

Área de Conocimiento de Tecnología de la
Información y Comunicación

“ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MINI SÚPER (WONDERFUL MARKET) EN LA VILLA BOSCO MONGE, DEPARTAMENTO DE MASAYA”.

Trabajo Monográfico para optar al título de
Ingeniero de Sistemas

Elaborado por:

Br. Elsy del Carmen
Vásquez Sequeira
Carnet: 2014-0024S

Br. Cristhofer José
Luna Vega
Carnet: 2012-44455

Tutor:

Ing. Omar Antonio
Torres Mercado

19 de febrero de 2024
Managua, Nicaragua

Managua, 07 de agosto de 2023

Br. Elsy del Carmen Vásquez Sequeira
Br. Cristhofer José Luna Vega

Sus manos

Estimados Egresados

Por medio de la presente le comunico la aprobación del Protocolo monográfico titulado **"Estudio de prefactibilidad para la creación de un mini súper (Wonderful Market) en la Villa Bosco Monge, departamento de Masaya"** el cual cumple con los requisitos establecidos en el capítulo II de la normativa de trabajos monográficos de la UNI como forma de culminación de estudios, por lo que queda oficialmente aprobado por esta Decanatura.

El docente responsable de acompañarle en el proceso de desarrollo de su trabajo monográfico es el Ing. Omar Antonio Torres Mercado.

A partir de la fecha de aprobación del protocolo monográfico: tienen un máximo de doce meses para presentar los documentos correspondientes para la coordinación del proceso de pre defensa.

Atentamente,



Msc. Claudia Lucía Benavidez Rugama
Decana FCYS

CC. Ing. Omar Antonio Torres Mercado – Tutor
Archivo Decanatura 2023
Archivo FCyS agosto 2023



Teléfono: (505) 2249 6429
Móvil: (505) 8588 8333



Recinto Universitario Pedro Aráuz Palacios
Costado Sur de Villa Progreso.
Managua, Nicaragua.



decanatura@fcys.uni.edu.ni
www.fcys.uni.edu.ni

Managua, 19 de febrero de 2024

Master
Claudia Lucia Benavidez Rugama
Decana FCYS – UNI

Estimada Master Benavidez, reciba un cordial saludo.

A través de la presente y en calidad de tutor doy fe de haber incorporado las recomendaciones en el trabajo monográfico de los bachilleres Elsy del Carmen Vásquez Sequeira # de carnet 2014-0024S y Cristhofer José Luna Vega # de carnet 2012-44455 con el tema: **ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MINI SÚPER (WONDERFUL MARKET) EN LA VILLA BOSCO MONGE, DEPARTAMENTO DE MASAYA**, y de acuerdo a la normativa de culminación de estudios de la Universidad Nacional de Ingeniería, el resultado es que cumple con los aspectos técnicos y académicos, por tanto solicito la gestión de la incorporación al programa de defensas monográficas.

Sin más que a qué hacer referencia, le saludo deseándole éxitos siempre en sus funciones.

Atentamente:



Ing. Omar Antonio Torres Mercado
Docente

CC. Archivo.



Secretaría
de Facultad | FCyS

SECRETARÍA DE FACULTAD

F-8: CARTA DE FINALIZADO PLAN DE ASIGNATURA

El Suscrito Secretario de la **FACULTAD DE CIENCIAS Y SISTEMAS** hace constar que:

VASQUEZ SEQUEIRA ELSY DEL CARMEN

Carné: **2014-0024S** Turno: **Diurno** Plan de Asignatura: **2015** de conformidad con el Reglamento Académico vigente en la Universidad, ha aprobado todas las asignaturas correspondientes a la carrera de **INGENIERÍA DE SISTEMAS**, y solo tiene pendiente la realización de una de las formas de culminación de estudio.

Se extiende la presente **CARTA DE FINALIZADO PLAN DE ASIGNATURA**, a solicitud del interesado en la ciudad de Managua, a los quince días del mes de diciembre del año dos mil veinte y dos.

Atentamente,



Lic. José Manuel Siles Huerta
Secretario de Facultad



Teléfono: (505) 2249 6429
Móviles: (505) 8380 8131 • (505) 8864 1774



Recinto Universitario Pedro Aráuz Palacios
Costado Sur de Villa Progreso.
Managua, Nicaragua.



secretaria.facultad@fcys.uni.edu.ni
www.fcys.uni.edu.ni



Secretaría
de Facultad | FCyS

SECRETARÍA DE FACULTAD

F-8: CARTA DE FINALIZADO PLAN DE ASIGNATURA

El Suscrito Secretario de la **FACULTAD DE CIENCIAS Y SISTEMAS** hace constar que:

LUNA VEGA CRISTHOFER JOSE

Carné: **2012-44455** Turno: **Diurno** Plan de Asignatura: **2015** de conformidad con el Reglamento Académico vigente en la Universidad, ha aprobado todas las asignaturas correspondientes a la carrera de **INGENIERÍA DE SISTEMAS**, y solo tiene pendiente la realización de una de las formas de culminación de estudio.

Se extiende la presente **CARTA DE FINALIZADO PLAN DE ASIGNATURA**, a solicitud del interesado en la ciudad de Managua, a los once días del mes de enero del año dos mil veinte y tres.

Atentamente,

Lic. José Manuel Siles Huerta
Secretario de Facultad



Teléfono: (505) 2249 6429
Móviles: (505) 8380 8131 • (505) 8864 1774



Recinto Universitario Pedro Aráuz Palacios
Costado Sur de Villa Progreso,
Managua, Nicaragua.



secretaria facultad@fcys.uni.edu.ni
www.fcys.uni.edu.ni

Managua, 19 de febrero del 2024

MSc. Ing. Claudia Lucía Benavidez Rugama
Decana
Facultad de Ciencias y Sistemas
Su despacho.

Estimada Ingeniera Benavidez:

Reciba cordiales saludos, por la presente nos dirigimos a usted con la finalidad de solicitar la defensa del trabajo monográfico titulado: **“ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MINI SÚPER (WONDERFUL MARKET) EN LA VILLA BOSCO MONGE, DEPARTAMENTO DE MASAYA”**, elaborado por:

- | | |
|--|------------|
| 1. Br. Elsy del Carmen Vásquez Sequeira. | 2014-0024S |
| 2. Br. Cristhofer José Luna Vega. | 2012-44455 |

Cabe mencionar que hemos incorporado las sugerencias brindadas por el jurado calificador en el acto de pre defensa, teniendo el apoyo de nuestro tutor: Ing. Omar Antonio Torres Mercado.

Sin más a qué hacer referencia, nos despedimos deseándole éxito en sus actividades administrativas.

Atentamente,



Br. Elsy del Carmen Vásquez Sequeira

2014-0024S



Br. Cristhofer José Luna Vega

2012-44455

Cc. Archivo personal.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo primeramente a Jehová, por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas e inteligencia para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida.

A mi amada familia, por darme su apoyo incondicional, brindándome su amor, sabiduría y aliento en cada paso que he dado. En las largas noches de estudios, en los desafíos académicos y en los momentos de duda, siempre han estado a mi lado, impulsándome a nunca perder la fe en mis sueños y recordándome que soy capaz de más de lo que alguna vez imaginé.

Agradezco profundamente a cada uno de ustedes por creer en mí incluso cuando no lo hacía yo misma. Sus creencias en mis capacidades me han impulsado a alcanzar nuevos horizontes y a no temerle a los desafíos que la vida me presenta.

Por eso, quiero dedicársela a ustedes, desde el fondo de mi corazón. Sin ustedes nada de esto sería posible.

- Elsy Del Carmen Vásquez Sequeira

DEDICATORIA

- ❖ *Primeramente, a Dios, padre todo poderoso quien nos ha brindado la vida, salud y la oportunidad de realizar este informe.*
- ❖ *Es para mí una gran satisfacción poder dedicar esto a mis padres y mis abuelos porque ellos son la motivación de mi vida mi orgullo de ser lo que soy y seré.*
- ❖ *A mi hermana y a mi novia porque son la razón de sentirme tan orgulloso de culminar mi meta, gracias a ellos por confiar siempre en mí.*
- ❖ *Y al resto de mi familia tíos, tías primos y primas por su apoyo incondicional en todo el momento.*
- ❖ *A nuestro tutor Ing. Omar Antonio Torres Mercado quien nos brindó apoyo invaluable e incondicional en la edición, revisión y publicación del presente texto.*

- Cristhofer José Luna Vega

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, doy infinitamente gracias a Jehová, por haberme dado sabiduría, fuerza y valor para culminar esta etapa de mi vida.

Agradezco a mi amada familia, por su inquebrantable confianza en mí y su constante estímulo han sido un pilar fundamental en mi camino hacia el éxito. Sus palabras de aliento, su comprensión y su amor incondicional me han dado la fuerza y la determinación para superar los obstáculos y seguir adelante, incluso cuando las cosas se ponían difíciles. No hay palabras suficientes para expresar todo el agradecimiento que siento hacia ustedes. Gracias por estar siempre a mi lado.

A mis amigas y amigos, quiero agradecerles por sus consejos y palabras de aliento han sido un verdadero regalo a lo largo de este proceso. Gracias por ser mi red de apoyo y por estar dispuestos a compartir sus conocimientos y experiencia conmigo.

A mis profesores, quiero expresar mi gratitud por su guía experta y su firme compromiso de enseñar y ayudarme a crecer académicamente. Sus conocimientos, paciencia y dedicación han sido fundamentales para mi formación. Gracias por tomarse el tiempo de responder a mis preguntas, por sus valiosas sugerencias y por inspirarme a ser mejor cada día.

- Elsy Del Carmen Vásquez Sequeira

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos principalmente a Dios, por habernos permitidos llegar hasta esta instancia de nuestra vida, por poner a las personas indicadas en nuestro camino que nos apoyan siempre a cumplir nuestros sueños.

A mis padres que, con sudor, lágrimas y su apoyo incondicional lograron sacarnos siempre adelante.

A mi familia por siempre apoyarme en momentos difícil y así cumplir en culminar todas mis metas.

A nuestros profesores que por medio de regaños y consejos supieron formarnos como profesionales de bien.

- Cristhofer José Luna Vega

RESUMEN EJECUTIVO

El estudio de prefactibilidad para la creación de un mini súper (Wonderful Market) está compuesto por tres estudios que permiten evaluar la factibilidad del mini súper, estos estudios son el de mercado, técnico y financiero.

El primer capítulo aborda el comportamiento del mercado revela que existe una demanda insatisfecha del 76.1% que representa a los 51 clientes encuestados (tamaño del universo 10,245) de la cual el mini súper cubrirá el 72% del total, así mismo se proyecta un crecimiento anual del 10%, con ingresos proyectados para el primer año de C\$ 7,759,743.60.

El segundo capítulo el estudio técnico en el cual se considera el tamaño óptimo que tendrá el lugar optimo donde se ubicará el mini súper este se obtuvo por medio de una evaluación ponderada de distintos criterios, dicha evaluación generó como resultado que la ubicación óptima es la Etapa I de la Villa Bosco Monge, al mismo tiempo muestra el plano arquitectónico de la planta y la distribución de las áreas, así como los equipos necesarios que ocupara el mini súper. En lo que respecta a los aspectos legales, se constituirá una sociedad anónima con un grupo de inversionistas y se seguirán los pasos correspondientes para la constitución de la empresa.

El último capítulo muestra el análisis financiero, en el cual la estructura financiera (ingresos, costos) muestra que se necesita una inversión de C\$ 2,726,206 del cual el 50% será aporte de los socios y los otros 50% restante se obtendrá mediante financiamiento. Por otro lado, los indicadores financieros como el VAN, TIR, RBC; revelo que el proyecto es factible por las dos alternativas con financiamiento y sin financiamiento sin embargo es más rentable financieramente cuando se usa la alternativa del financiamiento.

ÍNDICE GENERAL

I.	INTRODUCCIÓN.....	1
II.	ANTECEDENTES	3
III.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
IV.	JUSTIFICACIÓN	6
V.	OBJETIVOS.....	7
VI.	MARCO TEÓRICO	8
	CAPÍTULO I: ESTUDIO DE MERCADO.....	23
1.1.	Mercado	23
1.1.1.	Segmentación del mercado	23
1.1.2.	Cálculo de los segmentos de mercado	24
1.2.	Análisis de la competencia.....	24
1.2.1.	Identificación y descripción del competidor	24
1.2.2.	Análisis de los competidores	25
1.3.	Análisis de los proveedores	27
1.3.1.	Identificación de los proveedores	28
1.4.	Análisis de la demanda.....	31
1.4.1.	Demanda potencial.....	32
1.4.2.	Proyección de la demanda.....	34
1.4.3.	Demanda histórica.....	34
1.5.	Análisis de la oferta.....	36
1.5.1.	Comportamiento histórico de la oferta	36
1.5.2.	Situación actual de la oferta	37
1.5.3.	Proyección de la oferta futura.....	37
1.6.	Mezcla de mercado.....	39
1.6.1.	Definición de los productos según su rubro	39
1.6.2.	Precio	41
1.6.3.	Plaza	42
1.6.4.	Publicidad.....	42
1.7.	Canales (estrategia) de comercialización y distribución.....	44
1.8.	Proyección de los ingresos	44

CAPÍTULO II: ESTUDIO TÉCNICO	49
2.1. Generalidades.....	49
2.2. Tamaño del proyecto	49
2.3. Localización del proyecto	50
2.3.1. Macro localización	50
2.3.2. Micro localización	51
2.4. Ingeniería del proyecto	55
2.4.1. Procesos.....	55
2.5. Distribución de la planta	56
2.5.1. Mapa de riesgo	58
2.5.2. Recursos.....	59
2.5.3. Administración de inventario	62
2.5.4. Disponibilidad de materiales	63
2.5.5. Tecnología y equipos.....	63
2.6. Organización y aspectos legales.....	64
2.6.1. Constitución de la sociedad	73
2.6.2. Requisitos generales de inscripción	74
2.6.3. Apertura de matrícula de negocio por régimen general	75
CAPÍTULO III: ESTUDIO FINANCIERO	78
3.1. Inversión.....	78
3.1.1. Inversión fija	78
3.1.1.1 Inversión en local.....	78
3.1.1.2 Inversiones en equipos.....	78
3.1.1.3 Otras Inversiones	79
3.1.2. Inversión diferida.....	80
3.2. Capital de trabajo.....	80
3.3. Ingresos	81
3.4. Costos	81
3.4.1. Costos administrativos.....	81
3.4.2. Otros costos	82
3.5. Gasto de venta.....	82

3.6.	Depreciación y amortización	82
3.6.1.	Amortización de la inversión diferida.....	84
3.7.	Cronograma de inversiones	84
3.8.	TMAR.....	84
3.9.	Financiamiento	84
3.9.1.	Financiamiento mediante crédito bancario.....	85
3.10.	Punto de equilibrio.....	85
3.11.	Evaluación financiera	87
3.11.1.	Balance general inicial	87
3.11.2.	Flujo neto de efectivo	87
3.11.3.	Análisis de los indicadores financieros	92
3.11.3.1	Cálculo de la VAN	92
3.11.3.2	Cálculo de la TIR.....	92
3.11.3.3	Cálculo de la RBC.....	92
3.11.4.	Período de recuperación	93
3.11.5.	Cálculo de las razones financieras.....	94
3.12.	Análisis de sensibilidad	96
VII.	CONCLUSIONES.....	103
VIII.	RECOMENDACIONES.....	104
IX.	BIBLIOGRAFÍA	105
X.	ANEXOS.....	107

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Aceptación del mini súper.....	32
Ilustración 2 Gasto de transporte	32
Ilustración 3 Satisfacción de los pobladores.....	33
Ilustración 4 Recta de regresión	35
Ilustración 5 Lugar donde realizan las compras los habitantes	37
Ilustración 6 Logo del mini súper	39
Ilustración 7 Volante alusivo al mini súper	43
Ilustración 8 Manta alusivo al mini súper.....	43
Ilustración 9 Canal de distribución.....	44
Ilustración 10 Mapa de Masaya	51
Ilustración 11 Ubicación de la Villa Bosco Monge	51
Ilustración 12 Ubicación exacta del mini súper.....	54
Ilustración 13 Planta arquitectónica	58
Ilustración 14 Mapa de señalizaciones.....	59
Ilustración 15 Organigrama.....	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Segmento de mercado.....	23
Tabla 2 Evaluación de los competidores directos	25
Tabla 3 Evaluación de los competidores indirectos	26
Tabla 4 Definición de los factores para analizar los proveedores	27
Tabla 5 Evolución histórica de la demanda	34
Tabla 6 Método de los mínimos cuadrados	34
Tabla 7 Proyección de la demanda potencial	35
Tabla 8 Consumo anual de cada producto según su rubro	36
Tabla 9 Oferta futura de las pulperías	37
Tabla 10 Oferta del proyecto	38
Tabla 11 Consumo anual de la oferta del proyecto según su rubro.....	38
Tabla 12 Detalle de la publicidad	43
Tabla 13 Proyección de ingresos por productos 2023	45
Tabla 14 Proyección de los ingresos	47
Tabla 15 Personas que acuden al establecimiento	49
Tabla 16 Puntos ponderados	53
Tabla 17 Proceso de adquisición de productos	55
Tabla 18 Colocación de productos en sala de ventas	56
Tabla 19 Almacenamiento de carnes.....	56
Tabla 20 Venta de productos.....	56
Tabla 21 Contratación del personal.....	56
Tabla 22 Medidas mini súper.....	57
Tabla 23 Símbolos mapa de riesgo.....	59
Tabla 24 Medidas del local	60
Tabla 25 Características de maquinaria y equipos	60
Tabla 26 Características mobiliario y equipo de oficina.....	60
Tabla 27 Características equipo de reposición	61
Tabla 28 Características equipos y utensilios de limpieza.....	61
Tabla 29 Características equipos varios	61
Tabla 30 Clasificación de los productos según el modelo ABC	62

Tabla 31 Fichas ocupacionales.....	66
Tabla 32 Inversión en alquiler del local.....	78
Tabla 33 Inversión en maquinaria y equipo	78
Tabla 34 Inversión en mobiliario y equipo de oficina	79
Tabla 35 Inversión en equipos varios.....	79
Tabla 36 Resumen inversión fija.....	79
Tabla 37 Otras inversiones.....	80
Tabla 38 Inversión diferida	80
Tabla 39 Capital de trabajo	80
Tabla 40 Total de las inversiones	81
Tabla 41 Ingresos	81
Tabla 42 Costos administrativos	82
Tabla 43 Otros costos.....	82
Tabla 44 Gasto de venta	82
Tabla 45 Depreciación	83
Tabla 46 Amortización	84
Tabla 47 TMAR mixta	84
Tabla 48 Financiamiento.....	85
Tabla 49 Punto de equilibrio.....	86
Tabla 50 Balance general.....	87
Tabla 51 Flujo de efectivo con financiamiento	88
Tabla 52 Flujo de efectivo sin financiamiento	90
Tabla 53 Caso 1. Evaluación con un incremento del 10% en los costos	97
Tabla 54 Caso 1. Resultados VAN, TIR y RB/C	99
Tabla 55 Caso 2. Evaluación con una disminución del 10% en los ingresos	100
Tabla 56 Caso 2. Resultados VAN, TIR y RB/C	102

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A Análisis de los proveedores	107
Anexo B Proveedores seleccionados	109
Anexo C Canasta básica.....	109
Anexo D Consumo anual de cada producto según su rubro	114
Anexo E Consumo anual de la oferta del proyecto según su rubro	116
Anexo F Precios de los productos a comercializar.....	117
Anexo G Proyección de ingresos por productos de cada año	120
Anexo H Diagramas de los procesos	128
Anexo I Cotizaciones	132
Anexo J Acta constitutiva.....	137
Anexo K Detalle de Otras Inversiones.....	137
Anexo L Detalle Capital de trabajo	138
Anexo M Cronograma de inversión	141

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad el departamento de Masaya, se encuentra ubicado a una distancia de 28 kilómetros al suroeste de la capital de Managua, limita con los municipios de Tipitapa, al norte; al sur con Catarina y Niquinohomo; al este con Tisma y Granada, y al oeste con Nandasmo. Y cuenta con una población de 403,417 personas según el último informe que emitió el INIDE (Instituto Nacional de Información de Desarrollo) en el año 2022. Dentro de las principales actividades económicas del sector se encuentran la agricultura, ganadería, acuicultura; las cuales han presentado un desarrollo favorable a lo largo del tiempo y se han convertido en las principales generadoras de empleos, contribuyendo al incremento del poder adquisitivo de los pobladores. En la actualidad el departamento de Masaya, se encuentra ubicado a una distancia de 28 kilómetros al suroeste de la capital de Managua, limita con los municipios de Tipitapa, al norte; al sur con Catarina y Niquinohomo; al este con Tisma y Granada, y al oeste con Nandasmo. Y cuenta con una población de 403,417 personas según el último informe que emitió el INIDE (Instituto Nacional de Información de Desarrollo) en el año 2022. Dentro de las principales actividades económicas del sector se encuentran la agricultura, ganadería, acuicultura; las cuales han presentado un desarrollo favorable a lo largo del tiempo y se han convertido en las principales generadoras de empleos, contribuyendo al incremento del poder adquisitivo de los pobladores.

Por otro lado, las personas que habitan en la Villa Bosco Monge, departamento de Masaya, no cuentan con un punto de comercio que satisfaga todas sus necesidades. Por lo cual dichos habitantes del sector simplemente acuden a las pulperías locales a realizar sus compras, las cuales ofrecen poca variedad de productos a precios poco accesibles, incrementando el gasto familiar y afectando la economía del sector.

Por lo tanto, se evidencia la oportunidad de realizar un estudio de prefactibilidad, utilizando las fases para la elaboración del estudio de prefactibilidad que está integrado de los siguientes estudios: estudio de mercado, en el cual se determina la cuantificación de la oferta y demanda, competencia, precios de los bienes ó

servicios a ofertar, para finalmente establecer diferentes estrategias de comercialización y distribución utilizadas para hacer llegar los productos a los consumidores.

Posteriormente se realiza un estudio técnico donde se abordan elementos básicos tales como: macro y micro localización, tamaño óptimo del proyecto, se realiza una descripción del proceso y la manera en que está organizada el mini súper; todo esto para un funcionamiento eficaz y eficiente.

También se realiza un estudio financiero donde se analiza la rentabilidad financiera que brinda al inversionista en el momento de decidir invertir en el proyecto, para lo cual se toma como base los indicadores financieros VPN, TIR, TMAR, RBC y PR.

II. ANTECEDENTES

La Villa Bosco Monge del departamento de Masaya, fue fundada en el año 1972 y recibe este nombre en conmemoración de los combatientes mártires que murieron, como Bosco Monge y Bosque Monge (hijo) asesinados por la Guardia Nacional.

La primera pulpería que existió en la Villa Bosco Monge estaba bajo la administración de la señora Leticia Gómez, era la única venta de ese entonces y era el lugar donde los pocos pobladores acudían a realizar sus compras ya sea de alimentos, bebidas y golosinas; cabe destacar que dicha pulpería no satisfacía por completo las necesidades de compras de los habitantes, por lo cual ellos tenían que ir al mercado de Masaya para realizar sus compras de productos básicos, por lo que incurrían en un gasto adicional de transporte. Con el pasar de los años y del crecimiento demográfico de la Villa Bosco Monge y el número de pulperías fue en aumento, esto a consecuencias de la demanda de los pobladores se estima que hay 4,459 habitantes y 800 viviendas según el VIII censo de población y IV de vivienda, 2005.

La creación de un mini súper en la Villa Bosco Monge, departamento de Masaya, surge de la oportunidad de negocio que se ve, debido que desde sus inicios y hasta la actualidad no cuentan con un mini súper para que ellos puedan realizar sus compras.

Cabe destacar que se han construido 2 zonas francas cercanas a la Villa Bosco Monge, impulsando más la economía y creciendo la demanda de un lugar donde ellos puedan adquirir sus productos, ya que en la Villa Bosco Monge también conectan carreteras con Masaya, Tipitapa, Managua, Catarina, Niquinomo, Tisma, Granada, Nandasmo. Lo que favorece un mercado potencial para la realización del proyecto, los habitantes actualmente han recurrido a medios alternativos para conseguir los productos básicos para el hogar, unos realizan sus compras en súper express y en el mercado municipal de Masaya por lo que incurren en un gasto adicional de transporte, otros optan por comprar en las pulperías de la zona las cuales no les brindan variedades de productos para su consumo.

Se encontraron dos estudios similares que permite desde el punto de vista técnico como metodológico en el estudio de prefactibilidad para la creación de un mini súper en la Villa Bosco Monge, departamento de Masaya, en el repositorio institucional de la Universidad Nacional de Ingeniería (UNI – Managua):

En el primer estudio: *estudio de pre-factibilidad para la creación de una miscelánea comercializadora de productos de la canasta básica, ubicada en la comarca el capulín, departamento de Granada*, en este se tomó la realización de proyección de la población futura, métodos de los factores ponderados.

En el segundo estudio: *estudio de prefactibilidad para la creación de un mini súper en villa el Carmen, departamento de Managua*, refleja los factores a tomar en cuenta para calcular los precios de los productos y a su vez se define los diversos aspectos para los cálculos de los indicadores financieros VPN, TIR, VAN que reflejaran la factibilidad financiera del proyecto.

III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Villa Bosco Monge actualmente cuenta con pequeñas pulperías teniendo dificultades de suplir sus necesidades de compras; donde si bien es cierto se ofertan algunos productos alimenticios y para el hogar, pero no logran satisfacer la necesidad de los habitantes por completo de tal manera que no pueden ser sujetos de la plena confianza de las personas en su vida cotidiana.

Los altos precios que deben pagar los habitantes para adquirir los productos debido a que el tamaño de las pulperías existentes el cual es relativamente pequeño no permite ofrecer precios de mayoristas a los clientes y sumado la poca competencia dan pie a establecer precios de manera arbitraria.

La economía familiar se ve directamente afectada debido a todas las situaciones las cuales deben enfrentar siendo estas como el transporte adicional para acudir a un súper express o al mercado municipal de Masaya, los precios excesivos que deben pagar dentro de la Villa y la inversión de tiempo para realizar tales diligencias que impactan en la familia y el desarrollo de sus actividades.

Los habitantes de la Villa Bosco Monge presentan dificultades de adquirir variedades y cantidades de productos que típicamente se encuentran en los mercados y otros comercios por tanto algunos de estos a duras penas son adquiridos y otros son desconocidos por completo.

Con lo expuesto anteriormente, se propone la creación de un mini súper el cual ayudará a ofrecer a los habitantes las condiciones adecuadas, con fácil acceso, variedad y cantidad de productos a precio justo; por lo que resulta indispensable realizar los estudios necesarios a fin de encontrar la viabilidad de ejecución del proyecto en la Villa Bosco Monge.

IV. JUSTIFICACIÓN

Para resolver la problemática planteada en la Villa Bosco Monge, se propuso como estrategia de solución la instalación de un mini súper que permita a los habitantes tener un lugar más accesible para realizar sus compras y que les proporcione una mayor gama de productos, infraestructura adecuada, limpieza, buena atención, seguridad, promociones, precios competitivos con respecto a las pulperías aledañas y reducción del costo de transporte que actualmente debe de asumir para obtener sus productos.

El presente estudio de prefactibilidad muestra que tan factible es la inversión de un mini súper en la Villa Bosco Monge en el departamento de Masaya, con el desarrollo de este estudio se conocen las necesidades de la demanda de la población, así como la oferta que se considera para el mini súper. Este servicio que se pretende ofertar considera la comodidad y facilidad de los habitantes a movilizarse al realizar sus compras, así como la determinación del número de productos a ofertar. También se logra identificar la localización más adecuada, los equipos y las instalaciones para el proyecto; por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo.

V. OBJETIVOS

Objetivo General:

- Realizar un estudio de prefactibilidad para la creación de un mini súper (Wonderful Market) en la Villa Bosco Monge, departamento de Masaya.

Objetivos Específicos:

- Determinar la demanda potencial insatisfecha, las características del mercado, así como también estrategias para la comercialización y distribución de los productos de primeras necesidades.
- Efectuar un estudio técnico para la localización óptima del proyecto, sus características técnicas e infraestructura, aspectos organizacionales y legales para el funcionamiento del mini súper.
- Determinar la rentabilidad del proyecto por medio de los indicadores financieros.

VI. MARCO TEÓRICO

Estudio de prefactibilidad

De acuerdo a Maldonado (2018), el propósito del estudio de prefactibilidad es acelerar el análisis de las alternativas identificadas, reduciendo así la incertidumbre y mejorando la calidad de la información.

Cuando una idea de proyecto que ha surgido ya sea por la existencia de una necesidad que se pretenda cubrir o por la visión de alguna oportunidad en algún sector y esta de alguna forma fuera explotada; sin importar la razón de la cual provenga, el punto donde esta idea comienza a materializarse como un proyecto con todo su rigor, necesariamente debe haber atravesado un proceso que le dé luz verde para su ejecución donde previamente se haya determinado que su cumplimiento traerá beneficios al momento de su término.

Y es de esta manera que se abordó la idea de crear una mini súper en la Villa Bosco Monge donde cada etapa del estudio será evaluada en el lugar que se llevará a cabo y así conseguir los indicadores individuales que juntos finalmente apunten hacia la viabilidad del proyecto.

En la Villa Bosco Monge se estará analizando el mercado y todas las variables que determinan su comportamiento de manera que se abarquen los aspectos tanto de los consumidores como los competidores y de esa manera construir un panorama amplio y completo que servirá de base para la introducción de este negocio a la Villa Bosco Monge y la formulación de estrategias para que resulte satisfactoria.

Otro aspecto importante que debe abordarse es la cuantificación de los requerimientos de inversión propuestos en el proyecto y las posibles fuentes de financiamiento. Finalmente, es necesario pronosticar los resultados financieros del proyecto y calcular los indicadores para que sean evaluados.

Estudio de mercado

Según Gabriel Baca Urbina (2013): *“Un mercado en apariencia saturados nos indicará que no es posible vender una cantidad adicional de producto o servicio que normalmente consume o usa”*. En donde se realiza el intercambio de recursos de

bienes y servicios por dinero, cuando los productores identifican lo que el cliente desea, se estimulan para fabricarlo, dado que esperan transar por dinero.

En el estudio de mercado se analizará la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, la cantidad de bienes o servicios a ofertar; con el objetivo de realizar proyecciones que reflejen los ingresos y productos de la actividad principal del mini súper, para finalmente, con la información obtenida a lo largo del estudio se formulan diferentes estrategias de comercialización y distribución utilizadas para introducir los productos a los consumidores, de forma tal que estos perciban un beneficio tangible.

Análisis de la competencia

En lo que respecta a la competencia, esta se define como *“La capacidad de las empresas de vender más productos y/o servicios y mantener - o aumentar – su participación en el mercado, sin necesidad de sacrificar utilidades”*. Hernández (2000). Con respecto al análisis de la competencia para el presente proyecto, se realizarán entrevistas a los competidores directos e indirectos (dueños o encargados de las pulperías, misceláneas y súper express); dado que al realizar un análisis completo se obtiene una visión más clara acerca del mercado al que se dirige el mini súper.

Análisis de los proveedores

Según Sáez (2008), un proveedor *“es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad”*. El análisis de los proveedores consiste en seleccionar los mejores proveedores para el mini súper los cuales serán evaluados por una serie de criterios, dichos criterios analizarán la calidad del producto, cumplimiento del plazo de entrega, cumplimiento de la cantidad solicitada, preferencia de los clientes por el producto, ubicación, precios. Esto permitirá seleccionar a los proveedores que proporcionen los mejores productos, a los mejores costos.

Análisis de la demanda

De acuerdo a Martínez (2016), *“El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los*

requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda”.

La demanda está en función de una serie de factores, como son: la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población y otros.

Este análisis es importante ya que es la base para las tomas de decisiones de las empresas y los clientes. Para realizar un buen análisis de la demanda se debe recurrir a la búsqueda de información procedente de fuentes primarias y secundarias, así como también de indicadores económicos y sociales.

Análisis de la oferta

Corvo (2021) expresa que el análisis de la oferta *“tiene como finalidad establecer las condiciones y cantidades de un bien o servicio que se pretende vender en el mercado”*, este permite evaluar las debilidades y fortalezas para implementar estrategias que den al mini súper una ventaja competitiva. Es importante conocer aquellos aspectos que son indispensables para conocer la oferta:

- Localización
- Capacidad instalada y utilizada
- Calidad y precio de los productos
- Inversión fija y número de trabajadores

Demanda potencial insatisfecha

Valencia (2011) *“expone que una demanda insatisfecha es aquella en la que las ofertas no cubren la demanda”*. La demanda potencial insatisfecha es la cantidad probable de bienes y servicios que el mercado llegue a consumir en los próximos años. Con este análisis se podrá establecer el espacio del mercado que no esté satisfecho por diversos motivos, cuyo objetivo será satisfacerlo, como lo puede ser:

- Problemas de precio
- Disponibilidad del espacio suficiente para cubrir necesidades
- Localización no adecuada, entre otras.

Canales (estrategia) de comercialización y distribución

Resulta oportuno mencionar que no existe la posibilidad de ubicar las instalaciones cerca de cada consumidor final, es por ello que es necesario utilizar una estrategia que permita transportar los bienes desde su lugar de producción hasta su lugar de consumo, por lo cual es necesario utilizar lo que se denomina como canal de comercialización y distribución.

El canal de distribución *“Está constituido por la trayectoria que ha de seguir un bien o servicio desde su punto de origen o producción hasta su consumo, y, además, por el conjunto de personas y/o entidades que permiten la realización de las tareas correspondientes a lo largo de dicha trayectoria”* Salvador Peris (2006).

En palabras simples, un canal de distribución es el medio que utilizan las empresas para poner sus productos a disposición de los clientes.

En dependencia de la naturaleza del producto existen dos tipos de canales de distribución, aquellos que se utilizan para los productos de consumo (los que los consumidores finales adquieren para uso personal) y, los productos industriales (los que se compran para ser usados en un proceso posterior), cabe mencionar que, dentro de los dos tipos de canales de distribución mencionados anteriormente, existe una serie de sub tipos que los componen.

Según Baca Urbina (2010), los diferentes tipos de canales de distribución son:

- 1) *“Canales para productos de consumo popular:*
 - a) *Productores-Consumidores.*
 - b) *Productores-Minoristas-Consumidores.*
 - c) *Productores-Mayoristas-Minoristas-Consumidores.*
 - d) *Productores-Agentes-Mayoristas-Minoristas-Consumidores.*
- 2) *Canales para productos industriales:*
 - a) *Productor-Usuario industrial.*
 - b) *Productor-Distribuidor industrial-Usuario industrial.*
 - c) *Productor-Agente-Distribuidor-Usuario industrial.”*

En relación con las características del proyecto, los canales de distribución seleccionados son: “Productores- Mini súper -Consumidores” y “Productores-Mini súper- Minoristas -Consumidores”, debido a que en el área donde se ubicará el proyecto, predominan pequeños negocios (pulperías, comideras, panaderías, entre otros) y consumidores finales (habitantes de la Villa Bosco Monge, trabajadores de zonas francas aledañas, entre otras personas que quieran acudir a dicho mini súper) por lo tanto, utilizar otro tipo de canal reduciría el margen de utilidad esperado.

