrasco	C\$ 150.00	C\$ 250.00
19	Costillas	C\$ 150.00	C\$ 250.00
20	Nachos	C\$ 85.00	C\$ 250.00
21	Surtido Mixto	C\$ 420.00	C\$ 600.00

Fuente elaborada propia.

8.4. Estudio Organizacional

Para negocios o empresa es de suma importancia contar con una estructura organizacional, ya que permite conocer los diferentes niveles de puestos, sus funciones y la importancia que tiene cada uno en el desarrollo del negocio sin olvidar que cada miembro es esencial para el avance de este. Además, es provechoso plantearse su misión y visión, las mismas deberán prevalecer.

8.4.1 Misión y Visión

A continuación, se muestra la misión y visión del bar- restaurante Honolulu.

Misión

Ofrecer a nuestros clientes una experiencia única en Tipitapa, transportándolos a la playa a través de nuestros sabores, ambiente y música. Nos comprometemos a brindar una amplia variedad de platillos y bebidas de calidad, resaltando la frescura de los ingredientes y la autenticidad de los sabores. En nuestro espacio de ambiente juvenil y relajado, fomentando la diversión y la relajación. Buscamos constantemente la excelencia en el servicio al cliente y la satisfacción de quienes nos visitan.

Visión

Queremos ser reconocidos como un lugar que combina la frescura de los ingredientes, la creatividad en la cocina, y la autenticidad de la experiencia playera. Nuestro compromiso es mantener precios accesibles para que todos puedan disfrutar de nuestro concepto. En el futuro buscamos expandirnos y llevar nuestros conceptos playeros a más lugares siempre manteniendo la calidad y autenticidad que nos caracteriza.

8.4.2. Valores

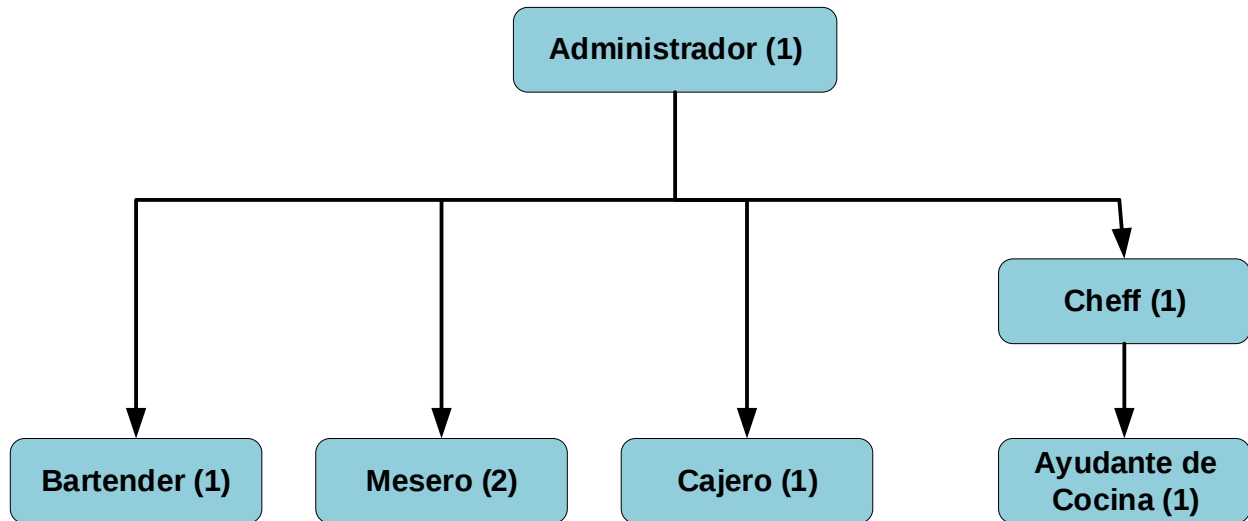
En Honolulu bar-restaurant lo principal es el compromiso con los clientes y tomar todas las acciones correspondientes para cumplir con sus servicios y responder por los resultados obtenidos.

Por esto en bar- restaurante Honolulu contamos con los siguientes valores:

- Respeto
- Responsabilidad
- Honestidad
- Dedicación
- Disciplina
- Servicio
- Compromiso
- Paciencia

8.4.3. Organigrama

El bar-restaurante Honolulu muestra con una estructura organizacional un nivel jerárquico que permite establecer funciones, autoridades y áreas para alcanzar sus objetivos.



Fuente: Elaborada propia

8.4.4. Identificación y Cuantificación del Personal

El personal permite que el bar-restaurante mantenga control y flujo de cada trabajador contribuyendo al funcionamiento de esta.

Tabla 24. Cuantificación del Personal Bar-Restaurante.

Ítems	Cargo	Cantidad
1	Administrador	1
2	Cajero	1
3	Cheff	1
4	Mesero	2
5	Bartender	1
6	Ayudante de cocina	1

Fuente elaborada propia.

8.4.5. Descripción de los Cargos

Con la descripción de cargo identifica la fuente de información básica para planear recursos humanos y, a la vez, distribuye las tareas que forman cada puesto de trabajo y la diferencia de cada puesto.

La descripción de los cargos consiste en detallar tareas y funciones que desempeña cada ocupante de un cargo, cuáles son las responsabilidades que el cargo le impone y en qué condiciones debe desempeñar el puesto. Ver Anexo 7 descripción de puesto.

8.4.6. Fijación de Salario

Para fijar salario se deben considerar los requerimientos técnicos de cada puesto de trabajo y las consideraciones de salarios establecidas por la ley.

Cada miembro del personal gozará de todas las prestaciones sociales, se le brindará acceso al seguro social y pago del treceavo mes, siempre y cuando el personal tenga cumplido un año laborando o más en el bar-restaurant.

La fijación de salario consiste en obtener, evaluar y garantizar la información de cada puesto de trabajo, haciendo fichas ocupacionales y se determinó los requerimientos necesarios en un puesto como: habilidad, responsabilidad y condiciones de trabajo.

Cabe destacar que para obtener el pago de los trabajadores del bar-restaurant Honolulu se consideró el salario vigente en el mercado y el salario mínimo. Puede observar la planilla en el Anexo 8.

8.4.7. Días Laborales

Los días que se elaboran al año fueron tomados en cuenta con las siguientes consideraciones:

Feriados Nacionales:

- 1 enero (año nuevo).
- El día jueves y viernes santo.
- El 1ro de mayo (día de los trabajadores).
- El 30 de mayo (día de las madres).
- El 19 de julio (aniversario de la revolución popular sandinista).
- El 14 de septiembre (día de la batalla de san jacinto).
- El 15 de septiembre (conmemoración a la independencia de Centro América).
- El 8 de diciembre (día de la concepción de María).

- El 25 de diciembre (día de navidad).

Días asueto en Tipitapa:

- El primer sábado de enero hípico nacional en honor al señor de Esquipulas

Estos días tantos los feriados nacionales como los asuetos en el municipio de Tipitapa, son los días que las personas consumidoras del bar-restaurant aprovechan para salir a divertirse, por lo que los días feriados en el horario de atención del bar-restaurant Honolulu estarán bajo el acuerdo interno que se tenga entre el empleador y los empleados.

La propuesta de los días libres para el horario de Honolulu se acordó que los días martes serán libre y el 1ro de enero (año nuevo)

CDLA

= (*Cantidad de días laborales a la semana x cantidad de semanas al año*) – *Días feriados*

$$CDLA = (6 \times 52) - 1$$

$$CDLA = 311$$

8.5. Aspectos legales del Establecimiento

Los aspectos legales para un bar-restaurant en Nicaragua son importantes en la etapa de inicio y su desarrollo debido para así conocer los derecho y obligaciones que tendrá que tener y cumplir Honolulu.

A continuación, se presentarán los pasos para inscribir el negocio y las entidades donde se deben realizar los procedimientos necesarios

8.5.1. Gestión de Matrícula Municipal en la Alcaldía de Tipitapa

- Fotocopia de cedula de identidad.
- Fotocopia de cedula RUC (Registro único del contribuyente) (si lo posee).
- Constancia de medio ambiente.
- Monto de la inversión inicial para calcular la matriculas.
- Si el local donde tendrá su negocio es alquilado presentar copia del contrato.

8.5.2. Gestión para el Registro Único del Contribuyente

Una vez registrado y matriculado el bar-restaurante en la alcaldía de municipio de Tipitapa, se debe solicitar un numero RUC en la Dirección General de Ingreso (DGI). Para realizar este trámite se necesitan los siguientes requisitos:

- Fotocopia de la matricula municipal.
- Fotocopia de cedula de identidad nicaragüense.
- Fotocopia de constancia de disponibilidad de servicios públicos (agua, luz, teléfono o contrato de arriendo notario).

8.5.3. Impuestos y Contribuciones Legales

Una vez registrado el bar-restaurante será sometido al pago de impuesto y contribuciones legales.

Entre ellos, seguro social (INSS), el decreto No.975 “Reglamento general de la Ley de Seguridad Social” en el artículo 11 establece que el empleador debe aportar de los salarios brutos mensuales para financiar las prestaciones que actualmente otorga el INSS en el régimen integral, distribuidos en la rama de invalidez, vejes y muerte con el 12.50% (para los empleadores que tengan menos de 50 trabajadores), para la rama de riesgo profesional es del 1.50%, para la rama de víctimas de guerras es del 1.50%, y la rama de enfermedad y maternidad es con el 6.00%.

Impuesto sobre la renta (IR): En la Ley No.822 ley de Concentración Tributaria en la gaceta No.241 en su artículo 52 la alícuota del IR a pagar por la renta de actividades económicas será, del treinta por ciento (30%). Esta será reducida en un punto porcentual por un año.

Impuesto de matrícula municipal: El decreto No.455, Plan de Arbitrios Municipales, en capítulo I, artículo 5-6, establece el valor del impuesto de matrícula de un 2% sobre el promedio mensual de los ingresos brutos de los últimos tres meses del año anterior y el 1% del capital invertido (activo fijo) cuando se trate de la apertura de un nuevo negocio.

8.5.4. Gestión de Inspección y Aprobación de Licencia Sanitaria del Ministerio de Salud (MINSA)

Es necesario que el bar- restaurante tenga disponible esta licencia por lo cual se necesita:

- Fotocopia y original de matrícula de la alcaldía municipal.
- Fotocopia de la cedula de identidad del propietario.
- Fotocopia y original del registro del contribuyente (RUC)
- Fotocopia de solvencia fiscal
- Dos fotos tamaño carnet del propietario

8.5.5. Gestión y Aprobación de Inspección Técnica de la Infraestructura por parte del Cuerpo de Bomberos de Tipitapa.

El bar-restaurant debe adquirir la aprobación técnica por parte de los bomberos, para el cual es necesario:

- Fotocopia y original de matrícula de la alcaldía municipal.
- Fotocopia de la cedula de identidad del propietario.
- Fotocopia y original del registro del contribuyente (RUC).
- Fotocopia de solvencia fiscal.
- Dos fotos tamaño carnet del propietario.

8.5.6. Gestión Permiso de Venta de Licor por la Policía Nacional (PN)

El bar-restaurant debe adquirir el permiso para la venta de licor, esto se solicita en la oficina de Seguridad Pública, para lo cual es necesario:

- Fotocopia y original de Matricula de la Alcaldía Municipal
- Fotocopia de Cédula de Identidad del propietario del negocio
- Fotocopia y original Registro único del contribuyente (RUC)
- Fotocopia Solvencia Fiscal
- Fotocopia y Original de Licencia Sanitaria
- Fotocopia y original de la Inspección de bomberos
- Dos fotos tamaño carnet del propietario

8.5.7. Aspectos legales de la empresa

Seguridad e Higiene

Para los trabajadores tengan mayor fuerza y puedan desempeñar un buen rendimiento en su puesto es necesario establecer los requerimientos establecidos por la normas y leyes de protección.

Condiciones de los equipos de protección personal

La norma de higiene de seguridad del trabajo detalla los equipos de protección personal para los trabajadores, los que se eligieron son los que más se adaptan a la actividad que se realizara.

- Mallas para el cabello (evita que el cabello caiga en los alimentos o bebidas)
- Delantal o gabacha, así se previene el contacto de la ropa con los alimentos

8.5.8. Disposición del código laboral

El personal que labora en el bar-restaurant goza de todos los derechos que le confiere la Ley No. 185 Código del Trabajo, aprobada el 5 de septiembre de 1996, publicada en la Gaceta No. 205 del 30 de octubre de 1996. ((MITRAB) M. d., 1996)

- Art: 51: Todo empleado tiene una jornada de ocho a diez horas por día tanto para el campo como para la ciudad respectivamente.
- Art: 76: Establece que todo trabajador tiene derecho a disfrutar quince días de descanso continuo y remunerado en concepto de vacaciones por cada seis meses de trabajo interrumpido al servicio de un mismo empleado. Es obligación de los empleadores elaborar calendario de vacaciones y darlos a conocer a sus trabajadores.

IX. Capítulo 3: Estudio Financiero

El estudio financiero pretende determinar la rentabilidad del negocio y del propuesto, considerando la inversión con financiamiento o sin financiamiento, analizando el comportamiento de los costos, en relación a los ingresos para establecer la rentabilidad del proyecto, aplicando criterios financieros en las utilidades generadas tras la inversión del proyecto.

Se evalúan dos aspectos a considerar para la realización del proyecto en el que se proyectará con financiamiento y sin financiamiento.

9.1. Costos Variables

Se le denominan costos variables del bar-restaurant a todos aquellos relacionados a la preparación de platillos y bebidas, vinculados de manera directa a la materia prima e insumos.

9.1.1. Costos de Materia Prima

Los gastos referentes a la materia prima estarán enfocados en arroz, vegetales, mariscos, carnes, frutas, hortalizas, cervezas y licores.

