



**UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA**
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

FAREM – Carazo

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

Proyecto de Graduación para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública y Finanzas

Proyecto de emprendimiento de Cafetería El Buen Amigo

Contaduría Pública y Finanzas

Autores:

Br. Blandino Gago Jehovanny Francisco
Br. Ortiz López Noel Francisco
Br. Pavón Mena Geovanny Antonio

Carné

18 – 90486 – 0
18 – 90501 – 4
18 – 90499 – 2

Tutores:

MSc. Modesta Carolina Rojas
Lic. Guillermo Bladimir Acevedo Cruz

Jinotepe, diciembre del 2022



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS



Jinotepe, 30 de noviembre del año 2022

D.Sc. César Augusto Arévalo Cuadra
Director
Depto. de Ciencias Económicas y Administrativas
Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

Estimado Doctor Arévalo Cuadra:

Por este medio entrego formalmente informe de Proyecto de Graduación, bajo el Tema: Proyecto de emprendimiento para la IV región, presentado por los bachilleres:

No.	Apellidos y Nombres	Carné
1.	Br. Blandino Gago Jehovanny Francisco	18 - 90486 - 0
2.	Br. Ortiz López Noel Francisco	18 - 90501 - 4
3.	Br. Pavón Mena Geovany Antonio	18 - 90499 - 2

Siendo el subtema: Proyecto de emprendimiento para la creación de la Cafetería "El Buen Amigo", ubicada en el municipio de San Marcos, Departamento de Carazo, durante el año 2022.

El cual ha cumplido con los requisitos científico-técnicos y metodológicos establecidos de acuerdo a la normativa de modalidad de graduación, Proyecto de Graduación. Este trabajo contribuye a desarrollar habilidades y obtener conocimientos relacionados al perfil de la carrera y sobre todo se ajusta a las exigencias del entorno económico y laboral del país.

Por tanto, el presente trabajo puede ser defendido de acuerdo a los procedimientos académicos establecidos por la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua, para optar al título de Licenciatura en **Contaduría Pública y Finanzas**.

Sin más que agregar, me suscribo, deseando bendiciones a usted y a cada persona que lea este documento, el cual es el resultado de mucho esfuerzo y dedicación.

Atentamente,

MSc. Modesta Carolina Rojas
Tutor de Proyecto de Graduación

Lic. Guillermo Madimir Acevedo Cruz
Tutor de Proyecto de Graduación

¡A la libertad por la Universidad!

Dedicatorias

El presente proyecto de graduación lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados. a mi familia, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos.

A todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Br. Blandino Gago Jehovanny Francisco.

Dedico este trabajo, primeramente, a Dios padre por brindarnos la vida y la salud, habernos dado fortaleza y valor para lograr nuestros logros y objetivos. A mi familia por su apoyo incondicional en todo momento, sus valores, por permitirnos ser personas de bien,

A mis profesores, por su apoyo, ánimo quienes se han tomado el arduo trabajo de transmitirnos sus diversos conocimientos y experiencias de las cuales influyeron positivamente en gran parte de mi formación personal y profesional, logrando así ser personas que cuentan con la preparación suficiente para hacer frente a cada una de las situaciones que se nos presenten.

Br. Ortiz López Noel Francisco.

El presente trabajo de grado va dedicado a Dios, quien como guía estuvo presente en el caminar de mi vida, bendiciéndome y dándome fuerzas para continuar con mis metas trazadas sin desfallecer

A mis padres que, con apoyo incondicional, amor y confianza permitieron que logre culminar mi carrera profesional.

Br. Pavón Mena Geovany Antonio.

Agradecimientos

En primer lugar, damos infinitamente gracias a Dios padre, por su abnegación incondicional, concedernos la sabiduría y fortaleza necesaria para llegar a este momento importante de nuestra vida, aun en medio de las dificultades.

A nuestra Alma Mater Managua UNAN FAREM - CARAZO quien nos brindó y acogió a lo largo de sus cinco años de estudio para poder darnos la oportunidad de prepararnos profesionalmente.

De igual manera agradecemos con admiración y respeto a nuestros docentes de la UNAN- Managua, FAREM Carazo por su valioso apoyo, por la dedicación al momento de dar sus clases, por las enseñanzas de vida que cada uno nos brindó en su momento.

Y a nuestros tutores de proyecto de graduación MSc. Modesta Rojas y Lic. Guillermo Acevedo quienes, con dedicación y profesionalismo, nos guiaron en este proceso para poder culminar con éxito de nuestro trabajo.

Finalmente expresamos nuestro más sincero agradecimiento a todas las personas que con su apoyo, colaboraron con la realización de este trabajo.

Br. Blandino Gago Jehovanny Francisco.

Br. Ortiz López Noel Francisco.

Br. Pavón Mena Geovany Antonio.

Resumen ejecutivo

Cafetería el buen amigo surge por la necesidad de emprender y ofrecer un servicio accesible al municipio de San Marcos, en donde la población pueda participar y recibir una asistencia que se diferencie por su atención de las demás cafeterías del municipio

Implementando así estrategias que difieran de la competencia cómo lo es la tecnología que forma parte del diario vivir, ya que la mayor parte de la población tiene el acceso de llegar a nosotros por este medio y además llamando la atención del cliente con un establecimiento llamativo logrando captar la atención de los visitantes, Aprovechando la alta demanda del consumo de bebidas a base de café llevando a cabo un servicio que esté en constante innovación que ayude a la salud de las personas como por ejemplo quitar el estrés y proporcionar energía

para familiarizarnos con las preferencias de la población y conociendo a través de esta la aceptación del servicio se aplicaron encuestas que proporcionen información relevante sobre la demanda y competencia ayudando así a tener una mejor visión

A través de la aplicación de los indicadores financieros cómo el valor actual neto (VAN), Tasa de interés de retorno (TIR), Periodo de recuperación de recuperación de la inversión (PRI) Y relación costo-beneficio los resultados que estos generaron influyeron de manera positiva dejando resultados que consolidan la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

Índice

1.	Introducción	1
2.	Objetivos	2
2.1.	Objetivo general	2
2.2.	Objetivos específicos.....	2
3.	Generalidades del proyecto.....	3
3.1.	Solución.....	3
3.1.1.	Método del embudo o funnel de la innovación.....	3
3.1.2.	Método design thinking	4
3.2.	Diseño del producto	14
3.3.	Oportunidad de mercado	14
3.4.	Propuesta de valor (modelo canvas).....	15
3.5.	Ciclo del proyecto	20
3.6.	Visibilidad del proyecto	22
3.7.	Resultados esperados.....	25
4.	Estudio de mercado.....	26
4.1.	Investigación de mercado.....	26
4.2.	Análisis de la demanda.....	26
4.2.1.	Cálculo de la demanda potencial	28
4.3.	Análisis de la oferta.....	29
4.3.1.	Cálculo de oferta	30
4.3.2.	Cálculo de la demanda insatisfecha	31
4.4.	Análisis de precio	32
4.4.1.	Comparación de precio del mercado.....	33
4.4.2.	Estructura de precio	40
4.4.3.	Precio Unitario	41
4.5.	Estrategia competitiva de mercado (4PS)	42
4.5.1.	Estrategia de producto.....	42
4.5.2.	Estrategia de precio.....	43
4.5.3.	Estrategia de Distribución.....	43
4.5.4.	Estrategia de promoción y publicidad.....	43

4.5.5.	Presupuesto de la estrategia	45
4.6.	Proyección de Ventas	47
5.	Plan de producción.....	48
5.1.	El proceso de producción	48
5.1.1.	Descripción del proceso	48
5.1.2.	Diagrama de flujos.....	49
5.2.	Proveedores y condiciones de compra de los equipos	50
5.3.	Capital fijo y vida útil.....	53
5.4.	Capacidad planificada	54
5.5.	Ubicación y distribución física.....	55
5.5.1.	Macro localización.....	55
5.5.2.	Micro localización	56
5.5.3.	Distribución física del negocio	57
5.6.	Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad	58
5.7.	Mano de obra, su costo y disponibilidad.....	59
5.8.	Gastos generales de producción	60
6.	Plan de organización y gestión	61
6.1.	Marco legal (forma jurídica)	61
6.2.	Estructura de la organización	67
6.3.	Fichas de cargo.....	69
6.4.	Actividades y gastos preliminares.....	74
6.5.	Equipos de oficina.....	75
6.6.	Gastos operativos	77
7.	Plan financiero	80
7.1.	Inversión y fuente de financiamiento	80
7.1.1.	Inversión fija	80
7.1.2.	Inversión diferida	81
7.1.3.	Capital de trabajo	83
7.1.4.	Inversión total	86
7.1.5.	Estructura del Financiamiento	87
7.1.6.	Estado de Situación Financiera inicial	87
7.2.	Presupuestos de Ingresos, egresos y costos.....	88

7.2.1.	Punto de equilibrio.....	89
7.2.2.	Presupuesto de ingresos.....	90
7.2.3.	Presupuestos de egreso.....	92
7.2.4.	Estructura de Costos.....	96
7.3.	Presupuesto financiero.....	98
7.3.1.	Flujo de Caja.....	98
7.3.2.	Estado de Resultados Proyectado.....	99
7.3.3.	Estado de Situación Financiera Proyectado.....	100
7.4.	Evaluación financiera.....	101
7.4.1.	Flujo de fondos.....	101
7.4.2.	Valor Actual Neto (VAN).....	102
7.4.3.	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	103
7.4.4.	Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).....	103
7.4.5.	Relación Beneficio-Costo (B/C).....	104
8.	Bibliografía.....	105
9.	Anexos.....	107

Índice de Tabla

Tabla 1 Ideas del negocio	3
Tabla 2 Matriz de evaluación de idea	3
Tabla 3 Mapa de la Empatía	5
Tabla 4Calculo de la demanda real.....	28
Tabla 5.Calculo de la oferta.....	31
Tabla 6: Demanda insatisfecha	31
Tabla 7.¿Cuánto pagaría por visitar una cafetería?.....	32
Tabla 8 Que cafetería frecuenta más.....	34
Tabla 9 Como de considera el precio del café en la cafetería.....	35
Tabla 10 Cómo se considera la calidad de los productos ofrecido en la cafetería.....	35
Tabla 11 Cuanto estaría dispuesto a pagar por visitar una cafetería.....	38
Tabla 12.Materia prima de la cafetería	40
Tabla 13 Materiales a utilizar en nuestro servicio	40
Tabla 14 Costo fijo de la cafetería el buen amigo	41
Tabla 15.precio unitario del servicio	41
Tabla 16 Análisis FODA	43
Tabla 17 Valores de la publicidad visual de la cafetería	46
Tabla 18 Tabla de proyección de ventas y monetarias	47
Tabla 19 Matriz de proveedores de materia prima	50
Tabla 20 Equipo de cocina a utilizarse en la cafetería.....	51
Tabla 21 Mobiliario y Equipo para la prestación del servicio	54
Tabla 22 Micro localización	56
Tabla 23 Materia prima a utilizar en la cafetería	58
Tabla 24 Mano de obra su costo y disponibilidad	59
Tabla 25 Gastos generales de para la prestación del servicio de cafetería	60
Tabla 26 Gastos preliminares.....	74
Tabla 27 Equipo de oficina.....	75
Tabla 28 Gastos operativos.....	77
Tabla 29 Sueldo y salario (nomina).....	79
Tabla 30: Detalle de inversión fija.....	80