Análisis de precios

El precio puede definirse como: *“Una relación formal que indica la cantidad de dinero (o bienes y servicios) que el consumidor está dispuesto a sacrificar o que le es necesario emplear para adquirir un producto que le cubrirá alguna necesidad insatisfecha o le reportará ciertos beneficios”* Josefa Parreño (2008).

Existen múltiples factores que deben tomarse en cuenta al momento de determinar y asignar el precio a un producto, los principales son: las utilidades esperadas, la competencia, la demanda estimada y los elementos restantes de la mezcla de mercadotecnia (producto, plaza y promoción).

Al momento de establecer el precio, se deben considerar los enfoques generales para la fijación de precios; estos son:

- Enfoque basado en costo: Consiste en sumar un margen de utilidad estándar al costo del producto. También se puede fijar el precio en base a cierta utilidad meta.
- Enfoque basado en el valor: Los precios se fijan en base al valor percibido por los clientes en conjunto con una perfecta calidad y buen servicio al precio justo.
- Enfoque basado en la competencia: Los precios se fijan basados en los impuestos por la competencia por productos similares.

En vista de que el proyecto a implantar es un mini súper se deben utilizar diferentes estrategias de fijación de precio, de acuerdo a las circunstancias, tipo de producto, costo y tipo de canal de comercialización, a fin de mantener los niveles de competitividad y aceptación de los consumidores.

Estudio técnico

De acuerdo a Córdoba Padilla (2011), el estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿cuánto, dónde, cómo y con qué producirá la empresa?, así como diseñar la función de servicio óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea éste un bien o un servicio.

El estudio técnico considera los siguientes ítems:

- Tamaño del proyecto.
- Localización del proyecto.
- Ingeniería del proyecto.

Tamaño del proyecto

Córdoba Padilla (2011) define el tamaño del proyecto como *“la capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando”*.

Localización del proyecto

Baca Urbina (2013), *“Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social)”*. En este punto, es importante analizar cuál es el sitio idóneo donde se puede instalar el mini súper, incurriendo en costos mínimos y en mejores facilidades de acceso a recursos, equipos, entre otros.

Para determinar la localización óptima se tomarán en cuenta las características del departamento donde se localizará el proyecto, siendo este en el departamento de Masaya, se considerarán factores tales como los costos de los terrenos, la cercanía de los consumidores con el mini súper, la facilidad de transporte para acceder al lugar.

Ingeniería del proyecto

En este apartado, se determinan todos los recursos necesarios para cumplir con el tamaño de producción del mini súper que se haya establecido como óptimo.

Tal y como lo expresa el autor Gabriel Baca Urbina (2013), *“el objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación*

y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva”.

Se deben determinar los procesos, equipos, recursos humanos, mobiliarios y equipos de oficinas, terrenos, construcciones, distribución de equipo, obras civiles, organización y eliminación o aprovechamiento del desperdicio, entre otros.

Distribución de planta

La correcta distribución de planta afecta positivamente al manejo de materiales, utilización de equipos, niveles de inventario y productividad de los trabajadores.

Entre los tipos básicos de distribución de planta se utilizará la distribución por producto en donde *“el material se desplaza de una operación a la siguiente sin solución de continuidad. Su principal característica es que existe una gran utilización del personal y equipo, es decir es costoso y especializado”* Sapag, (2008). Para la distribución de planta se utilizará métodos que reduzcan al mínimo los costos no productivos, como cuello de botellas y almacenamiento.

Factores Organizacionales

De acuerdo a Chiavenato (2011) *“El clima organizacional es un estado de adaptación, el cual se refiere no sólo a la satisfacción de las necesidades fisiológicas y de seguridad, sino también a la necesidad de pertenecer a un grupo social, necesidad de autoestima y de autorrealización”.*

La estructura administrativa es tan dinámica como la empresa misma, es por ello que es flexible y se acondiciona en dependencia de las instalaciones y espacios administrativos disponibles. Luego de haber realizado la elección más conveniente sobre la estructura inicial de la organización, se procede a elaborar un organigrama de jerarquización, para mostrar los puestos y mandos dentro de la empresa. Los factores organizacionales más relevantes, que deben tenerse en cuenta en la preparación del proyecto se agrupan en cuatro áreas decisionales específicas:

1. Participación de unidades externas al proyecto.
2. Tamaño de la estructura organizativa.

3. Tecnología administrativa, y
4. Complejidad de las tareas administrativas.

El análisis de estos factores hará posible detectar con mayor precisión el efecto sobre las inversiones.

Se determinarán los factores organizacionales para la creación de un mini súper en el departamento de Masaya, donde este tendrá relevancia para lograr los objetivos propuestos, sino también por sus repercusiones económicas en las inversiones iniciales y en los costos de operación del proyecto.

Se establecerán las áreas organizativas con las que contará el mini súper y los puestos que se dispondrán en cada una de ellas. Se determinará, por tanto, la plantilla inicial para la apertura del proyecto. No solo se enumeran los cargos, sino que se detallarán las funciones de cada uno, para esto se elaborará un manual de funciones y requerimiento para cada cargo. Una vez elaborado el manual de funciones se realizará la construcción estructural de la organización, es decir, se elaborará el organigrama del mini súper.

Marco legal de la empresa y factores relevantes

Se determinarán los aspectos legales del mini súper en la Villa Bosco Monge, departamento Masaya de acuerdo a los códigos y reglamentos locales del país, para su instalación y futuro funcionamiento. Tanto la constitución como una gran parte de los códigos y reglamentos locales, regionales y nacionales, repercuten de alguna manera sobre un proyecto ya que toda actividad empresarial y lucrativa se encuentra incorporada a determinado marco jurídico.

Según la definición de Baca Urbina (2013): *“el proceso de producción es el proceso técnico que se utiliza en el proyecto para obtener bienes y servicios a partir del insumo”*.

Estudio financiero

Según Pérez (2021) el estudio financiero es *“el proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto, tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del proceso de producción”*.

El estudio financiero se enfoca en sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores (estudio de mercado y técnico) para determinar la rentabilidad del proyecto, donde se incluyen todo lo relacionado con la inversión y los costos (producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto que es el análisis financiero. Posteriormente, se presentan las inversiones necesarias para el inicio de las operaciones una vez que se ponga en marcha el mini súper.

A grandes rasgos las inversiones del proyecto se clasifican como: inversión fija, diferida y de capital de trabajo. Luego se presentan todos los costos en los que incurrirá el proyecto como, por ejemplo: los costos administrativos, variables fijas, entre otros.

Inversión

Urbina (2010) manifiesta que “la Inversión Inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo”.

Se entiende por activo tangible (que se puede tocar) o fijo, a los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, herramientas y otros, para el mini súper. En cuanto al activo intangible son el conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, y que incluyen: patentes de invención, marcas, diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos pre operativos, de instalación y puesta en marcha, contratos de servicios, estudios que tiendan a mejorar en el presente o en el futuro el funcionamiento de la empresa.

Costos

Con el fin de lograr que el proyecto inicie correctamente, se debe tener un equilibrio entre costo y gasto, por lo tanto, al momento de realizar la inversión es necesario realizar un análisis de costos que facilite la toma de decisiones.

Baca Urbina (2010) señala que: *“Costo es una palabra muy utilizada, pero nadie ha logrado definirla con exactitud debido a su amplia utilización”* sin embargo, se puede decir que costo es una serie de recursos sacrificado o perdido para alcanzar un objetivo específico.

Charles T. (2007) plantea que *“un costo (tal como materiales o publicidad) se mide por lo general como la cantidad monetaria que debe pagarse para adquirir bienes y servicios. Un costo real es el costo en el que se ha incurrido (un costo histórico o pasado), a diferencia de un costo presupuestado, que es un costo predicho o pronosticado (un costo futuro)”*.

Depreciación

De acuerdo a la RAE la depreciación es la *“disminución del valor o precio de algo, con relación al que antes tenía, comparándolo con otras cosas de su clase”*, esta permite reconocer el desgaste que van sufriendo los bienes a lo largo de su vida útil por su uso.

La depreciación se aplica al activo fijo, debido a que con el uso que se les da a estos bienes, valen menos. Con el estudio de prefactibilidad es habitual usar el tiempo de depreciación como equivalente al de la vida útil de determinados activos.

Así mismo, según Vázquez (2016) *“la depreciación permite aproximar y ajustar el valor de un bien a su valor real”*, es decir que, por medio de ésta se valora un bien de forma racional y se analiza con mucha dureza, fundamentalmente en aquella donde el valor de los activos es muy elevado, puesto que, una incorrecta valoración por depreciación de un activo puede perjudicar gravemente al balance de una empresa, de tal forma que la empresa podría quebrar dado que no ha contemplado la situación real del valor de sus activos en caso de que necesite liquidez y deba venderlos.

Amortización

Se denomina amortización a la depreciación o disminución de valor de un activo o pasivo. Baca Urbina (2010) refiere que *“La amortización sólo se aplica a los activos diferidos o intangibles, ya que, por ejemplo: si se ha comprado una marca comercial,*

ésta, con el uso del tiempo, no baja de precio o se deprecia, por lo que el termino *amortización* significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión”, de igual forma refiere que “El termino depreciación tiene exactamente la misma connotación que amortización” por lo que ambos se pueden calcular con el mismo método.

Flujo de caja

El flujo de caja proyectado es una estimación del dinero que se espera que ingrese y que salga de la empresa. Incluye todos los ingresos y gastos proyectados. La proyección del flujo de caja generalmente cubre un período de 12 meses. Sin embargo, las estimaciones pueden cubrir un período más corto, como un mes o una semana.

Indicar cómo se encuentra una empresa; se puede ver cuánto dinero está pasando a través del proyecto. Al igual que muchos de los números financieros de una empresa, el flujo de caja se puede proyectar.

Sapag (2008) definen: “*Flujo de caja se compone de cuatro elementos básicos:*

- 1) *Los egresos iniciales de fondos.*
- 2) *Los ingresos y egresos de operación.*
- 3) *El momento en que ocurre estos ingresos y egresos.*
- 4) *El valor de desecho o salvamento del proyecto.”*

Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)

Se conoce como TMAR a la tasa de ganancia anual que requiere ganar el inversionista con el propósito de llevar a cabo la instalación y operación de la empresa.

Se define TMAR como:

$$TMAR = i + f + i*f$$

Para calcular la TMAR de la MIPYME, se tomará la inflación anual del país y el premio al riesgo que será el valor del riesgo país. Rosales (2005) define que, *desde la perspectiva financiera, el proyecto se valora según los siguientes indicadores: El*

“valor actual neto” (VAN), La “tasa interna de retorno” (TIR) y La “relación beneficio - costo” (R- B/C), entre otros.

El procedimiento incluye, primero, la estimación detallada de los costos de inversión y de operación, así como los ingresos. Estos tres rubros permiten estructurar el flujo de caja financiero y calcular la VAN, la TIR y la R-B/C. Con base en el valor de esos indicadores.

El valor presente neto (VPN)

Jácome (2005) manifiesta que este *“representa la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente y permite autorizar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma”*.

El valor presente neto (VPN), también conocido como valor actual neto (VAN) es un indicador confiable al momento de evaluar el proyecto, mediante este se plantea que debe aceptarse el proyecto si su VPN es igual o superior a cero, para calcular el VPN se debe restar los ingresos y egresos expresados en moneda actual.

Cuando el VPN es menor que cero implica que hay una pérdida a una cierta tasa de interés o por el contrario si el VPN es igual a cero se dice que el proyecto es indiferente.

Para la evaluación del proyecto con el VPN se realizará un cálculo con una tasa de interés, el VPN puede variar significativamente, hasta el punto de llegar a rechazarlo o aceptarlo según sea el caso.

La tasa interna de retorno (TIR)

Para conocer la rentabilidad del proyecto se hará uso de la tasa interna de retorno (TIR) que nos da una medida relativa de la rentabilidad, es decir, va a venir expresada en tanto por ciento. Lo que significa que la TIR es un indicador cronológico, que considera el valor del dinero en el tiempo, como criterio de decisión.

“Esto significa que la TIR evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo, con lo cual la totalidad de los beneficios actualizados son

exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual, lo que representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero” Sapag (2008), por ello es necesario evaluarlo y analizar si es factible y si existirá rentabilidad.

Por medio de la TIR podemos llegar a determinar si resulta viable la ejecución del proyecto. Es necesario considerar diferentes aspectos que la TIR se basa en estimaciones de rendimiento futuro, estas pueden variar con el tiempo, ya que el proyecto depende de diversas variables como el precio de los recursos, el capital humano, el avance tecnológico.

Interpretación del resultado de la TIR:

$TIR > 0$. El proyecto es aceptable, ya que su rentabilidad es mayor que la rentabilidad mínima requerida o coste de oportunidad.

$TIR < 0$. El proyecto se rechaza. La razón es que el proyecto da una rentabilidad menor que la rentabilidad mínima requerida.

$TIR = 0$. En este caso sería indiferente realizar el proyecto, ya que ni ganamos ni perdemos. En situaciones con valores iguales a cero o cercanos, hay que valorar si se pueden obtener otro tipo de beneficios asociados a la realización del proyecto.

Período de recuperación de la inversión (PRI)

Según Sapag y Sapag (2008) *“el período de recuperación (PRI) expresa el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial”*. Este es otro método utilizado para medir la viabilidad de un proyecto, donde lo primero que se espera es obtener un beneficio o unas utilidades, es por ello que dependiendo del tiempo es aceptable o rechazado.

El PRI indica el tiempo que tomará recuperar la inversión inicial del proyecto, esta proyección se logra en base a los flujos de caja proyectados, siendo el tiempo apropiado de recuperación de inversión una vez que los flujos de caja acumulados sean equivalentes o superiores a la inversión inicial.

Relación beneficio-costo (R B/C)

La relación beneficio-costo: compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. El método lleva a la misma regla de decisión del VAN, ya que cuando este es 0, la relación beneficio-costo es igual a 1.

Si el VAN es mayor que 0, la relación es mayor que 1, y si el VAN es negativo, esta es menor que 1. *“Este método no aporta ninguna información importante que merezca ser considerada”*. Sapag (2001).

Análisis de sensibilidad

Sapag (2008) *“para la aplicación del análisis de sensibilidad, se presentan distintos modelos de sensibilidad que pueden aplicar directamente a las mediciones del valor actual, la tasa interna de retorno y la utilidad”*. Aunque todos los modelos aquí presentados son de carácter económico, la sensibilidad es aplicable al análisis de cualquier variable del proyecto, como la localización, el tamaño o la demanda. El análisis de sensibilidad muestra cuan cerca del margen se encuentra el resultado del proyecto, al permitir conocer si un cambio porcentual muy pequeño en la cantidad o el precio de un insumo o del producto hace negativo el VAN acumulado. Si así fuese, el proyecto sería claramente marginal.

Para realizar el análisis de sensibilidad se tiene que estudiar la probabilidad del proyecto arroje resultados satisfactorios obtenidos de la TIR o del VAN, así como la variabilidad del resultado en relación con la estimación óptima. El propósito del análisis de sensibilidad consiste en mejorar la calidad de la información para que el inversor tenga una herramienta adicional para decir si invierte o no en el proyecto.

El análisis de sensibilidad debe estar orientado a medir hasta qué punto el proyecto puede mantener su rentabilidad ante cambios adversos de las variables independientes, permitiendo identificar las variables que tienen un impacto más fuerte sobre resultados que optimicen el valor del proyecto.

CAPÍTULO I.

ESTUDIO DE MERCADO



CAPÍTULO I: ESTUDIO DE MERCADO

1.1. Mercado

1.1.1. Segmentación del mercado

La segmentación de mercado permite determinar con mayor acierto el mercado meta que se desea alcanzar, el cual es un segmento homogéneo. El mercado está segmentado geográficamente, demográficamente y conductualmente tomando en cuenta las siguientes variables:

Tabla 1 Segmento de mercado

Criterio de segmentación		Segmento de Mercado
Geográfico		
Región		Villa Bosco Monge
Demográficos		
Edad		18 y más años de edad (3,033 habitantes)
Género	Mujer	1,696 habitantes
	Hombre	1,337 habitantes
Clase social		Baja, Media
Conductual		
Motivo de compra		Autoconsumo, comercio

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se analiza cada uno de los segmentos de mercado:

Análisis geográfico

Los consumidores son en su gran mayoría originarios de en la Villa Bosco Monge y se encuentran dispersos tanto en el área urbana como rural; sin embargo, debido a las características propias de la Villa, es posible que habitantes de otras zonas acudan al mini súper, esto ocurre en el caso de los trabajadores de las zonas francas que están ubicados alrededor, donde personas provenientes de la capital y otros departamentos acuden a dichas empresas a laborar.

Análisis demográfico

Producto de la orientación y enfoque que se dará al mini súper, este buscará satisfacer principalmente las necesidades de la clase baja-media del lugar. No obstante, habitantes pertenecientes a otros grupos sociales serán atendidos con el mismo ahínco y dedicación.

El principal motivo por el cual se enfocan todos los esfuerzos del proyecto a satisfacer las necesidades de la clase baja-media es la generación de mayores utilidades, ya que pese a ser el grupo con menores ingresos por familia, presentan un mayor volumen de clientes potenciales, lo cual se traduce en mayores utilidades si se considera que en el mini súper se comercializaran bienes de primera necesidad.

Análisis conductual

El análisis conductual está relacionado en cierta medida con los *Competidores Directos*, debido a que son negocios pequeños (pulperías) que se encuentran ubicadas en la Villa Bosco Monge, que buscan comercializar productos de primeras necesidades.

1.1.2. Cálculo de los segmentos de mercado

Para el cálculo de los segmentos de mercado se toma como base la población de la Villa Bosco Monge: en su totalidad a hombres y mujeres de 18 y más años de edad, de las cuales 1,337 son hombres y 1,696 son mujeres. Y también a las personas de diferentes departamentos que laboran en las dos zonas francas aledañas a la Villa: Istmo textil las mercedes y Cupido, en las cuales se encuentran laborando 10,429 personas. Por los datos anteriores se obtiene un segmento de mercado de 13,462 habitantes.

1.2. Análisis de la competencia

1.2.1. Identificación y descripción del competidor

En la Villa Bosco Monge uno de los puntos positivos que promueven la creación de un mini súper es la situación de su competencia, la cual básicamente está dividida en dos grupos competidores que son; directos como las pulperías y competidores indirectos como los supermercados más cercanos a la Villa Bosco Monge, es decir supermercado Maxi *Pali* (Las Hamacas) y supermercado *Pali* (Las Flores); así como el mercado del departamento de Masaya.

Las pulperías son aquel pequeño recinto donde opera un establecimiento comercial que en teoría debe proveer todo aquel producto necesario para la vida cotidiana, históricamente en el área estos pequeños comercios han sido las únicas pero

limitadas fuentes de abastecimientos donde la población sin mayores opciones podía acudir a estos en caso de necesitar productos de manera rápida y accesible sujeto a disponibilidad; en cambio existe la opción de acudir al mercado municipal sujeto por supuesto a los costos que conlleva en cuanto a traslado y tiempo.

De acuerdo con las investigaciones realizadas en el área pudieron ser contabilizadas un total de cinco pulperías. Las características que estas poseen son esencialmente similares en cuanto a su forma de operación y productos en oferta. Primeramente, se aprecia que estas son dirigidas por amas de casa que entre las labores cotidianas esta la atención a la pulpería y sin contar los momentos dedicados a la realización de las tareas del hogar lo cual dificulta el cumplimiento de la atención ininterrumpida y repercute directamente en el servicio a los clientes.

También se observa una tradicional forma de surtido de dichas pulperías donde la persona encargada regularmente visita los mercados en busca de productos para luego revenderlos a los pobladores de la Villa provocando así que estos oferten productos a precios altos y es sobre esta situación en donde el mini súper obtendrá ventajas para posicionarse por sobre sus competidores ofreciendo productos a precios más bajos.

1.2.2. Análisis de los competidores

El análisis de competidores se realiza de manera cuantitativa, con un sistema de calificación subjetivo debido a que los dueños de los negocios no quisieron brindar información interna de sus operaciones por considerarla muy importante y confidencial. La calificación asignada a cada competidor fue hecha en base al estudio subjetivo de cada uno por parte de los investigadores y de igual forma sus características que llevaron a la calificación asignada. En la siguiente tabla se muestra la evaluación de los competidores:

Tabla 2 Evaluación de los competidores directos

Parámetros	Competencia				
	Quiros	Doña Blanca	Chilo Luna	Doña Zoraida	El punto
Experiencia en el mercado	3	3	3	4	3
Calidad	2	2	3	3	3

Variedad	2	2	2	3	2
Disponibilidad	2	2	1	2	2
Precio	2	2	1	2	1
Infraestructura	2	2	3	3	2
Total	13	13	13	17	13
Criterios: 1: Deficiente 2: Regular 3: Bueno 4: Muy bueno 5: Excelente					

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla pueden observarse las puntuaciones que recibieron las diferentes pulperías de acuerdo a la escala numérica presentada. Tomando en cuenta el total de puntuación de cada una de estas una sola pulpería resalta entre las demás y el resto posee una puntuación similar lo que significa que son vistas de manera similar en cuanto a los parámetros evaluados. Si se analiza en base a cada uno de los criterios, el precio, la variedad y disponibilidad de los productos es el parámetro peor evaluado por tanto ahí se observa la carencia principal de estas y que el mini súper podrá explotar al participar en este mercado.

Tabla 3 Evaluación de los competidores indirectos

Parámetros	Competencia		
	Maxi Pali (Las Hamacas)	Pali (Las Flores)	Mercado de Masaya
Experiencia en el mercado	3	3	3
Calidad	3	3	3
Variedad	3	3	3
Disponibilidad	3	3	3
Precio	3	3	3
Infraestructura	4	4	1
Ubicación	1	1	1
Total	20	20	17
Criterios: 1: Deficiente 2: Regular 3: Bueno 4: Muy bueno 5: Excelente			

Fuente: Elaboración propia.

La tabla anterior muestra la evaluación de los competidores indirectos del mini súper como lo son supermercado Maxi Pali (Las Hamacas) y supermercado Pali (Las Flores); así como el mercado de Masaya. Los cuales poseen buenas calificaciones en disponibilidad de la mayoría de los productos, precios de todo tipo ya sean altos

y bajos; pero muy bajas en ubicación lejana de la Villa Bosco Monge, en el caso del mercado de Masaya tiene una infraestructura poco adecuada para la correcta circulación, lo que puede desanimar a los compradores en algunos casos.

1.3. Análisis de los proveedores

El análisis de los proveedores se realizó tomando en consideración ciertos factores clave que son determinantes al momento de seleccionar un proveedor, algunos de los factores más importantes a analizar son: La ubicación, los productos, la calidad, los precios, volumen de venta, medios de distribución, cumplimiento de los plazos de entrega, créditos, entre otros; una vez definidos todos estos factores se realizó una matriz de puntos ponderados la cual permitió identificar al mejor proveedor.

Un punto importante a mencionar es que se ha decidido utilizar proveedores nacionales o internacionales con sede en el país como una estrategia de disminuir costos, además, en vista de que la orientación que tiene el negocio es satisfacer las necesidades de un sector poblacional con ingresos moderados, se estima que los productos que actualmente se ofertan en el mercado local cubren las expectativas de los posibles clientes, sin embargo, si estos demandan productos que no se ofrecen en el mercado local se hará lo posible cubrir esta necesidad.

Tabla 4 Definición de los factores para analizar los proveedores

Criterios	Descripción de criterios
Calidad de los productos	Entrega los productos en perfecto estado y sin abolladuras.
Disponibilidad de crédito	El proveedor ofrece la facilidad de que los productos sean pagados a plazos o posterior a su entrega.
Cumplimiento de plazos de entrega	Que entregue los productos en el tiempo establecido.
Cumplimiento en la cantidad del pedido	Que siempre lleve la cantidad de productos que se solicitó.
Capacidad de abastecimiento	Que cuente con suficientes productos en inventarios en caso de necesitar un pedido grande o de imprevisto.
Disponibilidad para entregar productos	Que tenga la capacidad para entregar los productos hasta las instalaciones del mini súper.
Respuesta a peticiones de oferta	Que cuente con la disponibilidad de ofrecer descuentos o promociones especiales.

Rango de precios de los productos	Que los precios que imponga para la venta de los productos estén acorde al nivel adquisitivo de los clientes.
Popularidad de producto entre los clientes	Que los productos que ofrezca sean del agrado de los clientes.

Fuente: Elaboración propia.

1.3.1. Identificación de los proveedores

En vista de la naturaleza del proyecto, los productos a ofertar son de primera necesidad y en algunos casos podrán estar disponibles en una amplia variedad para satisfacer las necesidades de todos habitantes de la Villa Bosco Monge y de sus alrededores; para poder cumplir con lo planteado anteriormente, es necesario contar con una serie de proveedores que abastezcan de forma eficiente al mini súper.

Anteriormente se mencionó que los consumidores al acudir a un centro de compras se enfocan en los precios bajos, por tal motivo, este factor es determinante al momento de seleccionar a los proveedores, con el fin de proveer productos con esta cualidad, los productos serán adquiridos directamente a los distribuidores o productores, además se buscará establecer alianzas comerciales que permitan ofrecer a los clientes promociones y ofertas especiales, con el fin de fidelizar a los clientes, obtener un mayor segmento de mercado e incrementar las utilidades.

Por otra parte, es importante aclarar que no será necesario hacer un análisis para cada uno de los productos, tal es el ca0073o del arroz, en vista de que podría afirmarse que la oferta nacional para este producto está cubierta por una sola empresa; o el caso de productos como el azúcar, en donde el mercado es cubierto por unas pocas empresas y los productos que distribuyen cuentan con mucha aceptación por parte de los consumidores; por tal motivo, únicamente se analizarán los casos de aquellos proveedores cuyos productos no estén total ni parcialmente monopolizados y sean esencialmente necesarios para los clientes.

Sin embargo, es importante mencionar que, en vista de las limitantes del proyecto, para la adquisición de frutas y verduras no se tiene un productor determinado, por lo cual la compra de estos productos se hará de manera tradicional en el mercado

de Masaya, es decir, acudir donde se encuentran los distribuidores y adquirir directamente de ellos los productos.

Para llevar a cabo el análisis de los proveedores se toman en cuenta los factores anteriormente descritos y se les establece un factor en base a una escala de 1 a 10, en donde el rango entre 1 a 5 se clasifica como Deficiente, entre 6 a 8 como Bueno y entre 9 a 10 como Excelente. Los resultados del análisis de proveedores pueden verse en el (**Anexo A**).

Proveedores de Pollo

De los tres distribuidores de pollo seleccionados, el que obtuvo los mejores puntajes fue Pollo Tip-Top; pese a que no es una empresa flexible con respecto a la forma de pago, ofrece productos que son del total agrado de los pobladores lo que lo convierte en un proveedor casi de manera automática, sin embargo, se puede notar en la tabla anterior que Pollo Estrella también obtuvo un puntaje similar por lo cual en dependencia de las circunstancias del proyecto y las necesidades de los clientes se puede optar por este proveedor en cualquier momento.

Proveedores de Aceite

En cuanto a los proveedores de aceite no existe mucha variación en cuanto a los puntajes ponderados, sin embargo, pese a que la tabla indica que el mejor proveedor es Chamorro lo más conveniente es contar con al menos tres diferentes variedades de este producto en diversas presentaciones para garantizar que esté al alcance de todos los clientes.

Proveedores de Carne

En lo que respecta a los proveedores de carne el más conveniente para el proyecto es el matadero San Martín, en vista de que ofrece productos de alta calidad y además son del total agrado de los clientes; otro de los aspectos positivos es que es una empresa que tiene la suficiente capacidad de abastecimiento para cubrir la demanda y cuenta con los medios necesarios para suplir los pedidos hasta las instalaciones.

Proveedores de Embutidos

Los proveedores de embutidos presentan una calificación bastante equilibrada lo cual supone que cualquiera que se elija será capaz de cubrir las necesidades del proyecto así como las expectativas y deseos de los consumidores, sin embargo, considerando la inclinación de los clientes hacia los productos marca Delmor se determina este como el principal proveedor para el proyecto, no obstante, en vista de que es requerido contar con variedad de productos para satisfacer todas las necesidades y deseos de los clientes, se optó por que Zurkí (sigma) sea otro proveedor designado para el proyecto.

Proveedores de Huevos

De los proveedores seleccionados para abastecerse de huevos se pudo determinar que el más conveniente es Avícola Estrella, debido a que técnicamente se estima como un proveedor capaz de suplir toda la demanda estimada para este producto, sin embargo, en esta ocasión en vista de que los clientes no presentan un favoritismo especial por un producto específico, como una medida de disminuir costos y colaborar con el crecimiento económico de la Villa Bosco Monge, se elige como proveedor de este producto (Huevo) a la avícola del Grupo López ya que al ser un empresa local en donde sus procesos son semi-industrializados incurren en menores costos de producción, almacenamiento y transporte, lo cual les permite ofrecer el producto a un mejor precio.

Proveedores de Pan

A como se puede observar en la tabla, Bimbo es el proveedor más conveniente para el proyecto, en vista no solamente de que obtuvo el mayor porcentaje en la tabla anterior, sino además de que es una empresa que ofrece productos del total agrado de los clientes; por otro lado, tiene la suficiente capacidad para abastecer al negocio y llevar el producto hasta las instalaciones, también es notorio mencionar que es una empresa que tiene la disposición de ofrecer ofertas y promociones con lo cual se podría captar un mayor segmento de mercado, sin embargo, el rango de precio de los productos hace que no esté al alcance de todos los habitantes, por lo cual se utilizará también como proveedor a panadería Aurora debido a que es una

alternativa más accesible para los clientes y ofrecen productos de muy buena calidad.

Los productos como: Leche y sus derivados, atunes, sardinas, enlatados, bebidas, condimentos, productos para el aseo personal y del hogar, entre otros, serán ofertados en diferentes marcas para ofrecerles variedad a los clientes.

Finalmente, la lista de los proveedores seleccionados de acuerdo a las mejores puntuaciones puede ser vista en el (**Anexo B**).

1.4. Análisis de la demanda

La demanda se refiere a los habitantes de la Villa Bosco Monge y trabajadores de las zonas francas aledañas que cumplan con el perfil de la segmentación de mercado antes mencionada. Para obtener información de dichos habitantes se hace uso de la encuesta. Para seleccionar a los habitantes que fueron encuestada se hizo uso del muestreo aleatorio simple debido a que este método permite que todos los elementos a encuestarse tengan las mismas posibilidades de ser seleccionados. La muestra necesaria para realizar la encuesta se realizó de la siguiente manera.

Universo

La población objeto de investigación está constituida por los habitantes de la Villa Bosco Monge en su totalidad a hombres y mujeres de 18 y más años de edad, de los cuales son 3,033 habitantes con una tasa de crecimiento del 1.1%. Y trabajadores de las zonas francas aledañas al sector en las cuales se encuentran laborando 10,429 personas; que es el sector donde se creará el mini súper.

Muestra

Se hizo uso de la siguiente fórmula para determinar el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{D^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

N: Población total.

Z: Nivel de confianza 1.645, ya que el nivel de confianza es de 90%.

P: Probabilidad de éxito para el cual se estima el 50%.

Q: Probabilidad de fracaso 1-p.

D: Error máximo admisible se calcula en un 10%.

Aplicando la fórmula:

$$n = \frac{13,462 * (1.645)^2 * 0.50 * 0.50}{(0.1)^2 * (13,462 - 1) + (1.645)^2 * 0.50 * 0.50}$$
$$n = \frac{9,107.13}{135.29} = 67$$

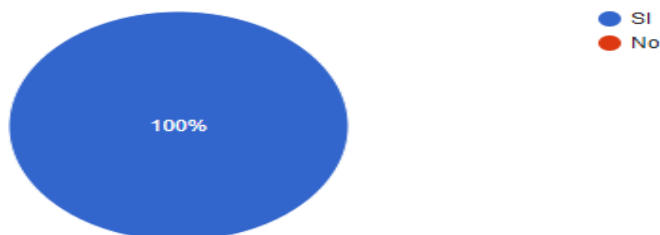
Es necesaria una muestra de 67 personas para obtener una información confiable.

1.4.1. Demanda potencial

A continuación, se presenta el cálculo de la demanda potencial para ello se hace uso de la encuesta, la cual fue aplicada a las personas que habitan en la Villa Bosco Monge y a las personas que laboran en las zonas francas aledañas. La pregunta realizada correspondiente a la aceptación del mini súper es la siguiente:

Ilustración 1 Aceptación del mini súper

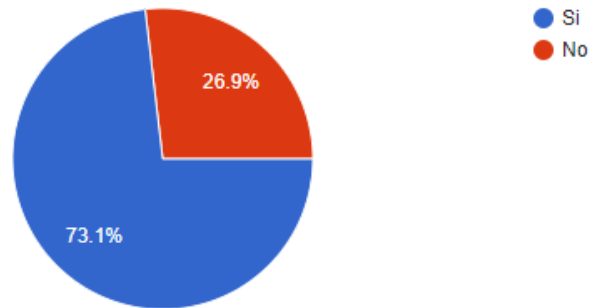
¿Le gustaría que en la Villa Bosco Monge hubiera un mini súper que le ofrezca una amplia gama de productos, precios accesibles y buena atención?



En la **Ilustración 1** se observa una aceptación del 100% para crear un mini súper por parte de los encuestados, lo cual indica un índice de aceptación total por parte de los habitantes de la Villa Bosco Monge y trabajadores de las zonas francas aledañas.

Ilustración 2 Gasto de transporte

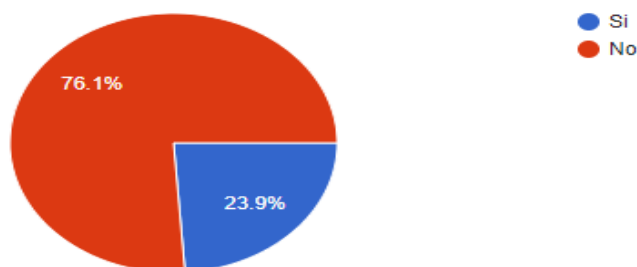
¿Incurrir a un gasto adicional de transporte para poder llegar al establecimiento de sus compras?