La materia prima correspondiente a un mes para ofrecer un promedio de 2,100 platos mensuales y al menos una bebida por cada plato, será la siguiente:

Tabla 25. Materia Prima

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Precio Unitario	Costo por mes
Arroz	Libras	50	C\$ 20.32	C\$ 1,016.00
Frijoles	Libras	12	C\$ 45.25	C\$ 543.00
Plátano	Unidad	45	C\$ 10.70	C\$ 481.50
Tortilla de harina	Paquete de 12 unid	3	C\$ 140.00	C\$ 420.00
Chicharrón de carne	Libras	3	C\$ 180.00	C\$ 540.00
Pan de hamburguesa	Paquete	4	C\$ 76.00	C\$ 304.00
Torta de res	Paquete 5 Unidades	5	C\$ 95.00	C\$ 475.00
Alas de pollo	Libras	150	C\$ 58.45	C\$ 8,767.50
Filete de pollo	Libras	110	C\$ 86.45	C\$ 9,509.50
Filete de res	Libras	60	C\$ 180.00	C\$ 10,800.00

Salchichón	Unidad a Granel	2	C\$ 95.00	C\$ 190.00
Tortillas	Paquete 40	10	C\$ 45.00	C\$ 450.00
Costilla de cerdo	Libras	30	C\$ 90.00	C\$ 2,700.00
Camarones	Libras	40	C\$ 240.00	C\$ 9,600.00
Filete de pescado	Libras	40	C\$ 130.00	C\$ 5,200.00
Leche evaporada	Unidad	8	C\$ 63.00	C\$ 504.00
Papas pre-hechas	Bolsas 5 Libras	6	C\$ 350.00	C\$ 2,100.00
Cebolla	Libras	5	C\$ 22.00	C\$ 110.00
Cebolla Morada	Libras	2	C\$ 32.00	C\$ 64.00
Ajo	Libras	8	C\$ 63.00	C\$ 504.00
Lechuga	Unidad	7	C\$ 28.83	C\$ 201.81
Tomate	Cuarto de Caja	1	C\$ 188.00	C\$ 188.00
Naranja	Unidad	36	C\$ 6.60	C\$ 237.60
Papaya	Unidad	2	C\$ 80.00	C\$ 160.00
Piña	Unidad	4	C\$ 70.00	C\$ 280.00
Fresa	Bandeja	2	C\$ 170.00	C\$ 340.00
Limón	Unidad	50	C\$ 5.00	C\$ 250.00
Toña	Cajilla	48	C\$ 728.00	C\$ 34,944.00
Victoria Clásica	Cajilla	48	C\$ 740.00	C\$ 35,520.00
Victoria Frost	Cajilla	26	C\$ 648.00	C\$ 16,848.00
Smirnoff Ice	Cajilla	15	C\$ 1,359.00	C\$ 20,385.00
Sol	Cajilla	30	C\$ 1,159.00	C\$ 34,770.00
Miller Lite	Cajilla	20	C\$ 880.00	C\$ 17,600.00
Heineken	Cajilla	15	C\$ 1,297.00	C\$ 19,455.00
Hard Seltzer Spark	Paquete 12	15	C\$ 387.50	C\$ 5,812.50
Premium Seltzer	Paquete 6	30	C\$ 220.00	C\$ 6,600.00
Johnnie Walker Red Label	Botella	3	C\$ 1,260.00	C\$ 3,780.00
Old Parr 12 Años	Botella	2	C\$ 3,335.00	C\$ 6,670.00
Don Julio	Botella	3	C\$ 4,070.00	C\$ 12,210.00
El Jimador Reposado	Botella	5	C\$ 990.00	C\$ 4,950.00
José Cuervo Tradicional	Botella	3	C\$ 2,040.00	C\$ 6,120.00
El Jimador Blanco	Botella	5	C\$ 1,314.91	C\$ 6,574.55
Ginebra Beefeater Cabina	Botella	3	C\$ 1,410.00	C\$ 4,230.00
Tanqueray London Dry Gin	Botella	2	C\$ 1,600.00	C\$ 3,200.00
Flor de Caña 7 Años Gran Reserva	Botella	15	C\$ 840.00	C\$ 12,600.00
Flor de Caña 7 Años Gran Reserva	Media	15	C\$ 254.00	C\$ 3,810.00

Flor de Caña 4 Años Ultra Lite	Botella	20	C\$ 310.00	C\$ 6,200.00
Flor de Caña 4 Años Ultra Lite	Media	20	C\$ 154.00	C\$ 3,080.00
Flor de Caña Centenario 12 años	Botella	6	C\$ 1,080.00	C\$ 6,480.00
TOTAL				C\$ 327,774.96

Fuente: Elaboración propia

9.1.2. Costos de Insumos

Los gastos referentes a los insumos se enfocarán en todos los complementos requeridos para preparar arroz, carnes, mariscos, vegetales, bebidas naturales y hortalizas.

El costo total de insumos correspondientes a un mes es igual a:

Tabla 26. *Insumos*

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Precio Unitario	Costo por mes
Aceite	2.5 Galones	5	C\$ 855.00	C\$ 4,275.00
Sal	Bolsa	8	C\$ 10.25	C\$ 82.00
Pimienta	Libra	1	C\$ 300.00	C\$ 300.00
Ajo Molido	Libra	1	C\$ 230.00	C\$ 230.00
Consomé de Pollo	920 GR	3	C\$ 168.00	C\$ 504.00
Consomé de Res	Libra	1	C\$ 112.00	C\$ 112.00
Consomé de Camarones	12 unidades	5	C\$ 50.00	C\$ 250.00
Condimento Mixto	2.72 Kilos	1	C\$ 856.00	C\$ 856.00
Salsa Barbacoa	4 kilos	4	C\$ 359.00	C\$ 1,436.00
Salsa de Tomate	Galón	1	C\$ 180.00	C\$ 180.00
Mostaza	Galón	1	C\$ 187.00	C\$ 187.00
Mayonesa	3.5 Kilos	2	C\$ 448.00	C\$ 896.00
Salsa Búfalo	4 kilos	4	C\$ 486.00	C\$ 1,944.00
Salsa Queso Cheddar	3 kilos	4	C\$ 544.00	C\$ 2,176.00
TOTAL				C\$ 13,428.00

Fuente: Elaboración propia.

9.1.3. Costos de Materia Prima e Insumos

Los costos variables al mes reflejan un monto total a: los cuales corresponden a materia prima e insumos, sin embargo, estos costos se reflejarán de manera anual en la siguiente tabla:

Tabla 27. Materia Prima e Insumos

Concepto	Costo Mensual	Costo Anual
Materia Prima	C\$ 327,774.96	C\$ 3,933,299.52
Insumos	C\$ 13,428.00	C\$ 161,136.00
TOTAL	C\$ 341,202.96	C\$ 4,094,435.52

Fuente: Elaboración propia.

Los costos variables al año reflejan un monto total de C\$ 4,094,435.52 córdobas bajo el concepto de compra de materia prima e insumos.

9.2. **Gastos Variables del Bar-Restaurante**

Los gastos variables se refieren a todos aquellos gastos que pueden presentar irregularidad o cambios en los precios cada mes, como los servicios básicos de agua y energía eléctrica. Otros gastos por operatividad en los que se toman los mantos a pagar como el uso por el gas propano.

9.2.1. Gastos por Servicios Básicos

Los gastos por servicios básicos se proyectaron según la necesidad de agua y energía eléctrica requeridos en un mes.

9.2.1.1. *Gasto por Servicio de Agua*

El gasto por consumo de agua se realizó en función de la cantidad de m³ al día, por la tasa de cobro en m³, por parte de la empresa de acueductos y alcantarillados (Enacal), que cobra Enacal por el servicio de agua potable en el municipio de Tipitapa es de \$7,97 por m³ referente a un bloque de consumo domiciliar.

Se determinó que el restaurante requerirá de un consumo determinado de agua en m³.

Tabla 28. Gasto por Servicio de Agua Potable

COSTO POR CONSUMO DE AGUA POTABLE
--

Tarifa	Gasto en m ³ al día	Costo mensual por consumo
7.97	0.5	C\$ 111.63
Consumo fijo domiciliario		C\$ 7.97
Consumo variable agua domiciliaria		C\$ 111.63
COSTO TOTAL DE AGUA POTABLE MENSUAL		C\$ 119.60

Fuente: Elaboración propia

9.2.1.2. Gastos por Servicio de Energía Eléctrica

El consumo de energía eléctrica estará determinado por varios factores, el principal será el consumo de horas de los equipos eléctricos, la cantidad de equipos eléctricos a utilizarse, consumo máximo de KWh por día y por el tipo de tarifa.

El bar-restaurant supondrá de un consumo de mayor de 25 KWh y menor a 100 kwh, por lo cual la empresa suministradora de la energía eléctrica en sus tarifas considera este tipo de consumo del tipo general mayor, debido a que entra en un bloque de consumo de más de 1,000 KWH al mes el costo por KWh según este bloque de consumo es de C\$ 7.610 córdobas. En la siguiente tabla se detalla el consumo eléctrico según la utilización del equipo.

Tabla 29. *Gasto por Consumo de Energía Eléctrica*

COSTO POR ENERGÍA ELÉCTRICA						
Equipos electrónicos del Bar-Restaurante	Cantidad	Consumo en Watts	Horas de uso	Consumo en KWH por día	Consumo mensual de KWH	Costo total
Frízer	1	800.00	24.00	19.20	537.60	C\$ 4,091.14
Arrocera	1	500.00	4.00	2.00	56.00	C\$ 426.16
Licuada	2	600.00	4.00	2.40	67.20	C\$ 511.39
Exhibidor de bebidas	2	1,400.00	24.00	33.60	940.80	C\$ 7,159.49
Televisor	1	75.00	6.00	0.45	12.60	C\$ 95.89
Equipo de sonido	1	60.00	8.00	0.48	13.44	C\$ 102.28
Luminaria	10	240.00	6.00	1.44	40.32	C\$ 306.84
Computadora	1	200.00	10.00	2.00	56.00	C\$ 426.16
TOTAL				61.57	1,723.96	C\$ 13,119.34

Fuente: Elaboración propia

Adicional al costo por consumo de KW/mes por parte de los equipos del restaurante la empresa UNIÓN FENOSA DISNORTE-DISSUR anexa los costos en

concepto de Alumbrado público, comercialización, regulación INE (Instituto Nicaragüense de Energía) e IVA, en la siguiente tabla se muestra el costo total a pagar por consumo eléctrico que se reflejaría en la factura de luz eléctrica.

Tabla 30. Tarifa Mensual Aproximada de Energía Eléctrica

Tipos de tarifas/cargos	Costo por KWH en córdobas	Costo del cargo
Energía (KWH)	C\$ 7.610	C\$ 13,119.34
Alumbrado público	Tarifa fija	C\$ 366.58
Comercialización	Tarifa fija	C\$ 104.33
<Regulación INE	1.5% de la factura	C\$ 196.79
IVA	15%	C\$ 1,967.90
Total		C\$ 15,754.94

Fuente: Elaboración propia.

9.2.2. Gastos por Operatividad

Los gastos variables por operatividad son aquellos gastos que presentan una variabilidad en los costos totales vinculados con la producción en concepto al consumo de gas propano y al uso de transporte.

9.2.2.1. *Gasto por Uso de Transporte*

El gasto por uso de transporte estará vinculado directamente a las compras de materia prima e insumos, que se requieran o falten durante el servicio de bar-restaurant. Estas compras se realizarán en el mercado municipal de Tipitapa o en sucursales de los distribuidores autorizados en Tipitapa. Cabe destacar, que estas compras serán muy variables ya que se contará con los proveedores necesarios para mantener el inventario abastecido de materia prima e insumos. Sin embargo, mensualmente se tendrá previsto el siguiente gasto de uso de transporte:

Tabla 31. Gasto por Uso de Transporte

Gasto Uso de Transporte					
Cantidad de personas	Tarifa por persona	Viaje por día	Viaje a la semana	Costo total a la semana	Costo total al mes
1	C\$ 180.00	1	1	C\$ 180.00	C\$ 720.00

Fuente: Elaboración propia

9.2.2.1. Gasto por Uso de Gas Propano

El consumo del gas propano será presupuestado para que se consuma un aproximado de un tanque de cien libras en cada mes.

Tabla 32. Gasto por Uso del Gas Propano

Gasto por Uso de Gas Propano		
Precio Máximo del Consumidor (100 lb)	Consumo Mensual en Libras	Total
C\$ 2,200.00	100	C\$ 2,200.00

Fuente: Elaboración propia

Según el INE (Instituto Nicaragüense de Energía), en su último comunicado publicado el día 24 de marzo del 2023, el precio máximo del gas propano en el municipio de Tipitapa será de 2,016.25 córdobas por el tanque de 100 libras.

9.3. Costo Total de Gastos Variables al Mes y al Año.

El costo de los gastos variables corresponde, al gasto de energía eléctrica, agua potable, transporte y gas propano:

Tabla 33. Costo Total de Gastos Variables Mensuales y Anuales

Servicios	Gasto mensual	Gasto anual
Servicio del Agua	C\$ 199.60	C\$ 2,395.20
Servicio de Energía Eléctrica	C\$ 15,754.94	C\$ 189,059.28
Uso de Gas Propano	C\$ 2,200.00	C\$ 26,400.00
Transporte	C\$ 720.00	C\$ 8,640.00
TOTAL	C\$ 18,874.54	C\$ 226,494.48

Fuente: Elaboración propia.

El monto anual de los gastos variables correspondiente al pago por servicio de agua, energía eléctrica, consumo de gas propano y transporte es un total de C\$ 226,494.48.

9.4. Costos Fijos

Los costos fijos del bar-restaurant estarán determinados bajo el concepto de costos por sueldo de los trabajadores del bar-restaurant y pago del alquiler del local.

9.4.1. Gasto por Sueldo de Trabajadores

Los sueldos de los trabajadores se verán modificados por las deducciones de las cotizaciones por parte del Instituto Nicaragüense de Seguridad Social. Donde dichas deducciones corresponden a un 7% bajo concepto de INSS laboral. Y en el caso de la

empresa a un 22.5% bajo concepto de INSS Patronal. La diferencia entre ambas deducciones reside en que la deducción por INSS laboral la asume el trabajador de su salario bruto y la deducción por INSS Patronal lo asume la empresa en base al salario bruto del trabajador.

De manera adicional la empresa debido al sector económico en el que se identifica (turismo-apartado restaurante). Deberá de pagar un 2% en base al salario bruto de los trabajadores al Instituto Nacional Tecnológico (INATEC).

El pago de los trabajadores incluye el monto a pagar por las prestaciones laborales de cada trabajador donde se incluyeron: pago por 13avo, vacaciones e indemnización. Cabe destacar que los pagos referentes a las vacaciones de los trabajadores se reflejaran, pero no será tomado en cuenta como un costo operativo ya que se pretende que la empresa no opte por la modalidad de contratar a sus trabajadores en días de sus vacaciones designadas, es decir dichas vacaciones serán descansadas a lo cual no existirá un desembolso por parte de la empresa por el pago de las vacaciones. Planilla de trabajadores Anexo 8.