Tabla 31: Detalle de inversión diferida.	81
Tabla 32: Detalle de cálculo del capital de trabajo.	83
Tabla 33 Plan de Inversión	86
Tabla 34 Estructura de financiamiento.	87
Tabla 35 Estado de situación financiera inicial	88
Tabla 36 Presupuesto de cantidad de servicio unidades física	90
Tabla 37 Presupuesto de servicio en unidades monetarias.	91
Tabla 38 Presupuesto de compra de materia prima e insumo en unidades físicas.	92
Tabla 39. Presupuesto de compra de materia prima e insumo en unidades monetarias.	92
Tabla 40 Presupuesto de costo del personal	93
Tabla 41 Presupuesto de costos directos.....	93
Tabla 42 Presupuesto de costos indirectos.....	94
Tabla 43 Costo del servicio proyectado.....	94
Tabla 44 Presupuesto de gasto de venta	95
Tabla 45 Presupuesto de gasto de administración	95
Tabla 46 Estructura de costo proyectado.	96
Tabla 47 Margen de ganancia del servicio	97
Tabla 48 Flujo de caja proyectado.....	98
Tabla 49 Estado de resultado proyectado.	99
Tabla 50 Estado de situación financiera proyectado.....	100
Tabla 51 Proyección de flujo de fondo	101
Tabla 52 cálculo del valor Actual Neto	102
Tabla 53 Calculo de la TIR.....	103
Tabla 54. Cálculo Periodo de recuperación de la inversión.....	103
Tabla 55 Cálculo de relación costo beneficio	104

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Método de embudo o funnel de la innovación.....	4
Ilustración 2. Variables de solución de problema.....	7
Ilustración 3. Representación del café grano de oro.....	10
Ilustración 4. Representación de 6 formas de tomar un café.....	10
Ilustración 5. Representación de las 5 fuerzas de Porter.....	11
Ilustración 6 Diseño de la cafetería el buen amigo.....	14
Ilustración 7 Propuesta de valor.....	19
Ilustración 8 Fase del proyecto.....	20
Ilustración 9 Cafetería El Buen Amigo.....	22
Ilustración 10 Brochure de la cafetería el buen amigo.....	23
Ilustración 11 Banners de la cafetería el buen amigo.....	24
Ilustración 12 Poster de la cafetería el buen amigo.....	25
Ilustración 13 Grado de aceptación del café.....	27
Ilustración 14. ¿que cafetería frecuenta más?.....	30
Ilustración 15. ¿cuánto estarías dispuesto a pagar por visitar una cafetería.....	33
Ilustración 16 Que cafetería frecuenta mas.....	34
Ilustración 17 Como considera el precio del café en la cafetería.....	35
Ilustración 18 como se considera la calidad de los productos ofrecidos.....	36
Ilustración 19. Cuanto estaría dispuesto a pagar por visitar una cafetería.....	38
Ilustración 20 Estrategia de las 4p.....	42
Ilustración 21 Que redes utiliza más la población san marqueña.....	46
Ilustración 22 Diagrama del flujo de proceso de inicio de servicio.....	49
Ilustración 23 Ubicación donde estará ubicada la cafetería el buen amigo.....	55
Ilustración 24 Mapa 3d satelital en donde estará la cafetería el buen amigo.....	56
Ilustración 26 Distribución física del negocio 3D.....	57
Ilustración 27. Instituciones para registro de negocio.....	62
Ilustración 28: Estructura de la organización “El buen amigo”.....	67
Ilustración 29: Ficha de cargo Gerente administrativo.....	69
Ilustración 30: Ficha de cargo Cajero.....	70
Ilustración 31: Ficha de cargo Barista.....	71

Ilustración 32: Fichas de cargo Ayudante de Barista.....	72
Ilustración 33: Ficha de cargo Mesero.....	73
Ilustración 34 Punto de equilibrio de la cafetería el buen amigo.....	89
Ilustración 35 hoja de inscripción de negocio DGI	107
Ilustración 36 Hoja de seguro social.....	108
Ilustración 37 Encuesta para la aceptación del servicio de cafetería.....	109

1. Introducción

De acuerdo con datos estadísticos (Kühl, 2008) Nicaragua se encuentra en el tercer lugar de consumo de café entre los países centroamericanos, acompañado de esto el renombre que posee con su calidad de producción del grano de oro.

Las cafeterías (Gonzales, 2017) han convertido en un medio de emprendimiento en auge que han evolucionado en los últimos años tanto en creación e innovación, de acuerdo a las demandas de los consumidores, llevándolas a mejorar tanto en calidad, servicio y enfoque.

Analizando esta información, el proyecto cafetería “El buen amigo” se enfoca para el municipio de San Marcos, Carazo, se puede notar que la demanda existente del mercado es de considerar, acompañada de una buena oferta también valiéndose del flujo constate de potenciales clientes en la zona centro podremos sacar a flote un negocio que sea sustentable y ayude a satisfacer a la población la necesidad del consumo de bebidas a base de café, una buena atención, una taza de café de calidad en un lugar cálido y acogedor en el que se puedan generar momentos agradables, haciendo que el cliente se sienta satisfecho en relación costo/calidad.

Por lo tanto, se desarrolló un plan de negocios para la nueva cafetería. primeramente, se identificó el problema que motiva a la creación del proyecto. Siguiendo por el desarrollo de un estudio de mercado, el cual nos ayudó a determinar los gustos y preferencias, así como las necesidades de los estudiantes y maestros que se encuentran dentro de las instalaciones. Además de estructura organizacional para tener una delimitación adecuada del trabajo y un mejor enfoque del negocio.

Para culminar se desarrolló un plan financiero, en donde se especifica el monto de la inversión total, tomando en cuenta los gastos y erogaciones pertinentes para la creación y desarrollo del negocio. El cuál proporcionó datos positivos en los indicadores financieros haciendo de este proyecto viable.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

1. Desarrollar proyecto para la creación de la empresa "Cafetería el buen amigo", ubicada en el municipio de San Marcos, departamento de Carazo, durante el año 2022"

2.2. Objetivos específicos

1. Analizar a través del estudio de mercado las variables que determinen la viabilidad comercial
2. Detallar un plan de servicio que nos permita satisfacer las necesidades de nuestros clientes
3. Definir un plan organizacional que refleje de manera clara la estructura de la empresa
4. Estructurar un plan financiero que permita organizar nuestros gastos y ayude a determinar que queremos obtener mediante inversión.

3. Generalidades del proyecto

3.1. Solución

La experiencia con que se cuenta en atención o brindar un servicio de calidad al cliente han permitido determinar la falta de un lugar agradable que combine una buena taza de café con la opción de un ambiente cerrado o al aire libre y creativo en donde el cliente se pueda relajar escuchando música de diferentes géneros; aprovechando la cultura del café para así poder incrementar las ventas. En el estudio realizado se visualizó la poca oferta de lugares que ofrecen un servicio que logre satisfacer las expectativas del consumidor de bebidas elaboradas a base de café en la ciudad de San Marcos, Carazo.

3.1.1. Método del embudo o funnel de la innovación

Tabla 1 Ideas del negocio

Ideas del Negocio	
Nº	Servicio
1	Cerveza de café
2	Licor de café
3	yogur de café
4	Atole de café y canela
5	Cafetería

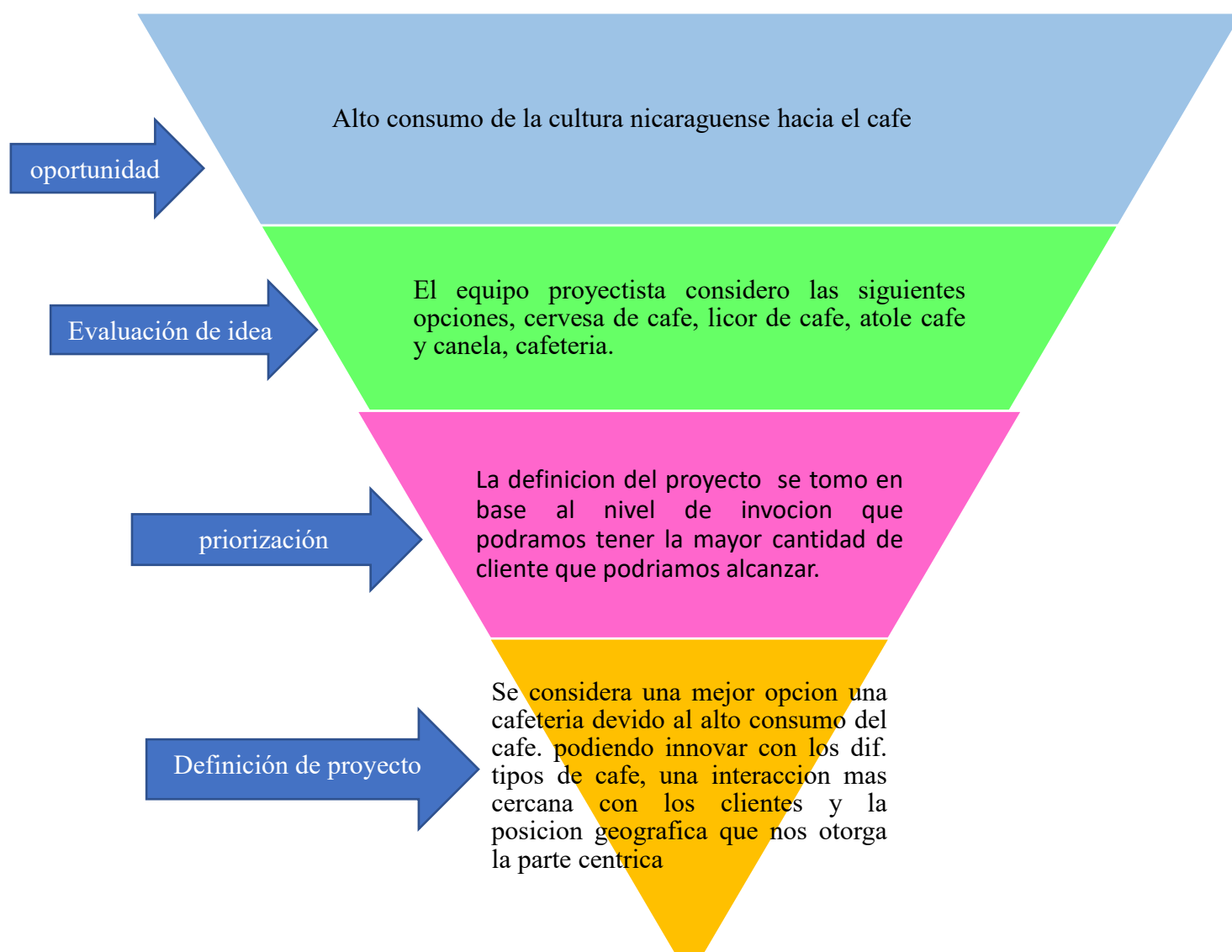
Fuente: elaboración propia

Tabla 2 Matriz de evaluación de idea

Soluciones/ crisis	1	2	3	4	5
Nivel de innovación	4	3	2	3	4
Mercado Potencial	3	3	3	3	4
Conocimiento técnico	4	4	4	4	4
Bajo requerimiento de capital	3	3	3	4	4
Mejor opción	14	13	12	14	16

Fuente: elaboración propia

Ilustración 1 Método de embudo o funnel de la innovación



3.1.2. Método design thinking

Empatizar.

Las cafeterías, es uno de los lugares más visitados principalmente por personas entre las edades de 8 a más, en Nicaragua es una de las bebidas más significativas, ya que por las mañanas casi siempre acompañamos el desayuno con una taza de café y por la tarde para relajarnos, además

nuestro país es uno de los mejores exportadores de café, siendo esta la oportunidad de innovar en este proyecto la idea es emprender con una cafetería y a través de esta brindar un servicio agradable para todas las personas que asistan.

El café contiene antioxidantes que ayudan a prevenir enfermedades como la depresión leve. Esto se debe a que activa el metabolismo de las células grasas marrones, es decir, las que convierten los nutrientes en energía y generan calor.

Además, es una bebida que te energiza, según investigadores, indican que la cafeína es un energético que revitaliza los músculos viejos, lo que te ayuda a tener la suficiente energía para quemar calorías. Además, el tomar café a diferencia de tomar agua, estimula la termogénesis que es el proceso de producción de calor en todo el cuerpo.