En la **Ilustración 2** se observa que el 73.1% de los pobladores incurren a un gasto adicional de transporte para poder llegar a sus centros de establecimientos de comprar y poder encontrar los productos de primera necesidad que necesitan para su hogar y el 26.9% no incurren a un gasto adicional de transporte por diferentes razones ya sea porque prefieren caminar o tienen bicicletas.

Ilustración 3 Satisfacción de los pobladores

¿Se siente usted satisfecho con el establecimiento donde actualmente realiza sus compras?



De acuerdo a los datos mostrados en la **Ilustración 3** el 76.1% de los encuestados se encuentran insatisfecho el cual corresponde a 10,245 personas del segmento de mercado.

La demanda potencial se calculó primeramente tomando en cuenta las 67 personas encuestadas correspondientes al segmento de mercado. Debido a que el 100% de los encuestados dijeron aceptar la creación del mini súper, se multiplica este número de personas por el porcentaje de insatisfacción con los establecimientos existentes que corresponde a 76.1% dando como resultado las 51 personas que fueron seleccionadas de manera aleatoria de la Villa Bosco Monge y de las personas que laboran en las zonas francas aledañas.

1.4.2. Proyección de la demanda

Para proyectar la demanda potencial se calcula primeramente la demanda histórica a partir de los datos proporcionados por INIDE y los resultados de la encuesta, para luego utilizar el modelo de regresión lineal para su pronóstico.

1.4.3. Demanda histórica

En este punto es de suma importancia aclarar que en vista de que no existen datos históricos acerca de la población total, los datos que se presentan en este apartado son estimaciones extraídas del último Censo Nacional, el cual refiere que la población crece e en promedio un 1.1% anual.

Tabla 5 Evolución histórica de la demanda

Año	Total de personas de 18 y más años de edad	Demanda del segmento de mercado (Personas insatisfechas)
2019	12,880	47
2020	13,023	48
2021	13,168	49
2022	13,314	50
2023	13,462	51

Fuente: Elaboración propia.

Seguidamente se utiliza el método de mínimos cuadrados y regresión lineal para proyectar la demanda de los próximos años. Se hace uso de la regresión lineal debido a que los datos proporcionados claramente tienen una tendencia lineal y también poseen un coeficiente de correlación igual a 1 lo que indica que mejor es el ajuste del modelo utilizado con respecto al pronóstico calculado.

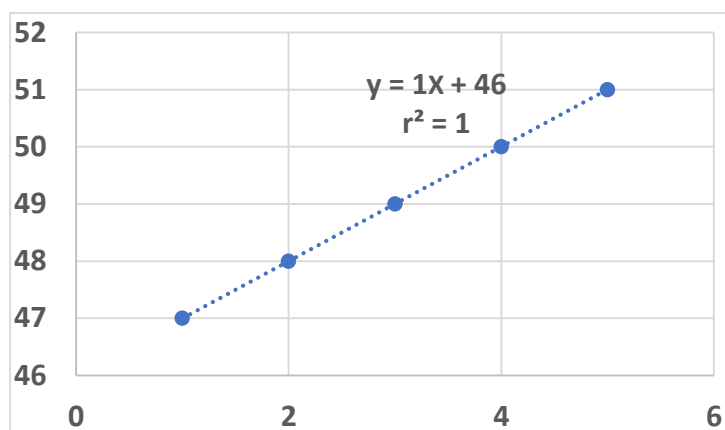
Tabla 6 Método de los mínimos cuadrados

Año	Demanda histórica del segmento de mercado (Personas insatisfechas)	X	X ²	XY
2019	47	1	1	47
2020	48	2	4	96
2021	49	3	9	147
2022	50	4	16	200
2023	51	5	25	255
n= 5	$\Sigma Y= 245$	$\Sigma X= 15$	$\Sigma X^2= 55$	$\Sigma XY= 745$

Fuente: Elaboración propia.

Seguidamente se presenta la gráfica obtenida por este método. Se observa la disposición de los puntos en la gráfica con la tendencia lineal mencionada y su correspondiente ecuación. De igual forma el valor del coeficiente.

Ilustración 4 Recta de regresión



Fuente: Elaboración propia

De la aplicación del método se obtuvo la ecuación:

$$Y = 1x + 46$$

Aplicando la ecuación lineal $Y = 1x + 46$ se obtiene la proyección de la demanda potencial:

Tabla 7 Proyección de la demanda potencial

Año	Proyección de la demanda para los próximos 5 años con respecto a las personas insatisfechas
2023	51
2024	52
2025	53
2026	54
2027	55

Fuente: Elaboración propia.

Se puede observar que el crecimiento de la demanda es poca esto es debido a que el incremento de la población es lento.

Habiendo obtenido el número de clientes que llegarán al mini súper, se determina la cantidad de productos que estos consumirán siendo estas personas responsables del sustento diario de sus familias y para esto se hace uso de los datos de consumo de la canasta básica proporcionados por el BCN (**Anexo C**).

El consumo anual de cada producto se calculó de la siguiente manera: *Se obtuvo del reporte periódico de los productos de la canasta básica, la cantidad promedio mensual de consumo de cada producto con respecto a una familia. Luego se multiplicó dicha cantidad por el número total de demanda con respecto a cada año a fin de obtener la cantidad de consumo promedio anual.*

Tabla 8 Consumo anual de cada producto según su rubro

Producto	Cantidad anual	Unidad de medida	Año				
			2023	2024	2025	2026	2027
			Proyección de la demanda				
			(51)	(52)	(53)	(54)	(55)
Perecederos	1392	Lib/Lit/Docena	70992	72384	73776	75168	76560
Frutas y verduras	1632	Lib	83232	84864	86496	88128	89760
Carnes	252	Lib	12852	13104	13356	13608	13860
Lácteos	462	Lit/Unidad	23562	24024	24486	24948	25410
Enlatados	72	Unidad	3672	3744	3816	3888	3960
Cereales y derivados	744	Lib/Unidad	37944	38688	39432	40176	40920
Embutidos	30	Unidad	1530	1560	1590	1620	1650
Limpieza del hogar	504	Unidad	25704	26208	26712	27216	27720
Aseo personal	288	Unidad	14688	14976	15264	15552	15840
Otros	456	Docena/Unidad	23256	23712	24168	24624	25080

Fuente: Elaboración propia.

Para ver más detalle del consumo anual de cada producto según su rubro ver el (Anexo D).

1.5. Análisis de la oferta

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y requiere poner a disposición del mercado cierto número de bienes; es decir que la oferta son todos los productos que se pondrán a disposición de los habitantes de la Villa Bosco Monge a un determinado precio y que van a satisfacer sus necesidades.

1.5.1. Comportamiento histórico de la oferta

La Villa Bosco Monge con el transcurrir de los años ha presentado un desarrollo típico de los asentamientos populares ya conocidos a lo largo del país donde la escasez de recursos, las condiciones de vida precarias y la explosión demográfica han sido las características que predominan su existencia. Y es por tal razón de la actividad comercial ha sufrido el mismo desarrollo lento y carente de posibilidades, viéndose reflejado principalmente en el sector comercio.

Lo poco que ha surgido en la Villa Bosco Monge siendo estas pulperías, negocios improvisados como ha sido mencionado con anterioridad son una pequeña expresión de lo que constituye un desarrollo comercial real por tanto la oferta de

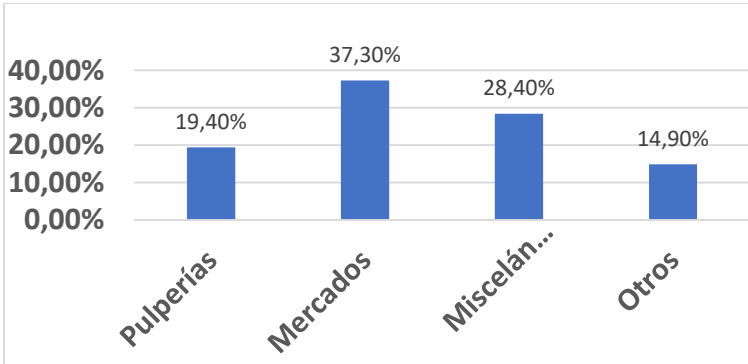
bienes hacia los pobladores es de igual forma escasa y por tanto no brinda la información de su evolución en el tiempo y su magnitud requerida para este estudio.

1.5.2. Situación actual de la oferta

Actualmente en la Villa Bosco Monge existen 5 pulperías que ofertan algunos productos de la canasta básica a los habitantes de esta Villa según la encuesta el 19.4% de los habitantes compran en las pulperías lo cual se observa en la siguiente gráfica.

Sin embargo, se pudo determinar que estos establecimientos tienen deficiencias en vista de que no cuentan con la capacidad suficiente para abarcar el nivel de demanda que tienen, lo que ocasiona insatisfacciones en los clientes.

Ilustración 5 Lugar donde realizan las compras los habitantes



Fuente: Elaboración propia

1.5.3. Proyección de la oferta futura

Para proyectar la oferta se considera el crecimiento de la población que se estima experimente el segmento de mercado, para ello se hace uso de la tasa de crecimiento poblacional y seguidamente se multiplica por el 19.4% de habitantes que son actualmente abarcadas por las pulperías según la encuesta aplicada. La siguiente tabla muestra la cantidad de habitantes a los que las pulperías ofertarán sus productos para los próximos años:

Tabla 9 Oferta futura de las pulperías

Año	Segmento de mercado	Oferta
2023	67	13
2024	68	13
2025	69	13
2026	70	14
2027	71	14

Fuente: Elaboración propia.

El cálculo de la oferta del mini súper se obtiene a partir de la demanda potencial y el mercado que las pulperías previamente atienden y se observa en la siguiente tabla:

Tabla 10 Oferta del proyecto

Año	Demanda potencial	Oferta pulperías	Oferta del proyecto
2023	51	13	37
2024	52	13	37
2025	53	13	37
2026	54	14	37
2027	55	14	37

Fuente: Elaboración propia.

En la siguiente tabla se muestra la oferta de productos por parte del mini súper correspondiente a la cantidad de habitantes que el mini súper puede cubrir. Inicialmente se estima que el mini súper es capaz de cubrir un 72% de la demanda potencial.

El consumo anual de cada producto se calculó de la siguiente manera: Se obtuvo del reporte periódico de los productos de la canasta básica, la cantidad promedio mensual de consumo de cada producto con respecto a una familia. Luego se multiplico dicha cantidad por el número total de la oferta del proyecto con respecto a cada año a fin de obtener la cantidad de consumo promedio anual.

Tabla 11 Consumo anual de la oferta del proyecto según su rubro

Producto	Cantidad anual	Unidad de medida	Año				
			2023	2024	2025	2026	2027
			Oferta del proyecto				
			(37)	(37)	(37)	(37)	(37)
Perecederos	1392	Lib/Lit/Docena	51504	51504	51504	51504	51504
Frutas y verduras	1632	Lib	60384	60384	60384	60384	60384
Carnes	252	Lib	9324	9324	9324	9324	9324
Lácteos	462	Lit/Unidad	17094	17094	17094	17094	17094
Enlatados	72	Unidad	2664	2664	2664	2664	2664
Cereales y derivados	744	Lib/Unidad	27528	27528	27528	27528	27528
Embutidos	30	Unidad	1110	1110	1110	1110	1110
Limpieza del hogar	504	Unidad	18648	18648	18648	18648	18648
Aseo personal	264	Unidad	9768	9768	9768	9768	9768
Otros	456	Docena/Unidad	16872	16872	16872	16872	16872

Fuente: Elaboración propia.

Para ver más detalle del consumo anual de la oferta del proyecto según su rubro ver el (**Anexo E**).

1.6. Mezcla de mercado

1.6.1. Definición de los productos según su rubro

Un mini súper es un establecimiento de carácter comercial cuyo giro de negocio radica en la comercialización y distribución, principalmente, de abarrotes y otros productos para su consumo final o consumo intermedio.

A continuación, se muestran otros aspectos que definen al mini súper como negocio.

Nombre del negocio: **Wonderful Market**

Eslogan: **Una nueva forma de ahorrar.**

Ilustración 6 Logo del mini súper



Fuente: Elaboración propia

Los productos que se comercializarán en el mini súper se encuentran divididos en los siguientes rubros:

Abarrotes: Generalmente se define como abarrotes a productos alimenticios como granos básicos, aceites, entre otros.

Frutas y Verduras: Comestibles que se consumen con mucha frecuencia debido a que aportan esenciales nutrientes para el desarrollo del ser humano, además de que pueden ser utilizados para diversos fines como la elaboración de refrescos o ensaladas, comidas, entre otros.

Carnes: Estas pueden ser de 3 clases: res, cerdo y aves, los precios de estas varían según su clase, siendo las aves la de mayor consumo.

Lácteos: Son bebidas que aportan buenas cantidades de calcio al ser humano, pueden ser compradas con facilidad en distintos puntos, sin embargo, es necesario mantener estos productos refrigerados para conservarlos en buen estado.

Enlatados: Generalmente son productos como sardinas o atunes, no requieren de muchas condiciones de almacenamiento para mantenerlos en buen estado ya que por lo general contienen conservantes que alargan su periodo de caducidad.

Cereales y derivados: Son productos principalmente elaborados a base de granos como avena, pinolillo, cebada, entre otros, así como productos derivados de los mismos como panes y pastas. Generalmente vienen en presentaciones para una persona como familiar, los cuales son distribuidos por diversos proveedores y son del agrado de muchos clientes.

Embutidos: Productos de consumo generalmente creados a partir de carne, de cerdo o de aves.

Limpieza del hogar: Productos utilizados para mantener buenas condiciones de higiene en el hogar; estos pueden ser líquidos, jabones, detergentes, entre otros.

Aseo personal: Productos usados para garantizar adecuadas condiciones de higiene y salud propias de cada persona.

Otros: Son productos complementarios y no totalmente necesarios, pueden ser: otros alimentos, baterías, bebidas, productos desechables, pasta de lustrar, entre otros.

Estrategias de producto

Atención personalizada: El personal se dará a la tarea de brindar un servicio con rapidez y amabilidad a los clientes que visiten el mini súper a fin de mantener un excelente ambiente y motive una nueva visita.

Productos de calidad: El mini súper realizará alianza con los proveedores de los productos con la finalidad de asegurar la calidad de los productos que los clientes adquieran.

Confort: El área de ventas cuenta con un espacio amplio donde los productos serán distribuidos en las estanterías de manera que sea visible y ofrezca mayor comodidad a los clientes al realizar sus compras. También se hará la entrega de bolsas plásticas al momento de hacer las compras para facilitar el transporte de sus productos.

1.6.2. Precio

El mini súper está en un mercado donde la competencia es un oligopolio es decir que hay pocos competidores, sin embargo, estos conocen los gustos y preferencias de los clientes por estar desde hace mucho tiempo en el mercado, para hacerle competencia a estos se establecerán precios que sean menores a los de las competencias.

Para ello se seleccionan a los mejores proveedores capaces de ofrecer descuentos, promociones, calidad de productos y que de esta forma los precios del mini súper puedan ser competitivos en el mercado.

Para la fijación de precios se utilizará el método de costo más margen el cual consiste en añadir un margen de beneficio al costo total unitario del producto.

$$\text{Precio de venta} = \text{Costo total unitario} + \text{margen de beneficio.}$$

Sin embargo, para establecer el margen del beneficio se toma en cuenta los precios de los productos de la canasta básica fijados por el BCN los cuales se reflejan en el (**Anexo C**).

Los precios de los productos serán ajustados a los que proporciona el banco central para que estos sean competitivos en el mercado. De igual forma los distribuidores y comerciantes establecen precios sugeridos para los productos o en cualquier caso se calcula el precio final en base al precio de compra y a los costos incurridos para efectuar la adquisición más un 20% de ganancia en los productos. Se muestran tablas con los productos a ofrecer y sus respectivos precios en el (**Anexo F**).

Estrategia de precio

Precios bajos: Se determinará la selección adecuada de proveedores que sea más directa posible, para realizar convenios en la adquisición de productos a bajos precios y así trasladar esos descuentos al precio final.

1.6.3. Plaza

En el caso específico del mini súper la plaza está relacionada con la organización de las instalaciones; este aspecto es fundamental debido a que permite entre otras cosas realizar un buen manejo de los productos, ofrece a los clientes una buena imagen de las instalaciones y ayuda a estos a evitar confusiones y retrasos al momento de servirse los productos.

En vista de la orientación que se dará al mini súper es posible reafirmar que este contará con dos canales de distribución, es decir, ofrecerá los productos a los consumidores finales como minoristas, debido a que al ser un proyecto nuevo se desea cubrir un buen porcentaje del mercado y ampliar la cartera de clientes a medida que el proyecto evolucione, siempre con el objetivo de generar mayores utilidades.

1.6.4. Publicidad

Se utilizarán como medio publicitario las mantas ubicadas en puntos estratégicos de la Villa Bosco Monge para captar la atención de los clientes a los que se desea llegar; otro medio publicitario a utilizar será el uso de “Redes Sociales” como Facebook, Instagram y TikTok para informar acerca de un acontecimiento relevante que se llevará a cabo.

Se repartirán volantes en la comunidad acerca de la apertura del mini súper, estos serán repartidos por los trabajadores del mini súper una semana antes de la inauguración de la misma. El diseño del volante se muestra a continuación:

Ilustración 7 Volante alusivo al mini súper



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 8 Manta alusivo al mini súper



Fuente: Elaboración propia

Tabla 12 Detalle de la publicidad

Tipo de Publicidad	Cantidad	Lugar	Proveedor	Costo Unitario	Costo Total
Volantes	520	Villa Bosco Monge	Imprenta San José	C\$ 1.50	C\$ 780
Mantas	1	Entrada Villa Bosco Monge	Imprenta San José	C\$ 900	C\$ 900
Instagram		Página de Instagram	Instagram	—	—
Facebook		Página de Facebook	Facebook	—	—
TikTok		Página de Tik Tok	TikTok	—	—
Sonido	24 horas		inventos	C\$ 1700	C\$ 1,700
Total					C\$ 3,380

Fuente: Elaboración propia.

Promoción de ventas

Esta estrategia será utilizada para agilizar la salida de inventario de aquellos productos menos demandados. Para ello estos productos podrán ser añadidos a otros de mayor rotación como un obsequio y de esta manera evitar tener excedente en inventarios. Otra forma de agilizar la rotación de productos será mediante la creación de paquetes en donde se disminuya el precio individual de cada producto por uno más atractivo para los clientes.

1.7. Canales (estrategia) de comercialización y distribución

Los canales de distribución se refieren a la estrategia de cómo se hace llegar los productos a los clientes; en este sentido entra el concepto de “Comercialización”, el cual engloba un conjunto de actividades que relacionadas entre sí y que contribuyen a lograr los objetivos de la empresa. Siendo el objetivo principal hacer llegar los productos desde el productor hasta el consumidor final.

El mini súper “Wonderful Market” ofrece el servicio a dos tipos de clientes: *Consumidor final y Minorista (Pulperías aledañas a la Villa Bosco Monge que son dirigidas mayormente por amas de casa)*, por lo tanto, es necesario definir de manera clara la forma en que se les servirán los productos para cada caso, (Ver la siguiente figura).

Ilustración 9 Canal de distribución



Fuente: Elaboración propia

1.8. Proyección de los ingresos

La proyección de ingresos para el proyecto se obtiene *mediante las cantidades de productos que serán ofertadas durante un año específico por el precio de los productos para ese mismo año y luego se sumó las proyecciones de los ingresos de cada producto correspondiente al mismo año*; en vista de la situación actual del país, se considera para cada año un incremento del 10% sobre el precio de los

productos a fin de obtener información fidedigna que permita comprender y determinar de mejor manera el futuro del proyecto.

Con el 10% de incremento que se considera se planea cubrir aspectos claves como la inflación, en vista de que la tendencia de los precios de los bienes es mantenerse siempre en incremento. Por otro lado, también se proyecta cubrir el incremento en los salarios de los clientes, en vista de que el aumento de los mismos muchas veces genera que los productos adquieran un costo mayor.

En el siguiente cuadro se detallan los productos según su rubro y los ingresos que cada uno genera para el año 2023:

Tabla 13 Proyección de ingresos por productos 2023

Producto	Cantidad anual	U/M	Precio/Año	Proyección
Abarrotes				
Arroz	16,872.00	Libra	18.51	312,300.72
Frijol	15,096.00	Libra	36.45	550,249.20
Azúcar	13,320.00	Libra	14.74	196,336.80
Aceite	3,108.00	Litro	58.05	180,419.40
Huevos	3,108.00	Docena	71.28	221,538.24
Frutas y verduras				
Tomate para cocinar	6,216.00	Libra	17.17	106,728.72
Cebolla blanca	3,552.00	Libra	40.20	142,790.40
Papas	6,660.00	Libra	28.41	189,210.60
Ayote	14,208.00	Libra	11.01	156,430.08
Chiltoma	1,332.00	Libra	47.90	63,802.80
Plátano verde	7,104.00	Libra	15.51	110,183.04
Naranja	20,424.00	Libra	12.73	259,997.52
Repollo	888.00	Libra	16.92	15,024.96
Carnes				
Posta de res	3,552.00	Libra	145.95	518,414.40
Posta de cerdo	2,220.00	Libra	89.49	198,667.80
Carne de aves	3,552.00	Libra	61.08	216,956.16
Lácteos				
Leche	13,320.00	Litro	38.76	516,283.20
Leche en polvo	222.00	Unidad	210.00	46,620.00
Crema	888.00	Unidad	16.40	14,563.20
Mantequilla	888.00	Unidad	60.50	53,724.00
Margarina	1,776.00	Unidad	39.93	70,915.68
Enlatados				
Atún	888.00	Unidad	71.00	63,048.00
Sardina	1,332.00	Unidad	46.13	61,438.50
Vegetales mixtos	222.00	Unidad	51.25	11,377.50
Hongos	222.00	Unidad	71.75	15,928.50
Cereales y derivados				
Pinolillo	4,440.00	Libra	36.11	160,328.40
Pastas alimenticias	2,220.00	Unidad	43.86	97,369.20
Pan	11,988.00	Unidad	31.63	379,180.44

Avena	2,220.00	Libra	65.60	145,632.00
Delisoya	444.00	Unidad	143.50	63,714.00
Corn flakes	888.00	Unidad	71.75	63,714.00
Cebada	1,332.00	Unidad	61.50	81,918.00
Harina	1,332.00	Unidad	24.60	32,767.20
Maizena	444.00	Unidad	10.25	4,551.00
Maseca	2,220.00	Unidad	29.52	65,534.40
Embutidos				
Salchichas	444.00	Unidad	41.00	18,204.00
Jamón	222.00	Unidad	61.50	13,653.00
Mortadela	444.00	Unidad	41.00	18,204.00
Limpieza del hogar				
Jabón de lavar ropa	5,772.00	Unidad	41	236,652.00
Detergente en polvo	12,432.00	Unidad	3.66	45,501.12
Escoba	444.00	Unidad	77.76	34,525.44
Mecha de lampazo	444.00	Unidad	50.00	22,200.00
Aseo personal				
Pastas dental	888.00	Unidad	42.11	37,393.68
Papel higiénico	4,884.00	Unidad	25.00	122,100.00
Jabón de baño	2,220.00	Unidad	28.00	62,160.00
Toallas sanitarias	888.00	Paquete	27.00	23,976.00
Desodorante nacional	888.00	Unidad	70.00	62,160.00
Cepillo dental	888.00	Unidad	20.50	18,204.00
Rasuradoras	888.00	Unidad	19.48	17,293.80
Hisopos	444.00	Unidad	41.00	18,204.00
Otros				
Café	2,664.00	Unidad	65.60	174,758.40
Galletas	444.00	Unidad	42.03	18,659.10
Ablandador de carne	444.00	Unidad	15.38	6,826.50
Achiote	1,332.00	Unidad	17.43	23,210.10
Canela	888.00	Unidad	10.25	9,102.00
Clavo de olor	444.00	Unidad	15.38	6,826.50
Comino	444.00	Unidad	14.35	6,371.40
Consomé de pollo	444.00	Unidad	7.00	3,108.00
Consomé de res	2,664.00	Unidad	7.00	18,648.00
Consomé camarón	888.00	Unidad	7.00	6,216.00
Orégano	444.00	Unidad	6.15	2,730.60
Pimienta	2,664.00	Unidad	9.23	24,575.40
Mayonesa	444.00	Unidad	82.00	36,408.00
Mostaza	444.00	Unidad	102.50	45,510.00
Salsa inglesa	444.00	Unidad	90.00	39,960.00
Salsa soya	444.00	Unidad	72.50	32,190.00
Salsa Tomate	444.00	Unidad	82.00	36,408.00
Vinagre blanco	444.00	Unidad	24.60	10,922.40
Vinagre tinto	444.00	Unidad	24.60	10,922.40
Sopas Instantaneas	444.00	Unidad	15.00	6,660.00
Sopas Maggi	2,664.00	Unidad	14.35	38,228.40
Paletas Heladas	1,776.00	Unidad	39.98	70,995.60
Coca cola	4,440.00	Unidad	102.50	455,100.00
Pepsi	2,664.00	Unidad	90.20	240,292.80
Kola shaler	888.00	Unidad	38.95	34,587.60
Jugos de frutas	2,664.00	Unidad	24.60	65,534.40
Baterías	2,664.00	Unidad	30.75	81,918.00
Cubiertos desechables	444.00	Unidad	24.60	10,922.40

Platos desechables	444.00	Unidad	24.60	10,922.40
Vasos desechables	444.00	Unidad	24.60	10,922.40
Pajillas	444.00	Unidad	16.40	7,281.60
Papel aluminio	888.00	Unidad	51.25	45,510.00
Pasta de lustrar	444.00	Unidad	56.38	25,030.50
Fósforos	4,884.00	Unidad	2.68	13,089.12
TOTAL DE INGRESOS 2023				7,759,743.60

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se presentan las proyecciones de los ingresos para los próximos cinco años.

Tabla 14 Proyección de los ingresos

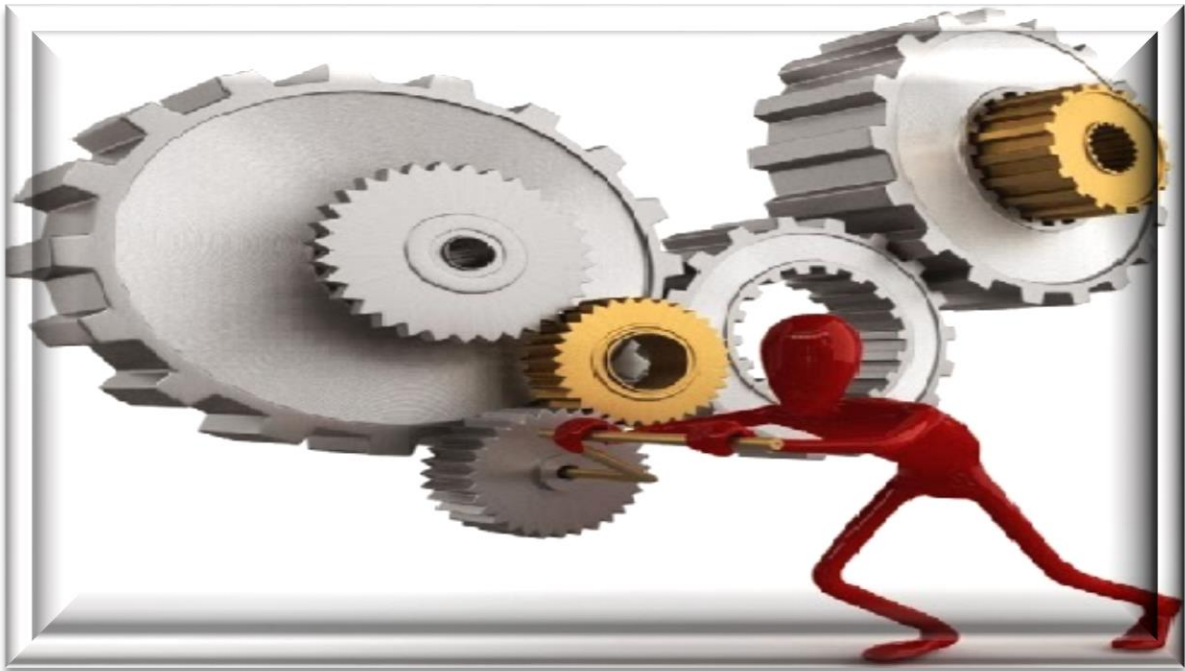
Año	Ingreso
2023	7,759,743.60
2024	8,535,855.60
2025	9,389,556.60
2026	10,328,552.22
2027	11,361,502.68

Fuente: Elaboración propia.

Para ver de forma detallada cada una de las proyecciones de ingresos para los próximos cinco años, referirse al (**Anexo G**).

CAPÍTULO II.

ESTUDIO TÉCNICO



CAPÍTULO II: ESTUDIO TÉCNICO

2.1. Generalidades

Este capítulo contempla los aspectos técnicos operativos que se requieren para el funcionamiento del mini súper, estos son: La determinación del tamaño del proyecto mediante la capacidad que se tiene en el local a alquilar, su localización, la ingeniería del proyecto, la organización requerida y los aspectos legales.

Dentro de la ingeniería del proyecto se encuentran otros aspectos de suma importancia los cuales tiene gran incidencia sobre la magnitud de los costos e inversiones al momento de ejecutar el proyecto. Dichos aspectos son: El proceso del servicio del mini súper y la selección de equipos, siendo estos últimos los necesarios para transformar algunos productos ya sea para su limpieza, pesaje, corte entre otros.

Del análisis de las características técnicas de los equipos y maquinarias se determina su disposición en el mini súper como también el espacio físico que estas ocuparan en ella. De estos aspectos ahí surge la función de producción óptima que garantice la mejor utilización de los recursos para brindar el servicio de comercialización.

2.2. Tamaño del proyecto

El tamaño de un proyecto está dado por su capacidad de generar un número determinado de servicios en un tiempo dado. Para determinar el tamaño del proyecto se deberá tomar en cuenta la demanda potencial insatisfecha presentada en el estudio de mercado. A continuación, se presenta una tabla que muestra la cantidad de personas que acudirán al mini súper.

Tabla 15 Personas que acuden al establecimiento

Año	Demanda Mensual	Personas anuales	Personas Semanal
2023	51	612	13
2024	52	624	13
2025	53	636	13
2026	54	648	14
2027	55	660	14

Fuente: Elaboración propia.

La tabla anterior muestra que se atenderán en promedio 13 personas semanales para el primer año, además para los próximos años se estima un crecimiento promedio de 1.1% anual debido a que la incrementación de la población es lenta.

2.3. Localización del proyecto

2.3.1. Macro localización

Dentro el conglomerado de departamentos de Nicaragua se seleccionó el departamento de Masaya para la creación del mini súper, específicamente en la Villa Bosco Monge. En la actualidad el departamento de Masaya, se encuentra ubicado a una distancia de 28 km al suroeste de la capital de Managua, limita con los municipios de Tipitapa, al norte; al sur con Catarina y Niquinohomo; al este con Tisma y Granada, y al oeste con Nandasmo. Y cuenta con una población de 403,417 personas (año 2022).

Dentro de las principales actividades económicas del sector se encuentran la agricultura, ganadería, acuicultura; las cuales han presentado un desarrollo favorable a lo largo del tiempo y se han convertido en las principales generadoras de empleos, contribuyendo al incremento del poder adquisitivo de los pobladores.

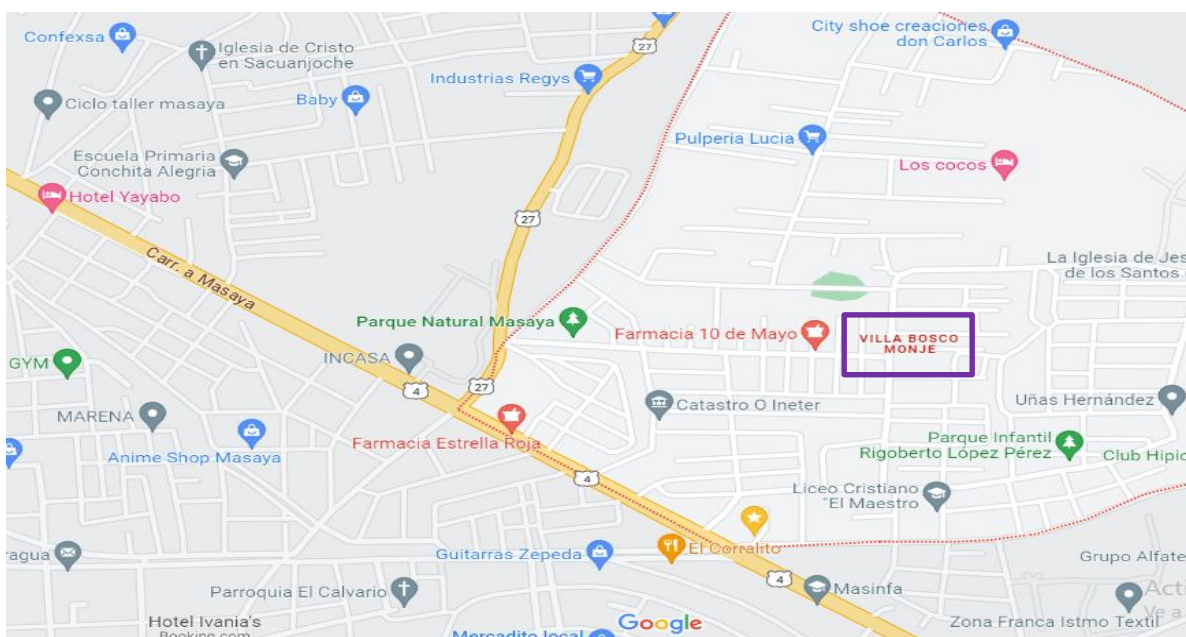
Tiene un clima que se caracteriza como tropical de sabana, con temperaturas de 27,5° C y con precipitaciones pluviales anuales que oscilan entre los 1.200 y 1.400 mm³. Actualmente existen pocas formaciones vegetales naturales asociadas, debido al intenso uso de la tierra en actividades agrícolas en los últimos años y agregándole a ello la extracción vegetal.

Ilustración 10 Mapa de Masaya



Fuente: Google Maps

Ilustración 11 Ubicación de la Villa Bosco Monge



Fuente: Google Maps

2.3.2. Micro localización

Una vez establecida la región del departamento donde estará ubicado el mini súper, es necesario determinar la ubicación precisa que tendrá la planta; para ello se analizan una serie de factores o variables que afectan directamente al proyecto tales como: oportunidad de negocio, el cual desde el punto de vista de los realizadores de este estudio es el factor más importante debido a que no existe un negocio que

ofrezca este tipo de servicio en la Villa Bosco Monge permitiendo así poder cumplir con los objetivos a lograr en el proyecto y evaluar su rentabilidad, un segundo factor de importancia es la ubicación, además se toman otros factores como disponibilidad de servicios básicos, local, vías principales de circulación, facilidad de transporte.