9.4.2. Costos por Mano de Obra

Del anexo 8 los rubros que deberá incurrir en los costos por pago de mano de obra para el restaurante se resumen en: pago de salarios, pago de INSS patronal, pago de INATEC, pago de 13vo mes y el pago de indemnización. Estos montos componen el costo total a pagar por mano de obra por el total de trabajadores requeridos para labores operativas y administrativas del restaurante.

Tabla 34. Costos por Mano de Obra

Monto Total Mensual a Pagar por los Trabajadores	
Pago de Salarios	C\$ 37,925.00
Pago de INSS Patronal	C\$ 9,765.00
Pago de INATEC	C\$ 868.00
Pago de 13vo Mes	C\$ 3,616.52
Pago de Vacaciones	C\$ 3,616.52
Pago de Indemnización	C\$ 3,616.52
Total	C\$ 59,407.57

Fuente: Elaboración propia.

9.4.3. Costo por Alquiler del Local

Para realizar el proyecto se planifica alquilar un local de aproximadamente de 8x16 m², según la información recopilada en el estudio técnico será alquilado por un monto inicial de C\$ 8,932.50. Aproximando un aumento de este del 10% cada año.

Tabla 35. Costo Alquiler del Local

Costo de la Renta Anual		
Años	Porcentaje	Costo de la Renta Anual
0	0%	C\$ 107,190.00
1	10%	C\$ 117,909.00
2	10%	C\$ 129,699.90
3	10%	C\$ 142,669.89
4	10%	C\$ 156,936.88
5	10%	C\$ 172,630.57
Total		C\$ 827,036.24

Fuente: Elaboración propia.

9.4.4. Total, de Costos Fijos

El total de gastos fijos mensuales está determinado por el costo de mano de obra y el costo de la renta mensual del local.

Tabla 36. Total, de Gastos Fijos

Total, de Gastos Fijos	
Renta del Local Mensual	C\$ 8,932.50
Costos por Trabajadores	C\$ 59,407.57
Total	C\$ 68,340.07

Fuente: Elaboración propia.

En concepto de gastos fijos mensuales por el bar-restaurant se tendrá un total de C\$ 68,340.07 córdobas.

9.5. **Inversión por Publicidad**

Como servicio o producto innovador en el mercado se requerirá publicidad para impulsar o dar a conocer el negocio al mercado, para ello se usarán redes sociales y de volantes, para lo que se estimó 400 córdobas para los volantes.

9.6. Capital de Trabajo

El capital de trabajo se contempla como aquellos recursos pre operativo que se requieren para que el proyecto pueda iniciar con las operaciones de producción. Se determinó que el monto del capital de trabajo estará impuesto sobre los costos referentes a un mes de operatividad del proyecto. Los costos distribuidos que conforman el capital de trabajo serán los costos requeridos para un mes en concepto a: materia prima e insumos, sueldo de los trabajadores, pago por servicio de agua, energía eléctrica, tarifa de transporte, consumo de gas propano y publicidad.

Tabla 37. Costos de Capital de Trabajo

Concepto	Costo Total por Mes
Materia Prima	C\$ 327,774.96
Insumos	C\$ 13,428.00
Salario de Trabajadores	C\$ 59,407.57
Servicio de Energía Eléctrica	C\$ 15,754.94
Servicio de Agua Potable	C\$ 199.60
Servicio de Gas Propano	C\$ 2,200.00
Publicidad	C\$ 400.00
Transporte	C\$ 720.00
Alquiler	C\$ 8,932.50
Total	C\$ 428,817.57

Fuente: Elaboración propia.

El capital de trabajo se diferencia de las inversiones fijas y diferida porque no puede recuperarse por depreciación o amortización, por la naturalidad de dicha inversión, cabe destacar que el monto referente al capital de trabajo puede restituirse al final del proyecto referente al último periodo de evaluación.

9.7. Inversión

La inversión será categorizada en dos tipos de inversiones: inversiones fijas e inversiones diferidas.

9.7.1. Inversiones Fijas

Las inversiones fijas se consideran vinculadas directamente al proyecto de manera que sin su realización no puede inicializarse, la inversión fija también se involucra directamente al nivel productivo requerido en el bar-restaurant.

Las inversiones fijas son los bienes del restaurante que involucran: maquinaria, equipo de cocina, mobiliarios para el servicio y diferentes equipos para ejercer funciones administrativas, requeridos para actividades supuestas en el bar-restaurante.

9.7.1.1. Inversión de Mobiliario y Equipo Operativo y Funcional

Estos equipos se usan para cocción, preparación y preservación de la materia prima y para el servicio de los platillos y en la atención del cliente. La cual tendrá un monto de C\$ 85,375 (Tabla 20).

9.7.1.2. Inversión de Utensilios de Cocina

Son todos aquellos artículos requeridos para manipular la materia y preparar la correcta. La cual tendrá un monto de C\$ 14,050 (Tabla 21).

9.7.1.3. Inversión de Herramientas de Limpieza

La inversión por herramientas de limpieza se relaciona de manera directa a garantizar al personal los utensilios adecuados para realizar labores de aseo del bar-restaurante. La cual tendrá un monto de C\$ 3,799 (Tabla 22).

9.7.1.4. Inversión de Higiene y Seguridad Ocupacional

La inversión de higiene y seguridad ocupacional está en concepto del uso de vestimenta de los trabajadores del área de cocina y de servicio, extinguidores, señalización de las salidas del restaurante y equipo para la manipulación de alimento.

Tabla 38. Inversión de Higiene y Seguridad Ocupacional

Concepto	Cantidad	Costo Total por Mes
Redes para la Cabeza	Caja de 144 unidades	C\$ 542.79
Guantes Plásticos	2 cajas de 100 unidades	C\$ 80.74
Mascarilla desechable	Caja	C\$ 120.00
Total		C\$ 743.53

Fuente: Elaboración propia.

9.7.2. Inversión Diferida

Las inversiones diferidas son aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos para la puesta en marcha del proyecto, a diferencia de la inversión fija, no influyen directamente en la producción.

Tabla 39. Inversión Diferida

Descripción	Pago
Matricula de negocio	C\$ 380.00
Licencia de licor	C\$ 500.00
Total	C\$ 880.00

Fuente: Elaboración propia.

9.7.3. Inversión Total

La inversión fija total al desembolso de dinero que se debe realizar en procesos pre operativo del proyecto, donde la inversión fija total está compuesta por las inversiones fijas, diferidas y el capital de trabajo.

Tabla 40. Inversión Total

Concepto	Costo Total
Inversión de Mobiliario y Equipo Operativo y Funcional	C\$ 85,375.00
Inversión de Utensilios de Cocina	C\$ 14,050.00
Inversión de Herramientas de Limpieza	C\$ 3,799.00
Inversión de Higiene y Seguridad Ocupacional	C\$ 743.53
Inversión Diferida	C\$ 880.00
Capital de Trabajo	C\$ 428,817.57
Total	C\$ 533,665.10

Fuente: Elaboración propia.

9.8. Depreciación y Amortización de los Activos

9.8.1. Depreciación de Maquinaria y Equipo

La maquinaria y el equipo a utilizarse en funciones operativas del proyecto poseen una vida útil expresados en valor monetario.

La tasa de depreciación de dichos equipos estará determinada por la ley de equidad fiscal Ley N° 453 arto 57. Del capítulo III.

En base a esta ley los equipos se llegan a depreciar en un total de años en base a los siguientes criterios:

- 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%.

La tasa de depreciación se enfoca en base al costo de adquisición del producto.

Tabla 41. Depreciación de Activos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS								
Mobiliario, Equipos y Electrodomésticos		Años a Depreciarse	1	2	3	4	5	6
Descripción	Costo del Equipo	Tasa de Depreciación	Cuotas Depreciables					
Mesas redondas con cuatro sillas color café	C\$ 2,500.00	20%	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ -
Barra de polín	C\$ 4,000.00	20%	C\$ 800.00	C\$ 800.00	C\$ 800.00	C\$ 800.00	C\$ 800.00	C\$ -
Banco alto color café	C\$ 500.00	20%	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ 100.00	C\$ -
Balanza digital	C\$ 425.00	20%	C\$ 85.00	C\$ 85.00	C\$ 85.00	C\$ 85.00	C\$ 85.00	C\$ -
Cocina industrial de seis quemadores	C\$ 5,000.00	20%	C\$ 1,000.00	C\$ 1,000.00	C\$ 1,000.00	C\$ 1,000.00	C\$ 1,000.00	C\$ -
Frízer	C\$ 10,000.00	20%	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ 2,000.00	C\$ -
Arrocera	C\$ 2,780.00	20%	C\$ 556.00	C\$ 556.00	C\$ 556.00	C\$ 556.00	C\$ 556.00	C\$ -
Licuada	C\$ 2,600.00	20%	C\$ 520.00	C\$ 520.00	C\$ 520.00	C\$ 520.00	C\$ 520.00	C\$ -
Equipo de Sonido	C\$ 990.00	20%	C\$ 198.00	C\$ 198.00	C\$ 198.00	C\$ 198.00	C\$ 198.00	C\$ -
Computadora	C\$ 6,990.00	50%	C\$ 3,495.00	C\$ 3,495.00	-	-	-	C\$ -
Caja registradora automática e impresora de baucher	C\$ 11,000.00	50%	C\$ 5,500.00	C\$ 5,500.00	-	-	-	C\$ -

Fuente: Elaboración propia.

9.8.2. Amortización del Activo Diferido

Los activos diferidos son pagos por permisos y trámites legales necesarios para la apertura y operatividad del restaurante, a lo que se hará el pago de estos en periodos de realización del proyecto.

Tabla 42. Amortización de Activo Diferido

Años	Amortización del Año	Amortización Acumulada	Sobrante
0	0	0	880
1	146.67	147	733.33
2	146.67	293	586.67
3	146.67	440	440.00
4	146.67	587	293.33
5	146.67	733	146.67
6	146.67	880	0.00

Fuente: Elaboración propia.

Se pagará C\$ 880 córdobas según costos estimados para los activos diferidos, a lo que se establecerá un pago anual constante de C\$ 146.67 córdobas, de modo que se podrá saldar el monto total a pagar durante los periodos del proyecto sobre el concepto de pago de activos diferidos.

9.9. Financiamiento del Proyecto

Para el desarrollo del proyecto se evaluará dos situaciones específicas para la creación de este proyecto, las cuales serán el proyecto con financiamiento y sin financiamiento. Al realizar el proyecto con financiamiento contempla ciertos costos en concepto a la realización del préstamo, para ello se toma en cuenta la tasa de interés, plazo a saldar o pagar el préstamo y pago por la tasa de interés.

Los bancos a considerar como posible financiación del proyecto son: BDF (Banco de Finanzas) y Banpro (Banco de la Producción), tienen financiamiento con apartado para las pequeñas y medianas empresas, de ambos se obtuvo la información referente a requisitos y condiciones para el financiamiento, considerando factores relevantes para el proyecto como tasa de interés y plazos de pago del financiamiento. Los financiamientos establecidos de ambos bancos estarán en concepto a cumplir con demandas monetarias referentes a capital de trabajo e inversiones fijas.

La inversión necesaria del proyecto será financiada mediante la ejecución de un préstamo a realizarse en el banco BDF. La elección de esta institución como ente financiero se tomó por ser el banco que representa la tasa de interés más baja en el plazo establecido para el proyecto. Anexo 10.

Tabla 43. Financiamiento de la Inversión Fija

Concepto	Porcentaje	Monto
Aporte del Financiamiento	80%	C\$ 426,932.08
Aporte del Inversor	20%	C\$ 106,733.02
Total	100%	C\$ 533,665.10

Fuente: Elaboración propia

La institución financiera el 80% de la inversión fija total, corresponde a un total de C\$ 426,932.08, y el restante es decir el 20% será cubierto por parte del inversor con un monto total de C\$ 106,733.02.

La tasa de interés que el banco designa para solicitudes de préstamo estará en dependencia del monto que el cliente solicite, para la aplicación del monto que se requiere el proyecto una tasa fija de 13.75% con un plazo a saldar dicho financiamiento de 6 años. Los criterios y requisitos a seguir para solicitar el financiamiento al banco se pueden apreciar en el anexo 10.

Al incurrir en la solicitud de un financiamiento para la realización del proyecto este supone costos adicionales por dicho financiamiento, para ello se calculó los montos totales a saldar por la realización de dicho préstamo. La siguiente tabla muestra los pagos a realizarse en cada año por el abono del préstamo y el pago referente a la tasa de interés en relación a los años que incurre la duración del proyecto.

Tabla 44. Pagos Anuales por Financiamiento

Año	Saldo del Préstamo	Abono del Préstamo	Pago del Interés
0	C\$ 426,932.08	C\$ 0.00	C\$ 0.00
1	C\$ 376,597.08	C\$ 50,335.00	C\$ 58,703.16
2	C\$ 319,341.01	C\$ 57,256.07	C\$ 51,782.10
3	C\$ 254,212.24	C\$ 65,128.78	C\$ 43,909.39
4	C\$ 180,128.25	C\$ 74,083.98	C\$ 34,954.18
5	C\$ 95,857.72	C\$ 84,270.53	C\$ 24,767.63

6	C\$ 0.00	C\$ 95,857.72	C\$ 13,180.44
Total		C\$ 426,932.08	C\$ 227,296.90

Fuente: Elaboración propia.

El monto total del banco que financiaría el proyecto es de C\$ 426,932.08, de los cuales para saldar la deuda del préstamo se realizarán en 6 pagos en el transcurso de 6 años que supone la duración del proyecto, estos pagos están reflejados en la tabla N° 43 como abono del préstamo, de la misma forma se realizarán los pagos que incurre a los costos por la realización del préstamo a una tasa impuesta por el banco de 13.75% referente al pago de interés.

9.10. Determinación del Precio por el Servicio de Bar – Restaurante

Para evaluar factores financieros se requiere establecer un precio fijo referente al servicio que ofrecerá el bar-restaurante, dicho precio se fijará según los costos que incurrirán en la preparación de los platillos y bebidas, evaluará el precio que los consumidores pagarían con la información obtenida por las encuestas.

Para determinar el precio se considerarán 3 criterios relevantes, considerados los más importantes y que influyen con mayor peso para la selección de un precio adecuado a pagar por el platillo y una bebida. Los criterios son los siguientes:

- a) Precio en base a costos por producir.
- b) Precio en base a los consumidores.
- c) Precio en base a la competencia.

9.10.1. Criterios para la Selección del Precio

9.10.1.1. Precio en base a Costo de Producir

La terminación de precios fijos en base a los costos de producir se refiere a definir un precio fijo mediante la forma del punto de equilibrio. Dicha fórmula nos dará como respuesta un precio neutro el cual nos generará ni ganancia ni pérdidas para el bar-restaurante. Con la determinación de dichos precios podremos establecer un criterio de adecuación de precio el cual nos dice; que cualquier tipo de aumento en el precio calculado por el punto de equilibrio generará utilidades al negocio.