Tabla 3 Mapa de la Empatía

Mapa de la empatía negocio cafetería	
Qué es lo que ve	La alta demanda del café en cafeterías En redes sociales ha visto a personas felices disfrutando un servicio de cafetería.
Qué es lo que dice y hace	Toma un servicio de café para liberarse de la tensión y estrés Un servicio de café ayuda a estar activo. Al visitar una cafetería se siente concentrado.
Qué es lo que escucha	La gran calidad del servicio de café en Nicaragua Mucha materia prima. Grandes diversidades de cafeterías Crecer escuchando la importancia de visitar una cafetería en la mañana
Qué piensa y siente	Es un lugar que ayuda a levantar el buen ánimo Disfrutándolo con amigos y familiares Es un buen espacio fresco y relajado Se siente menos fatigado y más concentrado

Esfuerzos	<p>No le importa gastar más mientras disfruta un buen servicio de café.</p> <p>Revisa las opciones más cercanas en internet</p> <p>No sabe elegir entre tantas cafeterías que existen</p>
Resultados	<p>Siente que anqué gaste dinero se siente satisfecho</p> <p>Siente que obtiene beneficios al visitarlo</p> <p>Ayuda a pasar un rato amenos con sus seres queridos</p> <p>Sabe que es necesario visitar una cafetería.</p>

Fuente: Dave gray creador de el mapa de la empatía

Definir el problema.

En esta etapa una vez conocido el problema que posee el usuario final, se selecciona información obtenida para conservar aquella que ayudé y sea útil en el mejoramiento del servicio al cliente

Ilustración 2. Variables de solución de problema



Fuente: elaboración propia

Idear.

Nivel de innovación

La innovación de servicio o producto (Santander, 2020) consiste en la introducción de nuevos bienes en el mercado que modifican las tendencias de un sector. Pueden ser totalmente nuevos y totalmente diferenciados de lo ya existente, o bien soluciones modificadas a partir de productos existentes hasta crear uno distinto e innovador.

Mercado potencial:

El mercado potencial (Daniella, 2021) hace referencia al conjunto de individuos que pertenecen al segmento que se ha definido para la comercialización de un producto o servicio. Son aquellas personas que necesitan o podrían necesitar el servicio o producto en general que desea ofrecer.

Conocimiento técnico:

Los conocimientos técnicos (Indeed, 2020) son aquellas que permiten realizar una función. Se trata de cualidades que todos vamos adquiriendo a través de la formación y la experiencia. Esto nos permite que seamos aptos para desarrollar diferentes tipos de trabajos.

Bajo requerimiento de capital:

Es el capital necesario para cubrir el nivel de recursos óptimos para el funcionamiento del negocio “, como emprendedores este es la principal variable a tomar en cuenta debido a todas las disyuntivas que se derivan al momento de necesitar un financiamiento, por ende, es recomendable proyectarse con un capital bajo pero que asegure el desarrollo del negocio.

En la tabla anterior se reveló la idea de proyecto, con un total de 16 Puntos, la idea es una cafetería en dónde se ofrecerán solo bebidas de café en un ambiente agradable, implementando mejoras innovadoras en el servicio ofertado y motivar al cliente a una experiencia agradable que este acorde a sus expectativas.

La demanda de café en la ciudad es fuerte, en el país está creciendo la oferta, pero también la población, le es más fácil a la gente entrar a una cafetería a relajarse un poco o para hacer negocios

Las cafeterías disponen de revistas para leer o incluso periódicos de actualidad. Sin embargo, el uso de tecnologías como la red Wi-Fi dentro de las cafeterías para mantener conectados a tus clientes, supone una característica que proporciona un valor adicional al propio local. aportar música suele convertirse en una característica que gusta a muchos clientes.

La evaluación de la calificación se basó de 1 al 5 puntos siendo la cafetería la más alta, categorizándose de la siguiente manera:

5. Muy bueno
4. Bueno
3. Regular
2. Bajo
1. Muy bajo

Prototipo.

El prototipado (Bello, 2021) es una versión inicial de la idea de un servicio o producto. El prototipado nos permite probar, evaluar y validar si efectivamente la idea que tenemos en mente cumple los objetivos de la empresa y de los usuarios. Gracias a este prototipo podremos validar esas ideas que tenemos del servicios pero que no sabemos cómo reflejarlas ni cómo llevarlas a un terreno palpable. Esto significa que el objetivo del prototipado es identificar la mejor solución posible para cada uno de los problemas identificados.

La idea fue la de una cafetería en dónde se ofrezcan variedades de bebidas de café, dónde las personas puedan disfrutar con familiares, amigos o ya sea para hablar de negocios para los inversionistas; en un ambiente agradable donde puedan degustar una deliciosa taza de café.

Ilustración 3. Representación del café grano de oro



Fuente: Sitio wep

Ofrecer un buen servicio dentro de la cafetería es una prioridad, ofreciendo una taza de café de calidad ya que para el nicaragüense es un estilo de vida al consumirlo.

Además, Nicaragua es uno de los mejores cafés que se produce en el mundo; anteriormente todo el café se exportaba a otros países, pero ahora los nicaragüenses han tenido la oportunidad de consumirlos en el país.

Ingredientes

Ejemplos de los insumos necesarios para la elaboración de los diferentes tipos de bebidas de café. A continuación, se presentan 6 formas de cómo puede el consumidor tomar café:

Ilustración 4. Representación de 6 formas de tomar un café



Fuente: elaboración propia

Testeo.

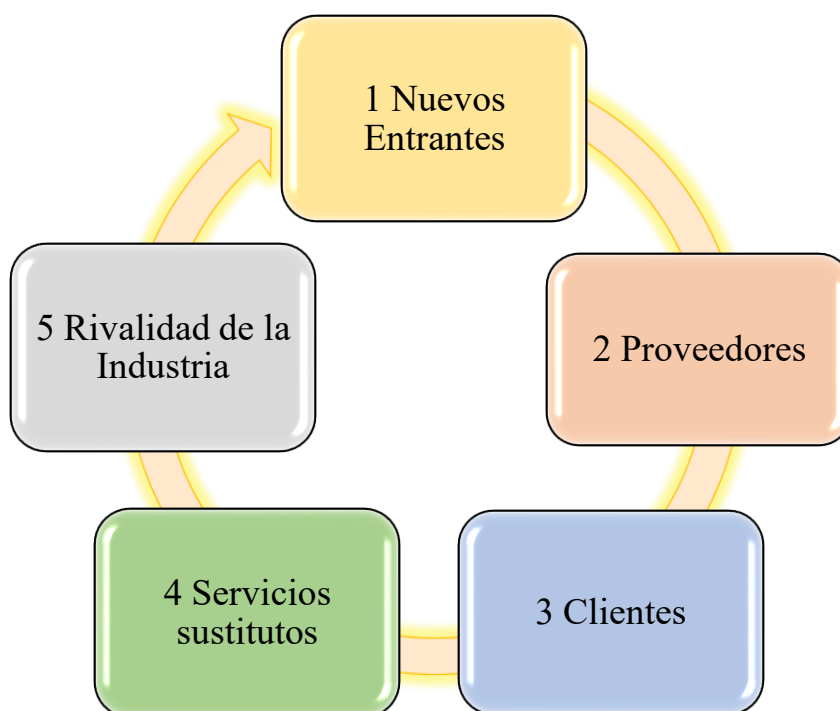
Este paso es el último del desing thinking es aquí donde se evalúan las pruebas rigurosamente del servicio completo que ofreceremos utilizando las mejores soluciones identificadas durante la fase de creación.

Microambiente:

Fuerzas de Michael Porter.

Las 5 fuerzas de Porter

Ilustración 5. Representación de las 5 fuerzas de Porter



Fuente: elaboración propia

El modelo de las 5 fuerzas de Michael Porter es un método de análisis muy utilizado para la formulación de estrategias en cualquier tipo de industria por su facilidad de comprensión.

Las cinco fuerzas de Michael Porter es un modelo estratégico elaborado por el ingeniero y Profesor Michael Porter. Representan un marco teórico para analizar el nivel de competencia dentro de una industria y desarrollar estrategias de negocios en una organización, estas cinco fuerzas nos permiten identificar qué tipos de competencia hay dentro de las empresas.

Estas 5 fuerzas son esenciales ya que por medio de ellas se puede analizar y superar a la competencia, es un micro ambiente que permite comparar con las fuerzas que afectan el entorno en una escala mayor en la industria.

Cinco fuerzas competitivas de Porter

La rivalidad entre los competidores

Brindar una gran variedad de servicio de cafés de calidad, contar con un personal altamente capacitado para dar un buen servicio a los clientes. La rivalidad entre competidores es alta.

Amenaza de nuevos competidores entrantes

Una amenaza es que a toda la gente no les gusta el café y lo pueden remplazar con te, agua, refrescos helados, etc.

Los lugares que le pueden sustituir son los bares, restaurantes la cual las personas buscan un lugar para pasar un tiempo libre entre amigos fuera de casa.

La amenaza de los competidores existentes para la industria del café es baja ya que son muy pocas las empresas que pretenden entrar al mercado con la venta de cafés debido a que el mercado está saturado.

Amenaza de productos y servicios sustitutos

Esta empresa cuenta con una variedad de productos entre ellas tenemos: café expreso, cappuccino, entre otros.

Los productos que sustituyen una taza de café son: té, jugos, refrescos, agua, gaseosas, batidos y bebidas energéticas. La rentabilidad en este servicio es alta ya que los mismos productos se pueden comprar en cualquier lugar.

Poder de negociación de los proveedores

La negociación ha permitido que la demanda del café sea alta a nivel mundial. Lo cual también entra en juego la importación nacional que es una excelente negociación ya que los nicaragüenses consumen alta cantidad de café.

Poder de negocios con los compradores

Brindar al cliente un buen servicio con un personal exclusivo altamente capacitado, ofrece zona wifi, promociones 2x1, descuentos especiales, un buen ambiente para pasar el tiempo entre grupos de amigos o compañeros de trabajo, cuenta con el mejor café del mundo ya que Nicaragua es uno de los mejores países al exportar café a nivel internacional. Además, ofrece alimentos como triples, empanadas, etc. Para acompañar con la bebida. Enfocar este servicio a todo tipo de cliente, de todas las edades.

3.2. Diseño del producto

Ilustración 6 Diseño de la cafetería el buen amigo.



3.3. Oportunidad de mercado

Las cafeterías apuntan que la lucha constante es lograr mantener calidad en los productos, infraestructura adecuada que en su mayoría apuestan por una ambientación familiar y atención sin que el precio de sus bebidas sea muy alto.

consumir calidad: Si bien en el país el consumo de café es alto, la mayoría de este no es de alta calidad. “En Nicaragua estamos acostumbrados a marcas comerciales, ahora el reto es hacerle ver las bondades de tomar un buen café y culturizarnos en las buenas prácticas en el buen café y servir bien.

Ese es el enfoque que tienen las cafeterías, que además de servir un buen café sus clientes tengan la opción de tomar de referencia estos locales para realizar encuentros de negocios, amigos o simplemente salir de la rutina.

El reconocimiento que ha tenido el café nicaragüense en el mercado internacional ha sido un “plus” para que las cafeterías sean un atractivo turístico del país; los dueños de estos locales indican que en un inicio los principales consumidores de sus productos eran extranjeros acostumbrados a tomar café de alta calidad, pero esto ha ido cambiando.