Para la realización de este análisis se toman en cuenta las etapas en la que se divide la Villa Bosco Monge que son: Villa Bosco Monge I, Villa Bosco Monge II, Villa Bosco Monge III ya que es ahí donde se encuentran los consumidores potenciales.

Se utilizará el “Método de puntos ponderados”, los factores más relevantes para realizar este análisis son:

- Concentración de la población objetivo
- Disponibilidad de servicios básico
- Disponibilidad de mano de obra
- Facilidad de transporte
- Local
- Ubicación

Este método consiste en asignar a cada factor antes mencionado un peso determinado para indicar su importancia relativa. Se asigna una escala de calificación a cada factor de 1 a 6, siendo 6 el valor que indica la mayor importancia entre las dos opciones analizadas.

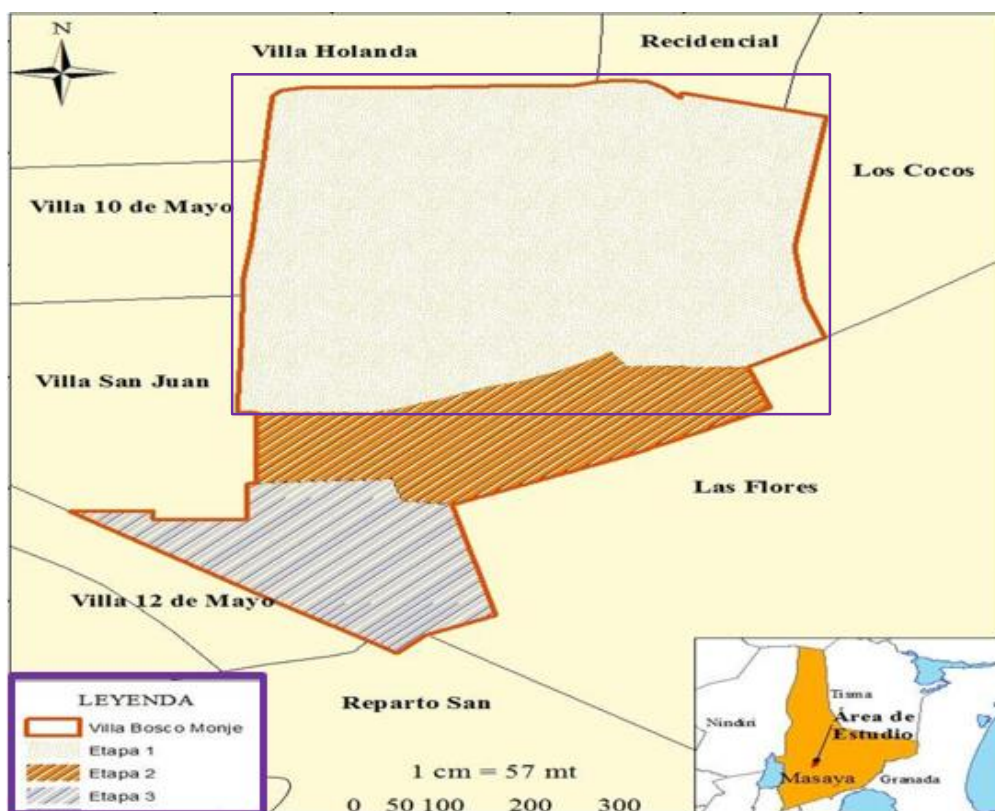
Tabla 16 Puntos ponderados

Factor	Peso	Villa Bosco Monge Etapa I		Villa Bosco Monge Etapa II		Villa Bosco Monge Etapa III	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Concentración de la población objetivo	0.3	6	1.8	4	1.2	3	0.9
Disponibilidad de servicios básico	0.3	6	1.8	6	1.8	6	1.8
Disponibilidad de mano de obra	0.05	5	0.25	4	0.2	3	0.15
Facilidad de transporte	0.1	6	0.6	4	0.4	4	0.4
Local	0.05	5	0.25	1	0.05	1	0.05
Ubicación	0.2	6	1.2	1	0.2	1	0.2
Total	1		5.9		3.85		3.5

Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar en el análisis de puntos ponderados, la localidad más conveniente para ubicar el mini súper está en la Villa Bosco Monge etapa I, zona que obtuvo el puntaje más alto de las tres que fueron evaluadas (5.9). Esta ubicación resulta idónea para el mini súper debido a que se encuentra a las orillas de la carretera de Masaya que conecta a los diferentes municipios aledaños, lugar por donde circula la mayoría de los trabajadores de las zonas francas aledañas al sector y por ende se concentra una gran parte de la población objetivo y los mayores niveles de demanda. A continuación se muestra el mapa del área que ocupa la Villa Bosco Monge etapa I:

Ilustración 12 Ubicación exacta del mini súper



Fuente: Luis Reyes

2.4. Ingeniería del proyecto

El estudio de la ingeniería del proyecto debe llegar a determinar la función de servicio óptimo para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles en la comercialización de los productos de la canasta básica. Una vez seleccionado el proceso de servicio óptimo para comercialización de los productos se derivan las necesidades de equipos y maquinarias. A partir de la determinación de la disposición de planta y de los requerimientos de las personas encargadas del manejo de los productos se definen las necesidades de espacio y obras físicas.

2.4.1. Procesos

Los procesos que se diseñarán estarán basados en la gestión del proyecto en sus actividades más cotidianas; estos serán mostrados a través de un diagrama de flujo con el fin de facilitar la comprensión de los distintos procedimientos y en los casos que aplique poder observar las entidades que están involucradas en cada uno de estos. El propósito de diseñar diferentes procesos para el mini súper es garantizar el buen funcionamiento de cada una de las áreas que conforman la organización, es necesario aclarar, que dichos procesos no serán definitivos y estarán sujetos a cambio a medida que la organización evoluciona o esta así lo requiera. A continuación, se muestra un resumen de los diagramas de flujo, los diagramas de flujo para cada proceso se presentan en el (**Anexo H**).

Tabla 17 Proceso de adquisición de productos

Adquisición de productos	
1.	El supervisor informa que se requiere abastecer inventario
2.	El supervisor realiza orden del pedido y la envía al gerente
3.	Gerente revisa lista de productos a comprar
4.	Gerente verifica disponibilidad de capital
5.	Gerente envía orden al proveedor
6.	Encargado de perecederos y granos básico y responsable del área de carne recibe la orden
7.	Gerente envía factura de pago al proveedor
8.	Encargado de perecederos y granos básico y responsable del área de carne ingresa productos al inventario
9.	Encargado de perecederos y granos básico y responsable del área de carne almacena productos en bodega

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18 Colocación de productos en sala de ventas

Colocación de productos	
1.	Encargado de perecederos, granos básico y responsable del área de carne reporta cuando no hay productos suficientes en los estantes
2.	Supervisor da orden de llevar productos a sala de ventas
3.	Encargado de perecederos granos básico y responsable del área de carne coloca los productos en las estanterías de la sala de ventas

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19 Almacenamiento de carnes

Proceso de almacenamiento carnes	
1.	Encargado de bodega notifica al encargado del área de carnes que debe llevar carnes al almacén
2.	Responsable de área de carnes revisa el lote y almacena
3.	Responsable del área de carnes verifica que todo esté en orden

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20 Venta de productos

Venta del producto	
1.	Cliente llega al mini súper
2.	Cliente ingresa al área de compras
3.	Cliente elige productos de su preferencia
4.	Cajero factura productos
5.	Cajero cobra productos
6.	Cajero empaca los productos
7.	Cliente recibe los productos
8.	Cliente se retira del mini súper

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21 Contratación del personal

Contratación del personal	
1.	Gerente general identifica el puesto vacante
2.	Gerente general recibe documentación de los aspirantes
3.	Gerente general realiza selección de candidatos
4.	Gerente general realiza entrevistas
5.	Gerente general selecciona al mejor candidato
6.	Gerente general pone a prueba al candidato
7.	Gerente general contrata al candidato

Fuente: Elaboración propia

2.5. Distribución de la planta

La distribución de planta nos permite ordenar todas las áreas específicas de la empresa, por lo que es importante reconocer que orienta al ahorro de recursos, esfuerzos y otras demandas. Como en todo servicio, el tipo de distribución de planta es por proceso, las áreas se distribuyeron tomando en cuenta los movimientos del cliente, así como las interrelaciones entre las distintas áreas. Se distribuyeron los

espacios y recursos disponibles manteniendo a su vez las condiciones óptimas de seguridad y bienestar, para quienes hagan uso de ellas. Se aprovechó en su totalidad el local del que se dispone, evitando con ello dejar espacios ociosos que no reporten utilidad alguna tanto para el demandante como para el oferente del servicio. El área del terreno para el mini súper es de 409 metros cuadrados y estará conformado de la siguiente manera:

Área de venta: Este segmento es el lugar donde serán colocados todos los productos que se comercialicen. Contará con la estantería necesaria, mesas para exhibición y los refrigeradores para los productos que lo ameriten.

Caja: Esta área se encontrará el encargado de facturar las ventas a los clientes.

Bodega: Es el área donde serán almacenados los productos que no estén en exhibición y por tanto deben esperar como parte del inventario del mini súper.

Oficina: En esta área se encontrará el personal administrativo del proyecto y desde donde se tomarán todas las decisiones para el funcionamiento del mismo.

Almacén de limpieza: Es la zona donde se almacenará todos los productos necesarios para mantener las mejores condiciones de higiene y salubridad dentro de las instalaciones.

Servicios sanitarios: Serán utilizados para satisfacer las necesidades fisiológicas de los clientes y el personal.

Parqueo: Esta área será utilizada por las personas que lleguen a realizar sus compras al mini súper y también para el personal que labore en la misma.

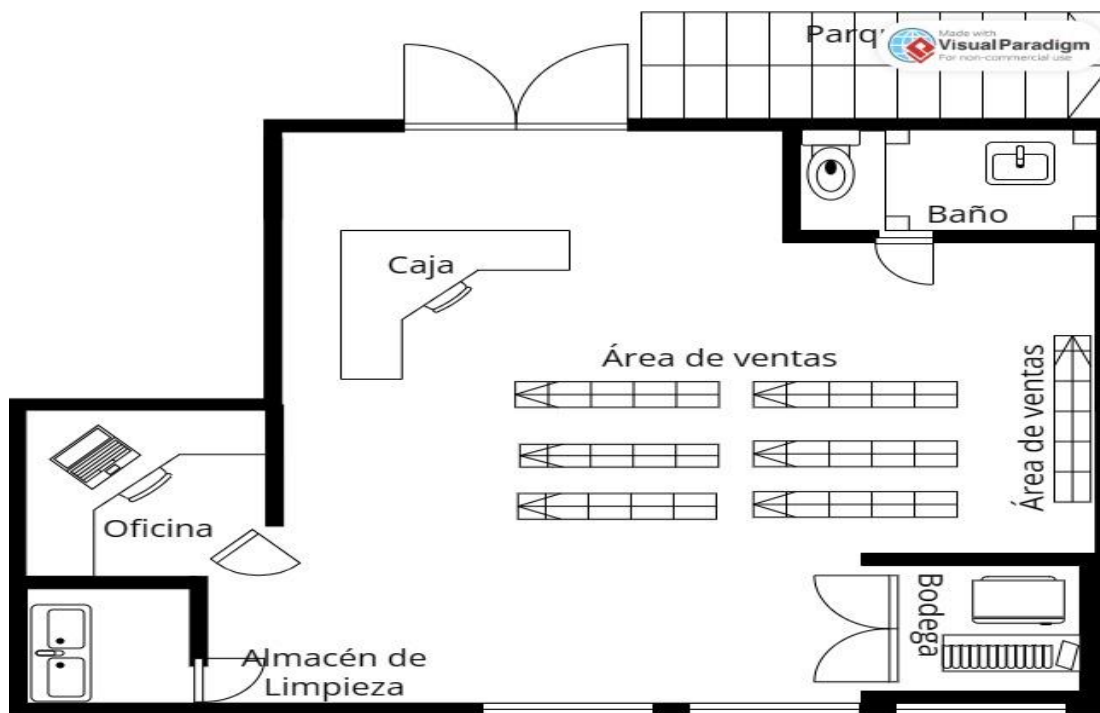
Tabla 22 Medidas mini súper

Área	Medidas (metros, Largo x Ancho)
Área de venta	20 mts x 12 mts
Caja	6 mts x 5 mts
Bodega	10 mts x 7 mts
Oficina	12 mts x 7 mts
Almacén de limpieza	1.5 mts x 1.5 mts
Servicios sanitarios	2.5 mts x 2 mts
Parqueo	16 mts x 20 mts

Fuente: Elaboración propia

La siguiente imagen ilustra de manera general la ubicación de las diferentes áreas y como estarán distribuidos en la instalación:

Ilustración 13 Planta arquitectónica



Fuente: Elaboración propia

2.5.1. Mapa de riesgo

Una vez que se ha presentado el diseño de la planta del mini súper es necesario presentar el mapa de riesgos correspondiente a las instalaciones, con el objetivo de organizar la información sobre los riesgos del proyecto y visualizar su magnitud, con el fin de establecer las estrategias adecuadas para su manejo. En caso de que algún suceso negativo pase en la empresa, será mucho más fácil y eficaz tomar medidas preventivas, tratando de dar solución al problema en el menor tiempo posible.

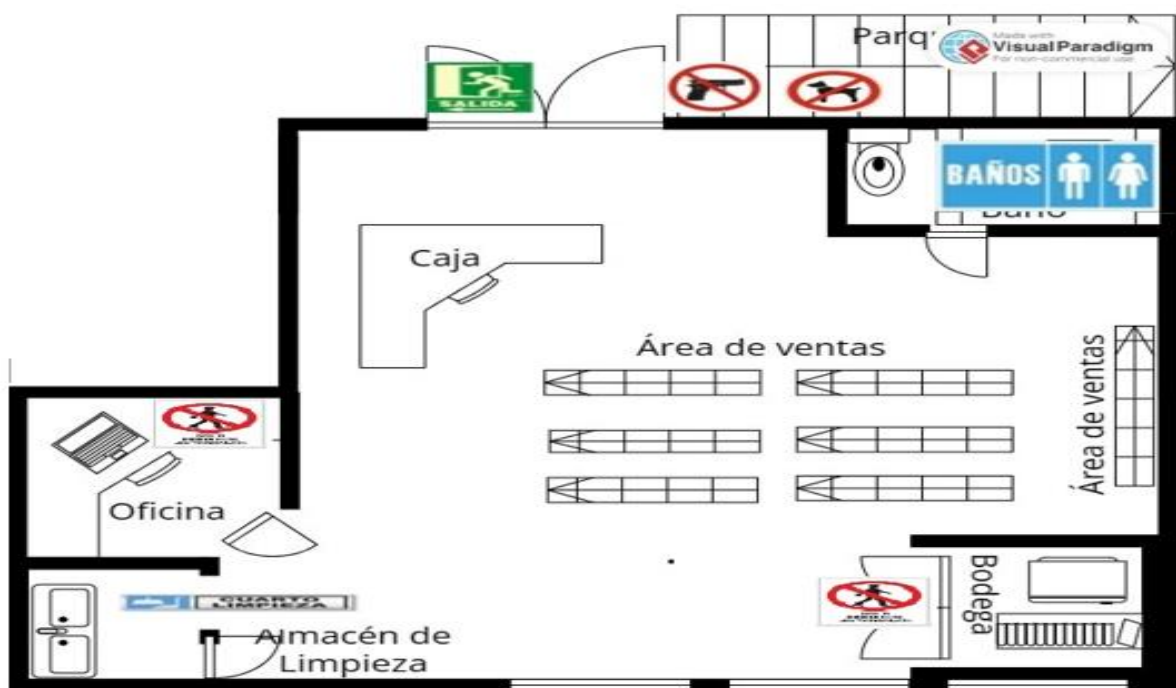
A continuación, se presentan las diferentes señales utilizadas en el mapa de riesgo junto con su correspondiente significado para finalmente presentar el diseño final del mapa.

Tabla 23 Símbolos mapa de riesgo

Señalización	
Símbolo	Nombre
	Salida
	Solo personal autorizado
	Prohibido fumar
	Prohibido armas
	Prohibido animales
	Baños
	Cuarto de limpieza

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 14 Mapa de señalizaciones



Fuente: Elaboración propia

2.5.2. Recursos

A continuación, se presentan los diferentes tipos de recursos utilizados junto con sus características técnicas (las cotizaciones se pueden ver en el (**Anexo I**))

los precios de algunos equipos se obtuvieron en la página web del vendedor o fabricante y otros de manera telefónica por lo tanto no aparece su cotización en el anexo):

Tabla 24 Medidas del local

Concepto	Medida
Local	2.5 manzanas

Fuente: Elaboración propia

Maquinaria y equipo

Tabla 25 Características de maquinaria y equipos

Equipo	Características	Marca	Cantidad
Caja registradora	Sharp XE A 404 Alfanumérica.	Sharp Xe	2
Laptop	Microprocesador AMD Athlon™ Silver 3050U	Hp	7
Exhibidor frio horizontal	Vidrio curvo frontal, estructura de acero inoxidable, doble barra de acero.	Refrimate	1
Exhibidor frio vertical	1 puertas, con cristal visor, control de temperatura ajustable e iluminación interna.	Refrimate	3
Mueble de verduras	Acero inoxidable.	Refrimate	2
Cortador eléctrico de alimentos carne	Cuchillas de acero inoxidable extraíbles, potente 150 W.	Ostba	1
Balanza electrónica de mesa	Lectura en kilos, gramos, libras y onzas. Batería interna recargable.	Tecnipesa	1
Balanza de colgar	Capacidad 40 lb Reloj a doble cara, lectura en libras.	Tecnipesa	2
Mesa de trabajo	Galvanizado, patas y pata conector, 18 , plástico pies en forma de bala ajustables.	Johnson Rose	2
Polines	Estándar.		10
Carro plataforma	Resistentes para soportar cargas pesadas, no se oxida, tiene dos barras cruzadas, cuatro ruedas, dos de ellas giratorias.	Rubbermaid	1
Góndolas	5 estantes dividas cada 40 cm.	Genérico	5

Fuente: Elaboración propia

Mobiliario y equipo de oficina

Tabla 26 Características mobiliario y equipo de oficina

Equipo	Características	Marca	Cantidad
Escritorio	Escritorio tipo contador 30"x48", laminado.	Nacional	2
Sillas de oficina	Sin brazo, malla color negro, patas con ruedas.	Multex	3
Sillas para cajero	Silla sin brazos, giratoria, forrada en tela de damasco color negro.	Indroke	2
Botes de basura	Contenedor plástico.	Dislisa	3
Archiveros	4 gavetas, color beige, jaladoras troqueladas.	Multex	2

Fuente: Elaboración propia

Equipos de reposición

Tabla 27 Características equipo de reposición

Equipo	Características	Marca	Cantidad
Papel Bond	Número 40 8, 500 hjs carta.	Chamex	5
Grapas	5.000 grapas, estándar.	Bostitch	1
Engrapadoras	B515.	Bostitch	3
Marcadores	Marcadores permanentes.	Superior	9
Lapiceros	Punta media.	Faber Castell	15
Folder	Caja de 100 unidades.	Isifile	2
Binder	Negro con deposito.	Cardinal	3
Bolsas plásticas	Tamaño grande	Tigre	500

Fuente: Elaboración propia

Equipos y utensilios de limpieza

Tabla 28 Características equipos y utensilios de limpieza

Equipo	Características	Marca	Cantidad
Basureros industriales	Plástico duro con tapa y pedal.	Rubbermaid	2
Dispensador de jabón	Genérico.	Scott	2
Jabón mano	Líquido genérico.	Dislisa	2
Dispensador toalla	Genérico.	Dislisa	2
Caja de papel toalla	Caja de 6 rollos.	Dislisa	2
Toalla de limpieza	Lanilla de microfibra multiusos.	Dislisa	2
Lampazo	Genérico.	Dislisa	2
Mecha lampazo	Blanca.	Estrella	2
Exprimidor lampazo	Estructura plástica color amarillo con negro.	Rubbermaid	1
Cloro		Magia Blanca	4
Detergente		Xedex	4
Guantes de hule	Reusable.	Scotch Brite	1
Pala	Recogedor plástico, con mango de metal.	Flo Pac	1

Fuente: Elaboración propia

Equipos varios

Tabla 29 Características equipos varios

Equipo	Características	Marca	Cantidad
Muebles área de caja	Color blanco.	Custom	2
Canastas	Canastas de acero cromado.		10
Carros de supermercado	Parrilla de acero cromado, ruedas de plástico de 3" de diámetro.		4

Casillero para clientes	Metálico, color gris con puertas metálicas y cerraduras 20 puertas.		1
Aire acondicionado	12000 110 BTU, filtro antivirus.	LG	1
Abanico	3 aspas metálicas, control de 5 velocidades.	Rebel	2

Fuente: Elaboración propia

2.5.3. Administración de inventario

Para la gestión del inventario del mini súper se utilizará el modelo ABC, el cual clasifica los productos en base al volumen monetario anual de la siguiente manera:

Grupo A, se incluyen los inventarios de rotación más lenta, y cuya inversión es más alta.

Grupo B, se incluyen los artículos que siguen a “A” en cuanto a la magnitud de inversión.

Grupo C, se incluyen una gran cantidad de inventarios que requiere poca inversión.

A continuación, se presenta una tabla con la clasificación correspondiente al modelo ABC para cada una de las distintas categorías de productos que serán ofrecidos en el mini súper:

Tabla 30 Clasificación de los productos según el modelo ABC

Categoría	Valor Anual	Porcentaje de	Clasificación
Abarrotes	C\$ 1,168,675.48	19%	B
Frutas y Verduras	C\$ 835,334.49	13%	B
Carnes	C\$ 747,230.68	12%	B
Lácteos	C\$ 561,684.86	9%	B
Enlatados	C\$ 121,434	2%	C
Cereales y derivados	C\$ 875,766.91	14%	B
Embutidos	C\$ 40,048.80	1%	C
Limpieza del hogar	C\$ 271,102.84	4%	C
Aseo personal	C\$ 289,193.18	5%	C
Otros	C\$ 1,304,278.41	21%	A
Total	C\$ 6,214,749.65	100 %	

Fuente: Elaboración propia

Una vez se han clasificado los productos es necesario determinar distintas estrategias que permitan gestionar cada uno de estos grupos. Para los artículos tipo **A** se hará lo siguiente:

- Optimizar el proceso de selección y evaluación de los proveedores.
- Destinar mayores recursos para la compra de productos.

- Someter los productos a criterios de control físico más estrictos.
- Almacenar en sitios seguros dentro de la bodega.
- Comprobar con más frecuencia la existencia y fecha de caducidad de estos.

Los productos con clasificación B contarán con las siguientes estrategias:

- Realizar pedidos en grupos en lugar de individualmente.
- Someter los productos a criterios de control físico.
- Comprobar con frecuencia la existencia y fecha de caducidad de estos.

Finalmente, los artículos de clasificación C se gestionarán a través de las siguientes estrategias:

- Ordenar en lotes grandes para minimizar la frecuencia de pedidos, únicamente para aquellos que son muy baratos y con niveles de demanda moderados.
- Para los que son más caros, con poca demanda, serán pedidos sólo cuando se demanden y se tratará de no mantener ningún inventario sobre ellos.
- Se comprobará la existencia y fecha de caducidad de estos de manera semestral.

2.5.4. Disponibilidad de materiales

La disponibilidad de insumos es una condicionante en el desarrollo de este proyecto ya que estos podrían no estar disponibles en la cantidad y la calidad deseada por lo que llegarían a limitar la capacidad de atención y los costos relacionados. La regularidad del abastecimiento de la materia prima es sumamente importante, así como la calidad de la misma ya que no contar con ella provocaría pérdidas económicas e insatisfacción de clientes. La materia prima del mini súper son los productos de la canasta básica los cuales son abastecidos por proveedores reconocidos por su calidad y responsabilidad ya mencionados en el estudio de mercado. También debido a la ubicación del mini súper se puede obtener productos del mercado de Masaya o de productores locales.

2.5.5. Tecnología y equipos

Se entenderán como todas las inversiones que permitan la operación normal de la planta creada por dicho proyecto. Dentro de este segmento se encuentran:

- Mobiliario
- Equipos de refrigeración
- Equipo de almacenamiento
- Utensilios varios

2.6. Organización y aspectos legales

En este apartado se presentan aspectos fundamentales relacionados con la manera en que legalmente y jerárquicamente se maneja el mini súper, por tal motivo se describen factores claves como la estructura organizacional de la empresa, la misión y visión de la empresa, así como los distintos documentos que serán la base fundamental bajo la cual se registrarán los distintos colaboradores.

Misión

“Nuestra misión es satisfacer las necesidades de nuestros clientes mediante la comercialización de productos de consumo básicos de calidad a precios bajos, así como el ofrecimiento de un servicio de calidad a través de un personal capacitado y comprometido con nuestros clientes”.

Visión

“Ser la empresa principal referente comercial en lo que respecta a la comercialización de productos de primera necesidad en la Villa Bosco Monge, con la finalidad de brindar un servicio de calidad que satisfaga las necesidades de compras de los habitantes”.

Estructura organizacional del mini súper

El personal requerido para el buen funcionamiento del mini súper y que sigue la estructura orgánica mencionada anteriormente es el siguiente: 1 Gerente general, 1 Contador, 1 Supervisor, 1 Responsable de perecederos y granos básicos, 1 Responsable del área del área de carnes, 2 Cajeros, 1 Conserje, 1 Marketing y publicidad.

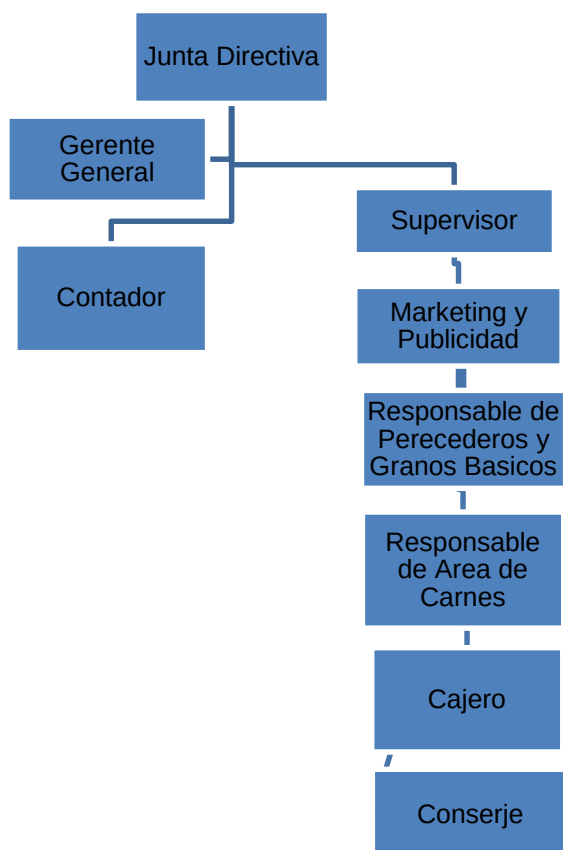
Los cuales atenderán el mini súper en el siguiente horario: Lunes - Sábado de 8:00 am – 5:00pm.

La estructura de una organización se diseña para definir los puestos, obligaciones y responsabilidades de quienes lo desempeñan, para el mini súper se hace uso de una estructura de jerarquización vertical la delegación de la autoridad será de arriba hacia abajo, en donde la autoridad está representada por el gerente general.

Ilustración 15 Organigrama

Fuente: Elaboración propia

Descripción de funciones por cargo



El talento humano constituye un importante recurso en la operación adecuada del mini súper ya que ellos se encargan de las actividades diarias que se ejecutan en el mini súper. En las siguientes tablas se observan las fichas ocupacionales.

Tabla 31 Fichas ocupacionales

 Mini Super Wonderful Market Fecha : 21/01/2024	
FICHA OCUPACIONAL	
I. Identificación del puesto	
Dependencia organizativa	: Oficina Administrativa
Nombre del puesto	: Gerente General
Superior inmediato	: Junta Directiva
Ubicación física del puesto	: Mini Super Wonder Market
II. Propósito general del puesto	
Es el encargado de dirigir, coordinar y controlar las actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras del mini súper, así como resolver los asuntos que requieran su intervención.	
III. Descripción de funciones	
1. Organizar, dirigir, supervisar y coordinar las actividades operativas de la compañía, la estructura orgánica y los reglamentos institucionales, a efecto de alcanzar sus fines y objetivos. 2. Controlar el óptimo uso de los recursos humanos, financieros y materiales de la compañía. 3. Establecer Metas Objetivas, estrategias y planes de desarrollo para mejorar el funcionamiento de la entidad. 4. Describir las responsabilidades que definen cada puesto laboral y las cualidades que debe tener la persona que lo ocupe. 5. Presentar informes periódicos sobre las actividades de estos a la junta de Accionistas. 6. Autorizar pedidos de mercadería y pagos correspondientes.	
IV. Perfil Requerido	
Formación Básica	- Lic. en Administración de empresa
Conocimientos Requeridos	- Computación, administración, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas.
Habilidades y destrezas	- Autocontrol, Capacidad para entender a los demás, Habilidad analítica, Pensamiento Analítico, Presentación de soluciones, Dirección de equipos de trabajo, Capacidad de Planificación y Organización, Flexibilidad, Tolerancia a la presión, Modalidad de Contacto, Iniciativa – Autonomía, Responsabilidad, Liderazgo

Fuente: Elaboración propia

	Mini Super Wonderful Market		Fecha : 21/01/2024
	FICHA OCUPACIONAL		
I. Identificación del puesto			
Dependencia organizativa		: Oficina Administrativa	
Nombre del puesto		: Contador	
Superior inmediato		: Gerente General	
Ubicación física del puesto		: Mini Súper Wonder Market	
II. Propósito general del puesto			
Se encarga de llevar el registro numérico de cada una de las operaciones del mini súper, a fin de llevar a cabo el control de los movimientos contables que dan lugar a los balances y demás reportes financieros.			
III. Descripción de funciones			
1. Verificar que las facturas recibidas contengan correctamente los datos fiscales de la empresa y que cumplan con las formalidades requeridas. 2. Revisar el cálculo de las planillas de retención de impuesto sobre la renta del personal emitidas por los empleados, y realizar los ajustes en caso de no cumplir con las disposiciones. 3. Llevar mensualmente los libros generales de Compras y Ventas, mediante el registro de facturas emitidas y recibidas a fin de realizar la declaración de IVA. 4. Llevar libros contables (Diario, mayor e inventarios).			
IV. Perfil Requerido			
Formación Básica		- Contador público.	
Conocimientos Requeridos		- Conocimiento de los programas básicos para llevar la contabilidad en el mini súper.	
Habilidades y destrezas		- Responsabilidad, iniciativa, pensamiento analítico, organización, capacidad y criterio en la toma de decisiones, buenas relaciones interpersonales, habilidad numérica, capacidad de trabajo bajo presión, liderazgo.	

Fuente: Elaboración propia

	Mini Super Wonderful Market		Fecha : 21/01/2024
	FICHA OCUPACIONAL		
I. Identificación del puesto			
Dependencia organizativa		: Oficina Administrativa	
Nombre del puesto		: Supervisor	
Superior inmediato		: Gerente General	
Ubicación física del puesto		: Mini Super Wonder Market	
II. Propósito general del puesto Se encarga de resolver los problemas del día a día del mini súper, distribuye el trabajo y asigna tareas específicas a los empleados para que cumplan con los objetivos de la empresa, en caso contrario asigna acciones correctivas igualmente apoya al cajero u algún trabajador cuando se ausente o tenga problemas.			
III. Descripción de funciones 1. Programar y planificar el trabajo del día, establecer prioridades y orden tomando en cuenta la disponibilidad de recursos. 2. Delegar autoridad procurando que sus decisiones sean claras, específicas y concretas sin olvidar el nivel general de los subordinados. 3. Elaborar planes de adiestramiento tanto para el personal nuevo como para el antiguo, con el fin de lograr la mejora continua. 4. Evaluar constantemente para detectar el grado de cumplimiento de los objetivos planteados. 5. Colaborar con el trabajo de los demás en caso de que el mini súper este lleno.			
IV. Perfil Requerido			
Formación Básica		Licenciado en administración de empresas o afines	
Conocimientos Requeridos		- Computación, administración, Conocimiento sobre manejo de personal, manejo de las políticas y reglamentos de la empresa, capacidad para adiestrar al personal, experiencia como líder.	
Habilidades y destrezas		- Capacidad para entender a los demás, Presentación de soluciones, Dirección de equipos de trabajo, Capacidad de Planificación y Organización, Flexibilidad, Tolerancia a la presión, Iniciativa – Autonomía, Responsabilidad, Liderazgo. Responsabilidad, Liderazgo	

Fuente: Elaboración propia

	Mini Super Wonderful Market		Fecha : 21/01/2024
	FICHA OCUPACIONAL		
I. Identificación del puesto			
Dependencia organizativa		: Oficina Administrativa	
Nombre del puesto		: Marketing y Publicidad	
Superior inmediato		: Gerente General	
Ubicación física del puesto		: Mini Super Wonder Market	
II. Propósito general del puesto Se encarga en el proceso para crear, comunicar medios publicitarios del Mini Super así como el manejo de las redes sociales.			
III. Descripción de funciones 1. Planificar e implementar estrategias de mercadotecnia para el Mini Super. 2. Dirigir Campañas y promociones de marketing. 3. Verifica fecha de vencimiento de los productos. 4. Manejar redes sociales y mantener activos con clientes.			
IV. Perfil Requerido			
Formación Básica		- Mínimo estudiante de 3er año de Marketing y Publicidad.	
Conocimientos Requeridos		- Manejo de Redes Sociales	
Habilidades y destrezas		- Amabilidad, discreción, trabajo en equipo, orientación al servicio, tenacidad, capacidad para trabajar bajo presión, atención al detalle, autocontrol, disciplina.	