9.10.1.1.1. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el control del nivel de producción, costos e ingresos referentes a utilidad operativa que podría generar una actividad económica.

En este caso se evaluará el punto de equilibrio en base a los costos variables, fijos y los ingresos a un punto de utilidad neutra donde no se genera ningún tipo de beneficio al producirse 88 platos y 88 bebidas al día, por lo siguiente se determinará un precio determinado según la utilidad que se espera generar

Para el cálculo del punto de equilibrio a partir de análisis del precio que se utilizó la siguiente formula:

$$(P * U) - (Cvu * U) - CF = 0$$

Donde:

P: Precio del platillo y bebida.

U: Cantidad de platillos y bebidas a venderse.

Cvu: Costo variables por producir un platillo y bebida.

CF: Costos fijos al mes.

Para el cálculo del punto de equilibrio se tomó en consideración los siguientes datos:

Tabla 45. Datos para el cálculo del punto de equilibrio

Platillos y bebidas por día	Cantidad de platos y bebidas al mes	Costos variables al mes	Costos fijos al mes
88	2112	C\$ 360,077.50	C\$ 68,340.07

Fuente: Elaboración propia.

Al tener estos datos podemos reflejar los costos por día y el costo unitario referente a los costos variables y costos fijos dando como resultado la siguiente tabla:

Tabla 46. Monto de costos variables y fijos

Costos	Variable	Fijo
Costos por día	C\$ 13,849.1346	C\$ 2,628.4642

Costo unitario de un platillo y una bebida	C\$ 157.3765	C\$ 29.8689
--	--------------	-------------

Fuente: Elaboración propia.

El monto total que supone los costos variables para la producción de platillos es de C\$ 13,849.1346 mientras que los costos fijos se reflejan un monto total de C\$ 2,628.4642 correspondiente a la elaboración de 88 platillos y bebidas al día, los cuales cada platillo y bebida supone un costo variable de C\$ 157.3765 y un costo fijo de C\$ 29.8689.

Ya que nos interesa saber cuál es el precio fijo el cual nos refleje nuestro punto de equilibrio tomando en cuenta que producirémos al día se deberá realizar un despeje en la fórmula correspondiente del punto de equilibrio dando como resultado la siguiente fórmula:

$$P * U = (CVu * U) + CF$$

$$P = \frac{(CVu * U) + CF}{U}$$

Al sustituir los datos en la fórmula tendríamos que:

$$P = \frac{(C\$ 157.3765 * 88 \text{ platillos y bebidas}) + C\$ 2,628.4642}{88 \text{ platillos y bebidas}}$$

$$P = C\$ 187.2454$$

Según los datos obtenidos al aplicar la formula el precio fijo que el cliente deberá pagar para que el restaurante no refleje ganancia o pérdida monetaria es de C\$ 187.2454 al venderse un máximo de 88 platos diarios.

9.10.1.2. Precio en base a los Consumidores

En la encuesta realizada a la muestra poblacional de la zona urbana de Tipitapa, se refleja que el 12 % está dispuesto a pagar entre 351-450 córdobas por un platillo de comida y bebida, el 22 % a pagar 251-350 córdobas, el 27 % a pagar entre 150-200 córdobas y el 39 % a pagar entre 201-250 córdobas.

Tomando en cuenta la información proveniente de las encuestas referentes a los consumidores podremos apreciar que el precio óptimo que abarca a la mayor cantidad de encuestados hace referencia a un precio fijo que estarían dispuestos a pagar de 201-250 córdobas. Con este criterio conoceremos un acercamiento al precio óptimo a determinar para el platillo y bebida, ya que este precio es mayor al reflejado en el precio en base al punto de equilibrio directa, podremos concluir que el precio generara ingresos hacia el restaurante.

9.10.1.3. Precio en base a la Competencia

El precio establecido a base de la competencia está determinado por el precio promedio que ofrecen al mercado los bares-restaurantes, se tomaron como referencia los bares-restaurantes antes mencionados.

Sus comidas y bebidas andan en un rango de C\$ 160-450, tomando en consideración el platillo económico que ofrecen en los otros establecimientos

El cual se determinó que el criterio del precio en base a las competencias sugiere que encuentre en un rango de C\$ 160-450, de manera que cualquier precio entre en estos rangos se podría considerar altamente competitivo

9.10.1.4. Determinación del precio final del servicio

Para la determinación del precio final del servicio a ofrecer en el bar-restaurante se tomó en cuenta los 3 criterios anteriormente mencionados, es decir:

1. Un precio mayor a C\$ 187.2454 generara ingresos al restaurante
2. Un precio igual o mayor a C\$ 250 es sugerido como el precio óptimo impuesto por consumidores
3. Un precio entre intervalo de C\$ 160-450 supondrá ser un precio altamente competitivo en el mercado.

Por lo que se procedió a fijar un precio de C\$ 250 por platillo y bebida a ofrecer a los clientes del bar-restaurante, de manera que se consideró los tres criterios seleccionados.

Considerando el precio fijo de C\$ 250 por platillo y bebida, se podría realizar proyecciones considerando los costos variables, fijos y los ingresos que generaría establecer dicho precio.

9.11. Ingresos de Honolulu

Los ingresos se han calculado tomando en cuenta el precio fijo establecido por platillos para un total 88 clientes diarios que podrá atender el restaurante.

Tabla 47. Proyección de los ingresos del bar-restaurant

Descripción	Ingreso al día	Ingreso al mes	Ingreso al año
Precio fijo	C\$ 250	C\$ 250	C\$ 250
Platos a elaborar	88	2288	27456
Ingreso total	C\$ 22,000	C\$ 572,000	C\$ 6,864,000

Fuente: Elaboración propia.

El restaurante obtendrá un ingreso anual equivalente a C\$ 6,864,000 y un ingreso mensual de C\$ 572,000.

9.12. Proyección de los Ingresos, Costos y Gastos del Proyecto

Para evaluar diferentes criterios financieros se considerarán las proyecciones anuales del proyecto sobre sus ingresos, costos y gastos.

Estas proyecciones se verán afectadas por el efecto económico inflacionario del país. Nicaragua posee una tasa de inflación según el Banco Central de 7.5%. Dicha tasa de inflación afectará de manera proporcional a los ingresos, costos y gastos que se suponen para las proyecciones anuales del proyecto.

9.12.1. Proyección de los Ingresos del Proyecto

Los ingresos del proyecto se verán afectados con el paso de los años por el cambio del precio anual, por el efecto inflacionario del país donde según el Banco Central posee una tasa inflacionaria del 7.5 %, siendo modificador en el precio que supondrá el platillo para los años futuros. Para la proyección de los ingresos de los proyectos se tomó en cuenta que se elaborará la misma cantidad de platillos diarios debido a que no se realizará ningún tipo de modificación en el aspecto físico del restaurante, es decir que se producirán un total de 27,456 platillos anuales durante los 5 años proyectados

Tabla 48. *Proyección de los ingresos por periodo*

Proyección de Ingresos						
Años	1	2	3	4	5	6
Precios fijos	C\$ 250	C\$ 268.75	C\$ 288.90	C\$ 310.56	C\$ 333.85	C\$ 358.88
Platos a producir al año	27,456	27,456	27,456	27,456	27,456	27,456
Ingreso total	C\$ 6,864,000	C\$ 7,378,800	C\$ 7,932,210	C\$ 8,527,125.75	C\$ 9,166,660.18	C\$ 9,853,649.20

Fuente: Elaboración propia.

9.13. Proyección de los Costos del Proyecto

9.13.1. Costos variables

Los costos variables son los que están asociados a los costos de materia prima e insumos, por lo cual los costos variables también serán modificados con el pasar de los años por efecto de la inflamación correspondiente al 7.5%

Tabla 49. *Proyección de los costos variables por periodo*

Proyección de Costos Variables						
Años	1	2	3	4	5	6
Costos Variables	C\$4,094,435.52	C\$4,401,518.18	C\$4,731,632.05	C\$5,086,504.45	C\$5,467,992.29	C\$5,878,091.71

Fuente: Elaboración propia.

9.13.2. Costos Fijos

Los costos fijos son referidos a todos aquellos costos relacionados al pago por mano de obra, el pago por servicio de telefonía y el pago por alquiler del local, estos también presentaran una variación en sus costos anuales debido al efecto inflacionario.

Tabla 50. *Proyección de los costos fijos por periodo*

Proyección de Costos Fijos						
Años	1	2	3	4	5	6
Costos Fijos	C\$820,080.84	C\$881,586.90	C\$947,705.92	C\$1,018,783.86	C\$1,095,192.65	C\$1,177,332.10

Fuente: Elaboración propia.

9.14. Proyección de los Gastos del Proyecto

9.14.1. Gastos variables

Al igual que los costos variables existirán diferentes tipos de gastos afectados por el efecto inflamatorio, es el caso de estos gastos donde se refieren a los montos a pagar por servicios de agua, luz eléctrica, consumo del gas propano y transporte.

Tabla 51. Proyección de los gastos variable por periodo

Proyección de Gastos Variable						
Años	1	2	3	4	5	6
Gastos Variables	C\$226,49 4.48	C\$243,48 1.57	C\$261,74 2.68	C\$281,37 3.38	C\$302,47 6.39	C\$325,16 2.12

Fuente: Elaboración propia.

9.15. Flujo de Efectivo

Para analizar la rentabilidad de Honolulu Bar y Restaurante, se evaluarán los egresos e ingresos del proyecto y su valoración con financiamiento y sin financiamiento, para reflejar los flujos de efectivo en los periodos de operatividad del bar-restaurante.

9.15.1. Flujo de Efectivo sin Financiamiento

Para el flujo de efectivo sin financiamiento se tomaron en cuenta dos montos para inicializar el proyecto: los egresos iniciales del proyecto considerando como inversión total, ya que es el monto inicial requerido para inicializarlo y el monto a pagar por los activos diferidos.

Cada año se reflejaron las cantidades referidas a los ingresos y egresos del proyecto: los ingresos anuales, los costos variables anuales, gastos variables anuales y costos fijos anuales.

El comportamiento de la depreciación de activos como los de la maquinaria y equipo a utilizarse durante los 6 años de operatividad del proyecto. Se considera que dichos equipos no poseerán un valor de salvamento ya que algunos equipos y maquinaria se desprecian en su totalidad en un periodo menor a 6 años.

La tasa referida al impuesto sobre la renta sobre las actividades económicas vigentes en el país es del 30%.

El capital de trabajo a considerarse en el flujo se refiere a los montos operativos correspondientes a 1 mes de operatividad, el monto de este mes corresponde a abarcar todos los costos para iniciar con el proyecto (dicho monto se consideró en la inversión total).

Tabla 52. *Flujo Neto de Efectivo Sin Financiamiento*

Flujo Neto de Efectivo sin Financiamiento							
Concepto	0	1	2	3	4	5	6
Ingresos		C\$6,864,000.00	C\$7,378,800.00	C\$7,932,210.00	C\$8,527,125.75	C\$9,166,660.18	C\$9,854,159.69
Inversión Total	C\$533,665.10						
Costos Variables		C\$4,094,435.52	C\$4,401,518.18	C\$4,731,632.05	C\$5,086,504.45	C\$5,467,992.29	C\$5,878,091.71
Gastos Variables		C\$226,494.48	C\$243,481.57	C\$261,742.68	C\$281,373.38	C\$302,476.39	C\$325,162.12
Costos Fijos		C\$820,080.84	C\$881,586.90	C\$947,705.92	C\$1,018,783.86	C\$1,095,192.65	C\$1,177,332.10
Depreciación		C\$14,754.00	C\$14,754.00	C\$5,759.00	C\$5,759.00	C\$5,759.00	C\$0.00
Amortización Activo Diferido		C\$146.67	C\$146.67	C\$146.67	C\$146.67	C\$146.67	C\$146.67
Utilidad Antes de IR		C\$1,708,088.49	C\$1,837,312.68	C\$1,985,223.68	C\$2,134,558.38	C\$2,295,093.18	C\$2,473,427.09
IR		30%	30%	30%	30%	30%	30%
Utilidad Después de IR		C\$1,195,661.94	C\$1,286,118.87	C\$1,389,656.57	C\$1,494,190.87	C\$1,606,565.23	C\$1,731,398.96
Depreciación		C\$14,754.00	C\$14,754.00	C\$5,759.00	C\$5,759.00	C\$5,759.00	C\$0.00
Amortización Activo Diferido		C\$146.67	C\$146.67	C\$146.67	C\$146.67	C\$146.67	C\$146.67
Capital de Trabajo							C\$428,817.57
FNE	-C\$533,665.10	C\$1,210,562.61	C\$1,301,019.54	C\$1,395,562.24	C\$1,500,096.54	C\$1,612,470.90	C\$2,160,363.20

Fuente: *Elaboración propia.*

9.15.2. Flujo de Efectivo con Financiamiento

El flujo de efectivo con financiamiento posee el mismo tipo de estructura a evaluar sobre los egresos e ingresos del proyecto. Los cambios en el flujo de efectivo con financiamiento residen en la solicitud del préstamo para el financiamiento del proyecto, el abono del préstamo a lo largo de los periodos y el pago correspondiente al interés por la solicitud de dicho financiamiento.