3.4. Propuesta de valor (modelo canvas)

Para comprender un poco más a profundidad de lo que es una propuesta de valor que toma un negocio. Un conjunto de razones con las cuales convences al cliente de que se fije en lo que ofreces y haga lo que le pides. Dicho de otra forma, consiste en cómo ajustas tu oferta para aumentar la demanda; creando y modificando aspectos como:

- Tu producto y servicio además su impacto en el cliente
- El beneficio que reporta
- Su diferenciación con respecto a otros

El objetivo de esta herramienta es Higuerey (2018), si eres emprendedor en etapa temprana de su idea de negocio, definir tu propuesta de valor. Si eres una empresa, conseguirás ajustar tu propuesta a lo que realmente quieren, necesitan y desean tus clientes.

La propuesta de valor

Conecta a la empresa con el cliente y hace que un cliente decida por una u otra empresa. Su finalidad es solucionar un problema o satisfacer una necesidad. Así, las propuestas de valor son un conjunto de productos o servicios que satisfacen los requisitos de un segmento de mercado.

Una propuesta de valor es un recurso para transmitir de manera objetiva y directa las ventajas que una empresa puede aportar a sus clientes. Mostrarles a tus clientes lo que tu empresa puede ofrecer es indispensable para involucrarlos.

La propuesta de valor relaciona los aspectos más destacados de una empresa y la posiciona entre sus consumidores, lo que mejora su capacidad para resolver los problemas que ellos tienen. Todo esto se muestra en un contenido objetivo, transparente y creativo.

Un nuevo negocio exige una serie de esfuerzos, planificación y, principalmente, un gran posicionamiento ante el mercado y el público. La parte clave de esto es la propuesta de valor, funciona como herramienta necesaria estratégica simple que tiene una alta capacidad para generar engagement o como conocemos márketing en las personas interesadas en la empresa. Sin embargo, para tener esta eficiencia necesita estar bien construida.

Definir una buena propuesta de valor es el primer paso para mostrar cómo puede tu empresa satisfacer a un cliente de nicho de manera eficiente y precisa. Sin embargo, pocas personas saben cómo desarrollar este posicionamiento de la manera correcta. Existe un estándar específico que permite un resultado más preciso y con mejores chances de atraer a más clientes.

En este post entenderás mejor el papel de la propuesta de valor y cómo puede ser importante si se realiza correctamente. dentro de todo existen los elementos importantes necesarios que sirven como herramienta dentro de las áreas del negocio

Por lo cual afirma que el mundo está lleno de ideas que no han prosperado porque no han tenido detrás un modelo de negocio. Éste soporta y estructura ideas, genera valor y permite obtener ingresos. El modelo es sinónimo de estrategia y está basado en una estructura y transacciones.

En este artículo (Reina, 2004)hablaremos de un reconocido modelo de negocios llamado CANVAS. Utilizando los elementos que propone el modelo CANVAS como patrón, podrás plantear tu propio modelo de negocio de forma sencilla y organizada. Los elementos son 9 y son los siguientes:

Segmento de clientes

Dependiendo de lo que vayas a ofrecer nuestro negocio, este segmento podrá estar dividido en diferentes tipos de clientes. La intención es que a cada grupo puedas darle atención adecuada según sus necesidades.

Propuesta de valor

Este elemento busca presentar de forma atractiva el servicio o producto, del futuro negocio, a los diferentes tipos de clientes a los que deseas venderles. Jugará un papel importante la empatía y creatividad para captar su atención.

Canales

Serán los medios por los que los clientes podrán adquirir lo que ofrecerás. Estos pueden ser: abastos, tiendas online, supermercados entre otros.

Relación con el cliente

Implica saber de qué forma tendrás contacto con los clientes antes, durante y después de la venta.

Fuente de ingresos

En esta parte del modelo de negocio tendrás que enfocarte en la manera en que pretendes recibir los ingresos. Identifica cómo deseas recibirlos de cada grupo de clientes que ubicaste en el primer elemento.

Recursos claves

Son tres tipos de recursos claves a los que debes darles atención: económicos, físicos e intelectuales. Estos incluirán todo lo que utilices para llevar a cabo tu proyecto, es decir, los empleados, los instrumentos o herramientas que usarás, etc.

Actividades clave

Se refiere a las actividades que lograrán los resultados más importantes del negocio y cómo lo llevaremos a cabo.










Asociados clave

El octavo elemento del modelo CANVAS promueve el hecho de que tengas en mente quiénes se asociarán contigo y con tu empresa de una u otra forma. Entre los asociados se encuentran los proveedores, los distribuidores y los que llevarán el control tributario.

Estructura de costos

Como último elemento a considerar se encuentra la estructura de costos que te permitirá visualizar los gastos obligatorios y aquellos que puedes disminuir cambiando de proveedor o haciendo otras modificaciones. Además, te permite hacer la comparación con los ingresos para saber qué mejorar y qué mantener.

Ilustración 7 Propuesta de valor.

<p>Socios Clave</p> <p>Buenos Productores del café en el departamento de Carazo Masaya, Tostadoras, leche y endulzante. etc.</p> 	<p>Actividades Clave</p> <p>Establecimiento de controles de materia prima, personalización encargada, Gran control de calidad.</p> 	<p>Propuesta de Valor</p> <p>Servicio de café. productos cultivados en la región del pacifico y norte del país, que aporte beneficios a los nicaragüenses.</p> 	<p>Relación con el Cliente</p> <p>Compromiso con los clientes a brindar permanentemente un servicio de alta calidad, sanitaria y nutricional, además de contar con redes sociales activas. Y servicio Delibery.</p> 	<p>Segmentos de Clientes</p> <p>público en general que consuman Café entre edades de 8 años a más.</p> 
<p>Recursos Clave</p> <p>Personal calificado, además de la materia prima disponible.</p> 			<p>Canales de distribución</p> <p>Canal indirecto utilizando venta directa al detalle en San Marcos.</p> <p>Indirecto Corto-Nivel 1</p> 	
<p>Estructura de Costes</p> <p>Costos directos: compra de materia prima, pago de mano de obra directa. pago de servicios generales, CIF Costos indirectos de fabricación</p> 		<p>Flujos de efectivos</p> <p>El ingreso principal vendrá de las ventas al contado del servicio de cafetería. Se mantendrá una constante revisión y supervisión de los precios, competencia para mantenerse competitivo.</p> 		

Fuente: elaboración propia

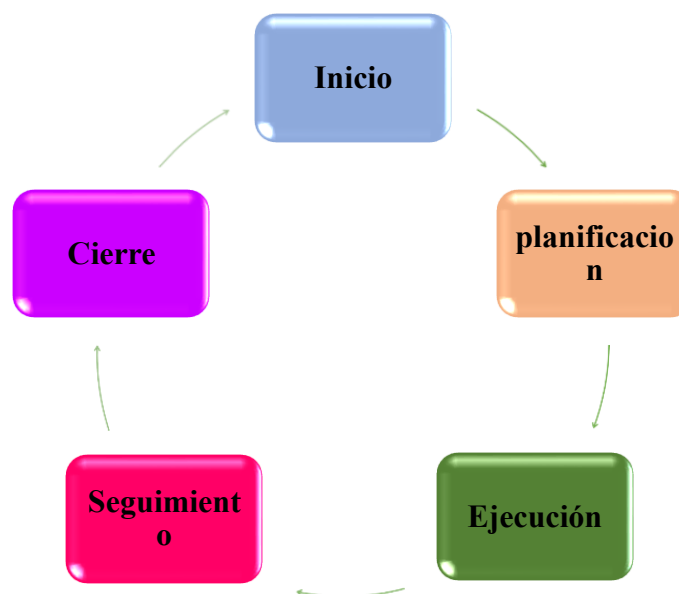
3.5. Ciclo del proyecto

Las etapas de un proyecto son cinco. Independientemente de su alcance, objetivo y particularidades, el ciclo de vida de todo proyecto se estructura en torno a cinco fases: inicio, planificación, ejecución, seguimiento y cierre. En esta guía queremos explicar en qué consiste cada una, cuál es su objetivo, de qué actividades se componen y cuáles son los documentos esenciales que se prepararán en cada momento

Etapas de un proyecto

Todo proyecto tiene 5 etapas principales. Ya te lo contábamos en este artículo, donde se explica cuáles son las fases de un proyecto. Porque, aunque pueden dividirse en sub-fases, cambiar en función de la iniciativa, la empresa o el sector, estas 5 etapas son invariables.

Ilustración 8 Fase del proyecto



Fuente: elaboración propia

1. Inicio

La fase de inicio es crucial en el ciclo de vida de nuestro proyecto, ya que es el momento de definir el alcance y proceder a la selección del equipo. Sólo con un ámbito claramente definido

y un equipo especializado, se puede garantizar el éxito. Es, además, el momento de compartirla visión. Y buscar su compromiso y apoyo.

2. Planificación

Ésta es a menudo la fase más difícil para un director de proyecto, ya que tiene que hacer un importante esfuerzo de abstracción para calcular las necesidades de personal, recursos y equipo que habrán de preverse para lograr la consecución a tiempo y dentro de los parámetros previstos. Asimismo, también es necesario planificar comunicaciones, contratos y actividades de adquisición. Se trata, en definitiva, de crear un conjunto completo de planes de proyecto que establezcan una clara hoja de ruta.

3. Ejecución

En base a la planificación, habrá que completar las actividades programadas, con sus tareas, y proceder a la entrega de los productos intermedios. Es importante velar por una buena comunicación en esta fase para garantizar un mayor control sobre el progreso y los plazos. Asimismo, es indispensable monitorizar la evolución del consumo de recursos, presupuesto y tiempo, para lo que suele resultar necesario apoyarse en alguna herramienta de gestión de proyectos. En esta etapa se deben gestionar: el riesgo, el cambio, los eventos, los gastos, los recursos, el tiempo y las actualizaciones y modificaciones. Por ejemplo, en los proyectos de construcción, es esencial vigilar los plazos para evitar retrasos, un riesgo frecuente en esta fase. Si quieres conocer cómo alcanzar el éxito en iniciativas dentro de esta industria, te aconsejamos la lectura de este artículo donde se explican las claves en función de las diferentes etapas del proyecto.

4. Seguimiento y control

Esta fase comprende los procesos necesarios para realizar el seguimiento, revisión y monitorización del progreso del proyecto. Se concibe como el medio de detectar desviaciones con la máxima premura posible, para poder identificar las áreas en las que puede ser requerido un cambio en la planificación. La etapa de seguimiento y control se encuentra naturalmente asociada a la de ejecución, de la que no puede concebirse de forma separada, aunque por su importancia y valor crítico.

5. Cierre

Esta fase comprende todos procesos orientados a completar formalmente el proyecto y las obligaciones contractuales inherentes. Una vez terminado este estadio, se establece formalmente que el proyecto ha concluido.

3.6. Visibilidad del proyecto

La visibilidad del proyecto es una forma eficaz para que las empresas puedan crear transparencia y responsabilidad, además de propiciar el intercambio de información en los flujos de trabajo de sus proyectos.

Ilustración 9 Cafetería El Buen Amigo



El Brochure

Es una herramienta de marketing que hace referencia a la documentación impresa o digital que tiene como objetivo representar a una determinada compañía para informar sobre su organización, productos o servicios.

El uso del Brochure es aprovechado por empresas consolidadas e igualmente por aquellas que están en proceso de crecimiento.

Ilustración 10 Brochure de la cafetería el buen amigo



El Banner

Es una **pieza de publicidad digital que combina imágenes, texto y en ocasiones sonido y elementos interactivos**, que se introduce en páginas web para dar visibilidad a una marca, empresa o campaña. Normalmente, el objetivo de un banner es que el usuario haga clic en él para dirigirlo a una página promocional.

Un banner es una especie de "lienzo en blanco" de unas medidas específicas, sobre el cual la marca introduce su creatividad. Dada la gran presencia de los banners en internet, es muy importante hacer que esta creatividad se diferencie de la competencia para captar la atención del usuario.

Los **banners** se utilizan prácticamente en todas las páginas interesadas en monetizarse a través de publicidad, pero son particularmente abundantes en los portales con mucho tráfico o que están especializados en algún contenido en concreto.