Fuente: Elaboración propia

	Mini Super Wonderful Market		Fecha : 21/01/2024
	FICHA OCUPACIONAL		
I. Identificación del puesto			
Dependencia organizativa		: Oficina Administrativa	
Nombre del puesto		: Responsable de perecederos y granos básicos	
Superior inmediato		: Supervisor	
Ubicación física del puesto		: Mini Super Wonder Market	
II. Propósito general del puesto Se encarga de la recepción, almacenaje y distribución de la mercadería dentro del mini súper, procurando en todo el proceso tanto el mantenimiento del inventario físico.			
III. Descripción de funciones 1. Recibir los perecederos y granos básicos solicitados mediante orden de compra. 2. Ordenar la mercadería. 3. Verifica fecha de vencimiento de los productos. 4. Hace las devoluciones del producto cuando vienen vencidos al momento de la entrega. 5. Mantener el orden del área.			
IV. Perfil Requerido			
Formación Básica		- Mínimo bachiller secundaria. - Mínimo 1 año de experiencia trabajando en bodegas comerciales.	
Conocimientos Requeridos		- Cursos o conocimientos en manejo de bodegas e inventario, manejo del sistema operativo Windows, Word y Excel	
Habilidades y destrezas		- Amabilidad, discreción, trabajo en equipo, orientación al servicio, tenacidad, capacidad para trabajar bajo presión, atención al detalle, autocontrol, disciplina.	

Fuente: Elaboración propia

	Mini Super Wonderful Market		Fecha : 21/01/2024
	FICHA OCUPACIONAL		
I. Identificación del puesto			
Dependencia organizativa		: Oficina Administrativa	
Nombre del puesto		: Responsable del área de carnes	
Superior inmediato		: Supervisor	
Ubicación física del puesto		: Mini Super Wonder Market	
II. Propósito general del puesto Es el responsable de mantener abastecido el mostrador de las carnes y de mantener el inventario para que no existan desabastecimientos.			
III. Descripción de funciones 1. Mantener el área de carnes abastecida. 2. Delegar labores al despachador de carne. 3. Mantener la limpieza del área en todo momento para evitar la contaminación. 4. Controlar diariamente que todas las carnes estén frescas.			
IV. Perfil Requerido			
Formación Básica		- Mínimo bachiller secundaria. -Curso de manipulación de alimentos.	
Conocimientos Requeridos		- Conocimiento acerca de cortes de carne.	
Habilidades y destrezas		- Amabilidad, discreción, Trabajo en equipo, orientación al servicio, tenacidad, capacidad para trabajar bajo presión, atención al detalle, autocontrol, disciplina.	

Fuente: Elaboración propia

	Mini Super Wonderful Market		Fecha : 21/01/2024
	FICHA OCUPACIONAL		
I. Identificación del puesto			
Dependencia organizativa		: Oficina Administrativa	
Nombre del puesto		: Cajeros	
Superior inmediato		: Supervisor	
Ubicación física del puesto		: Mini Super Wonder Market	
II. Propósito general del puesto Se encarga de cobrar el dinero por los productos a los clientes; Al final del día imprime el consolidado de caja en el cual figuran todos los ingresos del día incluidos los ingresos en efectivo y en tarjetas de crédito si así lo requiere el mini súper.			
III. Descripción de funciones 1. Recibir y procesar los pagos de los clientes. 2. Realizar la conciliación del total de los pagos con el total de las ventas. 3. Mantener su área de trabajo limpia y ordenada.			
IV. Perfil Requerido			
Formación Básica		- Técnico en Caja y finanzas, Curso de contabilidad general 6 meses.	
Conocimientos Requeridos		- Mínimo 1 año trabajando como cajero - Habilidad y destreza con las matemáticas, manejo del sistema operativo Windows.	
Habilidades y destrezas		- Amabilidad, discreción, Facilidad para realizar cálculos aritméticos, Conteo y cambio de dinero con exactitud y rapidez, manejo de microcomputadora, calculadoras y máquina registradora con rapidez.	

Fuente: Elaboración propia

		Mini Super Wonderful Market		Fecha : 21/01/2024
FICHA OCUPACIONAL				
I. Identificación del puesto				
Dependencia organizativa		: Oficina Administrativa		
Nombre del puesto		: Conserje		
Superior inmediato		: Supervisor		
Ubicación física del puesto		: Mini Super Wonder Market		
II. Propósito general del puesto				
Se encarga de conservar en condiciones óptimas la limpieza y sanidad de todas las áreas del mini súper, A su vez, Debe conocer los productos químicos más comunes y su uso correcto.				
III. Descripción de funciones				
1. Realizar las tareas de limpieza correspondientes en todas las áreas del mini súper.				
2. Utilizar correctamente los diferentes líquidos de limpieza para asegurar la higiene en cada área.				
3. Guardar los equipos de limpieza en perfecto estado y en el lugar correspondiente.				
IV. Perfil Requerido				
Formación Básica		Mínimo bachiller secundaria.		
Conocimientos Requeridos		- Mínimo 1 año de experiencia.		
Habilidades y destrezas		- Amabilidad, orientación al servicio, orden, capacidad para trabajar bajo presión, atención al detalle, autocontrol, disciplina.		

Fuente: Elaboración propia

2.6.1. Constitución de la sociedad

Persona jurídica: Se conoce como persona jurídica a una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones, así como de ser representada judicial y extrajudicialmente. A continuación, se enumeran los pasos para registrar una empresa una empresa en Nicaragua.

Registro mercantil

A continuación, se detallan los pasos que se deben seguir según el MIFIC para crear una empresa:

- Protocolización de constitución de sociedad del país de origen y acta o escritura pública de apertura de sucursal en Managua, con una fotocopia certificada de la protocolización.
- Solicitud Inscripción Comerciante en papel sellado firmada por el representante legal y copia de cédula de identidad o pasaporte (en caso de ser extranjero) con copia certificada de la misma y libros contables de la empresa (Diario, Mayor).
- Poder general de administración con C\$ 70 de timbres fiscales, en original y fotocopia certificada.

2.6.2. Requisitos generales de inscripción

Este régimen es de estimación administrativa y comprende el pago de IR e IVA. Acuerdo ministerial 022-2003 y 17-2006. El acta de constitución puede apreciarse en el (**Anexo J**).

Las personas que deben inscribirse en Régimen general, son todas aquellas que quedan excluidas para optar al régimen de cuota fija, según lo establece el Art. 10 del acuerdo ministerial 22-2003 y las cuales se describen a continuación:

1. Las personas jurídicas o sociedades, cualquiera que fuere su naturaleza.
2. Las personas naturales que estén comprendidas en las siguientes situaciones:
 - a) Que posean inventarios de mercadería, superiores a C\$200,000.00 (doscientos mil córdobas netos) en cualquier momento del año.
 - b) Que superen en cualquier momento del año el monto máximo de ingresos brutos anuales establecidos en el Art. 2 de este reglamento.
 - c) Que sean importadores directos.
 - d) Que sean exportadores directos.
 - e) Que formen parte de unidades económicas.
 - f) Que ejerzan profesiones liberales.
 - g) Asalariados con ingresos mayores a los cincuenta mil córdobas anuales (C\$50,000.00).

- h) Que realicen cualquiera de las siguientes actividades: intermediación financiera, agente aduanero, venta de bienes o prestación de servicios a través de internet, correduría de seguros y de bienes muebles e inmuebles, supermercados, mini súper, hoteles, moteles y auto hoteles, night club, imprentas, ópticas, gasolineras, auto lotes (venta y alquiler de vehículos), auto lavados que cuenten con equipos mecanizados.
- i) Quienes estén ubicados en centros comerciales, plazas de compra y localidades similares, independientemente de la actividad económica.
- j) Derogado.
- k) Quienes siendo proveedores del estado realicen ventas o presten servicios en cuantía superior a C\$150,000.00 anuales.

La inscripción del contribuyente debe realizarse en la administración de rentas más cercana a su domicilio, donde a la vez se le entregará una resolución que establece el monto de las cuotas mensuales que deberá pagar. Para el caso de Managua la inscripción se hace únicamente en la administración de rentas de pequeños contribuyentes, o en las agencias fiscales autorizadas de sus municipios.

2.6.3. Apertura de matrícula de negocio por régimen general

Trámite para Alcaldía Municipal de la zona donde se abrirá el negocio.

Licencia Sanitaria

Esta licencia se extiende a todos aquellos negocios que tendrán dentro de su giro la manipulación de alimentos, por tanto, se hace necesaria la certificación de que el mini súper cuente con un certificado que constate la inocuidad de sus alimentos y productos.

Los pasos para la obtención de dicha licencia se detallan a continuación:

1. Carta de solicitud de inspección de permiso de operación.
2. Certificado de salud trabajadores y propietarios.
3. Charlas de capacitaciones al personal.
4. Matrícula de la alcaldía.
5. Fumigación privada.
6. Copia de cédula del propietario.
7. Entrega de licencia.

8. Colocar en un lugar visible.

Licencia de la policía nacional

La institución policial extiende dicha licencia a todos aquellos negocios que por su naturaleza puedan causar un impacto negativo a la comunidad. Comúnmente los expendios de licor son sujetos a dichas revisiones y aunque el mini súper no se dedique a distribuir dichos productos, la obtención de esta licencia será un agregado positivo a su operación:

1. Solicitud por escrito al jefe de seguridad pública para inspección del negocio.
2. Policía hace inspección regidos bajo las normas del decreto 163/69. Estudio de prefactibilidad para la creación de un mini súper (Wonderful Market) en la en la Villa Bosco Mongo, etapa I del departamento de Masaya.
3. Presentar matricula del negocio en la alcaldía.
4. Solvencia municipal.
5. Constancia de medio ambiental.
6. Solvencia DGI.
7. Fotocopia de cédula del dueño del negocio.
8. Récord policial.
9. Licencia Intur.
10. Licencia Sanitaria.
11. Constancia de bomberos.
12. Fotos tamaño carnet.
13. Copia del título de propiedad o contrato de arriendo.

Pago de aranceles C\$220

CAPÍTULO III.

ESTUDIO FINANCIERO



CAPÍTULO III: 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 antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.

3.1. Inversión

La inversión inicial del mini súper está compuesta por la adquisición de todos los activos fijos (tangibles) y diferidos (intangibles) necesarios para iniciar las operaciones, es decir, son inversiones que los dueños del proyecto ejecutan para la realización del mismo.

3.1.1. Inversión fija

3.1.1.1 Inversión en local

Tabla 32 Inversión en alquiler del local

Concepto	Medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Local	409m ²	1	C\$ 10,800	C\$ 10,800

Fuente: Elaboración propia

3.1.1.2 Inversiones en equipos

Para el correcto funcionamiento del mini súper se necesita tener la maquinaria y equipos necesarios para la comercialización de los productos. Todos aquellos elementos que se utilizaran dentro de las instalaciones y permitan brindar el servicio de comercialización están enlistados en la tabla a continuación:

Tabla 33 Inversión en maquinaria y equipo

Equipo	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Caja registradora	2	C\$ 7,600.94	C\$ 15,201.88
Laptop	7	C\$ 9,525	C\$ 66,675
Exhibidor frio horizontal	1	C\$ 208,800	C\$ 208,800
Exhibidor frio vertical	3	C\$ 43,200	C\$ 129,600
Mueble de verduras	2	C\$ 27,000	C\$ 54,000
Cortador eléctrico de alimentos	1	C\$ 2,012.76	C\$ 2,012.76
Balanza electrónica de mesa	1	C\$ 10,800	C\$ 10,800
Balanza de colgar	2	C\$ 1,980	C\$ 3,960
Mesa de trabajo	2	C\$ 11,700	C\$ 23,400
Polines	10	C\$ 85	C\$ 850
Carro plataforma	1	C\$ 16,380	C\$ 16,380
Góndolas	5	C\$ 11,235	C\$ 56,175
Total			C\$ 587,854.64

Fuente: Elaboración propia

Tabla 34 Inversión en mobiliario y equipo de oficina

Equipo	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorio	2	C\$ 8,797.50	C\$ 17,595
Sillas de oficina	3	C\$ 1,207.37	C\$ 3,622.11
Sillas para cajero	2	C\$ 1,207.37	C\$ 2,414.74
Botes de basura	3	C\$ 194.49	C\$ 583.47
Archiveros	2	C\$ 2,532	C\$ 5,064
Total			C\$ 29,279.32

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35 Inversión en equipos varios

Equipo	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Muebles área de caja	2	C\$ 35,100	C\$ 70,200
Canastas	10	C\$ 900	C\$ 9,000
Carros de supermercado	4	C\$ 1,600	C\$ 6,400
Casillero para clientes	1	C\$ 8,964	C\$ 8,964
Aire acondicionado	1	C\$ 19,372.50	C\$ 19,372.50
Abanico	2	C\$ 3,885.12	C\$ 7,770.24
Total			C\$ 121,706.74

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se presentan un resumen de los activos fijos:

Tabla 36 Resumen inversión fija

Concepto	Inversión
Local	C\$ 10,800
Maquinaria y equipos	C\$ 587,854.64
Mobiliario y equipo de oficina	C\$ 29,279.32
Equipos varios	C\$ 121,706.74
Total inversión fija	C\$ 749,641

Fuente: Elaboración propia

3.1.1.3 Otras Inversiones

Este tipo de inversión se refiere a aquellos bienes o artículos que por ser de uso cotidiano es requerido reponerlos a lo largo de la vida útil del proyecto, entre estos destacan: útiles de oficina y útiles de limpieza. se pueden observar más a detalle en el (**Anexo K**). Seguidamente se presenta la inversión general para cada uno de estos rubros.

Tabla 37 Otras inversiones

Concepto	Inversión
Equipo de reposición	C\$ 2,901.57
Equipo y utensilios de limpieza	C\$ 14,894
Total Otras inversiones	C\$ 17,795.57

Fuente: Elaboración propia

3.1.2. Inversión diferida

Las inversiones diferidas de este proyecto son los constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para poner en marcha el mini súper. Dichas inversiones se detallan a continuación:

Tabla 38 Inversión diferida

Concepto	Costo
Gasto de constitución	C\$ 20,900
Elaboración Presupuesto	C\$ 3,344
Total Inversión diferida	C\$ 24,244

Fuente: Elaboración propia

3.2. Capital de trabajo

El mini súper para poder operar, requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, reposición de activos fijos, entre otros. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo. Es el recurso que se necesita durante sus operaciones diarias desde la recepción de los productos hasta su venta, y ha sido contemplado por un periodo de 3 meses. Esto se detalla a continuación:

Tabla 39 Capital de trabajo

Concepto	Cantidad
Mercancías	C\$ 1,553,687.41
Servicios básicos	C\$ 13,741.86
Nómina	C\$ 367,096.5
Total Capital de trabajo	C\$ 1,934,525.77

Fuente: Elaboración propia

El detalle de los elementos que conforman el capital de trabajo puede ser visto en el (**Anexo L**).

A continuación, se muestran las inversiones totales:

Tabla 40 Total de las inversiones

Concepto	Valor
Inversión fija	
Local	C\$ 10,800
Maquinaria y equipos	C\$ 587,854.64
Mobiliario y equipo de oficina	C\$ 29,279.32
Equipos varios	C\$ 121,706.74
Total	C\$ 749,641
Otras inversiones	
Equipo de reposición	C\$ 2,901.57
Equipo y utensilios de limpieza	C\$ 14,894
Total	C\$ 17,795.57
Inversiones diferidas	
Gasto de constitución	C\$ 20,900
Elaboración Presupuesto	C\$ 3,344
Total	C\$ 24,244
Capital de trabajo	
Mercancías	C\$ 1,553,687.41
Servicios básicos	C\$ 13,741.86
Nómina	C\$ 367,096.5
Total	C\$ 1,934,525.77
Total de la inversión inicial	C\$ 2,726,206

Fuente: Elaboración propia

El detalle de los distintos tipos de inversiones presentes en el proyecto finalmente totaliza una inversión inicial de: **C\$ 2,726,206**

3.3. Ingresos

Los ingresos a 5 años se calcularon en base a la cantidad de productos a ofertar por el precio de venta de cada producto. El detalle de este apartado se puede observar más ampliamente en la proyección de ingresos del estudio de mercado.

Tabla 41 Ingresos

Año	Ingreso
2023	C\$7,759,743.60
2024	C\$8,535,855.60
2025	C\$9,389,556.60
2026	C\$10,328,552.22
2027	C\$11,361,502.68

Fuente: Elaboración propia.

3.4. Costos

3.4.1. Costos administrativos

Se refiere a los costos recurrentes en los que incurre el mini súper para su funcionamiento, entre estos se destacan el costo de servicios básicos, nómina y equipo de reposición.

Tabla 42 Costos administrativos

Concepto	2023	2024	2025	2026	2027
Servicios básicos	C\$54,967.44	C\$60,464.18	C\$66,510.6	C\$73,161.66	C\$80,477.82
Nómina	C\$1,468,386.00	C\$1,615,224.6	C\$1,776,747.06	C\$1,954,421.76	C\$2,149,863.94
Equipo de reposición	C\$ 2,901.57	C\$3,191.72	C\$3,510.89	C\$3,861.98	C\$4,248.18
Total de costos administrativos	C\$1,526,255.01	C\$1,678,880.50	C\$1,846,768.55	C\$2,031,445.40	C\$2,234,589.94

Fuente: Elaboración propia

3.4.2. Otros costos

Dentro de esta categoría se ubican los costos relacionados con los equipos y utensilios de limpieza del mini súper.

Tabla 43 Otros costos

Concepto	2023	2024	2025	2026	2027
Equipo y utensilios de limpieza	C\$14,894	C\$16,383.4	C\$18,021.74	C\$19,823.91	C\$21,806.30
Total de otros costos	C\$14,894	C\$16,383.4	C\$18,021.74	C\$19,823.91	C\$21,806.30

Fuente: Elaboración propia

3.5. Gasto de venta

Se refiere a las diferentes estrategias y medios que se utilizan en el proyecto para hacer llegar el producto a los clientes, sin embargo, en la etapa inicial del mismo estos gastos se orientan al área de publicidad con el fin de introducir al mini súper al mercado.

Tabla 44 Gasto de venta

Concepto	2023	2024	2025	2026	2027
Publicidad	C\$3,380	C\$3,718	C\$4,089.8	C\$4,498.78	C\$4,948.65
Total costos de venta	C\$3,380	C\$3,718	C\$4,089.8	C\$4,498.78	C\$4,948.65

Fuente: Elaboración propia

3.6. Depreciación y amortización

A continuación, se muestra la tabla de la depreciación anual por rubro y su valor residual. El cálculo de la depreciación se obtiene al dividir el costo del activo entre su vida útil.

Tabla 45 Depreciación

Maquinaria y equipo					
Equipo	Cantidad	Vida útil	Valor unitario	Valor total	Depreciación anual
Caja registradora	2	5	C\$7,600.94	C\$ 15,201.88	C\$ 3,040.38
Laptop	7	5	C\$ 9,525	C\$ 66,675	C\$ 13,335
Exhibidor frio horizontal	1	5	C\$ 208,800	C\$ 208,800	C\$ 41,760
Exhibidor frio vertical	3	5	C\$ 43,200	C\$ 129,600	C\$ 25,920
Mueble de verduras	2	5	C\$ 27,000	C\$ 54,000	C\$ 10,800
Cortador eléctrico de alimentos	1	5	C\$ 2,012.76	C\$ 2,012.76	C\$ 402.55
Balanza electrónica de mesa	1	5	C\$ 10,800	C\$ 10,800	C\$ 2,160
Balanza de colgar	2	5	C\$ 1,980	C\$ 3,960	C\$ 792
Mesa de trabajo	2	5	C\$ 11,700	C\$ 23,400	C\$ 4,680
Polines	10	5	C\$ 85	C\$ 850	C\$ 170
Carro plataforma	1	5	C\$ 16,380	C\$ 16,380	C\$ 3,276
Góndolas	5	5	C\$ 11,235	C\$ 56,175	C\$ 11,235
Total				C\$ 587,854.64	C\$117,570.93
Mobiliario y equipo de oficina					
Escritorio	2	5	C\$ 8,797.50	C\$ 17,595	C\$ 3,519
Sillas de oficina	3	5	C\$ 1,207.37	C\$ 3,622.11	C\$ 724.42
Sillas para cajero	2	5	C\$ 1,207.37	C\$ 2,414.74	C\$ 482.95
Botes de basura	3	3	C\$ 194.49	C\$ 583.47	C\$ 194.49
Archiveros	2	5	C\$ 2,532	C\$ 5,064	C\$ 1,012.8
Total				C\$ 29,279.32	C\$ 5,934
Equipos varios					
Muebles área de caja	2	5	C\$ 35,100	C\$ 70,200	C\$ 14,040
Canastas	10	5	C\$ 900	C\$ 9,000	C\$ 1,800
Carros de supermercado	4	5	C\$ 1,600	C\$ 6,400	C\$ 1,280
Casillero para clientes	1	5	C\$ 8,964	C\$ 8,964	C\$ 1,792.8
Aire acondicionado	1	5	C\$ 19,372.50	C\$ 19,372.50	C\$ 3,874.5
Abanico	2	5	C\$ 3,885.12	C\$ 7,770.24	C\$ 1,554.05
Total				C\$121,706.74	C\$ 24,341
Utensilios de limpieza					
Basureros industriales	2	5	C\$ 1,584	C\$ 3,168	C\$ 633.6
Dispensador de jabón	2	3	C\$ 639	C\$ 1,278	C\$ 426
Dispensador toalla	2	3	C\$ 790	C\$ 1,580	C\$ 526.67
Exprimidor lampazo	1	5	C\$ 2,120	C\$ 4,240	C\$ 844
Total				C\$ 10,266	C\$ 2,430.27

Fuente: Elaboración propia

3.6.1. Amortización de la inversión diferida

Tabla 46 Amortización

Amortización	Monto	Vida útil	Valor de la amortización
Inversión diferida	C\$ 24,244	5	C\$ 4,848.8

Fuente: Elaboración propia

3.7. Cronograma de inversiones

El cronograma de inversiones indicará de manera visual los momentos en que se realizarán los desembolsos de dinero en cuanto a las diferentes inversiones necesarias para poner en marcha el mini súper. En el diagrama se muestran las actividades y el tiempo de duración de las mismas desde el alquiler del local hasta la culminación del mismo. Para ver el cronograma dirigirse al (**Anexo M**).

3.8. TMAR

TMAR = tasa de inflación + premio al riesgo

TMAR = 6.43 % + 5%

TMAR = 11.43%

TMAR mixta

Tabla 47 TMAR mixta

Entidad	Aportación	% de aportación	Taza	TMAR mixta
Accionistas	C\$ 1,363,103	50%	11.43%	5.72%
Financiera	C\$ 1,363,103	50%	13%	7%
				12.2%

Fuente: Elaboración propia

La TMAR mixta de este proyecto es de 12.2%

3.9. Financiamiento

Los recursos para la creación del mini súper Wonderful Market provienen de inversiones propias o “fuentes internas” y de créditos o “fuentes externas”. El capital requerido es de **C\$ 2,726,206**

El financiamiento del proyecto mediante aportes propios es de C\$ 1,363,103 que corresponde al 50% del total de la Inversión Inicial; rubro que será desembolsado por los socios del proyecto. El otro 50% será financiado por Banco de Finanzas (BDF) cuyo monto es de C\$ 1,363,103 a un plazo de 5 años (60 meses) con tasa de interés del 13% anual (1.08 mensual).

3.9.1. Financiamiento mediante crédito bancario

El pago de la anualidad correspondiente a cada año se obtiene mediante la siguiente fórmula:

$$A = P \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$
$$A = 1,363,103 \frac{0.13(1+0.13)^5}{(1+0.13)^5 - 1}$$

Una vez obtenido el valor de la anualidad se desarrolla la tabla de financiamiento la cual muestra la forma en que se saldará la deuda con la institución financiera.

Tabla 48 Financiamiento

Año	Amortización	Interés	Cuota	Saldo
0				C\$ 1,363,103
1	C\$ 210,346.62	C\$ 177,203.39	C\$ 387,550.01	C\$ 1,152,756.38
2	C\$ 237,691.68	C\$ 149,858.33	C\$ 387,550.01	C\$ 915,064.70
3	C\$ 268,591.60	C\$ 118,958.41	C\$ 387,550.01	C\$ 646,473.10
4	C\$ 303,508.51	C\$ 84,041.50	C\$ 387,550.01	C\$ 342,964.59
5	C\$ 342,964.59	C\$ 44,585.40	C\$ 387,550.01	C\$ 0.00

Fuente: Elaboración propia

3.10. Punto de equilibrio

Para el análisis del punto de equilibrio se consideran únicamente los costos fijos, costos variables e ingresos del proyecto y se obtiene a partir de la siguiente fórmula,

$$\text{Punto de equilibrio} = CF / (1 - CV/V)$$

Donde:

CF = Costos fijos

CV = Costos variables

V = Ventas anuales

El punto de equilibrio varia con respecto a los años en vista de que se consideró un incremento anual en la inflación (6%) y devaluación de la moneda (5%) en todos los costos, adicionalmente se tomó en cuenta el incremento de los ingresos para obtener los resultados de los siguientes años.

Tabla 49 Punto de equilibrio

Concepto	2023	2024	2025	2026	2027
Costos administrativos	C\$1,526,255.01	C\$1,678,880.50	C\$1,846,768.55	C\$2,031,445.40	C\$2,234,589.94
Total de costos fijos	C\$1,526,255.01	C\$1,678,880.50	C\$1,846,768.55	C\$2,031,445.40	C\$2,234,589.94
Gasto de venta	C\$3,380	C\$3,718	C\$4,089.8	C\$4,498.78	C\$4,948.65
Otros costos	C\$14,894	C\$16,383.4	C\$18,021.74	C\$19,823.91	C\$21,806.30
Total de costos variables	C\$18,274	C\$20,101.4	C\$22,111.54	C\$24,322.69	C\$26,754.95
Total de ingresos	C\$7,759,743.60	C\$8,535,855.60	C\$9,389,556.60	C\$10,328,552.22	C\$11,361,502.68
Punto de equilibrio	1,529,857.79	1,682,843.49	1,851,127.79	2,036,240.54	2,239,864.55

Fuente: Elaboración propia

3.11.Evaluación financiera

3.11.1.Balance general inicial

El balance general inicial determina el valor real del proyecto al inicio de las operaciones. Mostrando todos los activos que adquiere la empresa y los fondos para adquirirlos.

Tabla 50 Balance general

Activos		Pasivos	
Activo circulante			
Banco	C\$ 1,934,525.77		
Total de activo circulante	C\$ 1,934,525.77		
Fijo		Fijo	
Local	C\$ 10,800	Préstamo bancario	C\$ 1,363,103
Maquinaria y equipo	C\$ 587,854.64		
Maquinaria y equipo de oficina	C\$ 29,279.32	Total pasivo	C\$ 1,363,103
Equipos varios	C\$ 121,706.74		
Total de activos fijos	C\$ 749,641	Capital	
Otras inversiones		Capital social	C\$ 1,363,103
Equipo de reposición	C\$ 2,901.57		
Equipo de limpieza	C\$ 14,894		
Total otras inversiones	C\$ 17,795.57		
Activos diferidos			
Gastos de constitución	C\$ 20,900	Total capital	C\$ 1,363,103
Elaboración de presupuesto de materiales	C\$ 3,344		
Total de activos diferidos	C\$ 24,244		
Total de activos	C\$ 2,726,206	Total pasivo + capital	C\$ 2,726,206

Fuente: Elaboración propia

3.11.2.Flujo neto de efectivo

A través de los flujos netos de efectivo se obtuvo la ganancia neta del proyecto, cuando se considera utilizar financiamiento y cuando los socios aportan todo el capital. Los ingresos totales a 5 años se calcularon en base a la cantidad de productos a ofertar por el precio de venta de cada producto. En el estudio de mercado se puede observar más ampliamente en la proyección de ingresos.

Al comparar la utilidad neta entre el flujo con financiamiento y sin financiamiento se puede observar que el flujo sin financiamiento genera más ganancias, sin embargo, se debe tener en cuenta que en vista que los socios no tienen la capacidad para aportar todo el capital es más conviene utilizar el flujo con financiamiento.

A continuación, se presentan los flujos con financiamiento y sin financiamiento para el proyecto:

Flujo de efectivo con financiamiento

Tabla 51 Flujo de efectivo con financiamiento

		2023	2024	2025	2026	2027
+ Ingresos totales		C\$ 7,759,743.60	C\$ 8,535,855.60	C\$ 9,389,556.60	C\$ 10,328,552.22	C\$11,361,502.68
-Costos administrativos		C\$1,526,255.01	C\$1,678,880.50	C\$1,846,768.55	C\$2,031,445.40	C\$2,234,589.94
-Gasto de venta		C\$3,380	C\$3,718	C\$4,089.8	C\$4,498.78	C\$4,948.65
-Costos financieros		C\$ 177,203.39	C\$ 149,858.33	C\$ 118,958.41	C\$ 84,041.50	C\$ 44,585.40
-Otros costos		C\$14,894	C\$16,383.4	C\$18,021.74	C\$19,823.91	C\$21,806.30
Costos Totales		1,721,732.40	1,848,840.23	1,987,838.50	2,139,809.59	2,305,930.29
Depreciación de maquinaria y equipo		C\$ 117,570.93	C\$ 117,570.93	C\$ 117,570.93	C\$ 117,570.93	C\$ 117,570.93
Depreciación mobiliario y equipo de oficina		C\$ 5,934	C\$ 5,934	C\$ 5,934	C\$ 5,934	C\$ 5,934
Depreciación de equipos varios		C\$ 24,341	C\$ 24,341	C\$ 24,341	C\$ 24,341	C\$ 24,341
Depreciación de equipos de limpieza		C\$ 2,430.27	C\$ 2,430.27	C\$ 2,430.27	C\$ 2,430.27	C\$ 2,430.27
Amortización de la inversión diferida		C\$ 4,848.8	C\$ 4,848.8	C\$ 4,848.8	C\$ 4,848.8	C\$ 4,848.8
Total de depreciación y amortización		C\$ 155,125.00	C\$ 155,125.00	C\$ 155,125.00	C\$ 155,125.00	C\$ 155,125.00
Utilidad antes de impuesto		5,882,886.20	6,531,890.37	7,246,593.10	8,033,617.63	8,900,447.39
IR (30%)		1,764,865.86	1,959,567.11	2,173,977.93	2,410,085.29	2,670,134.22

+Utilidad después de impuestos		4,118,020.34	4,572,323.26	5,072,615.17	5,623,532.34	6,230,313.17
Depreciación de maquinaria y equipo		C\$ 117,570.93	C\$ 117,570.93	C\$ 117,570.93	C\$ 117,570.93	C\$ 117,570.93
Depreciación mobiliario y equipo de oficina		C\$ 5,934	C\$ 5,934	C\$ 5,934	C\$ 5,934	C\$ 5,934
Depreciación de equipos varios		C\$ 24,341	C\$ 24,341	C\$ 24,341	C\$ 24,341	C\$ 24,341
Depreciación de equipos de limpieza		C\$ 2,430.27	C\$ 2,430.27	C\$ 2,430.27	C\$ 2,430.27	C\$ 2,430.27
Amortización de la inversión diferida		C\$ 4,848.8	C\$ 4,848.8	C\$ 4,848.8	C\$ 4,848.8	C\$ 4,848.8
+Total de depreciación y amortización		C\$ 155,125.00	C\$ 155,125.00	C\$ 155,125.00	C\$ 155,125.00	C\$ 155,125.00
Recuperación del capital de trabajo						C\$ 1,934,525.77
Préstamo	C\$ 1,363,103					
-Amortización del préstamo		C\$ 210,346.62	C\$ 237,691.68	C\$ 268,591.60	C\$ 303,508.51	C\$ 342,964.59
Total de inversión	C\$ 2,726,206					
Flujo neto de efectivo	-C\$1,363,103	4,062,798.72	4,489,756.58	4,959,148.57	5,475,148.83	7,976,999.35

Fuente: Elaboración propia

Flujo de efectivo sin financiamiento

Tabla 52 Flujo de efectivo sin financiamiento

		2023	2024	2025	2026	2027
Ingresos totales		C\$ 7,759,743.60	C\$ 8,535,855.60	C\$ 9,389,556.60	C\$ 10,328,552.22	C\$ 11,361,502.68
Costos administrativos		C\$1,526,255.01	C\$1,678,880.50	C\$1,846,768.55	C\$2,031,445.40	C\$2,234,589.94
Gasto de venta		C\$3,380	C\$3,718	C\$4,089.8	C\$4,498.78	C\$4,948.65
Otros costos		C\$14,894	C\$16,383.4	C\$18,021.74	C\$19,823.91	C\$21,806.30
Costos Totales		1,544,529.01	1,698,981.90	1,868,880.09	2,055,768.09	2,261,344.89
Depreciación de maquinaria y equipo		C\$ 117,570.93	C\$ 117,570.93	C\$ 117,570.93	C\$ 117,570.93	C\$ 117,570.93
Depreciación mobiliario y equipo de oficina		C\$ 5,934	C\$ 5,934	C\$ 5,934	C\$ 5,934	C\$ 5,934
Depreciación de equipos varios		C\$ 24,341	C\$ 24,341	C\$ 24,341	C\$ 24,341	C\$ 24,341
Depreciación de equipos de limpieza		C\$ 2,430.27	C\$ 2,430.27	C\$ 2,430.27	C\$ 2,430.27	C\$ 2,430.27
Amortización de la inversión diferida		C\$ 4,848.8	C\$ 4,848.8	C\$ 4,848.8	C\$ 4,848.8	C\$ 4,848.8
Total de depreciación y amortización		C\$ 155,125.00	C\$ 155,125.00	C\$ 155,125.00	C\$ 155,125.00	C\$ 155,125.00
Utilidad antes de impuesto		6,060,089.59	6,681,748.70	7,365,551.51	8,117,659.13	8,945,032.79
IR		1,818,026.88	2,004,524.61	2,209,665.45	2,435,297.74	2,683,509.84
Utilidad después de impuestos		4,242,062.71	4,677,224.09	5,155,886.06	5,682,361.39	6,261,522.95
Depreciación de maquinaria y equipo		C\$ 117,570.93	C\$ 117,570.93	C\$ 117,570.93	C\$ 117,570.93	C\$ 117,570.93

Depreciación mobiliario y equipo de oficina		C\$ 5,934	C\$ 5,934	C\$ 5,934	C\$ 5,934	C\$ 5,934
Depreciación de equipos varios		C\$ 24,341	C\$ 24,341	C\$ 24,341	C\$ 24,341	C\$ 24,341
Depreciación de equipos de limpieza		C\$ 2,430.27	C\$ 2,430.27	C\$ 2,430.27	C\$ 2,430.27	C\$ 2,430.27
Amortización de la inversión diferida		C\$ 4,848.8	C\$ 4,848.8	C\$ 4,848.8	C\$ 4,848.8	C\$ 4,848.8
Total de depreciación y amortización		C\$ 155,125.00	C\$ 155,125.00	C\$ 155,125.00	C\$ 155,125.00	C\$ 155,125.00
Recuperación del capital de trabajo						C\$ 1,934,525.77
Total de inversión	C\$ 2,726,206					
Flujo neto de efectivo	-C\$ 2,726,206	4,397,187.71	4,832,349.09	5,311,011.06	5,837,486.39	8,351,173.72

Fuente: Elaboración propia

3.11.3. Análisis de los indicadores financieros

Los siguientes acápite muestran los indicadores de rentabilidad financiera para la alternativa con financiamiento.