Tabla 53. Flujo Neto de Efectivo con Financiamiento

Flujo Neto de Efectivo con Financiamiento							
Concepto	0	1	2	3	4	5	6
Ingresos		C\$6,864,000.00	C\$7,378,800.00	C\$7,932,210.00	C\$8,527,125.75	C\$9,166,660.18	C\$9,854,159.69
Financiamiento	C\$426,932.08						
Inversión Total	C\$106,733.02						
Costos Variables		C\$4,094,435.52	C\$4,401,518.18	C\$4,731,632.05	C\$5,086,504.45	C\$5,467,992.29	C\$5,878,091.71
Gastos Variables		C\$226,494.48	C\$243,481.57	C\$261,742.68	C\$281,373.38	C\$302,476.39	C\$325,162.12
Costos Fijos		C\$820,080.84	C\$881,586.90	C\$947,705.92	C\$1,018,783.86	C\$1,095,192.65	C\$1,177,332.10
Pago de Interés		C\$58,703.16	C\$51,782.10	C\$43,909.39	C\$34,954.18	C\$24,767.63	C\$13,180.44
Depreciación		C\$14,754.00	C\$14,754.00	C\$5,759.00	C\$5,759.00	C\$5,759.00	C\$0.00
Amortización Activo Diferido		C\$146.67	C\$146.67	C\$146.67	C\$146.67	C\$146.67	C\$146.67
Utilidad Antes de IR		C\$1,649,385.33	C\$1,785,530.58	C\$1,941,314.29	C\$2,099,604.20	C\$2,270,325.55	C\$2,460,246.65
IR		30%	30%	30%	30%	30%	30%
Utilidad Después de IR		C\$1,154,569.73	C\$1,249,871.40	C\$1,358,920.00	C\$1,469,722.94	C\$1,589,227.89	C\$1,722,172.66
Abono al Préstamo		C\$50,335.00	C\$57,256.07	C\$65,128.78	C\$74,083.98	C\$84,270.53	C\$95,857.72
Depreciación		C\$14,754.00	C\$14,754.00	C\$5,759.00	C\$5,759.00	C\$5,759.00	C\$0.00
Amortización Activo Diferido		C\$146.67	C\$146.67	C\$146.67	C\$146.67	C\$146.67	C\$146.67
Capital de Trabajo							C\$428,817.57
FNE	-C\$533,665.10	C\$1,119,135.40	C\$1,207,516.00	C\$1,299,696.89	C\$1,401,544.63	C\$1,510,863.03	C\$1,626,461.61

Fuente: Elaboración propia.

9.16. Análisis de Rentabilidad

Todo proyecto de inversión tiene que ser evaluado según ciertos criterios de valoración, específicamente criterios de valoración financieros, para ellos se hará uso de los siguientes indicadores financieros:

1. Tasa mínima atractiva de rendimiento (TMAR).
2. Valor actual neto (VAN).
3. Tasa interna de retorno (TIR).
4. Índice de Rentabilidad (IR).
5. Periodo de Recuperación (PR).

Para evaluar estos indicadores económicos sobre la rentabilidad del proyecto se analizará con base en flujos de efectivo con financiamiento y sin financiamiento para evaluar la opción más viable para el proyecto además de definir los valores de rentabilidad que supone cada alternativa.

9.16.1. Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR)

La tasa mínima atractiva de retorno de una inversión es el interés determinado por los inversionistas para realizar el proyecto, refleja la relación de la inflación económica y un interés considerado según un nivel de riesgo de inversión. Debido a que se evaluará el proyecto al realizarse sin financiamiento y con financiamiento existirán dos tipos de TMAR; TMAR del inversionista y TMAR mixta. La diferencia entre ambas tasas reside en que la TMAR inversionista es asumida para el proyecto sin financiamiento mientras que la TMAR mixta es aplicada al proyecto con financiamiento.

A lo cual podemos definir a la TMAR:

$$TMAR_{Inversionista} = Inflación\ económica + Premio\ al\ Riesgo$$

Para el cálculo de la TMAR se tomaron los valores correspondientes a la inflación del país del 7.5% y una tasa de premio al riesgo de 15% se consideró esta tasa al riesgo debido a que el tipo de servicio ofreceremos en el bar-restaurant es considerado innovador por lo que se considera un tipo de riesgo alto en relación al comportamiento de consumo en el mercado

Tabla 54. *TMAR del inversionista*

TMAR Inversionista	
Premio al Riesgo	15%
Inflación	7.5%
Tasa de la TMAR Inversionista	22.5%

Fuente: Elaboración propia.

Además de tomar en cuenta los valores referentes a la TMAR del inversionista para el proyecto sin financiamiento, se deberá determinar los valores correspondientes a la TMAR mixta para el proyecto con financiamientos

Al aplicar la opción del financiamiento en el proyecto se sabe que:

La institución financiará el 80 % de la inversión, correspondiente a C\$426,932.08 córdobas y el restante, el 20 %, correspondiente a C\$106,733.02 se financiará con capital de los dueños del bar-restaurant.

Para el cálculo de la TMAR mixta tendríamos que aplicar la relación de la participación del inversionista y del banco al monto total de la inversión, a lo cual determinamos el cálculo de la TMAR mixta como:

$$TMAR\ mixta = (\% \text{ de Aporte del inversor} \times TMAR \text{ del inversionista}) \\ + (\% \text{ de Aporte del financiador} \times Tasa \text{ de intes del financiador})$$

A lo cual tendríamos como resultado que:

Tabla 55. *TMAR Mixta*

Concepto	Aporte	%Participación	Tasa	Ponderación TMAR
Aporte del banco	C\$ 426,932.08	80%	13.75%	11.00%
Aporte inversionista	C\$ 106,733.02	20%	22.5%	4.41%
Total	C\$ 533,665.1	100%	TMAR MIXTA	15.41%

Fuente: Elaboración propia.

Dando como resultado un valor de 15.41% % correspondiente a la TMAR mixta

9.16.2. Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto no es más que un indicador financiero que se encarga de encontrar la diferencia entre el valor actual de flujos de efectivos y el valor actual de los inversionistas tomando en consideración la magnitud de los egresos del proyecto

El valor actual neto toma la tasa referida a la TMAR para la descontar los flujos efectivos que supondrán en el proyecto

El resultado puede ser un indicador financiero positivo o negativo, donde al obtener valores positivos del VAN correspondería a que se acepte el proyecto, si no, deberá rechazarse.

Para el cálculo de la VAN se utilizará la siguiente formula:

$$VAN = -10 + \sum_{t=1}^n \frac{Ft}{(1+k)^t}$$

Donde:

F_t: son los flujos de dinero en cada periodo t.

lo: es la inversión realizada en el momento inicial (t=0) (se tomará en cuenta el valor correspondiente a la inversión fija).

n: es el número de periodos de tiempo.

K: es el tipo de descuento o tipo de interés exigido a la inversión (en el caso del proyecto k es considerado como TMAR).

9.16.3. Tasa interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de rendimiento es un indicador financiero en el que consiste descontar la suma de los flujos de efectivos de manera que estos sean igual a la inversión inicial.

TIR, igual que VAN, posee un criterio de aprobación, si los valores que refleja TIR son mayores que a la TMAR el proyecto se considera aceptable caso contrario, el proyecto debería rechazarse.

Criterio de aprobación según del índice de rentabilidad (IR)

El índice de rentabilidad es un indicador financiero en el que consiste en evaluar los costos iniciales o inversión realizada en un proyecto y su relación con las ganancias o utilidades que generen el mismo.

Este posee un criterio de valoración, como los demás indicadores financieros; si las utilidades generadas para los proyectos son mayores a los costos iniciales y costos operativos de cada periodo, el proyecto es rentable, es decir, cuando el indicador del índice de rentabilidad es positivo, se considera que el proyecto generara ganancias mientras que si es negativo generara perdidas, lo cual no es aceptable para una inversión.

9.16.4. Periodo de Recuperación (PR)

El periodo de recuperación es un indicador que se relaciona con los egresos e ingresos del proyecto y estima una medida específica del tiempo expresado en años, meses y días en los cuales los ingresos sobrepasan todos los egresos del proyecto tomando en cuenta la inversión inicial y los costos operativos anuales.

9.17. Resultado de los Indicadores Financieros

Al evaluar los criterios financieros anteriormente mencionados según el criterio de especificación de cada uno se podrá determinar si el proyecto es considerado rentables y aceptable económicamente, para ellos se indicará los resultados obtenidos correspondiente a: VAN, TIR, IR y PR del proyecto al realizarse sin financiamiento y con financiamiento ya que ambas modalidades del proyecto darán como resultados cifras distintas según el tipo de modalidad a evaluarse.

9.17.1. Proyecto Sin Financiamiento

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

Tabla 56. *Indicadores financieros del proyecto sin financiamiento*

Indicadores Financieros	
TMAR inversionista	22.5%
VPN o VAN	C\$5,045,918.64
TIR	234.1476%
IR	1,026798

Fuente: Elaboración propia.

Como se aprecia el proyecto sin financiamiento, se obtuvo un VAN de C\$ 5,045,918.64, siendo este valor positivo un criterio aceptable para su realización.

Con respecto a la TIR, se obtuvo una tasa del 234.1476%, mayor a la tasa mínima de rentabilidad esperada para el proyecto, a lo que se acepta el proyecto según el criterio de la TIR.

Sobre la relación Beneficio-Costo o IR se obtuvo un valor positivo de 1.0267 siendo este un valor positivo, es considerado un criterio aceptable para la realización del proyecto ya que sugiere que los costes no superen a las utilidades esperadas del proyecto, es decir que el proyecto sin financiamiento se espera que genere por C\$ 1 invertido en la realización del proyecto un beneficio monetario de C\$ 1.0267

9.17.1.1. Periodo de Recuperación

Según el criterio del periodo de recuperación podemos determinar en cuanto tiempo le toma al proyecto generar utilidades.

Tabla 57. *Periodo de recuperación del proyecto sin financiamiento*

Periodo de Recuperación		
Año	FNE	Valores Recuperados
0		-C\$533,665.10
1	C\$1,210,562.61	C\$676,897.51
2	C\$1,301,019.54	C\$1,977,917.06
3	C\$1,395,562.24	C\$3,373,479.30
4	C\$1,500,096.54	C\$4,873,575.84
5	C\$1,612,470.90	C\$6,486,046.73
6	C\$2,160,363.20	C\$8,646,409.94

Fuente: Elaboración propia.

Según la tabla n° 57 podemos determinar que la inversión total es recuperada en un año de operatividad a lo cual el proyecto generara utilidades a partir del primer año, se estimó que al proyecto le toma 6 meses para generar utilidades. Anexo 9.

9.17.2. Proyecto con Financiamiento

Al realizarse el proyecto con financiamiento este generara valores diferenciados de los indicadores financieros reflejados en el proyecto sin financiamiento, de cuales se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 58. Indicadores financieros del proyecto con financiamiento

Indicadores Financieros	
TMAR inversionista	22.5%
VPN o VAN	C\$4,652,262.13
TIR	217.2156%
IR	1.348422535

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar en la tabla n° 58 se obtuvo; un VAN positivo de C\$ 4,652,262.13 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 217.2156 %, mayor a la tasa mínima de rentabilidad esperada para realizar el proyecto, a lo que el proyecto se acepta según la TIR.

Sobre la relación Beneficio-Costo o IR se obtuvo un valor positivo de 1.3484, siendo este un valor positivo, es considerado un criterio aceptable para la realización del proyecto ya que sugiere que los costes no superan a las utilidades esperadas del proyecto, es decir que el proyecto con financiamiento se espera que genere por C\$1 invertido en la realización del proyecto un beneficio monetario de C\$1.3484.

9.17.2.1 Periodo de Recuperación

Según el periodo de recuperación se puede saber en cuanto tiempo el proyecto puede generar utilidades siendo este un proyecto con financiamiento bancario.

Tabla 59. Periodo de recuperación del proyecto con Financiamiento

Periodo de Recuperación		
Años	FNE	Valores Recuperados
0		-C\$533,665.10
1	C\$1,119,135.40	C\$585,470.30
2	C\$1,207,516.00	C\$1,792,986.30
3	C\$1,299,696.89	C\$3,092,683.20
4	C\$1,401,544.63	C\$4,494,227.83
5	C\$1,510,863.03	C\$6,005,090.85
6	C\$1,626,461.61	C\$7,631,552.46

Fuente: Elaboración propia.

Según la tabla n° 59 podemos determinar que la inversión total es recuperada en un año de operatividad a lo cual el proyecto generara utilidades a partir del primer año, se estimó que al proyecto le toma 6 meses para generar utilidades.

X. Conclusiones

Tipitapa como uno de los principales municipios de Managua con mayor influencia económica, actualmente no cuenta con una oferta de entretenimiento particular, tal como un bar restaurante con temática playera, como una alternativa de enfoque juvenil para la zona urbana de este municipio.

Por tal razón, surge la oportunidad de evaluar la factibilidad del Bar - Restaurante Honolulu como una nueva opción de entretenimiento, para satisfacer la demanda de los jóvenes adultos en el casco urbano de Tipitapa. Para tal efecto, se realizó un estudio de mercado para segmentar el mercado a una población de entre 20 y 54 años como clientes potenciales. Además, se realizó un análisis y proyección de la demanda mediante instrumentos de recolección de información y se utilizó una ecuación polinómica de grado 2 para dicha proyección, basada en datos oficiales del INIDE. Los resultados de la encuesta aplicada son mostrados, los cuales permitieron definir la demanda insatisfecha. Finalmente, se definió un análisis de la oferta, análisis de precios, el modelo de comercialización y las estrategias de mercado para garantizar el éxito de la propuesta de Bar – Restaurante Honolulu.

Como segunda etapa se realizó un estudio técnico de la propuesta del negocio, definiéndose la localización óptima dentro del casco urbano de Tipitapa, así como su tamaño óptimo y áreas pertinentes de trabajo presentado en plano de distribución de planta. Además de esto, se definieron todas las herramientas, instrumentos, espacios, muebles y costos fijos pertinentes para la operación del Bar – Restaurante propuesto. Finalmente, se presenta la estructura organizacional y el cumplimiento de las condiciones legales y de gobierno para la garantizar el buen funcionamiento del establecimiento conforme a la Ley.

Como última etapa es presentado un estudio financiero, el cual consiste en la definición de los costos variables, materia prima e insumos, gastos variables, gastos por operatividad y por uso de transporte. Se totalizaron los costos en conjunto con los costos fijos, la inversión por publicidad, capital de trabajo, la depreciación y amortización de activos, con el fin de evaluar el proyecto con financiamiento y sin financiamiento. En

contraste a esto, se calculó el punto de equilibrio del negocio y la proyección de ingresos a un periodo de 6 años.

Finalmente se presenta el análisis de rentabilidad mediante la TMAR, el VAN, la TIR, el índice de rentabilidad (IR), y el período de recuperación (PR). Los resultados muestran que el negocio es factible porque sin financiamiento hay un periodo de recuperación de cinco meses activos de funcionamiento.

XI. Recomendaciones

En función de los resultados obtenidos, en todos los estudios que comprende el presente proyecto de pre-factibilidad, se recomienda lo siguiente:

1. Mantener niveles de rentabilidad del proyecto para garantizar el tiempo de recuperación de la inversión inicial.
2. Garantizar el nivel de utilidades previstos en la planificación del proyecto en el primer año, para proporcionar niveles de seguridad a los inversionistas.
3. Obtener la calidad del servicio mediante una retroalimentación, misma que puede conseguir con la opinión del cliente.
4. Verificar y validar la rotación del inventario disponible para garantizar que siempre hay disponibilidad en el menú.
5. Mantener la disponibilidad de los insumos de limpieza e higiene, para asegurar el orden y la limpieza del local.
6. Garantizar una revisión de los bienes inmuebles por medio de un mantenimiento preventivo programado, para evitar el mal estado e imperfecciones del local.
7. Priorizar el pago de los salarios del personal, renta e impuestos, en tiempo y forma.