Ilustración 11 Banners de la cafetería el buen amigo



El Póster

Es un documento gráfico de gran tamaño, que sirve para presentar un proyecto, una experiencia o los resultados de una investigación, en una exposición, congreso, mesa redonda... todo ello acompañado de gráficos, imágenes y dibujos que hacen que la información sea atractiva estéticamente y fácilmente legible.

Ilustración 12 Poster de la cafetería el buen amigo



3.7. Resultados esperados

Los resultados esperados del equipo proyectista es que a través de la creación de una cafetería en el municipio de San Marcos, Carazo podamos aprovechar la alta demanda del grano de oro de nuestro país y el alto consumo del mismo para poder posicionarnos en el mercado ofreciendo un servicio de calidad, esto se logrará haciendo buen uso de la publicidad, entre las más importantes la digital, puesto el mundo al día de hoy gira entorno a la tecnología.

Nuestra idea tiene demanda, pero necesita de un camino firme, la competencia está presente por esto mismo un estudio de mercado nos permitirá conocer cuántos individuos o empresas desarrollan la misma actividad económica, a través del plan de servicio lograr encontrar la armonía con nuestros clientes y llegar a satisfacerlos.

Gracias al plan organizacional podremos analizar la estructura interna de nuestra empresa y trabajando en su optimización, y por último el plan financiero nos permitirá diagnosticar la situación financiera del negocio, así como planificar la gestión de los recursos para lograr que sea viable, aquí fijamos las fuentes de financiación, las deudas de la empresa, el nivel de rentabilidad o la procedencia del efectivo.

4. Estudio de mercado

4.1. Investigación de mercado

El estudio de mercado permite generar un diagnóstico acerca de los recursos a lograr, oportunidades, fortalezas, capacidades, Y a vencer todas las debilidades y amenazas en un futuro de la empresa. Como empresa es sumamente importante saber los gustos y preferencia de nuestros futuros clientes. Aplicando de esta manera el instrumento que es la encuesta una manera de conocer las necesidades de nuestros clientes. Además, poder entender a qué tipo de mercado nos enfrentamos y saber que podemos combatir aquellas desventajas que se presentan en un futuro, se aplicó la encuesta a un grupo de personas del departamento de Jinotepe municipio de San Marcos. Para saber sobre la opinión de la población.

En el análisis de oferta, donde se tiene como objetivo detallar de manera específica la percepción de los encuestados; caracterizándose por fijar precios del producto, permitiendo conocer la competencia y el poder que este tiene en el mercado, se detalla los diversos negocios que se ofrecen el servicio iguales o similares al nuestro, permitiendo conocer quién es nuestra competencia. todo esto tiene un soporte esencial en la encuesta.

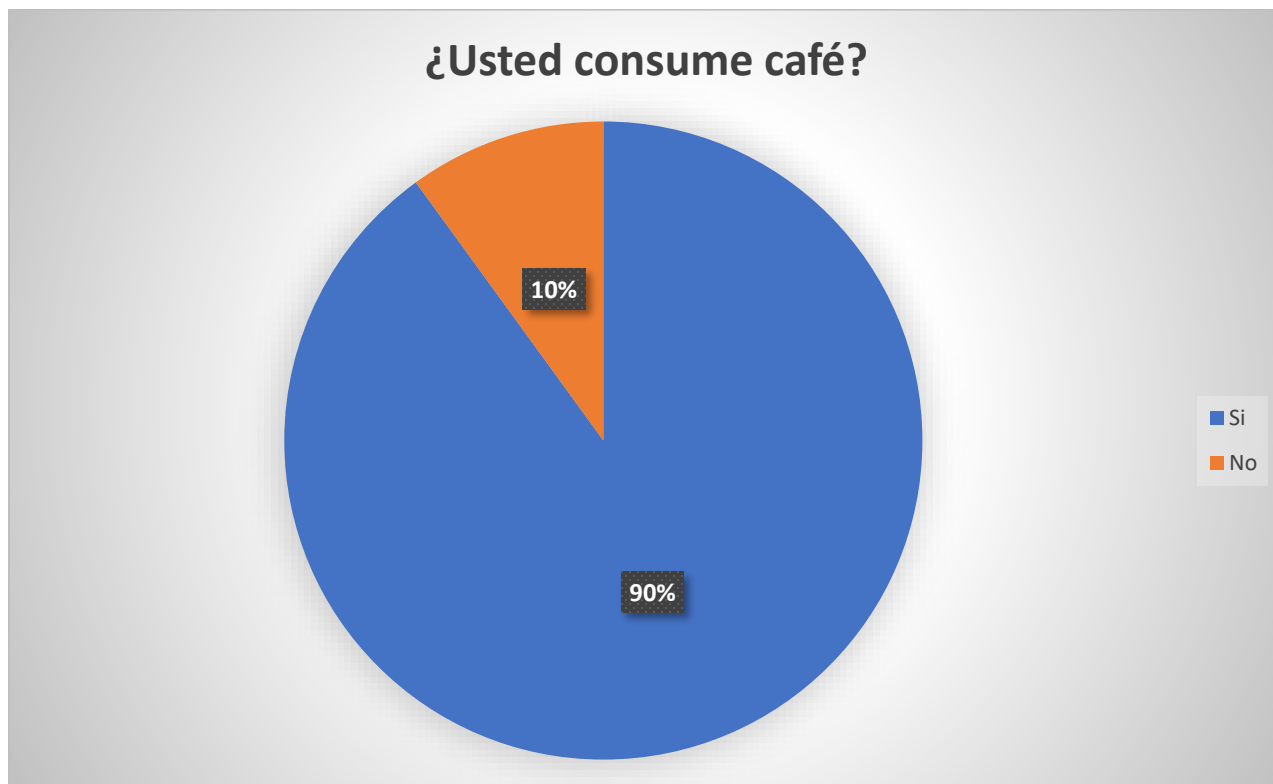
4.2. Análisis de la demanda

En nuestro análisis las personas del municipio de San Marcos cuentan creencias y cultura, una de ellas es el alto consumo del café que no deja de faltar en la vida diaria de cada una de las personas de este municipio antes mencionado. El café es una semilla de un fruto que aportan grandes propiedades que ayudan a nuestro cuerpo. Ahora bien, los beneficios aportados por este son muchos en mención de algunos tenemos que mejorar el estado de ánimo, protege el corazón, fortalece la salud cerebral, ayuda a quemar grasas entre otros. El café es una bebida que no puede faltar en la mesa y acompañar ya se en la comida o con postres por la mañana. Además, se puede tomar a cualquier hora del día ya sea para rolarse. para compartir un tiempo con otra persona o bien charlar.

Nuestro servicio estará dirigido al público en general entre las edades de 8 años a mas ya que el café ayuda a contribuir la buena salud en las personas. Una de la pregunta fue

conocer el consumo de consumo de café a las personas de San Marcos. A continuación, se demuestra en este diagrama.

Ilustración 13 Grado de aceptación del café



Fuente: elaboración propia

Se observó relevante el alto consumo del café en la población de municipio de San Marcos-Carazo a como se demuestra que nuestro nivel de aceptación del servicio es del 90% las todas personas encuestadas de San Marcos-Carazo.

Aquí se demuestra la alta demanda del café de la población que exige la necesidad de este servicio. La forma de ofrecer nuestro servicio seria a través de la venta directa en este municipio al público general.

4.2.1. Cálculo de la demanda potencial

La demanda se refiere a las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado. Para la realización del cálculo de la demanda potencial se conoció primeramente que la Demanda Potencial, Son todos los que consume el producto y según la encuesta realizada el 90% de los encuestados consumen café que posterior a esto se conoce la demanda real que sería la Población Total de San Marcos siendo de 9,417 personas a esto se multiplica por el 90% aceptación del producto, dando como resultado nuestra demanda real de 8,475 personas.

- **Población Global:** Para el proyecto de cafetería la población global son todos los habitantes de San Marcos es decir niños, jóvenes, adultos, estudiantes, trabajadores etc. La cual para el año 2022 estimada según el Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE) es de **9,417** habitantes.
- **Población potencial:** son todos los habitantes de san marco que consumen café. según la encuesta realizada a los habitantes. El equipo procurando ajustarlo a cifras accesibles el equipo proyectista ha decidido trabajar sobre la base de un 85% considerando variaciones por conducta de mercado.

Cuadro ilustrativo

Tabla 4 Cálculo de la demanda real

Total, de población	Demanda potencial		Demanda real
9,417	90%	Aceptación del producto.	8,475

Fuente: elaboración propia

A través de esta tabla. Presentamos la demanda real que es de 8,475 que a su vez es obtenido multiplicando por la población total por el porcentaje del 90% de la aceptación del servicio que es la base considerable. el equipo proyectista considero trabajar.

De esta forma podemos definir que como negocio se pretende cubrir las necesidades; haciendo énfasis en sus gustos y preferencias. Cabe señalar que dentro del porcentaje de

aceptación. Se pretende satisfacer los gustos y preferencia del consumidor necesita obtener del café.

Formula del cálculo de la demanda

$$DP = (\text{NUMERO DE PERSONAS DEL MUNICIPIO}) \times (\text{EL PORCENTAJE DE CONSUMIDOR DEL SERVICIO}).$$

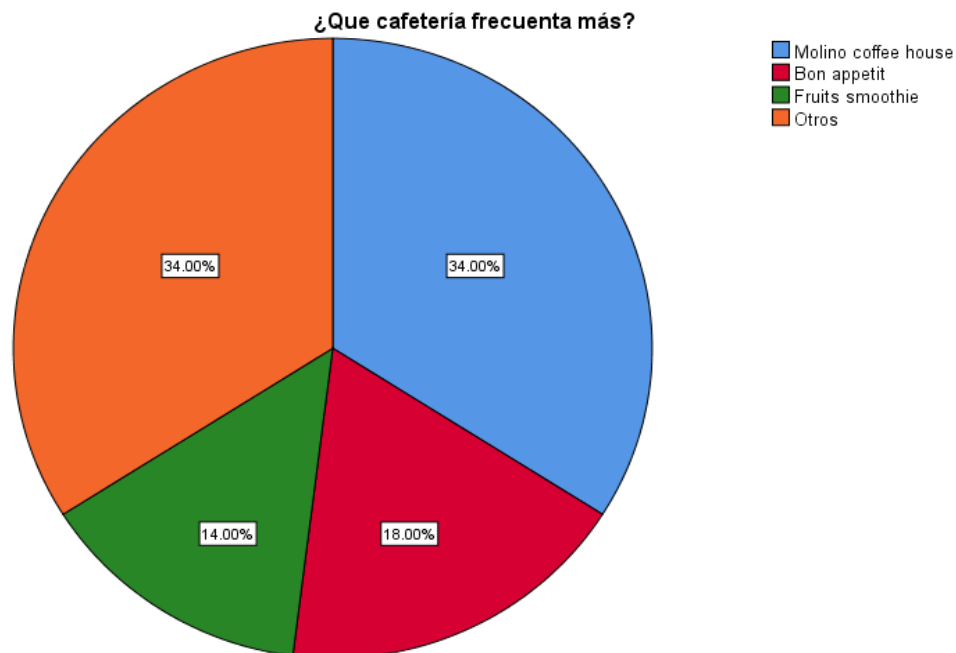
4.3. Análisis de la oferta

Para (Martinez, 2007) define la oferta como “el conjunto de propuesta que se hacen en el mercado para la venta de bienes y servicio”

Para identificar los negocios que son competencia directa o indirecta de nuestros servicios debemos enfrentarnos ante aquellos negocios que ofrecen su servicio de cafeterías siendo estos nuestra competencia directa y también aquellos otros que ofrezcan servicio con el mismo fin de satisfacer las mismas necesidades este sería nuestra competencia indirecta

Tomando datos de la herramienta de la encuesta preguntamos a nuestros potenciales clientes que cafeterías frecuentan más dichas cafeterías están ubicadas en el municipio de San Marcos y serian nuestra competencia directa.