3.11.3.1 Cálculo de la VAN

El Valor Actual Neto es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La inversión se considera aceptable cuando su VAN es mayor que cero. Si el VAN es menor que cero la inversión es rechazada. Además, se da preferencia a aquellas inversiones cuyo VAN sea más elevado.

El resultado del cálculo fue:

$$C\$16,016,243.04 > 0$$

Según el cálculo anterior se observa que la VAN está muy por encima de cero, es decir que el proyecto evaluado al día de hoy obtiene una ganancia de C\$16,016,243.04 y por lo tanto resulta atractivo para invertir en él.

3.11.3.2 Cálculo de la TIR

La Tasa Interna de Retorno o TIR nos permite saber si es viable invertir en un determinado negocio, considerando otras opciones de inversión de menor riesgo. La TIR es un porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto o empresa, determinando la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados generados por una inversión.

$$TIR = 15.8\%$$

Debido a que la TIR es mayor que la TMAR el proyecto es aceptado. Se supera la rentabilidad mínima que se le pide a la inversión.

3.11.3.3 Cálculo de la RBC

Mediante los cálculos pudo obtenerse un RBC de 6.08, es decir que este indicador financiero también indica que por ser mayor a 1 el proyecto debe aceptarse.

Los siguientes acápite muestran los indicadores de rentabilidad financiera para la alternativa sin financiamiento:

Cálculo de la VAN

El Valor Actual Neto es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La inversión se considera aceptable cuando su VAN es mayor que cero. Si el VAN es menor que cero la inversión es rechazada. Además, se da preferencia a aquellas inversiones cuyo VAN sea más elevado. El cálculo del resultado fue:

$$C\$ 16,016,243.04 > 0$$

De igual forma que el cálculo anterior el valor actual neto resultó ser mayor a cero por tanto el proyecto es aceptado.

Cálculo de la TIR

La Tasa Interna de Retorno o TIR nos permite saber si es viable invertir en un determinado negocio, considerando otras opciones de inversión de menor riesgo. La TIR es un porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto o empresa, determinando la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados generados por una inversión.

$$TIR = 15.8\%$$

El proyecto debe aceptarse. Se alcanza la rentabilidad mínima que se le pide a la inversión.

Cálculo de la RBC

Mediante los cálculos pudo obtenerse un RBC de 6.08, según el criterio del RBC por ser mayor a 1 este proyecto se acepta.

3.11.4. Período de recuperación

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial, y se obtiene a partir de la siguiente ecuación:

$$PR = a + b/c$$

Dónde:

a: Último periodo con flujo acumulado negativo.

b: Valor absoluto del último periodo acumulado negativo

c: Flujo de efectivo en el siguiente periodo

Cálculo con financiamiento

$$PRI = 3.82 \text{ años}$$

Para calcular el tiempo exacto se tiene:

$$Mes = 0.82 * 12 = 9.8 \cong 9 \text{ meses}$$

$$Día = 0.8 * 30 = 24 \text{ días}$$

El periodo de recuperación muestra que la inversión será recuperada dentro de 3 años, 9 meses, 24 días.

Cálculo sin financiamiento.

$$PRI = 3.77 \text{ años}$$

Para calcular el tiempo exacto se tiene:

$$Mes = 0.77 * 12 = 9.24 \cong 9 \text{ meses}$$

$$Día = 0.24 * 30 = 7 \text{ días}$$

El periodo de recuperación muestra que la inversión será recuperada dentro de 3 años, 9 meses, 7 días.

3.11.5.Cálculo de las razones financieras

Razón de liquidez

Las razones de liquidez brindan información acerca de la capacidad que tiene la compañía para poder enfrentar sus deudas de corto plazo.

$$\text{Razón circulante} = \frac{\text{Activo circulante}}{\text{Pasivo circulante}}$$

$$\text{C\$1,934,525.77} / \text{C\$1,363,103} = 1.41$$

Este resultado nos indica que el proyecto puede cumplir sus obligaciones a corto plazo.

Razón de endeudamiento

Es una relación financiera que indica el porcentaje de activos de una empresa que se proporciona con respecto a la deuda. Es la proporción de la deuda total y el activo total.

$$\text{Razón de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivos Totales}}{\text{Activos Totales}}$$

$$\text{C\$1,363,103} / \text{C\$2,726,206} = 50\%$$

Esto indica que el 50% de los activos ha sido financiado por los acreedores mientras el 50% ha sido aportado por los socios.

Margen de utilidad neta sobre ventas

$$\text{Margen de utilidad sobre ventas} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Totales}}$$

Cálculo con financiamiento

$$\text{C\$6,230,313.17} / \text{C\$11,361,502.68} = 54.83$$

Este indicador muestra que el 54.83% es la utilidad que se obtiene por cada unidad monetaria invertida, es decir, por cada córdoba invertido.

Cálculo sin financiamiento

$$6,261,522.95 / \text{C\$11,361,502.68} = 55.11$$

Este indicador muestra que el 55.11% es la utilidad que se obtiene por cada unidad monetaria invertida, es decir, por cada córdoba invertido.

Rotación de los activos totales

$$\text{Rotación de los activos totales} = \frac{\text{Ventas Totales}}{\text{Activos Totales}}$$

$$\text{C\$ 7,759,743.60} / \text{C\$2,726,206} = 2.85$$

Esta razón muestra que se genera un nivel de ventas considerable en consideración a la inversión en activos.

3.12. Análisis de sensibilidad

Consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN, al cambiar una variable (la inversión inicial, la duración, los ingresos, la tasa de crecimiento de los ingresos, los costes, entre otros.) De este modo teniendo los nuevos flujos de caja y el nuevo VAN podremos calcular y mejorar nuestras estimaciones sobre el proyecto que vamos a comenzar en el caso de que esas variables cambiasen o existiesen errores de apreciación por nuestra parte en los datos iniciales.

Tabla 53 Caso 1. Evaluación con un incremento del 10% en los costos

		2023	2024	2025	2026	2027
+ Ingresos totales		6983769.24	7,682,270.04	8,450,600.94	9,295,697.00	10,225,352.41
-Costos administrativos		1373629.51	1510992.45	1662091.70	1828300.86	2011130.95
-Gasto de venta		3,042	3,346	3,680.82	4,048.90	4,453.79
-Costos financieros		159,483.05	134,872.50	107,062.57	75,637.35	39,916.49
-Otros costos		13,404.60	18,021.74	19,823.91	44,585.40	40,126.86
Costos Totales		1,549,559.16	1,667,232.89	1,792,658.99	1,952,572.51	2,095,628.08
Depreciación de maquinaria y equipo		110,447.04	110,447.04	110,447.04	110,447.04	110,447.04
Depreciación mobiliario y equipo de oficina		5,341	5,341	5,341	5,341	5,341
Depreciación de equipos varios		21,907	21,907	21,907	21,907	21,907
Depreciación de equipos de limpieza		2,187.24	2,187.24	2,187.24	2,187.24	2,187.24
Amortización de la inversión diferida		4,363.92	4,363.92	4,363.92	4,363.92	4,363.92
Total de depreciación y amortización		144,245.70	144,245.70	144,245.70	144,245.70	144,245.70
Utilidad antes de impuesto		5,289,964.38	5,870,791.45	6,513,696.25	7,198,878.79	7,985,478.64
IR (30%)		1,586,989.31	1761237.436	1954108.874	2159663.636	2395643.591
+Utilidad después de impuestos		3,702,975.07	4,109,554.02	4,559,587.37	5,039,215.15	5,589,835.05
Depreciación de maquinaria y equipo		110,447.04	110,447.04	110,447.04	110,447.04	110,447.04

Depreciación mobiliario y equipo de oficina		5,341	5,341	5,341	5,341	5,341
Depreciación de equipos varios		21,907	21,907	21,907	21,907	21,907
Depreciación de equipos de limpieza		2,187.24	2,187.24	2,187.24	2,187.24	2,187.24
Amortización de la inversión diferida		4,363.92	4,363.92	4,363.92	4,363.92	4,363.92
+Total de depreciación y amortización		144,245.70	144,245.70	144,245.70	144,245.70	144,245.70
Recuperación del capital de trabajo						1,934,525.77
Préstamo	C\$ 1,363,103					
-Amortización del préstamo		209,243.82	236,445.52	267,183.44	301,917.28	341,166.54
Total, de inversión	C\$ 2,726,206					
Flujo neto de efectivo	C\$1,363,103	3,637,976.95	4,017,354.20	4,436,649.63	4,881,543.57	5,392,914.21

Fuente:

Elaboración propia

Tabla 54 Caso 1. Resultados VAN, TIR y RB/C

Indicador	Resultado
VAN	C\$300,764,01
TIR	14.11%
RB/C	11

Fuente: Elaboración propia

Al aumentar los costos se tiene un VAN positivo (mayor que uno), lo que indica que el proyecto es viable, debido a que está generando rentabilidad, aunque se incrementen en un 10% los costos.

Por otro lado, la TIR sigue siendo mayor al porcentaje establecido lo cual es un buen indicador que demuestra la viabilidad del proyecto, así mismo la RB/C aumento su valor en 4 con respecto al caso donde no hay variación en los costos, por lo tanto, aún se obtiene una ganancia mayor a 8 córdobas por cada córdoba invertido.

Tabla 55 Caso 2. Evaluación con una disminución del 10% en los ingresos

		2023	2024	2025	2026	2027
+ Ingresos totales		5431820.52	5,975,098.92	6,572,689.62	7,229,986.55	7,953,051.88
-Costos administrativos		1068378.51	1175216.35	1292737.99	1422011.78	1564212.96
-Gasto de venta		2,366	2,603	2,862.86	3,149.15	3,464.06
-Costos financieros		124,042.37	104,900.83	83,270.89	58,829.05	31,046.16
-Otros costos		10,425.80	18,021.74	19,823.91	44,585.40	31,209.78
Costos Totales		1,205,212.68	1,300,741.52	1,398,695.64	1,528,575.38	1,629,932.95
Depreciación de maquinaria y equipo		85,903.25	85,903.25	85,903.25	85,903.25	85,903.25
Depreciación mobiliario y equipo de oficina		4,154	4,154	4,154	4,154	4,154
Depreciación de equipos varios		17,039	17,039	17,039	17,039	17,039
Depreciación de equipos de limpieza		2,187.24	2,187.24	2,187.24	2,187.24	2,187.24
Amortización de la inversión diferida		4,363.92	4,363.92	4,363.92	4,363.92	4,363.92
Total de depreciación y amortización		113,646.91	113,646.91	113,646.91	113,646.91	113,646.91
Utilidad antes de impuesto		4,112,960.93	4,560,710.49	5,060,347.06	5,587,764.26	6,209,472.01
IR (30%)		1,233,888.28	1368213.146	1518104.119	1676329.279	1862841.604
+Utilidad después de impuestos		2,879,072.65	3,192,497.34	3,542,242.94	3,911,434.98	4,346,630.41
Depreciación de maquinaria y equipo		110,447.04	110,447.04	110,447.04	110,447.04	110,447.04
Depreciación mobiliario y equipo de oficina		5,341	5,341	5,341	5,341	5,341
		21,907	21,907	21,907	21,907	21,907

Depreciación de equipos varios						
Depreciación de equipos de limpieza		2,187.24	2,187.24	2,187.24	2,187.24	2,187.24
Amortización de la inversión diferida		4,363.92	4,363.92	4,363.92	4,363.92	4,363.92
+Total de depreciación y amortización		144,245.70	144,245.70	144,245.70	144,245.70	144,245.70
Recuperación del capital de trabajo						1,934,525.77
Préstamo	C\$ 1,363,103					
-Amortización del préstamo		209,243.82	236,445.52	267,183.44	301,917.28	341,166.54
Total de inversión	C\$ 2,726,206					
Flujo neto de efectivo	C\$1,363,103	2,783,475.74	3,069,698.73	3,388,706.42	3,723,164.62	4,119,110.78

Fuente: Elaboración propia

Tabla 56 Caso 2. Resultados VAN, TIR y RB/C

Indicador	Resultado
VAN	C\$ 230,093.31
TIR	10.8%
RB/C	8

Fuente: Elaboración propia

Al disminuir los ingresos en un 10% se observa una variación en los indicadores financieros, primeramente, la VAN tiene un drástico decremento en base a la evaluación anterior, sin embargo, aún conserva un valor mayor a 1 por lo tanto el proyecto sigue siendo aceptable.

Así mismo la TIR, continúa siendo mayor al porcentaje establecido por los inversionistas, caso contrario se observa en la RB/C que disminuye 1.1 córdobas, por lo cual ahora se estima una ganancia de 5 córdobas por cada córdoba invertido.

Una vez evaluados ambos casos, se puede asegurar que el factor más sensible del proyecto son los *Ingresos* debido a que son los que generan mayor variación en los indicadores financieros, a pesar de eso, aun considerando un escenario pesimista se estima que el proyecto seguirá siendo rentable debido a la alta demanda que tiene el mismo, por lo cual no se ha planteado ninguna alternativa para mitigar dichas variaciones en los indicadores generadas por cambios en los ingresos y los costos.

VII. CONCLUSIONES

Durante el desarrollo del estudio de prefactibilidad para la creación de un mini súper (Wonderful Market) en la Villa Bosco Monge se determinó que el 100% de los encuestados están de acuerdo con la creación del mini súper, también presenta la existencia de una demanda insatisfecha verdadera en los habitantes de dicho sector, una gran cantidad de personas con un poder adquisitivo suficientemente necesario para adquirir productos regularmente en el mini súper.

La demanda insatisfecha es del 76.1% que representa a los 51 clientes encuestados (tamaño del universo 10,245) de la cual el mini súper cubrirá el 72% del total, pero se proyecta que aumente a futuro. Tomando como base el primer año se obtendrán en ingresos la cantidad de C\$ C\$ 7,759,743.60.

Así mismo, los resultados obtenidos aseguran la rentabilidad del negocio tanto al presente como a futuro, proyectando un crecimiento de las ganancias en un 20% para los inversionistas y puede convertirse en el principal punto de comercio en la zona; De igual manera es un proyecto beneficioso para los habitantes porque genera empleos tanto directos como indirectos.

El estudio técnico haciendo uso de la evaluación ponderada se seleccionó la localización en la que se encontrará ubicada el mini súper, se determinó la inversión de adquisición de equipos, maquinarias, mobiliario y los requerimientos legales para establecer la empresa.

Al momento de realizar el estudio financiero es donde se conocen los flujos de efectivo del proyecto bajo ambas condiciones, es decir, cuando se ejecuta con financiamiento y sin este. Estos flujos son positivos para los primeros cinco años en cuestión. Además, en la evaluación financiera con financiamiento se obtiene un valor presente neto (VPN) de C\$16,016,243.04 una tasa interna de retorno (TIR) de 15.8% y una razón beneficio costo (RBC) de 6.08. El periodo de recuperación de la inversión obtenido es de 3 años, 9 meses y 24 días, por tanto, se demuestra que el proyecto del mini súper es factible en un periodo de 5 años.

VIII. RECOMENDACIONES

Para asegurar el funcionamiento del mini súper y su óptimo desempeño en las operaciones es necesario que se tomen en cuenta las siguientes recomendaciones:

- ◆ Realizar el proyecto mediante la alternativa con financiamiento debido a que esta presenta mayor rentabilidad financiera.
- ◆ Realizar estudios posteriores que permitan conocer a profundidad las necesidades de los clientes a medida que el proyecto crezca con el objetivo de ofertar una mayor variedad de productos a los que actualmente los habitantes de la villa Bosco Monge no tienen acceso.
- ◆ Crear alianzas con los proveedores que garanticen la calidad, la capacidad de respuestas a descuentos y abastecimiento de los productos para así mantener la satisfacción del cliente y los estándares del mini súper; en precios y calidad.
- ◆ Mantener en todo momento un inventario completo de los productos a fin de contar con existencias y realizar las ventas sin inconvenientes de desabastecimiento.
- ◆ Instituir un ambiente laboral agradable en donde los trabajadores desarrollen un sentido de pertenencia para que realicen un trabajo con un alto nivel de eficiencia.

IX. BIBLIOGRAFÍA

- ♦ Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. Sexta edición. México: McGraw-Hill.
- ♦ Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de Proyectos 2*. Séptima edición. México: McGraw-Hill.
- ♦ Barrantes Echavarría, R. (2014). *Investigación: Un camino al conocimiento, Enfoque Cuantitativo, Cualitativo y Mixto*. Segunda edición. Costa Rica: EUNED.
- ♦ Betancourt, D. F. (12 de enero de 2017). *Cómo hacer el análisis de alternativas de un proyecto + ejemplo práctico*. Recuperado el 17 de octubre de 2022 de Ingenio Empresa: www.ingenioempresa.com/analisis-de-alternativas.
- ♦ Campos, L., Ramos, M., Muñiz, H. (2015). *Estudio de pre factibilidad para la creación de un mini súper en el Municipio de Villa el Carmen, Departamento de Managua*. Managua, Nicaragua: Universidad Nacional de Ingeniería.
- ♦ Coll Morales, F. (17 de febrero de 2021). *Fuente primaria*. Recuperado el 17 de octubre de 2022 de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/fuente-primaria.html>
- ♦ Hernández Sampieri, R, Fernández, C, Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. Quinta Edición. México D.F: McGraw-Hill.
- ♦ Hall D. Arthur (1964) *“Ingeniería de Sistemas”*. Primera edición.
- ♦ Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE). (2021). *Demografía de Masaya, Nicaragua*.
- ♦ Kogan Schmukler, Yuri (2017). *El enfoque sistémico en un proyecto*. Instituto Centroamericano de Administración de Empresas (INCAE). Alajuela, Costa Rica.
- ♦ Maldonado, J. (2018). *Gestión de proyectos*. Honduras.

- ♦ Martínez, H. (01 de noviembre de 2016). *Estudio de mercado y análisis de la demanda*. Recuperado el 17 de octubre de 2022 de Tam Entrepreneur VC: <http://cedconsultoria.net/2016/11/01/estudio-mercado-y-analisis-demanda/>
- ♦ Ramírez, M., Solís, J., Hernández, J. (2017). *Estudio de pre-factibilidad para la creación de una miscelánea comercializadora de productos de la canasta básica, ubicada en la Comarca el Capulín, Departamento de Granada. Managua, Nicaragua: Universidad Nacional de Ingeniería.*
- ♦ Rosales, R. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos*. UNED, capítulo ocho.
- ♦ Salvador, Miguel Peris. (2006). “*Distribución comercial*”, Quinta Edición, ESIC Ediciones, España.
- 6. Sapag Chain, N. (2001). *Evaluación de proyectos de inversión en la empresa*. Primera edición. México: McGraw-Hill.
- 7. Sapag Chain, N., Sapag Chain, R. (2008). *Preparación y Evaluación de proyectos*. Segunda edición. México: McGraw-Hill.
- 8. Vázquez Burguillo, R. (02 de marzo de 2016). *Depreciación*. Recuperado el 17 de octubre de 2022 de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/depreciacion.html>

X. ANEXOS

Anexo A Análisis de los proveedores

Proveedor de pollo

Factor	Proveedor		
	Pollo Tip-Top	Pollo Estrella	Pollo Rico
Calidad de los productos	9	8	7
Disponibilidad de crédito	6	6	3
Cumplimiento de plazos de entrega	9	8	6
Formas y métodos de pago	5	5	5
Cumplimiento en la cantidad del pedido	9	8	5
Capacidad de abastecimiento	9	8	7
Disponibilidad para entregar productos	8	8	6
Respuesta a peticiones de oferta	8	7	6
Rango de precios de los productos	6	7	8
Popularidad de producto entre los clientes	9	7	5
Total	78	72	58

Fuente: Elaboración propia

Proveedor de aceite

Factor	Proveedor		
	Corona	Chamorro	Ambar
Calidad de los productos	6	7	8
Disponibilidad de crédito	6	8	6
Cumplimiento de plazos de entrega	7	7	7
Formas y métodos de pago	5	7	6
Cumplimiento en la cantidad del pedido	8	8	8
Capacidad de abastecimiento	9	9	9
Disponibilidad para entregar productos	7	9	7
Respuesta a peticiones de oferta	5	7	6
Rango de precios de los productos	7	6	7
Popularidad de producto entre los clientes	8	6	6
Total	68	74	70

Fuente: Elaboración propia

Proveedor de carnes

Factor	Proveedor		
	Matadero San Martín	Nuevo Carnic	Proincasa
Calidad de los productos	9	9	8
Disponibilidad de crédito	2	2	2
Cumplimiento de plazos de entrega	8	8	6
Formas y métodos de pago	3	2	2
Cumplimiento en la cantidad del pedido	9	9	7
Capacidad de abastecimiento	9	8	8
Disponibilidad para entregar productos	6	4	3
Respuesta a peticiones de oferta	3	2	2
Rango de precios de los productos	5	2	6
Popularidad de producto entre los clientes	9	6	4
Total	63	52	48

Fuente: Elaboración propia

Proveedor de embutidos

Factor	Proveedor		
	Zurkí (sigma)	Delmor	Cainsa
Calidad de los productos	6	7	7
Disponibilidad de crédito	3	3	3
Cumplimiento de plazos de entrega	7	7	7
Formas y métodos de pago	4	6	5
Cumplimiento en la cantidad del pedido	8	8	8
Capacidad de abastecimiento	9	9	9
Disponibilidad para entregar productos	9	8	8
Respuesta a peticiones de oferta	5	5	5
Rango de precios de los productos	8	7	6
Popularidad de producto entre los clientes	7	8	8
Total	66	68	66

Fuente: Elaboración propia

Proveedor de huevos

Factor	Proveedor			Grupo López
	Estrella	San Francisco	Granjero	
Calidad de los productos	8	7	7	6
Disponibilidad de crédito	3	5	4	8
Cumplimiento de plazos de entrega	8	6	6	6
Formas y métodos de pago	3	6	3	8
Cumplimiento en la cantidad del pedido	8	7	8	6
Capacidad de abastecimiento	9	9	9	7
Disponibilidad para entregar productos	5	6	5	2
Respuesta a peticiones de oferta	5	3	5	3
Rango de precios de los productos	7	4	5	8
Popularidad de producto entre los clientes	7	5	6	8
Total	63	58	58	62

Fuente: Elaboración propia

Proveedor de pan

Factor	Proveedor			Aurami
	Aurora	La Fuente	Bimbo	
Calidad de los productos	8	8	9	7
Disponibilidad de crédito	3	3	3	2
Cumplimiento de plazos de entrega	7	6	8	5
Formas y métodos de pago	4	3	4	3
Cumplimiento en la cantidad del pedido	8	8	10	7
Capacidad de abastecimiento	7	7	10	5
Disponibilidad para entregar productos	6	6	8	4
Respuesta a peticiones de oferta	6	6	7	6
Rango de precios de los productos	7	7	4	7
Popularidad de producto entre los clientes	5	4	7	5
Total	61	58	70	51

Fuente: Elaboración propia

Anexo B Proveedores seleccionados

Abarrotes	Proveedor	Marca	Presentación
Aceite	E. Chamorro	Rico	Botella de 1 lt
			2.5 gl
Huevos	Grupo López	Grupo López	Media cajilla, cajilla

Fuente: Elaboración propia

Carnes	Proveedor	Marca	Presentación
Posta de res	San Martín	San Martín	Libra
Posta de cerdo	San Martín	San Martín	Libra
Carne de aves	Tip - Top	Tip - Top	Libra

Fuente: Elaboración propia

Cereales	Proveedor	Marca	Presentación
Pan	Bimbo	Bimbo	Mediano (480 gr); Grande (580 gr)

Fuente: Elaboración propia

Embutidos	Proveedor	Marca	Presentación
Salchichas	Delmor	Delmor	Tipo Hot Dog 170 gr.
Jamón	Delmor	Delmor	Paq de 85 gr.
Mortadela	Delmor	Delmor	Paq de 454 gr.

Fuente: Elaboración propia

Anexo C Canasta básica

Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE)

CANASTA BÁSICA

	Descripción de productos	Unidad de medida	Cantidad mensual de consenso	jun-23	
				Precios	Córdobas
ALIMENTOS BÁSICOS					
1	Arroz	Libra	38.00	18.51	703.38
2	Frijol	Libra	34.00	36.45	1,239.30
3	Azúcar	Libra	30.00	14.74	442.20
4	Aceite	Litro	7.00	58.05	406.35
CARNES					
5	Posta de res	Libra	8.00	145.95	1,167.60
6	Posta de cerdo	Libra	5.00	89.49	447.45
7	Carne de aves	Libra	8.00	61.08	488.64
8	Chuleta de pescado	Libra	9.00	98.44	885.96
LÁCTEOS Y HUEVOS					
9	Leche	Litro	30.00	38.76	1,162.80
10	Huevos	Docena	7.00	71.24	498.68
11	Queso seco	Libra	9.00	135.31	1,217.79
CEREALES					

12	Tortilla	Libra	57.00	26.22	1,494.54
13	Pinolillo	Libra	10.00	36.11	361.10
14	Pastas alimenticias	Libra	5.00	43.86	219.30
15	Pan	Libra	27.00	31.63	854.01
PERECEDEROS					
16	Tomate de cocinar	Libra	14.00	17.17	240.38
17	Cebolla blanca	Libra	8.00	40.20	321.60
18	Papas	Libra	15.00	28.41	426.15
19	Ayote	Libra	32.00	11.01	352.32
20	Chiltoma	Libra	3.00	47.90	143.70
21	Plátano verde	Libra	16.00	15.51	248.16
22	Naranja	Libra	46.00	12.73	585.58
23	Repollo	Libra	2.00	16.92	33.84
TOTAL ALIMENTOS					13,940.83
USOS DEL HOGAR					
24	Jabón de lavar ropa	Unidad	12.55	26.38	331.07
25	Detergente en polvo	Bolsita de 40 gramos	27.97	3.66	102.42
		Unidad de 115 grs			
26	Pasta dental	Cajita de 40	2.13	42.10	89.67
27	Fósforos	cerillos	10.87	2.22	24.13
28	Escoba	Unidad	1.22	77.76	94.87
29	Papel higiénico	Rollos	10.71	20.11	215.38
30	Jabón de baño	Unidad	4.67	14.41	67.29
31	Toallas sanitarias	Bolsa de 10 unid	2.21	27.69	61.19
32	Desodorante nacional	Unidad	1.90	52.55	99.85
33	Cepillo dental	Unidad	2.49	19.26	47.96
34	Alquiler	Valor (C\$) mensual 25	1.00	900.00	900.00
35	Gas butano	libras	1.00	436.00	436.00
36	Luz eléctrica	KWH	100.00	3.23	322.92
37	Agua	Galones	5,292.00	0.03	165.10
38	Transporte	Pasaje	240.00	2.50	600.00
TOTAL USOS DEL HOGAR					3,557.86
VESTUARIO HOMBRES Y NIÑOS MAYORES DE 10 AÑOS					
39	Pantalón largo de tela de jeans	Unidad	0.62	495.31	307.73
40	Camisa manga corta	Unidad	0.66	161.97	106.90
41	Calzoncillos	Unidad	1.57	58.99	92.32
42	Calcetines	Par	1.32	32.34	42.68

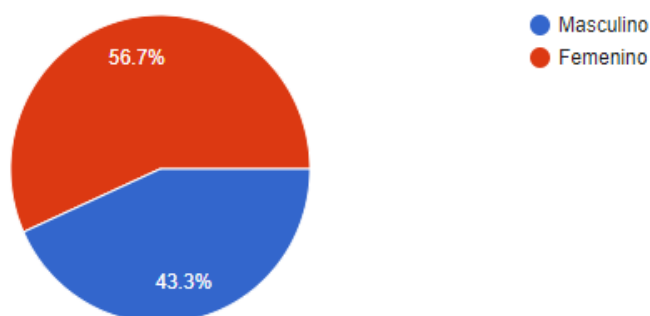
43	Zapato de cuero natural (mocasin, acordonado, cerrado, etc.)	Par	0.43	524.16	226.55
VESTUARIO MUJERES Y NIÑAS MAYORES DE 10 AÑOS					
44	Blusa manga corta	Unidad	0.66	159.75	105.44
45	Pantalón largo de tela de jeans	Unidad	0.51	533.89	272.28
46	Vestido entero	Unidad	0.50	289.46	144.73
47	Calzones/ Bikinis	Unidad	1.23	52.43	64.49
48	Brassier/ sostén	Unidad	0.97	71.09	68.96
49	Sandalias de cuero sintético	Par	0.44	286.61	126.11
VESTUARIO DE NIÑOS Y NIÑAS MENORES DE 10 AÑOS					
50	Traje completo	Unidad	0.50	363.08	182.25
51	Calzones	Unidad	1.43	37.94	54.35
52	Calcetines	Par	1.39	28.29	39.27
53	Zapato de cuero sintético	Par	0.45	382.11	170.85
TOTAL VESTUARIO					2,004.92
TOTAL CANASTA BÁSICA					19,503.61

Fuente: IPC - INIDE

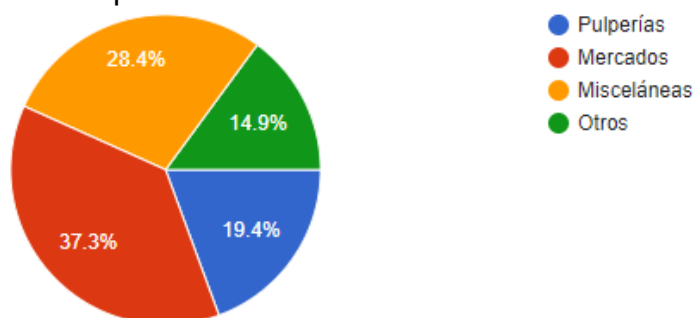
Nota: El costo de alquiler, valor consensuado en la Comisión Nacional de Salario Mínimo (CNSM)

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

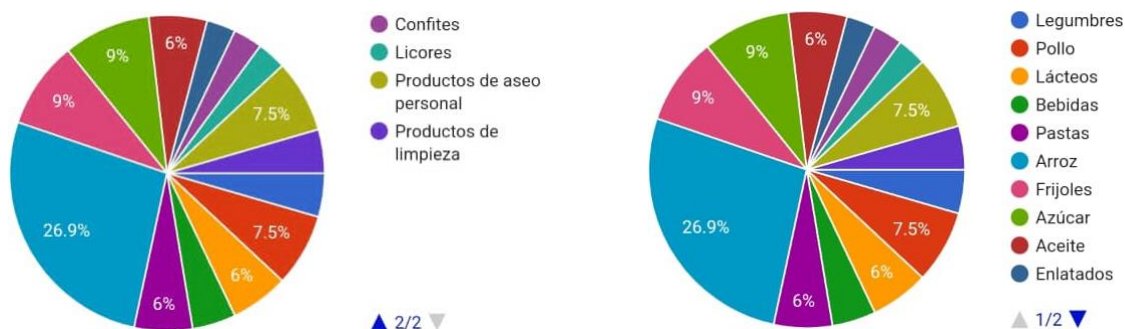
Sexo de la muestra



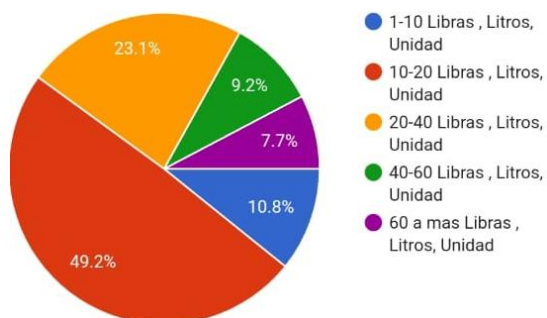
1. ¿Cuando compra un producto de uso diario “perecederos” que lugar prefieres para adquirirlo?



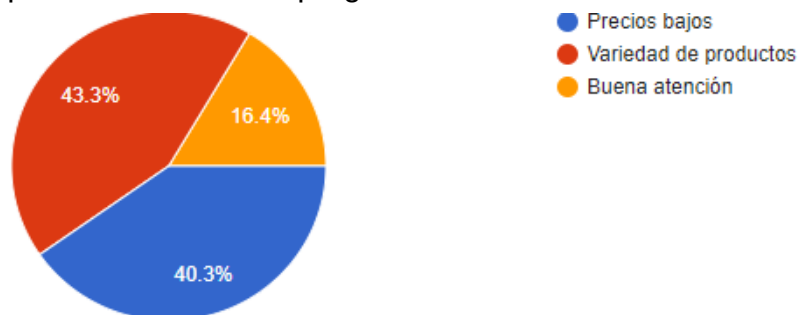
2. ¿Qué tipo de productos usted adquiere más en su centro de compras?



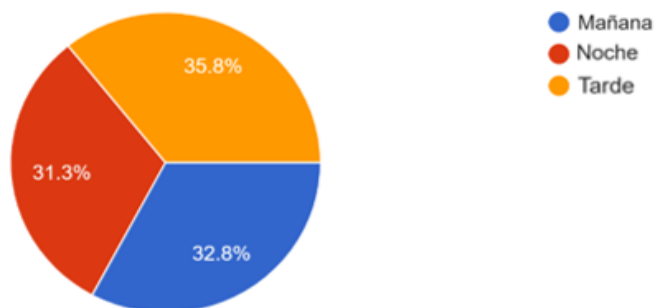
3. ¿Qué cantidades de los productos seleccionado consume mensual?



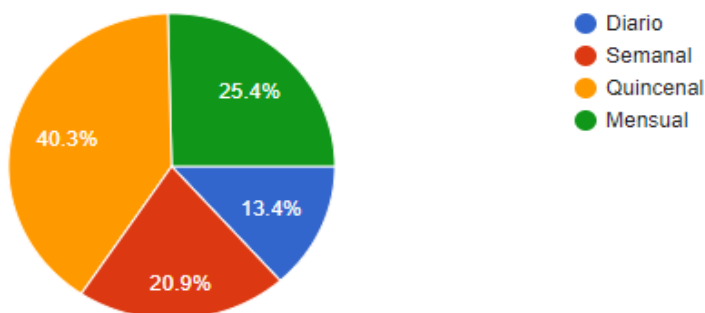
4. ¿Qué es lo más importante para usted cuando realiza sus compras en el lugar que selecciono en la pregunta número 1?



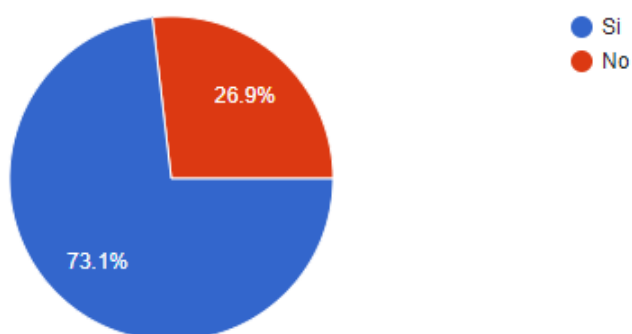
5. ¿En qué horario realiza usted sus compras?