XII. Bibliografía

- Baca Urbina, G. (2013), Evaluación de Proyectos, México, The McGraw-Hill.
- Sapag Chain, N. Sapag Chain, R. Sapag P, J. (2014), Preparación y Evaluación de Proyectos, México, The McGraw-Hill.
- Morales Castro, A. Morales Castro, J. (2008), Proyectos de Inversión, México, The McGraw-Hill.
- Sy Corvo, Helmut. 20 de febrero de 2021
- Humberto Ponce Talancón, contribución a la economía, México., 2006.
- Mario Mesa Holguín, Fundamentos de Marketing, primera edición, Bogotá DC., 2012.
- Anuarios Estadísticos 2006 - 2020, Instituto Nacional de Información de Desarrollo.
- Naresh K. Malhotra. (2008), Investigación de Mercados, México, Pearson Educación.
- María del Pilar Granados Celade (1987), Técnicas de Proyecciones de Población de Áreas Menores. Aplicación y Evaluaciones.
- Sistema Nacional de Inversiones Públicas. (s.f.). Obtenido de Normativa de Preinversión: <http://www.snip.gob.ni/Normativa/Preinversion>.
- Trámites de Nicaragua. (s.f.). Obtenido de Trámites para la operatividad y puesta en marcha: <http://www.tramitesnicaragua.gob.ni/procedure/332/136?l=es>.
- Tasa de Inflación. (s.f.). Obtenido de Banco Central de Nicaragua: [Bienvenidos al BCN | Banco Central de Nicaragua](#).
- Financiamiento Bancario. (s.f.) Obtenido de Banpro: [Banpro - Grupo Promerica | Nicaragua \(banprogrupopromerica.com.ni\)](#).
- Financiamiento Bancario (s.f.) Obtenido de Banco de Finanzas: [BDF - Banco de Finanzas \(bdfnet.com\)](#).

XIII. Anexos

Anexo 1: Encuesta

Encuesta para la población que reside en la zona urbana del municipio de Tipitapa.

La siguiente encuesta es de carácter confidencial y tiene como objetivo determinar cierta información de importancia o relevancia para el estudio de prefactibilidad del bar y restaurante Honolulu.

Edad

- ☐ 20 – 25 años.
- ☐ 26 – 35 años.
- ☐ 36 – 45 años.
- ☐ 46 – 54 años.

Sexo

- ☐ Femenino.
- ☐ Masculino.

1. ¿Cuál es tu profesión?

_____.

2. ¿Conoce algún bar y restaurante con temática hawaiana en Tipitapa?

- ☐ Si.
- ☐ No.

3. Si contesto “Si” en la anterior pregunta, especifique cuales.

_____.

4. ¿Le gustaría que en Tipitapa abriera un bar y restaurante con temática hawaiana?
¿Por qué?

_____.

5. ¿Consume bebidas alcohólicas?

- ☐ Si.
- ☐ No.

6. ¿Cuáles son los bares y restaurantes que frecuenta en Tipitapa?

_____.

7. ¿Con qué frecuencia visita bares y restaurantes?

- ☐ Menos de una vez a la semana.
- ☐ Una vez a la semana.
- ☐ De dos a tres veces a la semana.
- ☐ Más de cuatro veces a la semana.

8. ¿Qué día prefiere frecuentar bares y restaurantes?

- ☐ Fin de semana.
- ☐ Entre semana.
- ☐ Cualquier día.

9. ¿Por lo general como te enteras de un nuevo negocio en Tipitapa, en este caso de un nuevo bar y restaurante? Puede marcar más de una respuesta.

- ☐ Volantes.
- ☐ Invitaciones.
- ☐ Redes Sociales.
- ☐ Afiches.
- ☐ Recomendaciones.

10. ¿Dónde prefiere ir cuando busca socializar, entretenerse, comer o tomar bebidas alcohólicas?

- ☐ Tipitapa.
- ☐ Managua.

11. ¿Por qué prefiere ese municipio?

_____.

12. ¿Qué valora más usted en un servicio de bar y restaurante? Puede marcar más de una respuesta.

- ☐ Atención al cliente.
- ☐ Calidad de comida y bebida.
- ☐ Presentación del establecimiento.
- ☐ Precios.
- ☐ Ambiente agradable.
- ☐ Ubicación.

13. ¿Qué tiempos de comida le gustaría que se ofrecieran? Puede marcar más de una respuesta.

- ☐ Desayunos.
- ☐ Almuerzos.
- ☐ Cenas.

14. ¿Qué tipo de alimentos les gustaría que se sirvieran? Puede marcar más de una respuesta.

- ☐ Comida típica de la zona.
- ☐ Mariscos.
- ☐ Comida hawaiana.

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un buen servicio de comida?

- ☐ 150 – 200 córdobas.
- ☐ 201 – 250 córdobas.
- ☐ 251 – 350 córdobas.
- ☐ 351 – 450 córdobas.

16. ¿Qué tipo de bebidas alcohólicas les gustaría que se ofrecieran? Puede marcar más de una respuesta.

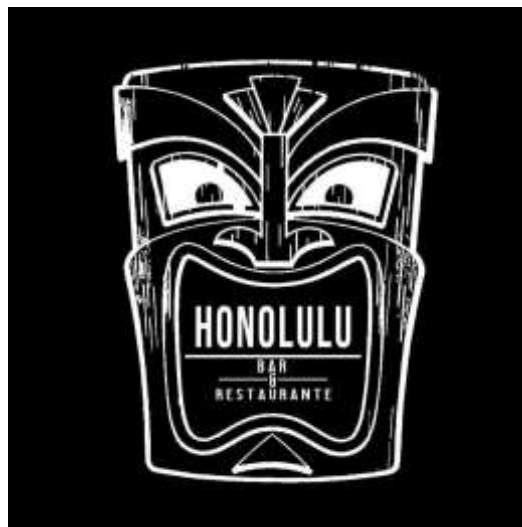
- ☐ Nacionales.
- ☐ Importadas.
- ☐ Cocteles.

17. ¿Le gustaría que el bar y restaurante contara con? Puede marcar más de una respuesta.

- ☐ Música en vivo.
- ☐ Música ambiente.
- ☐ DJ.

Anexo 2: Logotipo e Información del Bar y Restaurante.

Logotipo



Información del Bar y Restaurante





Anexo 3: Macro Localización

Barrio Orontes Centeno:



Barrio Noel Morales:



Villa Victoria de Julio:



Anexo 4: Distribución de Planta e Imágenes del Diseño

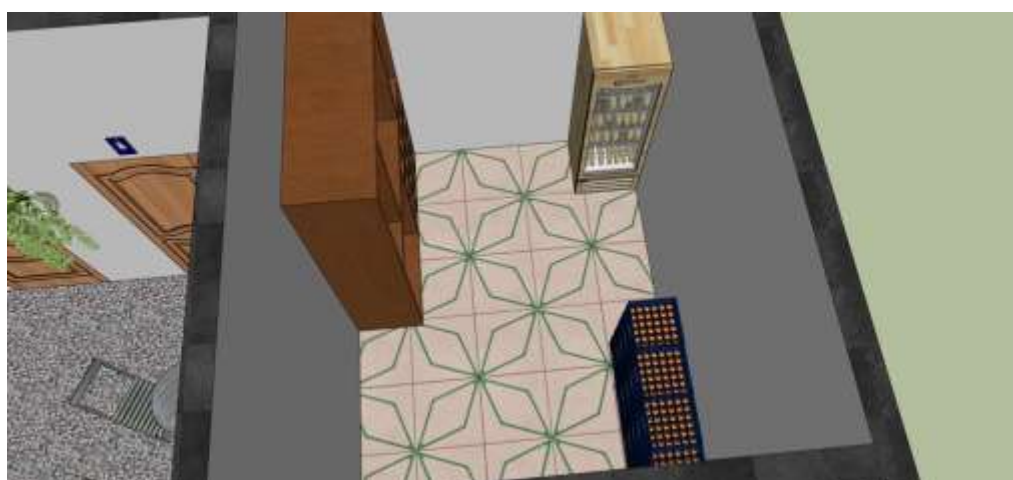


Estudio de Pre factibilidad de una Sucursal del Bar - Restaurante Honolulu













Anexo 5: Menú



MENÚ DE BEBIDAS

<u>RON</u>		
Botella	<i>Flor de Caña 7 Años Gran Reserva</i>	C\$ 1,000.00
Media	<i>Flor de Caña 7 Años Gran Reserva</i>	C\$ 540.00
Botella	<i>Flor de Caña 4 Años Ultra Lite</i>	C\$ 1,000.00
Media	<i>Flor de Caña 4 Años Ultra Lite</i>	C\$ 540.00
Botella	<i>Flor de Caña Centenario 12 años</i>	C\$ 1,800.00
<u>WHISKY</u>		
Trago	<i>Buchanan's 12 Años</i>	C\$ 280.00
Trago	<i>Johnnie Walker Red Label</i>	C\$ 180.00
Trago	<i>Old Parr 12 Años</i>	C\$ 195.00
Trago	<i>Don Julio</i>	C\$ 180.00
Trago	<i>1800 Silver</i>	C\$ 180.00
Trago	<i>El Jimador Reposado/Blanco</i>	C\$ 45.00
Trago	<i>José Cuervo Tradicional</i>	C\$ 145.00
<u>COCTELES</u>		
Gin-Tonic		C\$ 180.00

Maita	C\$	120.00
Aku-Aku	C\$	190.00
Margarita Blue	C\$	145.00
Ruso Negro	C\$	165.00
Piña Colada	C\$	150.00
Margarita	C\$	150.00
Bloody Mary	C\$	175.00
Daiquirí	C\$	175.00
<u>CERVEZAS</u>		
Victoria Frost	C\$	40.00
Victoria Clásica	C\$	40.00
Toña	C\$	40.00
Premium	C\$	60.00
Sol	C\$	60.00
Miller Lite	C\$	60.00
Heineken	C\$	60.00
<u>BEBIDAS SIN ALCOHOL</u>		
Papaya con Naranja	C\$	60.00
Sandia con Naranja	C\$	60.00
Limonada con Hierbabuena	C\$	60.00
Limonada con Fresa	C\$	60.00
Soda de 12 onzas	C\$	30.00
Té de Limón	C\$	30.00
Agua 500 ml	C\$	30.00
Fresco Natural	C\$	45.00



MENÚ

<u>ENTRADAS</u>		
Ensalada de la Huerta	<i>Lechugas frescas, tomates, cebollas, acompañadas de pollo a las hiervas y aderezo César.</i>	C\$ 160.00
Wrap Aloha	<i>Crujientes lechugas, vegetales frescos y pechuga a la plancha marinada con aderezo César.</i>	C\$ 160.00
Aloha Tostones	<i>4 deliciosos tostones bañados en frijoles molidos, queso mozzarella y pico de gallo.</i>	C\$ 130.00
Rocosa	<i>Canastas de tostones rellenas de camarón al ajillo y carne desmechada.</i>	C\$ 140.00
Los Chanchitos	<i>Jugosos chicharrones de cerdo acompañados de pico de gallo y limón.</i>	C\$ 120.00
<u>SNACKS</u>		
Chunks o Alitas	<i>Jugosos trozos o alitas pollo bañadas en tu salsa favorita</i>	C\$ 200.00
Dedos de Pollo	<i>Crujientes dedos de pollo con papas fritas</i>	C\$ 190.00
Fish and Chips	<i>Dedos de pescado frescos rebozados y fritos a la perfección, acompañados de papas fritas y salsa tártara.</i>	C\$ 170.00
Hamburguesa Hula Hula	<i>Pan artesanal, torta de res, barbacoa, queso americano, aderezo de la casa, tomate y lechuga.</i>	C\$ 150.00
<u>CEVICHES</u>		
Moloka	<i>Perfecta combinación de mariscos y pescado marinados con cítricos y nuestra salsa especial para ceviche.</i>	C\$ 270.00
Maui	<i>Pescado fresco marinado con cítricos y leche de tigre de la casa</i>	C\$ 250.00
Kaua	<i>Para los amantes del camarón, camarones cocidos a perfección marinados con nuestra leche de tigre y cítricos.</i>	C\$ 260.00
Ceviche Mixto	<i>Un clásico que nunca pasara de moda con nuestro toque personal lo disfrutaras de principio a fin.</i>	C\$ 270.00
<u>PLATOS FUERTES</u>		
Pollo Tiki	<i>Tierna pechuga de pollo a la plancha, marinada con hierbas y salsa hawaiana.</i>	C\$ 180.00

Filete de Pescado	<i>Bañado en una deliciosa salsa de camarones, elige tu salsa favorita. Bechamel o Salsa Roja.</i>	C\$ 240.00
Fiesta de Camarón	<i>Jugosos camarones preparados a tu preferencia: a la diablo, empanizados, al coco u al ajillo.</i>	C\$ 250.00
Arroz del Mar	<i>Jugoso y sabroso con los más frescos mariscos, acompañado de papas fritas.</i>	C\$ 200.00
Churrasco	<i>Jugoso y tierno churrasco de res marinado.</i>	C\$ 250.00
Costillas	<i>Suaves y jugosas costillas de cerdo, glaseadas con salsa BBQ.</i>	C\$ 250.00
<u>PARA COMPARTIR</u>		
Nachos	<i>Crujientes tortillas, pollo, carne, salsa de queso y frijolitos</i>	C\$ 250.00
Surtido Mixto	<i>Costillas de cerdo, alitas de pollo, chicharrón de carne, chicharrón de concha, frijoles molidos, pico de gallo, salchichón, tajadas y chips.</i>	C\$ 600.00

Anexo 6: Cotizaciones



Rotonda Universitaria 300mts al Norte
Telf: 22527930- 22683499
Email: info@econo-mart.com
Ruc: J0310000013853
Managua, Nicaragua

Proforma

AD-000485
13/10/2022

Ciente

9999
VICTORIA MEDINA
DETALLE: DETALLE: ND

RUC:ND
sin referencia de datos
ND

Vendedor

Gerencia Tienda
No Definido

Item	Cantidad	Descripción	Precio	Desc.	Importe
1	20.00	F8010000361  Plato Buffalo blanco ovalado borde ancho 11 3/4 x 8 5/16" 1 x 2.	\$5.15	0.00	\$103.00
2	20.00	2002-05 Tenedor para cena Windsor, 7-1/8", de acero inoxidable.	\$0.75	0.00	\$15.00
3	20.00	B401KGWF  Windsor III: Cuchillo de mesa de acero inoxidable 18/0 calibre 8"	\$0.71	0.00	\$14.20
4	20.00	15238  Vaso Gibraltar de vidrio 12 Onzas 4 7/8" altura	\$2.09	0.00	\$41.80
5	20.00	B401STBF  Windsor III: Cuchara para servir de acero inoxidable 18/0 calibre 7 3/4"	\$0.58	0.00	\$11.60

1/2

Vigencia de la Proforma: 0 Días después de emitida.