Ilustración 14. ¿que cafetería frecuenta más?



Fuente: elaboración propia

El 34% de los encuestados afirmo que visitaba Molino Coffee House, un 18% prefería los servicios de Bon Appetite, el 14% de los encuestado dijo que frecuentaba Fruits Smoothie en cambio el 34% optaba por seleccionar otros, entre estos entendemos negocios que ofrecen café sin llegar a ser una cafetería entre ellos cyber café y vendedores ambulantes

4.3.1. Cálculo de oferta

- **Demanda real:** es la cantidad de personas que están dispuestas a adquirir el producto en el cual obtuvimos un 90% de las encuestas realizadas en el municipio de san marcos. En el cual es 8,475 personas

En el cálculo de la oferta tomamos que sumando las cafeterías Molino Coffee House, Bon Appetite, Fruits Smoothie, nos arroja que un 66% abarcan el mercado como oferta directa y el 34% como una oferta indirecta. debido a que las persona deciden por optar a comprar café en cyber o negocios o vendedores ambulantes de café.

Tabla 5. Cálculo de la oferta

DEMANDA REAL	Oferta Directa	Oferta Indirecta
8,475 personas	5,594 abarca el 66 % de la población que optan por tomar café en cafeterías.	2,881 pertenece al 34% de la población que toman café, pero no en cafeterías.

Fuente: elaboración propia

Lo que indica esta tabla es la suma de la competencia directa e indirecta y se definió tomando en cuenta las cafeterías representado en el gráfico circular anteriormente.

4.3.2. Cálculo de la demanda insatisfecha

Demanda Insatisfecha: Se llama Demanda Insatisfecha a aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el Proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta.

Para el proyecto se definió la demanda insatisfecha trabajar con el 50% de la población de la siguiente manera:

Tabla 6: Demanda insatisfecha

N	Demanda Real		Demanda insatisfecha
1	8,475 personas	50% población de la demanda real	4,238 personas

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior refleja la demanda insatisfecha actual que no abarca la competencia directa e indirecta en el mercado por lo cual es ventaja para el proyecto y así abarcarla.

4.4. Análisis de precio

El precio es un factor que, de alguna manera puede definir la demanda y rentabilidad de un producto. Igual mente dentro de la estrategia de precio juega un papel relevante en la definición de posicionamiento de la marca.

El precio de un producto es un factor importante que determina la demanda que el mercado hace de ese producto. El precio tiene una incidencia en la imagen del producto. El dinero entra en una organización a través de los precios es por eso que este afecta a la posición competitiva de una empresa.

Para analizar el precio del servicio es necesario detallar ciertos aspectos apoyado Según nuestra herramienta encuesta. Principalmente la mayoría de las personas (posibles clientes) refleja que el 100% de la población consume café, con un consumo diario, entre días y semanal, lo que nos permitió conocer sus preferencias en cuanto a presentación del producto esto por cada encuestado logrando así determinar los precios que se consideran

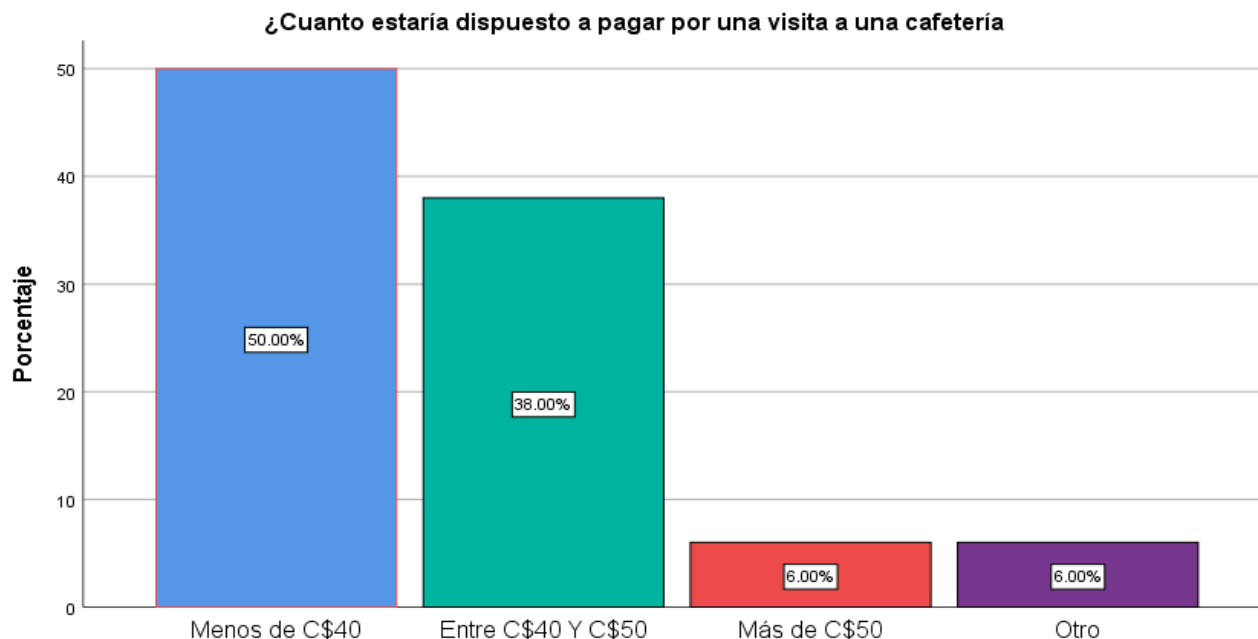
Tabla 7. ¿Cuánto pagaría por visitar una cafetería?

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una visita a una cafetería

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de C\$40	25	50.0	50.0	50.0
	Entre C\$40 Y C\$50	19	38.0	38.0	88.0
	Más de C\$50	3	6.0	6.0	94.0
	Otro	3	6.0	6.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia

Ilustración 15. ¿cuánto estarías dispuesto a pagar por visitar una cafetería



Fuente: elaboración propia

Luego de unos años oscuros afectados por el COVID la economía comienza a ir en crecimiento, de una manera lenta pero constante, tomando en cuenta estos factores externos que nos han afectados a todos, se realizó una pregunta en la que nuestros futuros clientes nos respondían cuanto estaban dispuesto a pagar por el servicio.

El 50% estarían dispuesto a pagar menos de 50 córdobas, El 38% entre 40 y 50 córdobas, El 6% estaría dispuesto a pagar un precio mayor a los 50 córdobas y el otro 6% corresponde a personas estarían dispuesto a pagar más o menos de precio normal esto en dependencia de los salarios de cada uno y la calidad del servicio.

4.4.1. Comparación de precio del mercado

Según sondeo realizado y la realización de encuesta, se logró obtener información acerca de la competencia (otras cafeterías) en el municipio de San Marcos, obteniendo así el precio de los

productos que ofrecen nuestra competencia, además si las personas están satisfechas acerca de los productos que estás ofrecen.

A continuación, se detalla:

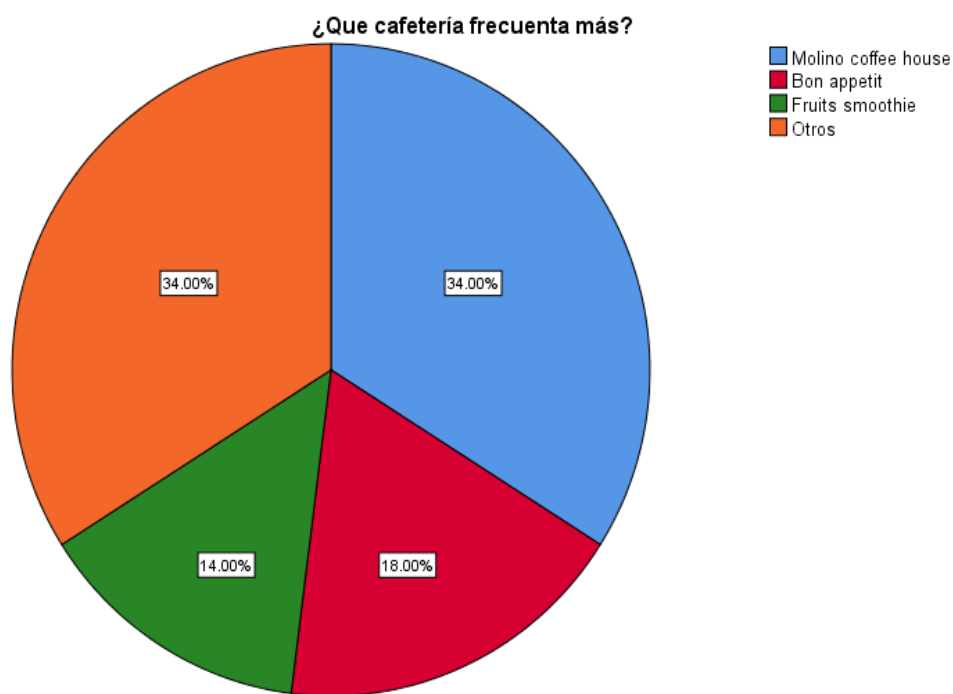
¿Qué cafetería conoce y cuál frecuenta más?

Tabla 8 Que cafetería frecuenta más.

Número Cafeterías	Cantidad	Porcentaje
12 - 22	7	18%
23 - 35	18	34%
36 - 50	5	14%
51 a mas	20	34%
Total	50	100%

Fuente: Base de datos de sistema IBM SPSS

Ilustración 16 Que cafetería frecuenta mas



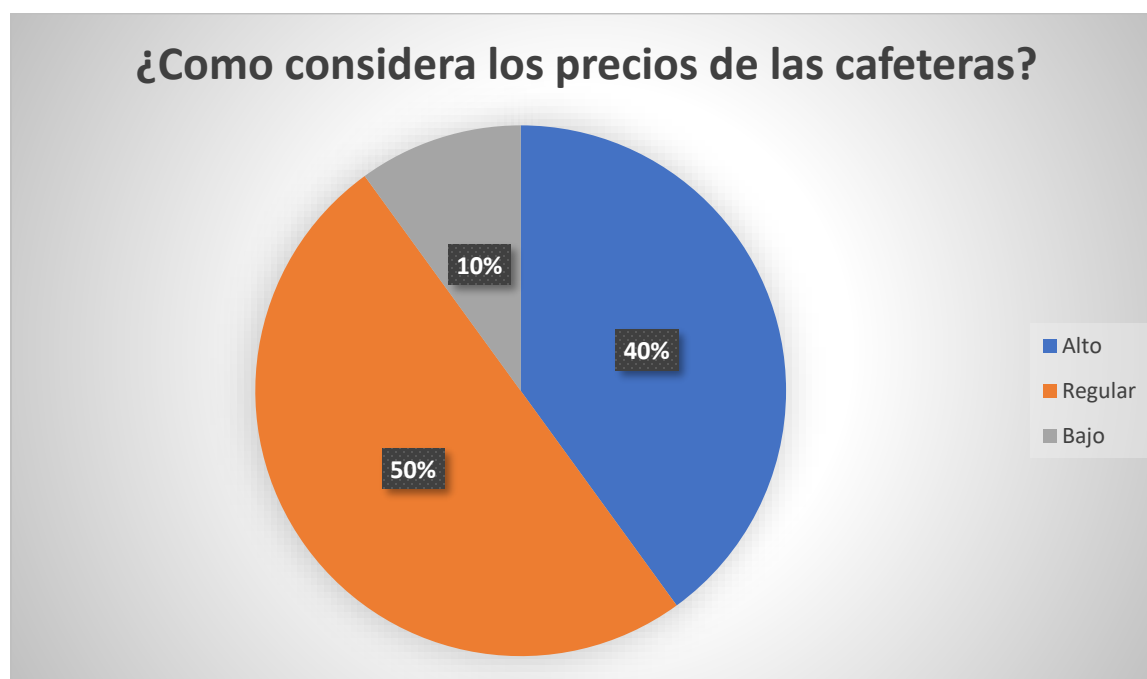
Fuente: Base de datos de sistema IBM SPSS

¿Cómo consideras los precios de las cafeterías?