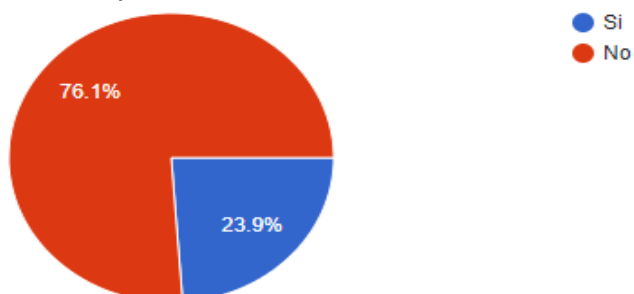
6. ¿Con que frecuencia concurre a ese lugar para realizar sus compras?



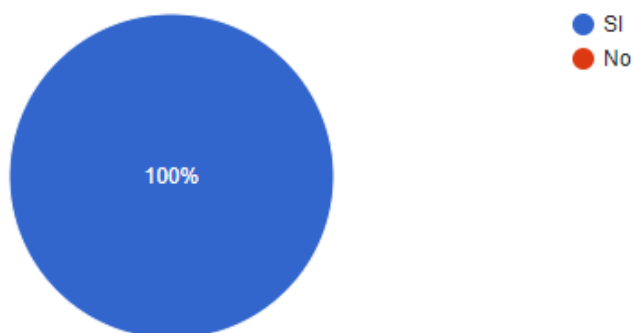
7. ¿Incurrir a un gasto adicional de transporte para poder llegar al establecimiento de sus compras?



8. ¿Se siente usted satisfecho con el establecimiento donde actualmente realiza sus compras?



9. ¿Le gustaría que en la Villa Bosco Monge hubiera un mini súper que le ofrezca una amplia gama de productos, precios accesibles y buena atención?



Anexo D Consumo anual de cada producto según su rubro

Producto	Cantidad anual	Unidad de medida	Año				
			2023	2024	2025	2026	2027
			Proyección de la demanda				
			(51)	(52)	(53)	(54)	(55)
Arroz	456	Libra	23256	23712	24168	24624	25080
Frijol	408	Libra	20808	21216	21624	22032	22440
Azúcar	360	Libra	18360	18720	19080	19440	19800
Aceite	84	Litro	4284	4368	4452	4536	4620
Huevos	84	Docena	4284	4368	4452	4536	4620
Perecederos	1392		70992	72384	73776	75168	76560
Tomate para cocinar	168	Libra	8568	8736	8904	9072	9240
Cebolla	96	Libra	4896	4992	5088	5184	5280
Papas	180	Libra	9180	9360	9540	9720	9900
Ayote	384	Libra	19584	19968	20352	20736	21120
Chiltoma	36	Libra	1836	1872	1908	1944	1980
Plátano verde	192	Libra	9792	9984	10176	10368	10560
Naranja	552	Libra	28152	28704	29256	29808	30360
Repollo	24	Libra	1224	1248	1272	1296	1320
Frutas y verduras	1632		83232	84864	86496	88128	89760
Posta de res	96	Libra	4896	4992	5088	5184	5280
Posta de cerdo	60	Libra	3060	3120	3180	3240	3300
Carne de aves	96	Libra	4896	4992	5088	5184	5280
Carnes	252		12852	13104	13356	13608	13860
Leche	360	Litro	18360	18720	19080	19440	19800
Leche en polvo	6	Unidad	306	312	318	324	330
Crema	24	Unidad	1224	1248	1272	1296	1320
Mantequilla	24	Unidad	1224	1248	1272	1296	1320
Margarina	48	Unidad	2448	2496	2544	2592	2640
Lácteos	462		23562	24024	24486	24948	25410
Atún	24	Unidad	1224	1248	1272	1296	1320
Sardina	36	Unidad	1836	1872	1908	1944	1980
Vegetales mixtos	6	Unidad	306	312	318	324	330
Hongos	6	Unidad	306	312	318	324	330
Enlatados	72		3672	3744	3816	3888	3960
Pinolillo	120	Libra	6120	6240	6360	6480	6600
Pastas alimenticias	60	Libra	3060	3120	3180	3240	3300
Pan	324	Libra	16524	16848	17172	17496	17820
Avena	60	Libra	3060	3120	3180	3240	3300
Delisoya	12	Unidad	612	624	636	648	660
Corn flakes	24	Unidad	1224	1248	1272	1296	1320
Cebada	36	Libra	1836	1872	1908	1944	1980
Harina	36	Libra	1836	1872	1908	1944	1980
Maizena	12	Unidad	612	624	636	648	660
Maseca	60	Libra	3060	3120	3180	3240	3300
Cereales derivados y	744		37944	38688	39432	40176	40920
Salchichas	12	Unidad	612	624	636	648	660

Jamón	6	Unidad	306	312	318	324	330
Mortadela	12	Unidad	612	624	636	648	660
Embutidos	30		1530	1560	1590	1620	1650
Jabón de lavar ropa	156	Unidad	7956	8112	8268	8424	8580
Detergente en polvo	336	Unidad	17136	17472	17808	18144	18480
Escoba	12	Unidad	612	624	636	648	660
Limpieza del hogar	504		25704	26208	26712	27216	27720
Pastas dental	24	Unidad	1224	1248	1272	1296	1320
Papel higiénico	132	Unidad	6732	6864	6996	7128	7260
Jabón de baño	60	Unidad	3060	3120	3180	3240	3300
Toallas sanitarias	24	Unidad	1224	1248	1272	1296	1320
Desodorante	24	Unidad	1224	1248	1272	1296	1320
Cepillo dental	24	Unidad	1224	1248	1272	1296	1320
Aseo personal	288		14688	14976	15264	15552	15840
Café	72	Unidad	3672	3744	3816	3888	3960
Galletas	12	Docena	612	624	636	648	660
Ablandador de carne	12	Unidad	612	624	636	648	660
Achote	36	Unidad	1836	1872	1908	1944	1980
Canela	24	Unidad	1224	1248	1272	1296	1320
Clavo de olor	12	Unidad	612	624	636	648	660
Comino	12	Unidad	612	624	636	648	660
Consomé de pollo	12	Docena	612	624	636	648	660
Consomé de res	72	Unidad	3672	3744	3816	3888	3960
Consomé camarón	24	Unidad	1224	1248	1272	1296	1320
Orégano	12	Unidad	612	624	636	648	660
Pimienta	72	Unidad	3672	3744	3816	3888	3960
Mayonesa	12	Unidad	612	624	636	648	660
Mostaza	12	Unidad	612	624	636	648	660
Salsa inglesa	12	Unidad	612	624	636	648	660
Salsa soya	12	Unidad	612	624	636	648	660
Salsa Tomate	12	Unidad	612	624	636	648	660
Vinagre blanco	12	Unidad	612	624	636	648	660
Vinagre tinto	12	Unidad	612	624	636	648	660
Otros	456		23256	23712	24168	24624	25080

Fuente: Elaboración propia.

Anexo E Consumo anual de la oferta del proyecto según su rubro

Producto	Cantidad anual	Unidad de medida	Año				
			2023	2024	2025	2026	2027
			Oferta del proyecto				
			37	37	37	37	37
Arroz	456	Libra	16872	16872	16872	16872	16872
Frijol	408	Libra	15096	15096	15096	15096	15096
Azúcar	360	Libra	13320	13320	13320	13320	13320
Aceite	84	Litro	3108	3108	3108	3108	3108
Huevos	84	Docena	3108	3108	3108	3108	3108
Perecederos	1392		51504	51504	51504	51504	51504
Tomate para cocinar	168	Libra	6216	6216	6216	6216	6216
Cebolla	96	Libra	3552	3552	3552	3552	3552
Papas	180	Libra	6660	6660	6660	6660	6660
Ayote	384	Libra	14208	14208	14208	14208	14208
Chiltoma	36	Libra	1332	1332	1332	1332	1332
Plátano verde	192	Libra	7104	7104	7104	7104	7104
Naranja	552	Libra	20424	20424	20424	20424	20424
Repollo	24	Libra	888	888	888	888	888
Frutas y verduras	1632		60384	60384	60384	60384	60384
Posta de res	96	Libra	3552	3552	3552	3552	3552
Posta de cerdo	60	Libra	2220	2220	2220	2220	2220
Carne de aves	96	Libra	3552	3552	3552	3552	3552
Carnes	252		9324	9324	9324	9324	9324
Leche	360	Litro	13320	13320	13320	13320	13320
Leche en polvo	6	Unidad	222	222	222	222	222
Crema	24	Unidad	888	888	888	888	888
Mantequilla	24	Unidad	888	888	888	888	888
Margarina	48	Unidad	1776	1776	1776	1776	1776
Lácteos	462		17094	17094	17094	17094	17094
Atún	24	Unidad	888	888	888	888	888
Sardina	36	Unidad	1332	1332	1332	1332	1332
Vegetales mixtos	6	Unidad	222	222	222	222	222
Hongos	6	Unidad	222	222	222	222	222
Enlatados	72		2664	2664	2664	2664	2664
Pinolillo	120	Libra	4440	4440	4440	4440	4440
Pastas alimenticias	60	Libra	2220	2220	2220	2220	2220
Pan	324	Libra	11988	11988	11988	11988	11988
Avena	60	Libra	2220	2220	2220	2220	2220
Delisoya	12	Unidad	444	444	444	444	444
Corn flakes	24	Unidad	888	888	888	888	888
Cebada	36	Libra	1332	1332	1332	1332	1332
Harina	36	Libra	1332	1332	1332	1332	1332
Maizena	12	Unidad	444	444	444	444	444
Maseca	60	Libra	2220	2220	2220	2220	2220
Cereales y derivados	744		27528	27528	27528	27528	27528
Salchichas	12	Unidad	444	444	444	444	444
Jamón	6	Unidad	222	222	222	222	222
Mortadela	12	Unidad	444	444	444	444	444
Embutidos	30		1110	1110	1110	1110	1110
Jabón de lavar ropa	156	Unidad	5772	5772	5772	5772	5772

Detergente en polvo	336	Unidad	12432	12432	12432	12432	12432
Escoba	12	Unidad	444	444	444	444	444
Limpieza del hogar	504		18648	18648	18648	18648	18648
Papel higiénico	132	Unidad	4884	4884	4884	4884	4884
Jabón de baño	60	Unidad	2220	2220	2220	2220	2220
Toallas sanitarias	24	Unidad	888	888	888	888	888
Desodorante	24	Unidad	888	888	888	888	888
Cepillo dental	24	Unidad	888	888	888	888	888
Aseo personal	264		9768	9768	9768	9768	9768
Café	72	Unidad	2664	2664	2664	2664	2664
Galletas	12	Docena	444	444	444	444	444
Ablandador de carne	12	Unidad	444	444	444	444	444
Achote	36	Unidad	1332	1332	1332	1332	1332
Canela	24	Unidad	888	888	888	888	888
Clavo de olor	12	Unidad	444	444	444	444	444
Comino	12	Unidad	444	444	444	444	444
Consomé de pollo	12	Docena	444	444	444	444	444
Consomé de res	72	Unidad	2664	2664	2664	2664	2664
Consomé camarón	24	Unidad	888	888	888	888	888
Orégano	12	Unidad	444	444	444	444	444
Pimienta	72	Unidad	2664	2664	2664	2664	2664
Mayonesa	12	Unidad	444	444	444	444	444
Mostaza	12	Unidad	444	444	444	444	444
Salsa inglesa	12	Unidad	444	444	444	444	444
Salsa soya	12	Unidad	444	444	444	444	444
Salsa Tomate	12	Unidad	444	444	444	444	444
Vinagre blanco	12	Unidad	444	444	444	444	444
Vinagre tinto	12	Unidad	444	444	444	444	444
Otros	456		16872	16872	16872	16872	16872

Fuente: Elaboración propia.

Anexo F Precios de los productos a comercializar

Producto	Presentación de Compra	Presentación de Venta	Unidad de Medida	Precio de compra unitario	Precio de venta al Minorista
Arroz Doña María 80/20	2.2 kg (Bolsón de 12 unidades)	2.2 kg (Unidad)	Kilogramo	740.4	74.04
Frijol	2.2 kg (Bolsón de 12 unidades)	2.2 kg (Unidad)	Kilogramo	1,458.00	145.8
Azúcar sulfitada Monte Rosa	2.2 kg (Bolsón de 12 unidades)	2.2 kg (Unidad)	Kilogramo	589.9	58.99
Aceite Rico	1 lt (Caja de 8 unidades)	1 Litro	Litro	390	58.5
Huevos	1/2 Cajilla	1/2 Cajilla		59.4	71.28
Pinolillo	Bolsón de 12 docenas	Docena	Libra	361.1	36.11
Pastas alimenticias	Bolson de 24 unidades	400 Gramos	Unidad	877.2	43.86

Pan	480 gr (Bandeja de 12 unidades)	480 Gramos	Unidad	316.3	31.63
Tomate para cocinar	Cajilla de 25 lbs (Aprox)	Libra	Libra	357.9	17.17
Cebolla blanca	Quintal (100 lbs)	Libra	Libra	3,350.1	40.20
Papas	Quintal (100 lbs)	Libra	Libra	2,367.9	28.41
Ayote	Quintal (100 lbs)	Libra	Libra	917.5	11.01
Chiltoma	Cajilla de 25 lbs (Aprox)	Libra	Libra	998.00	47.90
Plátano verde	Maya de (25 lbs)	Libra	Libra	323.2	15.51
Naranja	Canasto de 25 lbs	Libra	Libra	265.3	12.73
Repollo	Maya de (25 lbs)	Libra	Libra	352.5	16.92
Jabón de lavar ropa	Caja de 18 unidades	Ristra	Unidad	615	41
Detergente en polvo	Bolson de 15 unidades	40 Gramos	Unidad	45.8	3.66
Pastas dental	Docena	115 Gramos	Unidad	421.1	42.11
Fósforos	Cartón de 50 unidades	Cartón de 10 unidades	Unidad	92.5	22.2
Escoba	Caja de 12 unidades	Unidad	Unidad	777.6	77.76
Papel higiénico	Docena (paquetes de 6 unidades)	Paquete	Unidad	3,000.00	300
Jabón de baño	Caja de 24 unidades	Unidad	Unidad	560	672
Toallas sanitarias	Caja de 8 paquetes	Paquete de (10 unidades)	Paquete	180	27
Desodorante nacional	Docena	Unidad	Unidad	700.00	70
Cepillo dental	Docena	Unidad	Unidad	205	20.5
Café	Caja de 24 unidades	50 Gramos	Unidad	1,312.00	65.6
Leche en polvo	Caja de 12 unidades	900 Gramos	Unidad	2,100.00	210
Atún	Docena	160 Gramos	Unidad	717.5	71.75
Sardina	Caja de 24 unidades	5.5 Onzas	Unidad	922.5	46.125
Vegetales mixtos	Caja de 24 unidades	8 1/4 Onzas	Unidad	1,025.00	51.25
Hongos	Caja de 24 unidades	425 Gramos	Unidad	1,435.00	71.75
Avena	Docena	Libra	Unidad	656	65.6
Delisoya	Docena	Libra	Unidad	1,435.00	143.5
Corn flakes	Docena	Unidad	Unidad	717.5	71.75
Cebada	Docena	Libra	Unidad	615	61.5
Harina	Bolsón de 25 lb	Libra	Unidad	512.5	24.6
Maizena	Docena	400 gr	Unidad	102.5	10.25
Maseca	Bolsón de 25 lb	Libra	Unidad	615	29.52

Galletas	Caja de 24 unidades	Docena	Unidad	840.5	42.025
Ablandador de carne	Caja de 24 unidades	3.12 Onzas	Unidad	307.5	15.375
Achiote	Caja de 24 unidades	3.5 Onzas	Unidad	348.5	17.425
Canela	Caja de 24 unidades	3.62 Onzas	Unidad	205	10.25
Clavo de olor	Caja de 24 unidades	3 Onzas	Unidad	307.5	15.375
Comino	Caja de 24 unidades	3.2 Onzas	Unidad	287	14.35
Consomé de pollo	Caja de 24 unidades	Docena	Unidad	140	7
Consomé de res	Caja de 24 unidades	Docena	Unidad	140	7
Consomé camarón	Caja de 24 unidades	Docena	Unidad	140	7
Orégano	Caja de 24 unidades	0.75 Onzas	Unidad	123	6.15
Pimienta	Caja de 24 unidades	2 Onzas	Unidad	184.5	9.225
Mayonesa	Caja de 12 unidades	8 Onzas	Unidad	820	82
Mostaza	Caja de 12 unidades	8 Onzas	Unidad	1,025.00	102.5
Salsa inglesa	Caja de 12 unidades	135 ml.	Unidad	900.00	90
Salsa soya	Caja de 12 unidades	10 Onzas	Unidad	725.00	72.5
Salsa Tomate	Caja de 24 unidades	14 Onzas	Unidad	1,640.00	82
Vinagre blanco	Caja de 12 unidades	12 Onzas	Unidad	246	24.6
Vinagre tinto	Caja de 12 unidades	12 Onzas	Unidad	246	24.6
Sopas Instantáneas	Caja de 12 unidades	64 Gramos	Unidad	150	15
Sopas Maggi	Caja de 12 unidades	60 Gramos	Unidad	143.5	14.35
Paletas Heladas	Caja de 24 unidades	Unidad	Unidad	799.5	39.975
Baterías	Ristra de 12 unidades		Unidad	307.5	30.75
Cubiertos desechables	Caja de 24 unidades	Paquete de 25 unidades	Unidad	492	24.6
Platos desechables	Caja de 24 unidades	Paquete de 25 unidades	Unidad	492	24.6
Vasos desechables	Caja de 24 unidades	Paquete de 25 unidades	Unidad	492	24.6
Pajillas	Bolsón de 24 unidades	Paquete de 100 unidades	Unidad	328	16.4
hisopos	Paquete de 24 unidades	Paquete de 100 unidades	Unidad	820	41

Papel aluminio	Caja de 24 unidades	8.33 Yardas	Unidad	1,025.00	51.25
Pasta de lustrar	Caja de 24 unidades	30 Gramos	Unidad	1,127.50	56.375
Mecha de lampazo	Bolsón de 12 unidades	Unidad	Unidad	1,000.00	50
Rasuradoras	Paquete de 24 unidades	Unidad	Unidad	389.5	19.475
Posta de res	Caja de 25 libras	Libra	Libra	3,040.60	145.95
Posta de cerdo	Caja de 25 libras	Libra	Libra	1,864.40	89.49
Carne de aves	Saco de 100 libras	Libra	Libra	5,090.00	61.08
Leche	Caja de 24 unidades	1000 Mililitros	Litro	775.2	38.76
Salchichas	Docena	Unidad	Unidad	410	41
Jamón	Docena	Unidad	Unidad	615	61.5
Mortadela	Docena	Unidad	Unidad	410	41
Crema	Bolsón de 24 unidades	114 Gramos	Unidad	328	16.4
Mantequilla	Caja de 4 unidades	454 Gramos	Unidad	200	60.5
Margarina	Caja de 5 unidades		Unidad	307.5	36.3
Coca cola	Caja de 6 unidades	3 Litros	Unidad	512.5	102.5
Pepsi	Caja de 6 unidades	3 Litros	Unidad	451	90.2
Kola shaler	Caja de 24 unidades	16 Onzas	Unidad	779	38.95
Jugos de frutas	Caja de 24 unidades	12 Onzas	Unidad	492	24.6

Fuente: Elaboración propia

Anexo G Proyección de ingresos por productos de cada año

Proyección de ingresos por productos 2024

Producto	Cantidad anual	U/M	Precio/Año	Proyección
Arroz	16,872.00	Libra	20.36	343,513.92
Frijol	15,096.00	Libra	40.1	605,349.60
Azúcar	13,320.00	Libra	16.21	215,917.20
Aceite	3,108.00	Litro	63.86	198,476.88
Posta de res	3,552.00	Libra	160.55	570,273.60
Posta de cerdo	2,220.00	Libra	98.44	218,536.80
Carne de aves	3,552.00	Libra	67.19	238,658.88
Leche	13,320.00	Litro	42.64	567,964.80
Huevos	3,108.00	Docena	78.41	243,698.28
Pinolillo	4,440.00	Libra	39.72	176,356.80
Pastas alimenticias	2,220.00	Unidad	48.25	107,115.00
Pan	11,988.00	Unidad	34.79	417,062.52
Tomate para cocinar	6,216.00	Libra	18.89	117,420.24
Cebolla blanca	3,552.00	Libra	44.22	157,069.44

Papas	6,660.00	Libra	31.25	208,125.00
Ayote	14,208.00	Libra	12.11	172,058.88
Chiltoma	1,332.00	Libra	52.69	70,183.08
Plátano verde	7,104.00	Libra	17.06	121,194.24
Naranja	20,424.00	Libra	14	285,936.00
Repollo	888	Libra	18.61	16,525.68
Jabón de lavar ropa	5,772.00	Unidad	45.1	260,317.20
Detergente en polvo	12,432.00	Unidad	4.03	50,100.96
Pastas dental	888	Unidad	46.32	41,132.16
Fósforos	4,884.00	Unidad	2.44	11,916.96
Escoba	444	Unidad	85.54	37,979.76
Papel higiénico	4,884.00	Unidad	27.5	134,310.00
Jabón de baño	2,220.00	Unidad	30.8	68,376.00
Toallas sanitarias	888	Paquete	29.7	26,373.60
Desodorante nacional	888	Unidad	77	68,376.00
Cepillo dental	888	Unidad	22.55	20,024.40
Café	2,664.00	Unidad	72.16	192,234.24
Salchichas	444	Unidad	45.1	20,024.40
Jamón	222	Unidad	67.65	15,018.30
Mortadela	444	Unidad	45.1	20,024.40
Leche en polvo	222	Unidad	231	51,282.00
Crema	888	Unidad	18.04	16,019.52
Mantequilla	888	Unidad	66.55	59,096.40
Margarina	1,776.00	Unidad	39.93	70,915.68
Atún	888	Unidad	78.1	69,352.80
Sardina	1,332.00	Unidad	50.74	67,585.68
Vegetales mixtos	222	Unidad	56.38	12,516.36
Hongos	222	Unidad	78.93	17,522.46
Avena	2,220.00	Libra	72.16	160,195.20
Delisoya	444	Unidad	157.85	70,085.40
Corn flakes	888	Unidad	78.93	70,089.84
Cebada	1,332.00	Unidad	67.65	90,109.80
Harina	1,332.00	Unidad	27.06	36,043.92
Maizena	444	Unidad	11.28	5,008.32
Maseca	2,220.00	Unidad	32.47	72,083.40
Galletas	444	Unidad	46.23	20,526.12
Ablandador de carne	444	Unidad	16.92	7,512.48
Achiote	1,332.00	Unidad	19.17	25,534.44
Canela	888	Unidad	11.28	10,016.64
Clavo de olor	444	Unidad	16.92	7,512.48
Comino	444	Unidad	15.79	7,010.76
Consomé de pollo	444	Unidad	7.7	3,418.80
Consomé de res	2,664.00	Unidad	7.7	20,512.80
Consomé camarón	888	Unidad	7.7	6,837.60
Orégano	444	Unidad	6.77	3,005.88
Pimienta	2,664.00	Unidad	10.15	27,039.60
Mayonesa	444	Unidad	90.2	40,048.80
Mostaza	444	Unidad	112.75	50,061.00
Salsa inglesa	444	Unidad	99	43,956.00
Salsa soya	444	Unidad	79.75	35,409.00
Salsa Tomate	444	Unidad	90.2	40,048.80
Vinagre blanco	444	Unidad	27.06	12,014.64

Vinagre tinto	444	Unidad	27.06	12,014.64
Sopas Instantaneas	444	Unidad	16.5	7,326.00
Sopas Maggi	2,664.00	Unidad	15.79	42,064.56
Paletas Heladas	1,776.00	Unidad	43.98	78,108.48
Coca cola	4,440.00	Unidad	112.75	500,610.00
Pepsi	2,664.00	Unidad	99.22	264,322.08
Kola shaler	888	Unidad	42.85	38,050.80
Jugos de frutas	2,664.00	Unidad	27.06	72,087.84
Baterías	2,664.00	Unidad	33.83	90,123.12
Cubiertos desechables	444	Unidad	27.06	12,014.64
Platos desechables	444	Unidad	27.06	12,014.64
Vasos desechables	444	Unidad	27.06	12,014.64
Pajillas	444	Unidad	18.04	8,009.76
Hisopos	444	Unidad	45.1	20,024.40
Papel aluminio	888	Unidad	56.38	50,065.44
Pasta de lustrar	444	Unidad	62.02	27,536.88
Mecha de lampazo	444	Unidad	55	24,420.00
Rasuradoras	888	Unidad	21.43	19,029.84
TOTAL DE INGRESOS 2024				8,535,855.60

Fuente: Elaboración propia

Proyección de ingresos por productos 2025

Producto	Cantidad anual	U/M	Precio/Año	Proyección
Arroz	16,872.00	Libra	22.4	377,932.80
Frijol	15,096.00	Libra	44.11	665,884.56
Azúcar	13,320.00	Libra	17.83	237,495.60
Aceite	3,108.00	Litro	70.25	218,337.00
Posta de res	3,552.00	Libra	176.61	627,318.72
Posta de cerdo	2,220.00	Libra	108.28	240,381.60
Carne de aves	3,552.00	Libra	73.91	262,528.32
Leche	13,320.00	Litro	46.9	624,708.00
Huevos	3,108.00	Docena	86.25	268,065.00
Pinolillo	4,440.00	Libra	43.69	193,983.60
Pastas alimenticias	2,220.00	Unidad	53.08	117,837.60
Pan	11,988.00	Unidad	38.27	458,780.76
Tomate para cocinar	6,216.00	Libra	20.78	129,168.48
Cebolla blanca	3,552.00	Libra	48.64	172,769.28
Papas	6,660.00	Libra	34.38	228,970.80
Ayote	14,208.00	Libra	13.32	189,250.56
Chiltoma	1,332.00	Libra	57.96	77,202.72
Plátano verde	7,104.00	Libra	18.77	133,342.08
Naranja	20,424.00	Libra	15.4	314,529.60
Repollo	888	Libra	20.47	18,177.36
Jabón de lavar ropa	5,772.00	Unidad	49.61	286,348.92
Detergente en polvo	12,432.00	Unidad	4.43	55,073.76
Pastas dental	888	Unidad	50.95	45,243.60
Fósforos	4,884.00	Unidad	2.68	13,089.12
Escoba	444	Unidad	94.09	41,775.96
Papel higiénico	4,884.00	Unidad	30.25	147,741.00
Jabón de baño	2,220.00	Unidad	33.88	75,213.60
Toallas sanitarias	888	Paquete	32.67	29,010.96

Desodorante nacional	888	Unidad	84.7	75,213.60
Cepillo dental	888	Unidad	24.81	22,031.28
Café	2,664.00	Unidad	79.38	211,468.32
Salchichas	444	Unidad	49.61	22,026.84
Jamón	222	Unidad	74.42	16,521.24
Mortadela	444	Unidad	49.61	22,026.84
Leche en polvo	222	Unidad	254.1	56,410.20
Crema	888	Unidad	19.84	17,617.92
Mantequilla	888	Unidad	73.21	65,010.48
Margarina	1,776.00	Unidad	43.92	78,001.92
Atún	888	Unidad	85.91	76,288.08
Sardina	1,332.00	Unidad	55.81	74,338.92
Vegetales mixtos	222	Unidad	62.02	13,768.44
Hongos	222	Unidad	86.82	19,274.04
Avena	2,220.00	Libra	79.38	176,223.60
Delisoya	444	Unidad	173.64	77,096.16
Corn flakes	888	Unidad	86.82	77,096.16
Cebada	1,332.00	Unidad	74.42	99,127.44
Harina	1,332.00	Unidad	29.77	39,653.64
Maizena	444	Unidad	12.41	5,510.04
Maseca	2,220.00	Unidad	35.72	79,298.40
Galletas	444	Unidad	50.85	22,577.40
Ablandador de carne	444	Unidad	18.61	8,262.84
Achiote	1,332.00	Unidad	21.09	28,091.88
Canela	888	Unidad	12.41	11,020.08
Clavo de olor	444	Unidad	18.61	8,262.84
Comino	444	Unidad	17.37	7,712.28
Consomé de pollo	444	Unidad	8.47	3,760.68
Consomé de res	2,664.00	Unidad	8.47	22,564.08
Consomé camarón	888	Unidad	8.47	7,521.36
Orégano	444	Unidad	7.45	3,307.80
Pimienta	2,664.00	Unidad	11.17	29,756.88
Mayonesa	444	Unidad	99.22	44,053.68
Mostaza	444	Unidad	124.03	55,069.32
Salsa inglesa	444	Unidad	108.9	48,351.60
Salsa soya	444	Unidad	87.73	38,952.12
Salsa Tomate	444	Unidad	99.22	44,053.68
Vinagre blanco	444	Unidad	29.77	13,217.88
Vinagre tinto	444	Unidad	29.77	13,217.88
Sopas Instantaneas	444	Unidad	18.15	8,058.60
Sopas Maggi	2,664.00	Unidad	17.37	46,273.68
Paletas Heladas	1,776.00	Unidad	48.38	85,922.88
Coca cola	4,440.00	Unidad	124.03	550,693.20
Pepsi	2,664.00	Unidad	109.14	290,748.96
Kola shaler	888	Unidad	47.14	41,860.32
Jugos de frutas	2,664.00	Unidad	29.77	79,307.28
Baterías	2,664.00	Unidad	37.21	99,127.44
Cubiertos desechables	444	Unidad	29.77	13,217.88
Platos desechables	444	Unidad	29.77	13,217.88
Vasos desechables	444	Unidad	29.77	13,217.88
Pajillas	444	Unidad	19.84	8,808.96
Hisopos	444	Unidad	49.61	22,026.84

Papel aluminio	888	Unidad	62.02	55,073.76
Pasta de lustrar	444	Unidad	68.22	30,289.68
Mecha de lampazo	444	Unidad	60.5	26,862.00
Rasuradoras	888	Unidad	23.57	20,930.16
TOTAL DE INGRESOS 2025				9,389,556.60

Fuente: Elaboración propia

Proyección de ingresos por productos 2026

Producto	Cantidad anual	U/M	Precio/Año	Proyección
Arroz	16,872.00	Libra	24.64	415,726.08
Frijol	15,096.00	Libra	48.52	732,457.92
Azúcar	13,320.00	Libra	19.61	261,205.20
Aceite	3,108.00	Litro	77.28	240,186.24
Posta de res	3,552.00	Libra	194.27	690,047.04
Posta de cerdo	2,220.00	Libra	119.11	264,424.20
Carne de aves	3,552.00	Libra	81.3	288,777.60
Leche	13,320.00	Litro	51.59	687,178.80
Huevos	3,108.00	Docena	94.88	294,887.04
Pinolillo	4,440.00	Libra	48.06	213,386.40
Pastas alimenticias	2,220.00	Unidad	58.39	129,625.80
Pan	11,988.00	Unidad	42.1	504,694.80
Tomate para cocinar	6,216.00	Libra	22.86	142,097.76
Cebolla blanca	3,552.00	Libra	53.5	190,032.00
Papas	6,660.00	Libra	37.82	251,881.20
Ayote	14,208.00	Libra	14.65	208,147.20
Chiltoma	1,332.00	Libra	63.76	84,928.32
Plátano verde	7,104.00	Libra	20.65	146,697.60
Naranja	20,424.00	Libra	16.94	345,982.56
Repollo	888	Libra	22.52	19,997.76
Jabón de lavar ropa	5,772.00	Unidad	54.57	314,978.04
Detergente en polvo	12,432.00	Unidad	4.87	60,543.84
Pastas dental	888	Unidad	56.05	49,772.40
Fósforos	4,884.00	Unidad	2.95	14,407.80
Escoba	444	Unidad	103.5	45,954.00
Papel higiénico	4,884.00	Unidad	33.28	162,539.52
Jabón de baño	2,220.00	Unidad	37.27	82,739.40
Toallas sanitarias	888	Paquete	35.94	31,914.72
Desodorante nacional	888	Unidad	93.17	82,734.96
Cepillo dental	888	Unidad	27.29	24,233.52
Café	2,664.00	Unidad	87.32	232,620.48
Salchichas	444	Unidad	54.57	24,229.08
Jamón	222	Unidad	81.86	18,172.92
Mortadela	444	Unidad	54.57	24,229.08
Leche en polvo	222	Unidad	279.51	62,051.22
Crema	888	Unidad	21.82	19,376.16
Mantequilla	888	Unidad	80.53	71,510.64
Margarina	1,776.00	Unidad	48.31	85,798.56
Atún	888	Unidad	94.5	83,916.00
Sardina	1,332.00	Unidad	61.39	81,771.48
Vegetales mixtos	222	Unidad	68.22	15,144.84
Hongos	222	Unidad	95.5	21,201.00

Avena	2,220.00	Libra	87.32	193,850.40
Delisoya	444	Unidad	191	84,804.00
Corn flakes	888	Unidad	95.5	84,804.00
Cebada	1,332.00	Unidad	81.86	109,037.52
Harina	1,332.00	Unidad	32.75	43,623.00
Maizena	444	Unidad	13.65	6,060.60
Maseca	2,220.00	Unidad	39.29	87,223.80
Galletas	444	Unidad	55.94	24,837.36
Ablandador de carne	444	Unidad	20.47	9,088.68
Achiote	1,332.00	Unidad	23.2	30,902.40
Canela	888	Unidad	13.65	12,121.20
Clavo de olor	444	Unidad	20.47	9,088.68
Comino	444	Unidad	19.11	8,484.84
Consomé de pollo	444	Unidad	9.32	4,138.08
Consomé de res	2,664.00	Unidad	9.32	24,828.48
Consomé camarón	888	Unidad	9.32	8,276.16
Orégano	444	Unidad	8.2	3,640.80
Pimienta	2,664.00	Unidad	12.29	32,740.56
Mayonesa	444	Unidad	109.14	48,458.16
Mostaza	444	Unidad	136.43	60,574.92
Salsa inglesa	444	Unidad	119.79	53,186.76
Salsa soya	444	Unidad	96.5	42,846.00
Salsa Tomate	444	Unidad	109.14	48,458.16
Vinagre blanco	444	Unidad	32.75	14,541.00
Vinagre tinto	444	Unidad	32.75	14,541.00
Sopas Instantaneas	444	Unidad	19.97	8,866.68
Sopas Maggi	2,664.00	Unidad	19.11	50,909.04
Paletas Heladas	1,776.00	Unidad	53.22	94,518.72
Coca cola	4,440.00	Unidad	136.43	605,749.20
Pepsi	2,664.00	Unidad	120.05	319,813.20
Kola shaler	888	Unidad	51.85	46,042.80
Jugos de frutas	2,664.00	Unidad	32.75	87,246.00
Baterías	2,664.00	Unidad	40.93	109,037.52
Cubiertos desechables	444	Unidad	32.75	14,541.00
Platos desechables	444	Unidad	32.75	14,541.00
Vasos desechables	444	Unidad	32.75	14,541.00
Pajillas	444	Unidad	21.82	9,688.08
Hisopos	444	Unidad	54.57	24,229.08
Papel aluminio	888	Unidad	68.22	60,579.36
Pasta de lustrar	444	Unidad	75.04	33,317.76
Mecha de lampazo	444	Unidad	66.55	29,548.20
Rasuradoras	888	Unidad	25.93	23,025.84
TOTAL DE INGRESOS 2026				10,328,552.22