Subtotal	\$185.60
Desc	\$0.00
Impuesto	\$27.84
Total	\$213.44



Rotonda Universitaria 300mts al Norte
 Telf: 22527950- 22683499
 Email: info@decono-mart.com
 Ruc: J0310000013853
 Managua, Nicaragua

Proforma

AD-000603

24/11/2022

Cliente

9999
 HONOLULU
 DETALLE: DETALLE ND

RUC:ND
 sin referencia de datos
 ND

Vendedor

Gerencia Tienda
 No Definido

Item	Cantidad	Descripción	Precio	Desc.	Importe
1	13.00	300550 30198112 Dispensador de servilletas pop up interfoliadas con espacio para publicidad negro - UND	\$19.33	0.00	\$251.29
					
2	12.00	1787386 Shot para tequila de vidrio 5 3/8 Oz vidrio	\$4.07	0.00	\$48.84
3	12.00	5127LB Shot para whiskey de vidrio 1 1/2 Oz 2 7/8" altura	\$1.67	0.00	\$20.04
					
4	12.00	9323 Copa Master's Reserve para vino de 16 Onzas de Vidrio	\$6.27	0.00	\$75.24
					

Vigencia de la Proforma: 0 Días después de emitida

Subtotal	\$395.41
Desc	\$0.00
Impuesto	\$59.31
Total	\$454.72

1 / 1



Black + Decker

Licadora Black and Decker BL1120SGM 1.5 l

EN STOCK UPC 433176400006

C\$2,600.00

Garantía Adicional *

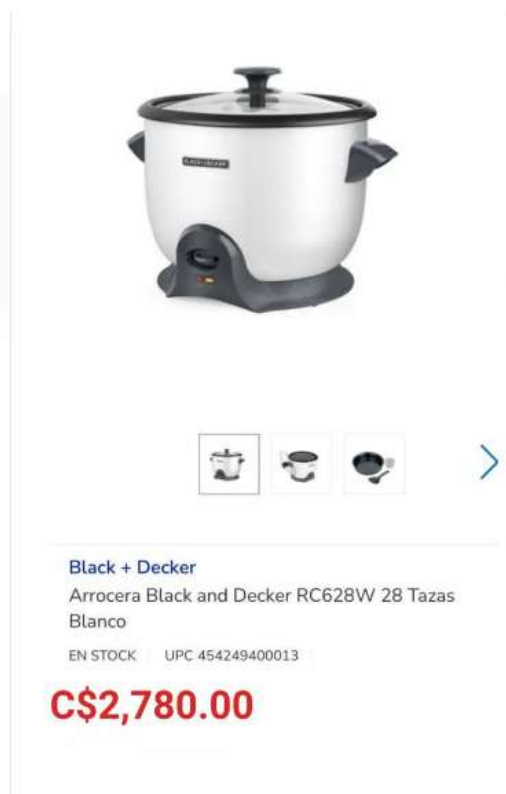


Auvio

Parlante RGB Auvio 4001960 BT 8W

EN STOCK UPC 460634700019

C\$990.00



jueves 22-06-2023 : 05:40 pm

Nombre: MUSA DONACIÓN **Fecha:** 23/06/2023
Telefono: +50557611975
Tipo: Casa particular
Dirección: Alma mater
&&&&&
Dir Descp: UNI
Ubicacion: [Mostrar ubicación](#)

# Cantidad	Descripciónn	Unidad	P. Unitario	Total
45	Plátano verde - Estandar - Media caja	Unidad	C\$ 10.70	C\$ 481.50
8	Ajo blanco - Estandar – Libra	Libra	C\$ 63.00	C\$ 504.00
2	Papaya Hawaina - Estandar – Unidad	Unidad	C\$ 80.00	C\$ 160.00
2	Fresa - Estandar – Bandeja	Unidad	C\$ 170.00	C\$ 340.00

50	Limon Sin Semilla - Estandar - Al por mayor	Unidad	C\$ 5.00	C\$ 250.00
4	Piña Dorada (Golden) - Estandar – Unidad	Unidad	C\$ 70.00	C\$ 280.00
36	Naranja Fresco - Estandar - Al por mayor	Unidad	C\$ 6.60	C\$ 237.60
8	Cebolla morada - Estandar – Libra	Libra	C\$ 32.00	C\$ 256.00
7	Lechuga Americana - Estandar - Al por mayor	Unidad	C\$ 28.83	C\$ 201.81
			Sub total	C\$ 2710.91
			Descuento	C\$ 81.33
			Envío	C\$ 0.00
			Total	C\$ 2629.58



Mastertech

Congelador Mastertech MTCH251S3AW
Horizontal 9 ft3

EN STOCK | UPC 456204500011

C\$10,000.00

Garantía Adicional *

FACTURA COMERCIAL		DIA	MES	AÑO
CREDITO ☐	PROFORMA ☒	13	Feb	2023
CONTADO ☐				
Sr.(es): Victoria Medina.				
Dirección:				
CANT.	DESCRIPCION	P. UNIT.	TOTAL	
1	Cloro Galon	100	100	
2	Detergente	50	100	
1	Mecha lampara	70	70	
1	Lampazo	120	120	
1	Ambientador	100	100	
1	Jabón liquido	800	800	
2	ESponja	58.50	117	
6	Trapos (2pack)	100	200	
1	Escoba	120	120	
8	Papel Higienico 1250	220	1760	
12	Garnalleta	23.50	282	
1	Jabon liquido		TOTAL CS 3,799	
NO SE ACEPTAN DEVOLUCIONES		GRACIAS POR SU COMPRA		

Recibí Conforme

Entregué Conforme

50"



webOS
Resolution Realza 4K 3840 x 2160
LED TV






LG

LG 50" (127 cm) Smart WebOS 4K TV 50UR8050AUA

Número de item 465197

C\$18,399.94

Estás viendo:

Managua

Cambiar club

En inventario

Managua

Masaya

Métodos de entrega

Recoger en el club

Entrega a domicilio Estándar

Entrega a Domicilio Express



COTIZACION

Factura N° 0001234
Fecha: 25 de Marzo 2023

INFORMACIÓN DEL CLIENTE

Nombre: André Dangla
Número: 8760-1153
Dirección: El Dorado 1c al este 2c al sur

DESCRIPCIÓN	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
Galón pintura para interior	C\$2,954.16	1	C\$2,954.16
Lámparas	C\$145.00	10	C\$1,450.00
Ventilador	C\$3,037.05	1	C\$3,037.05

TOTAL C\$7,441.21

FIRMA



Ambar Ambar Aceite de Soya 9.46 L

Número de ítem 267715

C\$709.95

Estás viendo:
Managua
[Cambiar club](#)

✓ En inventario

✓ Masaya

✓ Managua

Métodos de entrega

- ✓ Recoger en el club
- ✓ Entrega a domicilio Estándar
- ✓ Entrega a Domicilio Express



Tip top Tip-Top Alas de Pollo Congelada Bolsa 5.4 kg / 12 lb

Número de ítem 348208

C\$712.95

Estás viendo:
Managua
[Cambiar club](#)

✓ En inventario

✓ Masaya

✓ Managua

Métodos de entrega

- ✓ Recoger en el club
- ✓ Entrega a domicilio Estándar
- ✓ Entrega a Domicilio Express



FACTURA COMERCIAL

CREDITO ☐ PROFORMA ☒ CONTADO ☐

DIA MES AÑO
11 07 23

Sr.(es): Andrea Dangla

Dirección:

CANT.	DESCRIPCION	P. UNIT.	TOTAL
516	cebolla Blanca	22	110
216	cebolla Morada	32	64
516	Ajo	63	504
7	Cebuga	28	201
1/2 kg	Tomate	188	188
36	Naranja	6	237
2	Drapaya	80	160
4	Dina	70	280
24	Pesa	170	340
50	Limón	5	250
145	Plátano		
TOTAL CS			

NO SE ACEPTAN DEVOLUCIONES

GRACIAS POR SU COMPRA

Recibi Conforme

Entregué Conforme



LISTA DE PRECIOS 2023

EL CAMBIO DE PRECIO ES EFECTIVO A PARTIR DEL 09 DE ENERO DE 2023.

PRODUCTOS MARCADOS EN AMARILLO INCREMENTA PRECIO

PRECIO
SUGERIDO

MARCAS	PRODUCTO	UNIDADES EMPAQUES	PRECIO AL DETALLE	PRECIO SUGERIDO AL CONSUMIDOR	MARGEN DEL DETALLISTA
TOÑA TOÑA LIGHT	Botella 350mL Retornable	24	C\$ 728	C\$ 37	C\$ 160
	Botella 1000mL Retornable (Cerveza Clara)	12	C\$ 730	C\$ 73	C\$ 146
	Botella 350mL Desechable	24	C\$ 818	C\$ 41	C\$ 166
VICTORIA CLÁSICA	Lata 350mL	12	C\$ 389	C\$ 39	C\$ 79
	Lata 473mL (Cerveza Clara)	12	C\$ 449	C\$ 45	C\$ 91
VICTORIA FROST	Botella 350mL Retornable	24	C\$ 648	C\$ 33	C\$ 144
	Botella 1000mL Retornable	12	C\$ 650	C\$ 65	C\$ 130
	Botella 350mL Desechable	24	C\$ 738	C\$ 37	C\$ 150
	Lata 350mL	12	C\$ 359	C\$ 36	C\$ 73
	Lata 473mL	12	C\$ 409	C\$ 41	C\$ 83
GALLO	Lata 350mL	24	C\$ 778	C\$ 39	C\$ 158
MILLER LITE	Botella 350mL Retornable	24	C\$ 880	C\$ 44	C\$ 176
	Botella 350mL Desechable	24	C\$ 960	C\$ 48	C\$ 192
	Lata 354mL	24	C\$ 920	C\$ 46	C\$ 184
MYTOS	Botella 350mL	24	C\$ 1,250	C\$ 65	C\$ 310
IMPERIAL	Botella 350mL Desechable	24	C\$ 960	C\$ 50	C\$ 240
HEINEKEN	Botella 355mL Desechable	24	C\$ 1,297	C\$ 67	C\$ 311
	Lata 355mL	24	C\$ 1,160	C\$ 60	C\$ 280
SOL	Botella 355mL Desechable	24	C\$ 1,159	C\$ 60	C\$ 281
SMIRNOFF ICE	Botella 355mL Desechable	24	C\$ 1,359	C\$ 70	C\$ 321
	Lata 350mL	24	C\$ 1,240	C\$ 64	C\$ 296
BLISS	Botella 355mL Desechable	24	C\$ 1,239	C\$ 64	C\$ 297
BAMBOO	Lata 350mL	24	C\$ 876	C\$ 45	C\$ 204
	Lata 350mL	6	C\$ 219	C\$ 45	C\$ 51
BAMBOO SANDIA	Lata 473mL	24	C\$ 1,265	C\$ 65	C\$ 295
	Lata 473mL	6	C\$ 316.25	C\$ 65	C\$ 73.75
HARD SELTZER SPARK	Lata 350mL	12	C\$ 387.50	C\$ 40	C\$ 92.50
	Lata 350mL	4	C\$ 129.20	C\$ 40	C\$ 30.80
ADÁN & EVA	Lata 355mL	24	C\$ 1,162	C\$ 60	C\$ 278
	Lata 355mL	6	C\$ 290.50	C\$ 60	C\$ 69.50

Precios incluyen I.V.A e I.S.C.

SERVICIO AL CLIENTE

2255-7777

EL CONSUMO EXCESIVO DE ESTE PRODUCTO ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD.

+18

MINOR





SALSA CON TOMATE

PRECIO: C\$ 197.23
CODIGO: 1031804
PRESENTACION: GALON



SALSA BARBACOA

PRECIO: C\$ 359.77
CODIGO: 1030720
PRESENTACION: 04 KILOS



SALSA MAYONESSA

PRECIO: C\$ 448.76
CODIGO: 1030725
PRESENTACION: 03.5 KILOS



SALSA BUFALO

PRECIO: C\$ 486.83
CODIGO: 1030723
PRESENTACION: 04 KILOS



SALSA QUESO CHEDDAR

PRECIO: C\$ 544.80

CODIGO: 1031935

PRESENTACION: 3 KILO



GLOBALPRO
Tecnología en tus manos.

**DELL
3150**

**Regreso
a
Clases**

Procesador
Intel Celeron

Memoria
4 GB RAM

Almacenamiento
500GB HDD

Pantalla
11,6"

Cámara
WebCam

C\$7,500
PRECIO REGULAR

C\$6,990
PRECIO CON DESCUENTO
EFECTIVO O TRANSFERENCIA

BAC
CREDITMATIC

Ficohsa

7 meses de
garantía

EQUIPO SEMINUEVO



COTIZACIÓN

Nº. 00001

25 DE ABRIL DE 2023

COTIZACIÓN

Victoria Medina

Tipitapa , DDF la
tranquera 1c al este 2c al
sur 1/2 al este

Descripción	Precio
Cocina industrial con 6 fogones	C\$5,000.00
Balanza para mesa	C\$425.00

TOTAL
C\$5,425.00

SMARTD Soluciones Inteligentes de Publicidad				
Km 10 1/2 C. Masaya 600 mts al Sur, Contiguo a Aguja de Villa el Rosario Managua Cel.: 8816-8967 / 7799-9337 Email:operaciones@smartd.com.ni /gerencia@smartd.com.ni Ruc:001-020398-1009F			Fecha	25/07/2023
			Cotiza	MARIO RUIZ
Cliente:	SODESA		Oferta Valida por 15 Días	
Ruc:				
Código	Descripción	Cant	P. Unit	Sub-total
1	suministro de rotulo luminoso incluye instalación	1	C\$ 7,146.00	C\$ 7,146.00
Oferta #	2023MR-220124	Cuota Fija		Total(C\$) C\$ 7,146.00
Contacto:		Tipo de Pago		
Email:				Contado
Cel.:				Crédito x
T. entrega	3 DIAS			T/C: C\$ 36.6243

AJUSTE DE ARTE DE CORTESIA

Asesor
MARIO RUIZ
Asesor Comercial
7799-9337

Cuentas: German Antonio Pomares Soza	
Cuenta Bac (\$)	365-376-128
Cuenta Bac (C\$)	365-905-298

Gracias por preferirnos!!