Tabla 9 Como de considera el precio del café en la cafetería.

Precios	Cantidad	Porcentaje
Bajos	5	10%
Regulares	25	50%
Altos	20	40%
Total	50	100%

Ilustración 17 Como considera el precio del café en la cafetería.



Fuente: Base de datos de sistema IBM SPSS

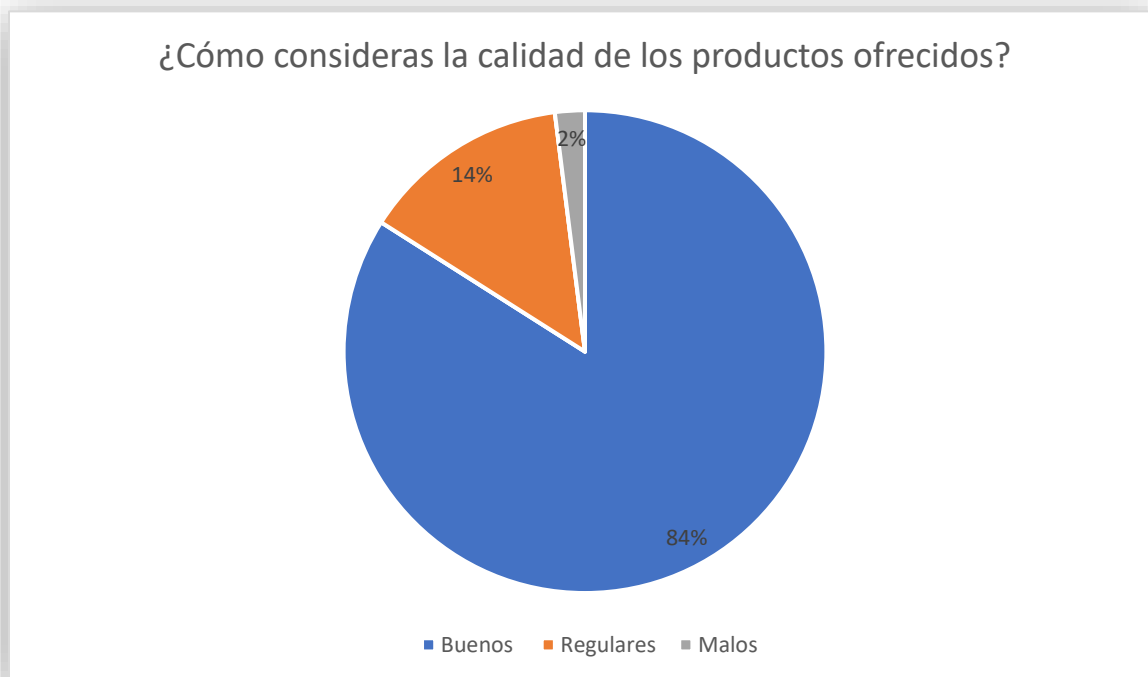
¿Cómo consideras la calidad de los productos ofrecidos?

Tabla 10 Cómo se considera la calidad de los productos ofrecido en la cafetería..

Calidad	Cantidad	Porcentaje
Buenos	42	84%
Regulares	7	14%
Malos	1	2%
Total	50	100%

Fuente: Base de datos de sistema IBM SPSS

Ilustración 18 como se considera la calidad de los productos ofrecidos



Fuente: Base de datos de sistema IBM SPSS

Atraves de un análisis de mercado se estimó que el café es uno de los granos más exportados, pero actualmente sea importado en el país, lo cual hace que el aprovechamiento de dicho grano y el consumo sea alto, y muchas Cafeterías aprovechen esto para incrementar su margen de ganancia. Con respecto a nuestra competencia pueda que algunas personas los prefieran a ellos por el servicio que ofrecen o por el tiempo establecido lo cual los hace reconocido

Por lo cual prestamos la debida a tensión a la información recopilada para dar un mejor servicio.

Proyección de venta.

Según (Ivan, 2017) Una proyección de ventas es un cálculo estimado, utilizando técnicas estadísticas, que permite conocer la previsión de ventas de una empresa en un período de tiempo futuro.

Básicamente consiste en averiguar cuanto podremos vender, teniendo en cuenta que la proyección de ventas está relacionada con el resto de actividades. Por tanto, es uno de los análisis esenciales que debe llevar a cabo cualquier empresa. Recordemos que el centro de cualquier negocio es el cliente y su facturación es la principal fuente de ingresos. Por otro lado, el responsable de realizar estos cálculos es el director comercial.

Un pronóstico de ventas (o proyección de ventas) consiste en estimar tus ventas en un período futuro teniendo en cuenta las condiciones actuales (el mercado, el comportamiento del cliente, el desempeño de los vendedores, etc.) o sus posibles cambios.

Se trata de predecir cuáles serán los futuros ingresos por ventas de tu empresa durante un cierto período, si todo permanece igual.

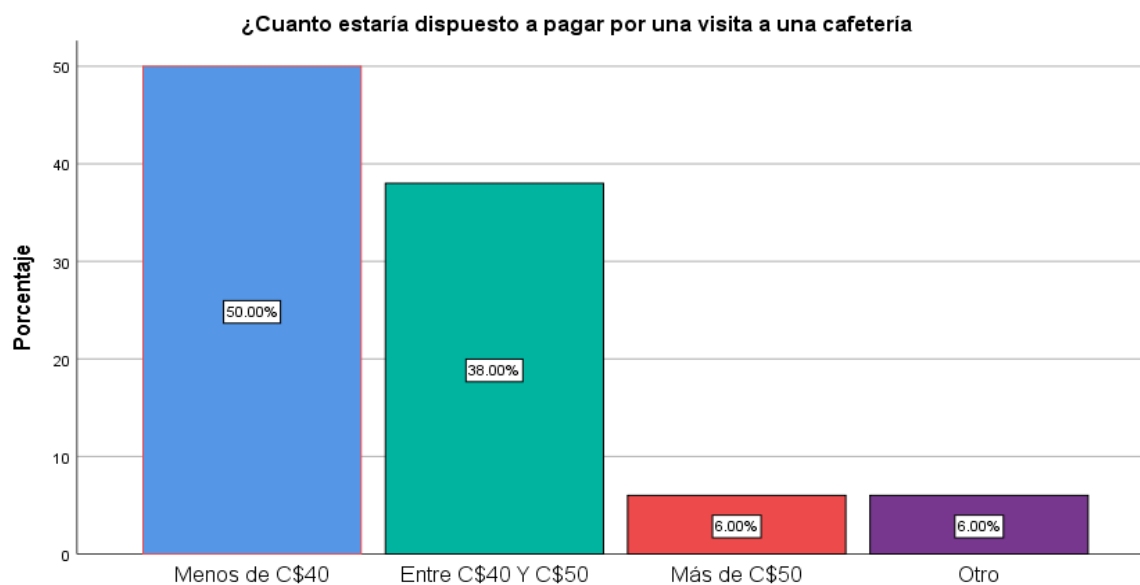
El método que utilizaremos es cualitativo (Método Delphi) ya que este nos permite el análisis del mercado, nos ayuda a saber con mayor certeza acerca del producto que ofreceremos como servicio, además nos permite detectar la necesidad de los consumidores.

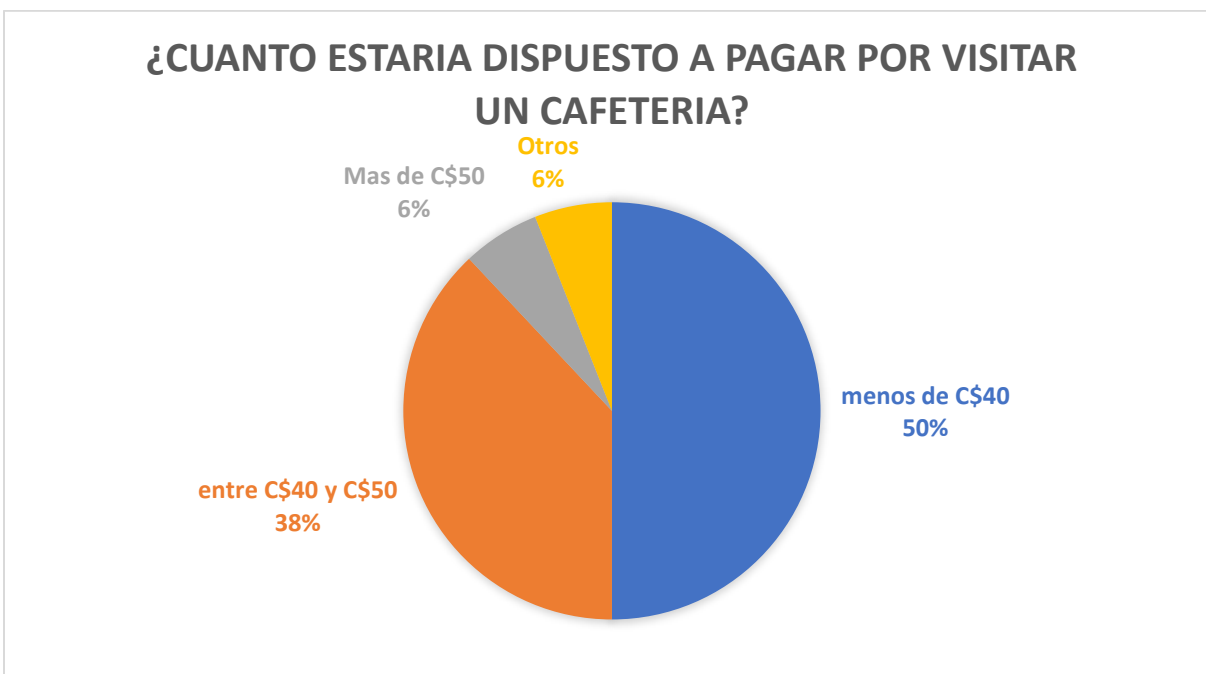
Tabla 11 Cuanto estaría dispuesto a pagar por visitar una cafetería.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una visita a una cafetería

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de C\$40	25	50.0	50.0	50.0
	Entre C\$40 Y C\$50	19	38.0	38.0	88.0
	Más de C\$50	3	6.0	6.0	94.0
	Otro	3	6.0	6.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Ilustración 19. Cuanto estaría dispuesto a pagar por visitar una cafetería.





Fuente: Fuente: Base de datos de sistema IBM SPSS

Para el cálculo de la proyección de venta se tomaron en cuenta los valores presentados en la encuesta realizada a nuestra demanda potencial 50 personas para la determinación de nuestro servicio, se consideró a las personas que consumen café.

Para identificar las ventas proyectadas se analizó el consumo de café de la población de San Marcos, tomando en cuenta la competencia determinando que un 92 % de la población consume café. A través de la obtención de este dato se tomará en cuenta una estimación representativa para el desarrollo de la encuesta a nuestra demanda real logrando obtener la proyección de venta siguiente:

Durante el primer año proyectado se iniciará con el servicio de nuestra cafetería con 900 tazas de café mensual, incrementando así las unidades para los meses de noviembre y diciembre.

4.4.2. Estructura de precio

La fijación del precio es de suma importancia para el proyecto, ya que el precio influye en la percepción que tiene el consumidor final sobre el servicio. No olvidando a qué tipo de mercado se está enfocando nuestra cafetería.