Fuente: Elaboración propia

Proyección de ingresos por productos 2027

Producto	Cantidad anual	U/M	Precio/Año	Proyección
Arroz	16,872.00	Libra	27.1	457,231.20
Frijol	15,096.00	Libra	53.37	805,673.52
Azúcar	13,320.00	Libra	21.57	287,312.40
Aceite	3,108.00	Litro	85.01	264,211.08
Posta de res	3,552.00	Libra	213.7	759,062.40
Posta de cerdo	2,220.00	Libra	131.02	290,864.40
Carne de aves	3,552.00	Libra	89.43	317,655.36
Leche	13,320.00	Litro	56.75	755,910.00
Huevos	3,108.00	Docena	104.37	324,381.96
Pinolillo	4,440.00	Libra	52.87	234,742.80
Pastas alimenticias	2,220.00	Unidad	64.23	142,590.60
Pan	11,988.00	Unidad	46.31	555,164.28
Tomate para cocinar	6,216.00	Libra	25.15	156,332.40
Cebolla blanca	3,552.00	Libra	58.85	209,035.20
Papas	6,660.00	Libra	41.6	277,056.00
Ayote	14,208.00	Libra	16.12	229,032.96
Chiltoma	1,332.00	Libra	70.14	93,426.48
Plátano verde	7,104.00	Libra	22.72	161,402.88
Naranja	20,424.00	Libra	18.63	380,499.12
Repollo	888	Libra	24.77	21,995.76
Jabón de lavar ropa	5,772.00	Unidad	60.03	346,493.16
Detergente en polvo	12,432.00	Unidad	5.36	66,635.52
Pastas dental	888	Unidad	61.66	54,754.08
Fósforos	4,884.00	Unidad	3.25	15,873.00
Escoba	444	Unidad	113.85	50,549.40
Papel higiénico	4,884.00	Unidad	36.61	178,803.24
Jabón de baño	2,220.00	Unidad	41	91,020.00
Toallas sanitarias	888	Paquete	39.53	35,102.64
Desodorante nacional	888	Unidad	102.49	91,011.12
Cepillo dental	888	Unidad	30.02	26,657.76
Café	2,664.00	Unidad	96.05	255,877.20
Salchichas	444	Unidad	60.03	26,653.32
Jamón	222	Unidad	90.05	19,991.10
Mortadela	444	Unidad	60.03	26,653.32
Leche en polvo	222	Unidad	307.46	68,256.12
Crema	888	Unidad	24	21,312.00
Mantequilla	888	Unidad	88.58	78,659.04
Margarina	1,776.00	Unidad	53.14	94,376.64
Atún	888	Unidad	103.95	92,307.60
Sardina	1,332.00	Unidad	67.53	89,949.96
Vegetales mixtos	222	Unidad	75.04	16,658.88
Hongos	222	Unidad	105.05	23,321.10
Avena	2,220.00	Libra	96.05	213,231.00
Delisoya	444	Unidad	210.1	93,284.40
Corn flakes	888	Unidad	105.05	93,284.40
Cebada	1,332.00	Unidad	90.05	119,946.60
Harina	1,332.00	Unidad	36.03	47,991.96
Maizena	444	Unidad	15.02	6,668.88
Maseca	2,220.00	Unidad	43.22	95,948.40

Galletas	444	Unidad	61.53	27,319.32
Ablandador de carne	444	Unidad	22.52	9,998.88
Achiote	1,332.00	Unidad	25.52	33,992.64
Canela	888	Unidad	15.02	13,337.76
Clavo de olor	444	Unidad	22.52	9,998.88
Comino	444	Unidad	21.02	9,332.88
Consomé de pollo	444	Unidad	10.25	4,551.00
Consomé de res	2,664.00	Unidad	10.25	27,306.00
Consomé camarón	888	Unidad	10.25	9,102.00
Orégano	444	Unidad	9.02	4,004.88
Pimienta	2,664.00	Unidad	13.52	36,017.28
Mayonesa	444	Unidad	120.05	53,302.20
Mostaza	444	Unidad	150.07	66,631.08
Salsa inglesa	444	Unidad	131.77	58,505.88
Salsa soya	444	Unidad	106.15	47,130.60
Salsa Tomate	444	Unidad	120.05	53,302.20
Vinagre blanco	444	Unidad	36.03	15,997.32
Vinagre tinto	444	Unidad	36.03	15,997.32
Sopas Instantaneas	444	Unidad	21.97	9,754.68
Sopas Maggi	2,664.00	Unidad	21.02	55,997.28
Paletas Heladas	1,776.00	Unidad	58.54	103,967.04
Coca cola	4,440.00	Unidad	150.07	666,310.80
Pepsi	2,664.00	Unidad	132.06	351,807.84
Kola shaler	888	Unidad	57.04	50,651.52
Jugos de frutas	2,664.00	Unidad	36.03	95,983.92
Baterías	2,664.00	Unidad	45.02	119,933.28
Cubiertos desechables	444	Unidad	36.03	15,997.32
Platos desechables	444	Unidad	36.03	15,997.32
Vasos desechables	444	Unidad	36.03	15,997.32
Pajillas	444	Unidad	24	10,656.00
Hisopos	444	Unidad	60.03	26,653.32
Papel aluminio	888	Unidad	75.04	66,635.52
Pasta de lustrar	444	Unidad	82.54	36,647.76
Mecha de lampazo	444	Unidad	73.21	32,505.24
Rasuradoras	888	Unidad	28.52	25,325.76
TOTAL DE INGRESOS 2027				11,361,502.68

Fuente: Elaboración propia

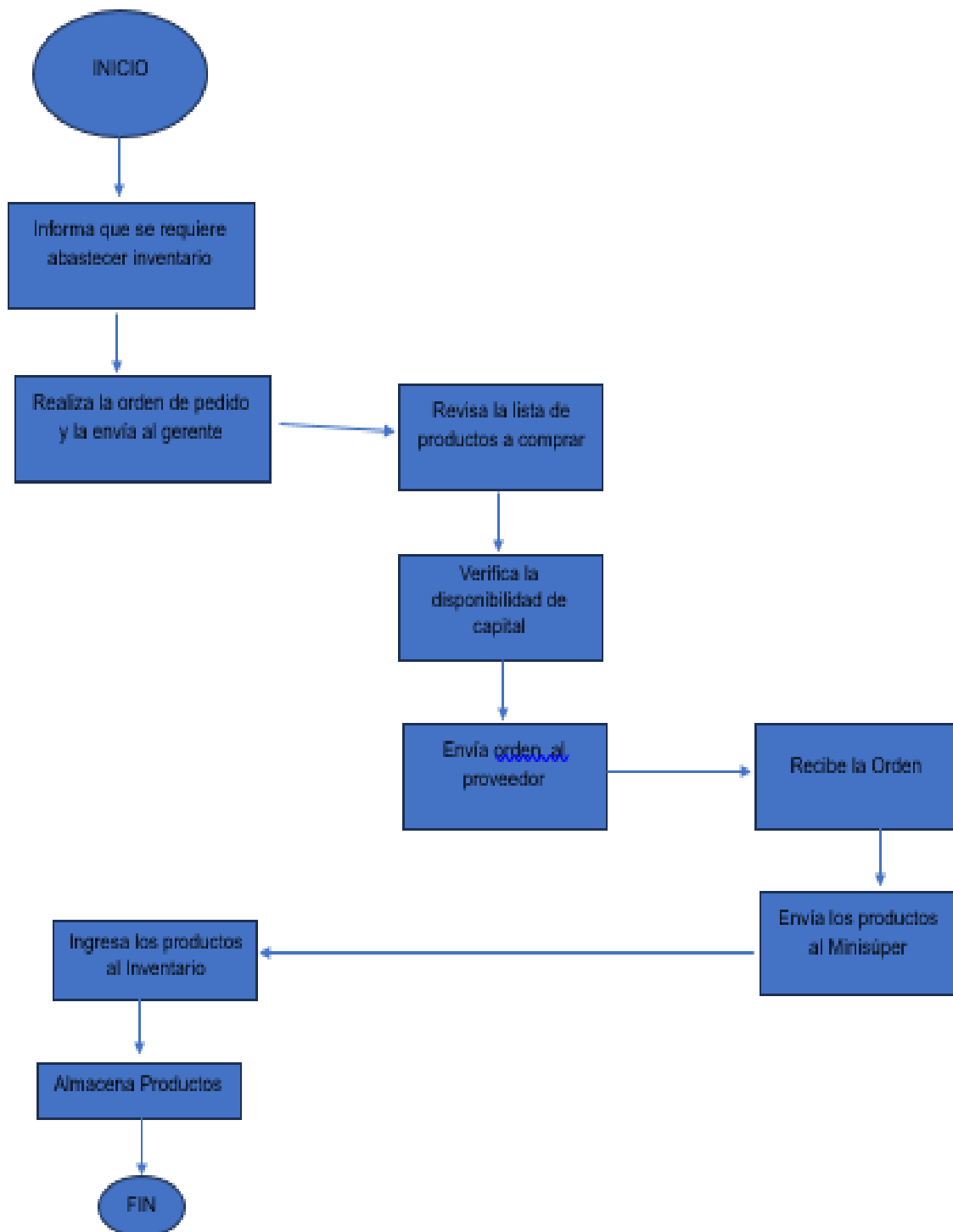
Anexo H Diagramas de los procesos

Adquisición de productos

Encargado de perecederos y Granos Básicos

Gerente

Proveedor

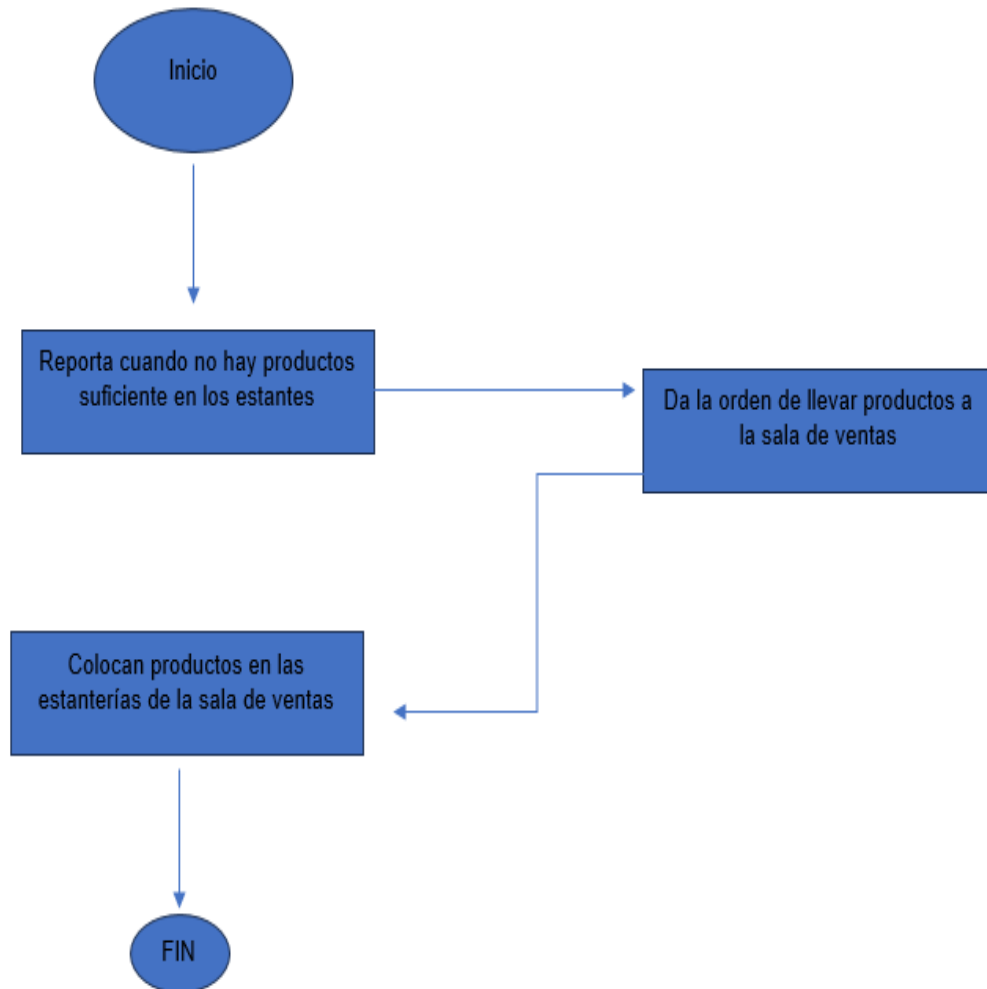


Fuente: Elaboración propia

Colocación de productos

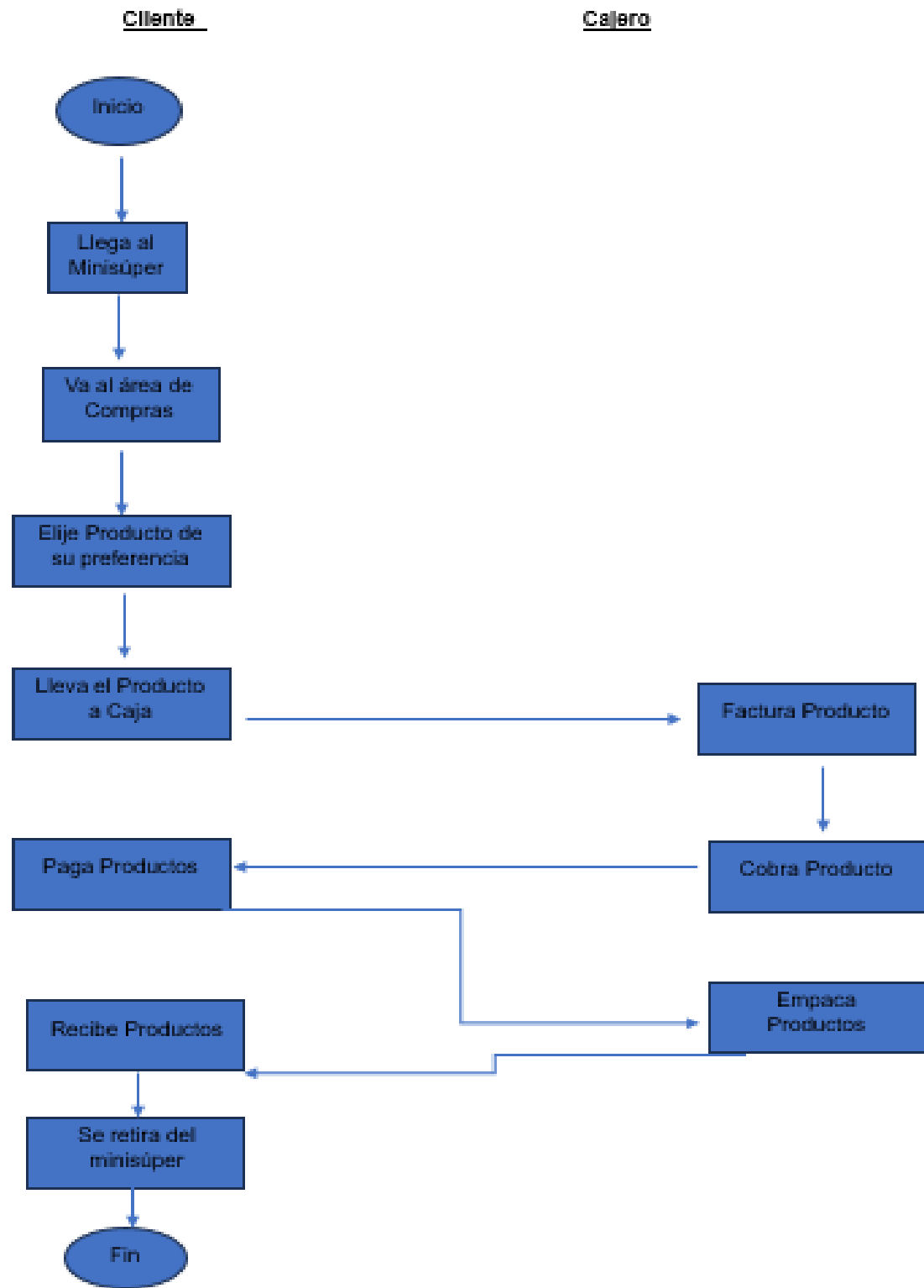
Encargado de Perecederos, Granos Básicos y Responsable de área de carnes

Supervisor



Fuente: Elaboración propia

Venta del producto



Fuente: Elaboración propia

Contratación de personal



Fuente: Elaboración propia

Anexo I Cotizaciones

Maquinaria y equipo.



Cotización

Fecha

9/11/2023

Para:
Distribuidora KM 29
Alceda Carrion
km 29 carretera sur
managua
84592884 (Cell)
diskm29@hotmail.com

Proyecto:
DISTRIBUIDORA KM 29

De:
IMISA
Tomas Gutierrez
Carretera Norte, Nuevo Diario 2
c abajo
Managua
2249-6970 (Teléfono)
8252-3761 (Teléfono Móvil)

Código de
Proyecto: DISTRIBU

Artículo	Cnt.	Descripción	Venta	Venta Total
3	1 ea	EXHIBIDOR FRIO HORIZONTAL Custom Modelo No. EAEXM2000 Por Paquete: ea  Exhibidor frio horizontal párr Ideal CARNICOS . Vidrio curvo frontal Estructura de acero inoxidable Doble barra de acero párr COLGAR carne 2 niveles de exhibicion Contenedores de acero Para La carne Termostato de control párrafo de Temperatura Rango de Temperatura: 3oC un 10oC Top superiores en acero inoxidable Iluminación interior fluorescente Serpentina superiores y placa fria inferior Refrigerante: R134a Medidas: 2 m x 1.28 m Frente Fondo x 1.56 m alto Modelo EAEXM2000 Marca Refrimate	\$5,800.00	\$5,800.00
4	1 ea	EXHIBIDOR FRIO VERTICAL Custom Modelo No. VCM410 Por Paquete: ea  Exhibidor frio vertical 1 puerta abatible Capacidad 10 pies cúbicos Puerta con cristal visor Laterales con acabados de pintura epóxica Ideal para bebidas, lácteos o productos fríos en general Temperatura de trabajo: 0oC a 7oC Control de temperatura ajustable Iluminación interna Voltaje: 110V Medidas: 0.60 m fondo x 0.71 m ancho x 1.80 m alto	\$1,200.00	\$1,200.00

IMISA			Fecha	
			9/11/2023	
Artículo	Cnt.	Descripción	Venta	Venta Total
6	1 ea	MUEBLES PARA CAJA Custom Modelo No. REFRIMATE Por Paquete: ea Muebles para caja Medidas: 2.05 mts largo x 1.00 mt (lateral derecho) x 0.88 mts (lateral izq) Reviews	\$975.00	\$975.00
				
7	1 ea	WORK TABLE Johnson-Rose Modelo No. 83072 Por Paquete: ea mesa de trabajo, 182.88cm de ancho x 76.2cm D, entrepaño galvanizado, patas y pata conector, 18", plástico pies en forma de bala ajustables, #430 de acero inoxidable (#4 acabado), NSF	\$325.00	\$325.00
				
8	1 ea	MUEBLE DE VERDURAS Custom Modelo No. REFRIMATE Por Paquete: ea mueble de frutas y verduras de 2 mts x 1.5mts fondo	\$750.00	\$750.00
				
9	1 ea	BALANZA DE COLGAR Custom Modelo No. BC-1 Por Paquete: ea Balanza de colgar Capacidad 40 lbs Reloj a doble cara Plato redondo pintado Lectura en libras Modelo BC-1 Marca Tecnipesa	\$55.00	\$55.00
				
10	1 ea	BALANZA ELECTRONICA DE MESA Custom Modelo No. SW-5. Por Paquete: ea Balanza electronica de mesa. Capacidad de 30 kg. Lectura en kilos, gramos, libras y onzas. Bateria interna recargable. Funcion de tara y cuenta piezas. Modelo SW-5. Marca Tecnipesa.	\$300.00	\$300.00
				

Mobiliario y equipo de oficina.



ESCRITORIO METALICO NEGRO 1.20X0.60X0.76MT 3 GAVETAS

NACIONAL

Venta: **C\$8797.50**

SKU:NAC-120X60LN



Xtech

Silla XTECH AM160GEN65

C\$1,207.37 + I.V.A



PAPELERA DE PISO PLASTICA AZUL 30 x 29 x 23 cms

ARTESCO

Venta: **C\$194.49**

SKU:ARTESCO-13102008

En existencia: 87

Cantidad

Agregar al carrito

Equipo de reposición.



PAPEL BOND # 40 8 1/2X11" 75GR CHAMEX 98% BLANCURA 500HJS CARTA

CHAMEX

Venta: **C\$194.10**

SKU:BON-40TCCH

En existencia: 9306

Cantidad

Agregar al carrito



MARCADOR PERMANENTE AZUL PUNTA BISELADA 5mm

SUPERIOR

Venta: **C\$11.50**

SKU:SUPERIOR-PM-108A

En existencia: 19743

Cantidad

Agregar al carrito

Descripción



ENGRAPADORA METALICA EMT-50 MEDIA TIRA P/20
HOJAS
SUPERIOR
Venta: **C\$99.19**
SKU: SUP-14-30-0002
En existencia: 2976
Cantidad:
[Agregar al carrito](#)

Equipos y utensilios de limpieza.

Recogedor Plástico Vertical Doble Bandeja Flo-Pac 12" con Mango de Metal 30", Negro, Carlisle No. 36141003.

[Imprimir Información](#)
[Enviar Información a un Amigo](#)

Precio: C\$ 589.00
Entrega en 4 a 6 semanas.
Ordenar en múltiplos de 6
Cantidad:
[Agregar al Carro de Compras / Cotizaciones](#)

[Ampliar la Imagen](#)
[Descargar la Imagen](#)

FLO-PAC
CÓDIGO DE FABRICANTE: 36141003

DESCRIPCIÓN

CÓDIGO: REC-506

Recogedor Plástico Vertical Doble Bandeja Flo-Pac 12" Con Mango De Metal 30", Negro, Carlisle No. 36141003.

BASURERO PLASTICO CON RUEDAS, TAPA Y PEDAL 240 LITROS.

[home](#) / [catálogo de productos](#) / [basureros](#) / [contenedores plásticos](#) / [basurero plastico con ruedas, tapa y...](#)



PRECIO DE PRODUCTO
OFERTA \$ 44.000 +iva
ANTES: \$ 55.000

CÓDIGO
AF240

COTIZAR

GARANTIA
Garantía 6 Meses

DESPACHO
24 Horas

STOCK
Disponible

MARCA
TECHNOPlus

AF-240

[CATÁLOGOS Y FICHAS](#)



Scott
DISPENSADOR DE JABON LIQUIDO NEGRO SCOTT
 Unidad de Medida: Unidad
 SKU: 129443283

Dispensador plástico de jabón líquido desinfectante para manos en color negro, con capacidad para 1 litro, marca Scott.

639,00 NIO

Equipos varios.

LOCKERS METALICOS INDUSTRIALES 500 X 4

home / catálogo de productos / lockers metalicos / lockers metalicos / lockers metalicos industriales 500 x 4



PRECIO DE PRODUCTO
\$ 249.000 +IVA

CÓDIGO
 L500-4

COTIZAR

STOCK
 A Pedido

MARCA
 TECHNO Plus

CATÁLOGOS Y FICHAS
 - Descargar LOCKERS METALICOS



Aire Acondicionado Lg Inverter 12000 110 BTU - Modelo VM121C6A - 110V

✓ Disponible

SKU 02801-2037/204

C\$19,372.50 + I.V.A

Elija un método de entrega: ①

Entrega a domicilio

• Disponible

Retirar en sucursal

• Disponible

Área Metropolitana (2 días hábiles)

Activar Windows

Go to Product Activation

ABANICO 56" INDUSTRIAL REBEL III WHITE 1PK 72748-72899 WH

\$107.92

👁 26 personas está viendo este producto ahora mismo



Anexo J Acta constitutiva

Acta Constitutiva

El día de hoy 18 de septiembre del 2023 se reunieron en la ciudad de Masaya los jóvenes: Elsy Del Carmen Vásquez Sequeira con N° de cédula 401-180898-0001J, Cristhofer José Luna Vega con N° de cédula 201-011293-0004A, quienes son de Nacionalidad Nicaragüense con el objeto de constituir un negocio de capital variable, como en efecto lo constituye en virtud de este documento y la cual se registrá por las disposiciones contenidas en los artículos redactados con suficiente amplitud para que sirvan a la vez de acta constitutiva y estatutos sociales.

Denominación, Domicilio, Objeto y Duración

Artículo primero: El negocio consiste en una mini súper (Wonderful Market) comercializador de productos de la canasta básica y bienes del hogar.

Artículo segundo: El domicilio del negocio será en la Villa Bosco Monge, etapa I del departamento de Masaya.

Artículo tercero: El negocio comenzará su ejercicio al cumplirse las formalidades legales de su inscripción en el registro mercantil.

Artículo cuarto: La sociedad contará con un libro de registro de acciones que podrá ser llevado por el dueño del negocio. Libro en el que se inscribirá todas las operaciones de sus inscripciones.

Anexo K Detalle de Otras Inversiones

Equipos de reposición

Equipo	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Papel Bond	5	C\$ 194.10	C\$ 970.5
Grapas	1	C\$ 35	C\$ 35
Engrapadoras	3	C\$ 99.19	C\$ 297.57
Marcadores	9	C\$ 11.50	C\$ 103.5
Lapiceros	15	C\$ 7	C\$ 105
Folder	2	C\$ 170	C\$ 340
Binder	3	C\$ 100	C\$ 300
Bolsas plásticas	500	C\$ 1.50	C\$ 750
Total			C\$ 2,901.57

Fuente: Elaboración propia

Equipos y utensilios de limpieza

Equipo	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Basureros industriales	2	C\$ 1,584	C\$ 3,168
Dispensador de jabón	2	C\$ 639	C\$ 1,278
Jabón mano	2	C\$ 346	C\$ 692
Dispensador toalla	2	C\$ 790	C\$ 1,580
Caja de papel toalla	2	C\$ 690	C\$ 1,380
Toalla de limpieza	2	C\$ 55	C\$ 110
Lampazo	2	C\$ 300	C\$ 600
Mecha lampazo	2	C\$ 100	C\$ 200
Exprimidor lampazo	1	C\$ 2,120	C\$ 4,240
Cloro	4	C\$ 105	C\$ 420
Detergente	4	C\$ 270	C\$ 1,080
Guantes de hule	1	C\$ 48	C\$ 48
Pala	1	C\$ 98	C\$ 98
Total			C\$ 14,894

Fuente: Elaboración propia

Anexo L Detalle Capital de trabajo

Servicios básicos

Luz eléctrica						
Equipo	Cantidad	Kw/mes	Total Kw/mes	Tarifa	Importe mensual	Importe anual
Cajas Registradoras	2	33.4	66.8	C\$7.75	C\$517.7	C\$6,212.4
Exhibidor frio horizontal	1	62.50	62.50	C\$7.75	C\$484.38	C\$5,812.56
Laptop	7	14.58	102.06	C\$7.75	C\$790.97	C\$9,491.64
Exhibidor frio vertical	3	50.00	150	C\$7.75	C\$1,162.5	C\$13,950
Cortador eléctrico de alimentos	1	1.66	1.66	C\$7.75	C\$12.86	C\$154.32
Balanza electrónica de mesa	1	2.92	2.92	C\$7.75	C\$22.63	C\$271.56
Aire acondicionado	1	20.83	20.83	C\$7.75	C\$161.43	C\$1,937.16
Abanico	2	60.00	120	C\$7.75	C\$930	C\$11,160
Total					C\$4,082.47	C\$48,989.64

Fuente: Elaboración propia

Agua				
Consumo de agua	Litros por vez de uso	Cantidad de personas	Veces utilizados al mes	Litros Usados al mes
Inodoro	15	7	80	8,400
Lavamanos	3	7	60	1,260
Lavado de frutas y verduras	60		8	480
Limpieza local	410		8	3,280
Consumo personal	0.25	7	400	700
Total				14,120
Metros cúbicos al mes				14.12
metros cúbicos al año				169.44
Total en córdobas al mes				C\$498.15
Total en córdobas al año				C\$5,977.8

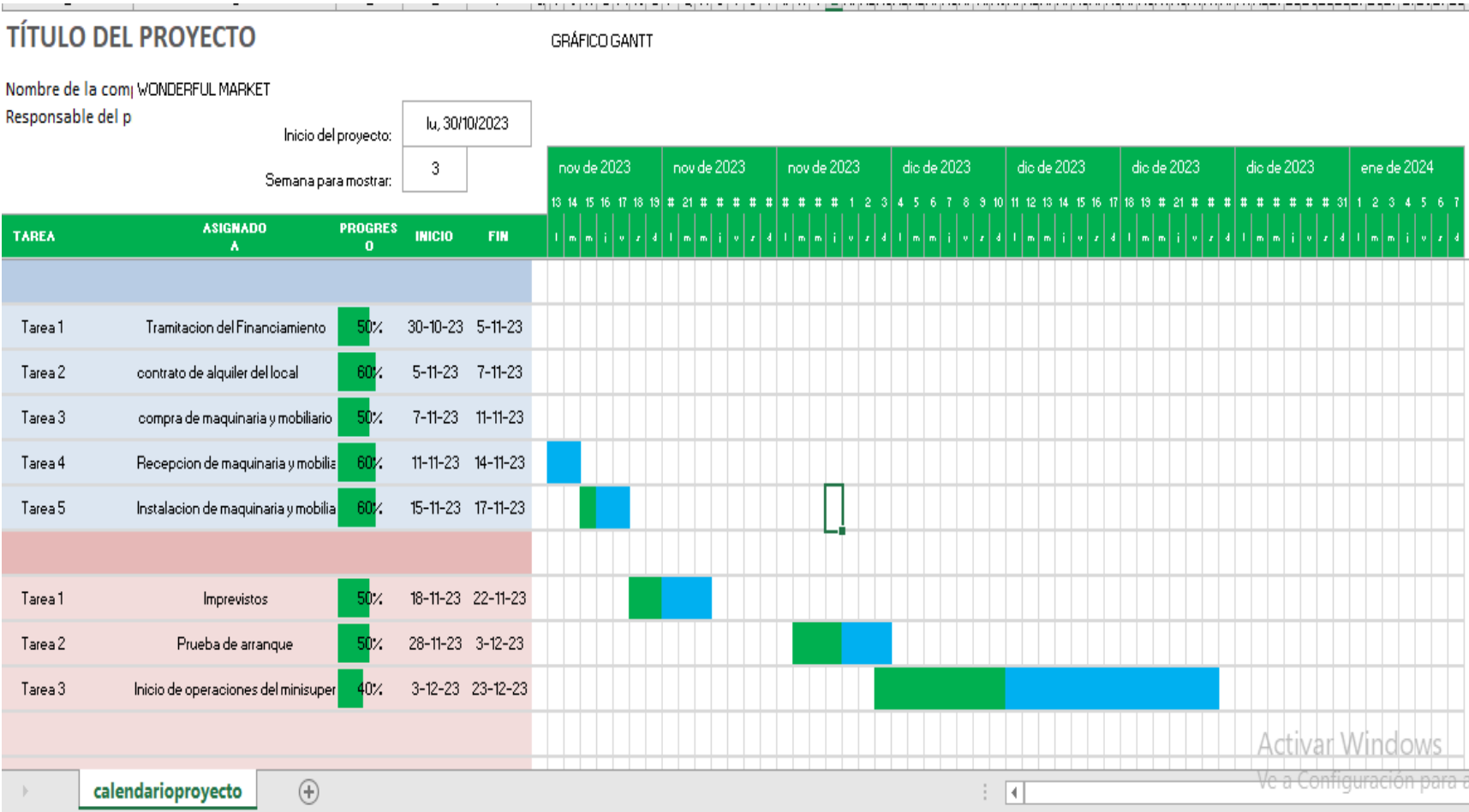
Fuente: Elaboración propia

Mini súper "Wonderful Market"
PLANILLA DE PAGO MENSUAL
DEL 1º AL 30 DE DICIEMBRE DEL 2023

Cargo	Salario Mensual	Deducciones		Tt Ded.	Vacaciones	Aguinaldo	Neto Recibir a	INSS Patronal	INATEC
		INSS	IR						
Gerente General	C\$15,600.00	C\$ 1,092.00	C\$ 926.20	C\$ 2,018.20	C\$ 1,300.00	C\$ 1,300.00	C\$ 13,581.80	C\$ 3,354.00	C\$ 312.00
Contador	9,000.00	630	5.5	635.50	750.00	750.00	8,364.50	1,935.00	180.00
Supervisor	12,200.00	854	451.9	1,305.90	1,016.67	1,016.67	10,894.10	2,623.00	244.00
Responsable de perecederos y granos básico	8,750.00	612.5	0	612.50	729.17	729.17	8,137.50	1,881.25	175.00
Responsable del área de carne	8,750.00	612.5	0	612.50	729.17	729.17	8,137.50	1,881.25	175.00
cajero 1	8,500.00	595	0	595.00	708.33	708.33	7,905.00	1,827.50	170.00
cajero 2	8,500.00	595	0	595.00	708.33	708.33	7,905.00	1,827.50	170.00
Marketing y Publicidad	9,000.00	630	0	630.00	750.00	750.00	8,370.00	1,935.00	180.00
Conserje	7,000.00	490	0	490.00	583.33	583.33	6,510.00	1,505.00	140.00
Total	C\$87,300.00	C\$6,111.00	C\$1,383.60	C\$7,494.60	C\$7,275.00	C\$7,275.00	C\$79,805.40	C\$18,769.50	C\$1,746.00

Fuente: Elaboración propia

Anexo M Cronograma de inversión



Fuente: Elaboración propia