CAJA DE EFECTIVO C405-8BILL SOLUPOS



8 Divisiones de Billetes
y 4 Monedas



Estructura de Metal
Resistente



C\$11,000

www.soluposlatam.com

FACTURA COMERCIAL

CREDITO ☐ PROFORMA ☐

CONTADO ☐

DIA	MES	AÑO
10	05	23

Sr.(es): Victorio Medina

Dirección:

CANT.	DESCRIPCION	P. UNIT.	TOTAL
08	Sal	C\$1025	C\$82
01	Pimienta	C\$300	C\$300
01	Ajo Molido	C\$230	C\$230
03	Consome Pollo	C\$168	C\$504
01	Consome Res	C\$112	C\$112
05	Consome Camarones	C\$50	C\$250
01	Condimento Misto	C\$856	C\$856
TOTAL CS			2.334

NO SE ACEPTAN DEVOLUCIONES

GRACIAS POR SU COMPRA



REDES PARA LA CABEZA

PRECIO: C\$ 542.79
CODIGO: 1031413
PRESENTACION: 144 UNI



GUANTES PLASTICOS

PRECIO: C\$ 40.14
CODIGO: 1031625
PRESENTACIÓN: 100 UNI

Anexo 7: Descripción de Puesto

❖ Administrador

Identificación de puesto	
Nombre de puesto	Administrador
Área	Administración / caja
Relaciones de autoridad y dependencia	
supervisor inmediato	Propietario
Cargos subordinados	Cocinero / mesero
Función general	
– Garantizar el proceso contable y financiero – Realizar inventario y cierre diariamente – Monitorear los ingresos brutos y realizar las modificaciones de los precios establecidos – Establecer una red de proveedores – Cerrar el local y verificar que todo esté en orden.	
Especificaciones del puesto	
Nivel académico	Lic. en administración turística y hotelera o administración de empresa
Otros estudios:	Excel intermedio
Experiencia	1 año de experiencia en puestos similares
Cualidades Personales	
- Liderazgo - Trabajo en equipo - Gestión de cambio	

❖ Cajero

Identificación de puesto	
Nombre de puesto	Cajero
Área	Caja
Relaciones de autoridad y dependencia	
Supervisor inmediato	Administrador
Cargos subordinados	-
Función general	
– Realizar todos los cobros de venta – Realizar cierre de venta	

Especificaciones del puesto	
Nivel académico	Bachiller o técnico en la caja
Otros estudios:	Excel intermedio / manejo de POS
Experiencia	2 años experiencia similares
Cualidades Personal	
– Trabajo bajo presión	
– Habilidades de comunicación	
– Honradez	

❖ Cheff

Identificación de puesto	
Nombre de puesto	Cheff
Área	Cocina
Relaciones de autoridad y dependencia	
Supervisor inmediato	Administrador
Cargos subordinados	Ayudante de cocina
Función general	
– Planificar el menú y la elaboración de los platillos	
– Gestiona el tiempo y coordina a su ayudante	
– Colabora en gestión de inventario, así como en compra.	
Especificaciones del puesto	
Nivel académico	Lic. en gastronomía o técnico en cocina
Otros estudios:	-
Experiencia	2 años experiencia similares
Cualidades Personal	
– Ordenado	
– Proactivo	
– Responsable	

❖ Ayudante de Cocina

Identificación de puesto	
Nombre de puesto	Ayudante de cocina
Área	Cocina
Relaciones de autoridad y dependencia	

Supervisor inmediato	Cheff
Cargos subordinados	Ninguno
Función general	
– Mantenimiento de la higiene, orden de la cocina y utensilios – Realizar porciones de alimentos y pesaje – ayudante en preparación de los alimentos.	
Especificaciones del puesto	
Nivel académico	Técnico en cocina o Bachiller
Otros estudios:	-
Experiencia	2 años experiencia similares
Cualidades Personal	
– Establecer relaciones interpersonales – Responsable	

❖ **Bartender**

Identificación de puesto	
Nombre de puesto	Bartender
Área	Barra
Relaciones de autoridad y dependencia	
Supervisor inmediato	Administrador
Cargos subordinados	Ninguno
Función general	
– Mantenimiento de la higiene, orden de los licores y utensilios – Realizar medidas de los licores (shot) – Preparar y servir todo tipo de bebidas	
Especificaciones del puesto	
Nivel académico	Técnico en Bartending
Otros estudios:	-
Experiencia	2 años experiencia similares
Cualidades Personal	
– Trabajo sobre presión – Responsable – Organizado	

❖ **Mesero**

Identificación de puesto

Nombre de puesto	Mesero
Área	Salón
Relaciones de autoridad y dependencia	
Supervisor inmediato	Administrador
Cargos subordinados	Ninguno
Función general	
– Brindar atención a los clientes	
– Solicitar y llevar los pedidos – Limpieza de mesas y salón	
Especificaciones del puesto	
Nivel académico	Bachiller
Otros estudios:	-
Experiencia	2 años experiencia similares
Cualidades Personal	
– Ser amable – Buena presentación personal	
– Paciencia – Intuitivo	

Anexo 8: Nomina del Personal

Cargo	Cantidad de trabajadores	Salario Bruto	Salario Anual	INSS Laboral Anual (7%)	Salario Neto a recibir Anual	Salario Neto a recibir Mensual	INSS Patronal (22.5%)	INATEC (2%)	Vacaciones (0.08333)	Aguinaldo (0.08333)	Indemnización (0.08333)	Carga social anual C\$	Carga social mensual C\$
Administrador	1	8,500.00	102,000.00	7,140.00	94,860.00	7,905.00	22,950.00	2,040.00	8,499.66	8,499.66	8,499.66	50,488.98	4,207.42
Cheff	1	7,000.00	84,000.00	5,880.00	78,120.00	6,510.00	18,900.00	1,680.00	6,999.72	6,999.72	6,999.72	41,579.16	3,464.93
Cajero	1	6,000.00	72,000.00	5,040.00	66,960.00	5,580.00	16,200.00	1,440.00	5,999.76	5,999.76	5,999.76	35,639.28	2,969.94
Mesero	2	5,475.00	131,400.00	9,198.00	122,202.00	10,183.50	29,565.00	2,628.00	10,949.56	10,949.56	10,949.56	65,041.69	5,420.14
Bartender	1	5,475.00	65,700.00	4,599.00	61,101.00	5,091.75	14,782.50	1,314.00	5,474.78	5,474.78	5,474.78	32,520.84	2,710.07
Ayudante de cocina	1	5,475.00	65,700.00	4,599.00	61,101.00	5,091.75	14,782.50	1,314.00	5,474.78	5,474.78	5,474.78	32,520.84	2,710.07
Total		37,925.00	520,800.00	36,456.00	484,344.00	40,362.00	117,180.00	10,416.00	43,398.26	43,398.26	43,398.26	257,790.79	21,482.57

Anexo 9: Periodo de Recuperación Sin Financiamiento

Periodo de Recuperación en Meses		
Mes	FNE	Valores Recuperados
0		-C\$533,665.10
1	C\$100,880.22	-C\$432,784.88
2	C\$100,880.22	-C\$331,904.66
3	C\$100,880.22	-C\$231,024.45
4	C\$100,880.22	-C\$130,144.23
5	C\$100,880.22	-C\$29,264.01
6	C\$100,880.22	C\$71,616.21
7	C\$100,880.22	C\$172,496.42
8	C\$100,880.22	C\$273,376.64
9	C\$100,880.22	C\$374,256.86
10	C\$100,880.22	C\$475,137.08
11	C\$100,880.22	C\$576,017.30
12	C\$100,880.22	C\$676,897.51

Anexo 10: Financiamientos Bancarios



Banpro (Banco de la producción)

Financiamiento

CRÉDITO PYME

Los préstamos dirigidos a negocio propio, nuevo o existente, que cuenten con referencias comerciales, bancarias o crediticias.

Financiamos:

Capital de Trabajo:

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

Líneas de crédito POS:

- Es una línea de financiamiento revolvente para capital de trabajo dirigida a todos los clientes que estén afiliados y facturando en un POS Banpro cuyo límite se establecerá en base al promedio de reembolsos.
- La línea POS podrá abrirse en córdobas o dólares dependiendo de la moneda en que factura el establecimiento.
- Está disponible de forma inmediata para los clientes con cuenta corriente POS.

Inversión Fija:

- Comprar maquinaria y adquirir equipos.
- Obtener vehículos destinados al transporte del negocio.
- Comprar local comercial.
- Refaccionar, ampliar y/o remodelar local comercial o vivienda productiva.

Consolidación de Deudas:

Que se encuentren destinadas al negocio y en estado vigente

Condiciones:

- Monto del préstamo: desde US \$10,000.00 dólares.
- Plazos: hasta 240 meses (de acuerdo al plan de inversión y garantías).
- Desembolso en córdobas o dólares.
- Garantías Fianza, Prenda o Hipoteca.
- Tasa fija del 18%

Requisitos:

- Solicitud de crédito PYME firmada por el cliente.
- Cédula de identidad del representante legal.
- Escritura constitución social y estatutos.
- Reformas al pacto social (si hubiere). Poder general de administración.
- Certificación de junta directiva vigente.
- Matrícula y/o permiso de operación del negocio.
- Número RUC y/o inscripción como comerciante.
- Referencias comerciales, crediticias y/o bancarias.
- Estados financieros con última declaración IR (2 periodos).
- Referencias bancarias, crediticias y/o comerciales.
- Documentación referente a la garantía, dependiendo si es fianza, prenda o hipoteca.

	Rangos Tasa de Interés /1			Tipo de Tasa /2	Interés Moratorio /3	Comisión 1/	Seguro de Vida Colectivo /4	Seguro del Bien /5	Honorarios Legales1/
	US	C\$ C/MV	C\$ S/MV						
PRÉSTAMOS A LARGO PLAZO									
Pyme	Hasta 18.00%	Hasta 19.00%		Fija / Variable	50.00% a la tasa interés pactada	1.00% - 2.50%	0.55%	\$3.50 al millar	0.50%
Comerciales	Hasta 15.00%	Hasta 16.00%		Fija / Variable	50.00% a la tasa interés pactada	1.00% - 2.50%	No aplica	\$3.50 al millar	0.50%
Agrícola	Hasta 15.00%	Hasta 16.00%		Fija / Variable	50.00% a la tasa interés pactada	1.00% - 2.50%	No aplica	\$3.50 al millar	0.50%
Ganadero	Hasta 14.31%	Hasta 14.50%		Fija / Variable	50.00% a la tasa interés	1.00% - 2.50%	No aplica	\$3.50 al millar	0.50%



BDF(Banco de finanzas)

Préstamo Pyme

Credipyme, creado para otorgar financiamiento a personas naturales o jurídicas, mejora o continuidad de actividades de pequeña y mediana empresas.

Objeto del Financiamiento

- Capital de Trabajo
- Adquisición de Equipos
- Consolidación de Deudas
- Remodelación o mejoramiento de Infraestructura de Negocio
- Construcción y compra de bienes inmuebles

Beneficios:

- Tasas y condiciones competitivas
- Atención personalizada
- Créditos adaptados a su giro de negocio
- Prestamos hasta el 80% del financiamiento desde U\$ 10,100 – U\$ 200,000
- Tasa de interés del 13.75% anual

Propietarios Negocios

- Ser mayor de 21 años
- Tener mínimo 1 año de establecido el negocio
- Fotocopia de cédula de identidad
- Fotocopia de matrícula de la alcaldía o número RUC
- Referencias comerciales o crediticias
- Estados financieros o bien un ejecutivo de negocio los elaborará
- Descripción de plan de inversión y estudio de factibilidad

Tabla de Costos y Gastos para Prestamos Pyme

Gestión de Crédito										
Producto	Montos	Plazos	Tasas	Comisión Bancaria	Gasto Seguro de Vida Saldo Deudor	Gasto Incendio y Otros Daños	Costo Financiamiento Seguro de Incendio y Otros Daños	Gasto Legal por Escrituración	Gasto de Inscripción	Gastos de Honorarios por Inscripción
Préstamo Pyme (Capital de Trabajo). Hasta el 100% del Financiamiento	US\$ 10,100 - US\$ 200,000	Hasta 18 meses	Rango del 16.75 % al 21.75 %	Rango del 1.5% al 4.0%	0.092%	4.5 x Millar	18%	1%	Conforme lo establecido en la legislación vigente	Managua US 50 Departamentos US 60
Préstamo Pyme (Maquinaria y Equipo). Hasta el 80% del Financiamiento	US\$ 10,100 - US\$ 200,000	Hasta 48 meses	Rango del 14.75 % al 18.75 %	Rango del 1.5% al 4.0%	0.092%	4.5 x Millar	18%	1%	Conforme lo establecido en la legislación vigente	Managua US 50 Departamentos US 60
Préstamo Pyme (Construcción y/o Compra de bienes inmuebles). Hasta el 80% del Financiamiento	US\$ 10,100 - US\$ 200,000	Hasta 120 meses	Rango del 11.30 % al 13.75 %	Rango del 1.5% al 4.0%	0.092%	4.5 x Millar	18%	1%	Conforme lo establecido en la legislación vigente	Managua US 50 Departamentos US 60
Préstamo Pyme (Remodelación de bienes inmuebles). Hasta el 80% del Financiamiento	US\$ 10,100 - US\$ 200,000	Hasta 72 meses	Rango del 14.75 % al 19.25 %	Rango del 1.5% al 4.0%	0.092%	4.5 x Millar	18%	1%	Conforme lo establecido en la legislación vigente	Managua US 50 Departamentos US 60
Préstamo Pyme (Consolidación de deudas o Compra de cartera Pyme) Hasta el 80% del Financiamiento	US\$ 10,100 - US\$ 200,000	De acuerdo al destino original	De acuerdo al destino original	Rango del 1.5% al 4.0%	0.092%	4.5 x Millar	18%	1%	Conforme lo establecido en la legislación vigente	Managua US 50 Departamentos US 60
Préstamo Pyme (Compra de Vehículo de Trabajo Nuevo) Hasta el 80% del Financiamiento	US\$ 10,100 - US\$ 200,000	Hasta 60 meses	9.75%	Rango del 1.5% al 4.0%	0.092%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A