En muchas ocasiones una mala fijación del precio es la responsable de la escasa demanda de un servicio o producto. De hecho, las políticas de precios de una empresa determinan la fijación del precio de introducción en el mercado, así como los descuentos por compra en volumen o pronto pago, promociones, comisiones

Tabla 12. Materia prima de la cafetería

Materia prima	unidad de medida	Costo
Café	Gramos	C\$3 C\$8 C\$12
Azúcar	Libra(1lb)	C\$ 14
Leche en polvo	Gramos (350mg)	C\$ 80
Agua pura	litros (20 litr)	C\$ 140

Fuente: elaboración propia

Tabla 13 Materiales a utilizar en nuestro servicio

Materiales	
1	Cubiertos
2	Tazas
3	Plato
4	Estufa
5	Gas butano
6	cafetera
7	Recipiente de preparación

Fuente: Elaboración propia

- **Costos fijos:** CF (gastos de oficina, gastos administrativos y todos aquellos que no se pueden asociar directamente con la fabricación de cada unidad de producto del proyecto).

Tabla 14 Costo fijo de la cafetería el buen amigo

Costos Fijos	
Renta	1,000.00
Luz	140
Agua	90
Teléfono	100
Gas	420
sueldo y salario	15,000
Publicidad	200.00
Total	16,950.00

Fuente: elaboración propia

4.4.3. Precio Unitario

Según el gráfico anterior el equipo de proyectista ha definido el precio unitario del café que ofreceremos como servicio.

Tabla 15. precio unitario del servicio

Costo del café	
Espresso	C\$ 50.00
Cortado	C\$ 40.00
Americano	C\$ 50.00
cappuccino	C\$ 60.00
Latte	C\$ 70.00
Mocha	C\$ 80.00

Fuente elaboración propia.

4.5. Estrategia competitiva de mercado (4PS)

Según el objetivo de los empresarios en las operaciones de marketing es encontrar una oferta de Productos y servicios que incremente el nivel de satisfacción del comprador y genere utilidades para la empresa. Esta oferta está conformada, desde el punto de vista mercadotécnico, por un conjunto de variables controlables por la empresa, denominadas comúnmente mezcla de mercadotécnica o, en su expresión en inglés, marketing mix, a saber: producto distribución, comunicación, y precio. En este mix se incorpora el servicio. como quinto elemento, por considerar que el paquete de valor ofrecido está compuesto por beneficios donde el servicio es un componente de valor agregado que puede constituir una ventaja competitiva, toda vez que los clientes actúan estimulados por la búsqueda de valor.

Ilustración 20 Estrategia de las 4p



Fuente: Sitio web.

La importancia de este modelo radica en que, Es una herramienta que puede ser muy útil en el proceso de creación de una nueva empresa, ya que permitirá configurar una estructura que posibilite el control de todos los aspectos que rodean a la organización, con el objetivo de alcanzar las metas

4.5.1. Estrategia de producto

Nuestro menú estará conformado por bebidas tomaremos como punto de referencia las más vendidas y solicitadas por los clientes, Llegando a ser Rivales más reales de nuestros competidores. Optando por estrategias como agregar un diseño que lo haga único, La cuál elevara dichos productos a otro nivel, o que el envase sea retornable y los clientes frecuentes puedan llevar sus

envases y se rellenan con el café que más les gusta y por ende al no cobrar el envase el valor del café sea menor que el que lleva el envase desde la tienda esto acompañado de una buena relación calidad/precio

4.5.2. Estrategia de precio

Aunque aún no está definido monetariamente, si está definida la estrategia, con precios diferenciados por producto, dependiendo de la presentación y el tipo de café que el cliente solicite, el precio puede variar claramente serán oscilando cantidades cómodas para nuestros clientes

4.5.3. Estrategia de Distribución

Como mejoramiento de esta estrategia inicial de poner un punto de venta en el Municipio de San Marcos, estratégicamente ubicados en una zona de amplio movimiento comercial y de masa de posibles clientes, como por ejemplo en el centro del municipio, en donde existan varios locales y lugares de trabajo. Un local que puede tener un servicio exprés para quienes deseen llevar su producto y un servicio de mesas aparte para quienes deseen consumir el producto en la tienda (ambos siendo una atención personalizada con el cliente) e incluso tener un sistema de reparto por una cantidad de pedidos superior por lugar.

4.5.4. Estrategia de promoción y publicidad

Como mejoramiento a la estrategia de promoción, considerando la Atención del cliente en forma personalizada, se requiere de una estrategia de marketing que atraiga en primera instancia a los clientes, como palomas, y publicidad en redes sociales entre las más apoyadas en la encuesta realizada, éstas serían Instagram y FACEBOOK. Por otro lado, haríamos uso de los volantes, banner y Brochure.

Análisis de la empresa con enfoque en FODA-4PS

Tabla 16 Análisis FODA

Fortalezas		
4PS	Producto	<ul style="list-style-type: none"> •Calidad en los productos a ofrecer •Stock de inventarios altos •Innovación y variedad de productos
	Precio	<ul style="list-style-type: none"> •Precios accesibles •Posibilidades de obtener descuento de proveedores

	Distribución	<ul style="list-style-type: none"> •Posibilidad de crecer y abrir más locales •Alta atención al cliente en el local
	Promoción	<ul style="list-style-type: none"> •Redes sociales accesibles y costo bajo •Capacidad de inversión en una buena estrategia de publicidad

Oportunidades		
4ps	Producto	<ul style="list-style-type: none"> •Preferencia cultura por negocios de este tipo •Mercado objetivo constante •Gran demanda de productos de cafetería •Desarrollo de nuevas líneas de productos
	Precio	<ul style="list-style-type: none"> •Precios fijados de acuerdo a las necesidades del cliente
	Distribución	<ul style="list-style-type: none"> •Posibilidad de hacer mejoras a las instalaciones de la cafetería
	Promoción	<ul style="list-style-type: none"> •Diseñar estrategias de merchandising •Ofertar combos especiales •Aprovechar fechas especiales del año
Debilidades		
4PS	Producto	<ul style="list-style-type: none"> •No se ofrecen bebidas naturales •Falta de variedad en bebidas calientes •Menú limitada •Inversión limitada en tecnología y maquinaria
	Precio	<ul style="list-style-type: none"> •Fijación de acuerdo a tratos con proveedores •Poco conocimiento en el mercado de precios
	Distribución	<ul style="list-style-type: none"> •Falta de adaptación al proceso de atención •Personal limitado
	Promoción	<ul style="list-style-type: none"> •Redes poco conocidas y en crecimiento •No hay un canal de distribución establecido con los clientes

Amenazas		
4PS	Producto	<ul style="list-style-type: none"> •Tendencias del mercado por productos más saludables
	Precio	<ul style="list-style-type: none"> •Incrementos de precios por parte de los proveedores •Aumento de desempleo que genere •disminución de clientes y hábitos de compra

	Distribución	•Ubicación de la competencia demasiado cercana con fidelidad instaurada
	Promoción	•Estrategias echas por la competencia que nos sean difíciles de competir por la trayectoria

Fuente: elaboración propia

4.5.5. *Presupuesto de la estrategia*

El presupuesto de la estrategia de publicidad es algo muy importante, ya que esto nos ayuda a conocer lo que se necesita invertir para lograr el mejor funcionamiento de la empresa:

A través de esta tabla se demuestra el presupuesto a ejecutar, de lo que permitirá la adquisición de herramientas de publicidad, con el fin de hacer de ellos el buen uso para el debido conocimiento de nuestra cafetería. Permitiendo así entablar lazos emocionales con el consumidor y puedan conocer de manera visual el Servicio. Logrando como finalidad la aceptación del en cada una de las personas del municipio de San Marcos.

El banner ½ CARTA Bond 40, es la compra de 1 unid. a 3.00 C\$ los que equivale a 500 unidades en C\$ 1500.00, córdobas netos. Acá irán fotos de lo que hacemos nombre del negocio, mensaje creativo y datos personales.

El Brochure trípticos 2 caras Bond, es la compra de 100 unidades con un valor de 1200 C\$ córdobas netos.

Dentro del Brochure se presentará la marca del producto, los beneficios del café, misión, visión y valores, también la ubicación y número telefónico.

Las páginas en redes sociales tendrán un costo de 1200 C\$ Córdoba El presupuesto de marketing para darle continuidad a las publicaciones web y visual, todo lo relacionado con publicidad visual, esto para poder alcanzar más clientes y ser un negocio reconocido.

También será utilizado para el diseño de la página web con el objetivo de informar a las personas fotos de nuestro negocio, menú visión, misión. En nuestra encuesta se realizó una

pregunta a las personas encuestadas sobre cual redes sociales usaban más, los datos proporcionados fueron los siguientes

Ilustración 21 Que redes utiliza más la población san marqueña.



Fuente: Base de datos de sistema IBM SPSS

Podemos observar en esta grafica que la red más usadas por las personas habitantes de San Marcos es el Facebook ubicándose en el primer lugar con un 60%, WhatsApp con 16% Twiter con un 14%, y por último. Telegram con un 10%

A continuación, se detalla el valor de la publicidad visual.

Tabla 17 Valores de la publicidad visual de la cafetería

Descripción	Unidades	Precio unitario	Cantidad	Precio por cantidad
Banner	1	C\$3.00	500	C\$1500.00
Brochure	1	C\$12.00	100	C\$1200.00
Redes sociales				C\$1200.00
Total				C\$3900.00

Fuente: elaboración propia.

4.6. Proyección de Ventas

Tabla 18 Tabla de proyección de ventas y monetarias

Cafeteria el buen amigo
Cedula No. 1 proyecciones de ventas en unidades fisicas

Descripcion	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Espresso		150	150	150	150	150	150	150	150	150	300	300
Cortado		150	150	150	150	150	150	150	150	150	300	300
Americano		150	150	150	150	150	150	150	150	150	300	300
cappuccino		150	150	150	150	150	150	150	150	150	300	300
Latte		150	150	150	150	150	150	150	150	150	300	300
Mocha		150	150	150	150	150	150	150	150	150	300	300
Total		900	900	900	900	900	900	900	900	900	1800	1800

Cafeteria el buen amigo
Cedula No. 1 proyecciones de ventas en unidades Monetarias.

Descripcion	p. venta	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Espresso	C\$ 50.00		C\$ 7,500.00	C\$ 7,500.00	C\$ 7,500.00	C\$ 7,500.00	C\$ 7,500.00	C\$ 7,500.00	C\$ 7,500.00	C\$ 7,500.00	C\$ 7,500.00	C\$ 15,000.00	C\$ 15,000.00
Cortado	40		6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	12,000	12,000
Americano	50		7,500	7,500	7,500	7,500	7,500	7,500	7,500	7,500	7,500	15,000	15,000
cappuccino	60		9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	18,000	18,000
Latte	70		10,500	10,500	10,500	10,500	10,500	10,500	10,500	10,500	10,500	21,000	21,000
Mocha	80		12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	24,000	24,000
Total			C\$ 52,500.00	C\$ 52,500.00	C\$ 52,500.00	C\$ 52,500.00	C\$ 52,500.00	C\$ 52,500.00	C\$ 52,500.00	C\$ 52,500.00	C\$ 52,500.00	C\$ 105,000.00	C\$ 105,000.00

5. Plan de producción

5.1. El proceso de producción

En una empresa (Contina, 2021) se denomina proceso de producción al conjunto de diversos procesos a los cuales es sometida la materia prima para transformarla, con el fin de elaborar un producto destinado a la venta.

Retomando la información antes mencionada el proceso de producción son actividades que se realizan para la transformación de recursos o factores productivos en bienes y servicios, siendo su objetivo la transformación de elementos, sistemas o procesos.

5.1.1. Descripción del proceso

Orden del cliente: El mesero se acerca al cliente amablemente, saludándole y ofreciendo el menú de la cafetería.

Se toma la orden del cliente: El mesero toma la orden (pedido) del cliente, reportando al barista.

Se pasa al barista: El mesero reporta la orden al barista, de la taza de café a tomar del cliente.

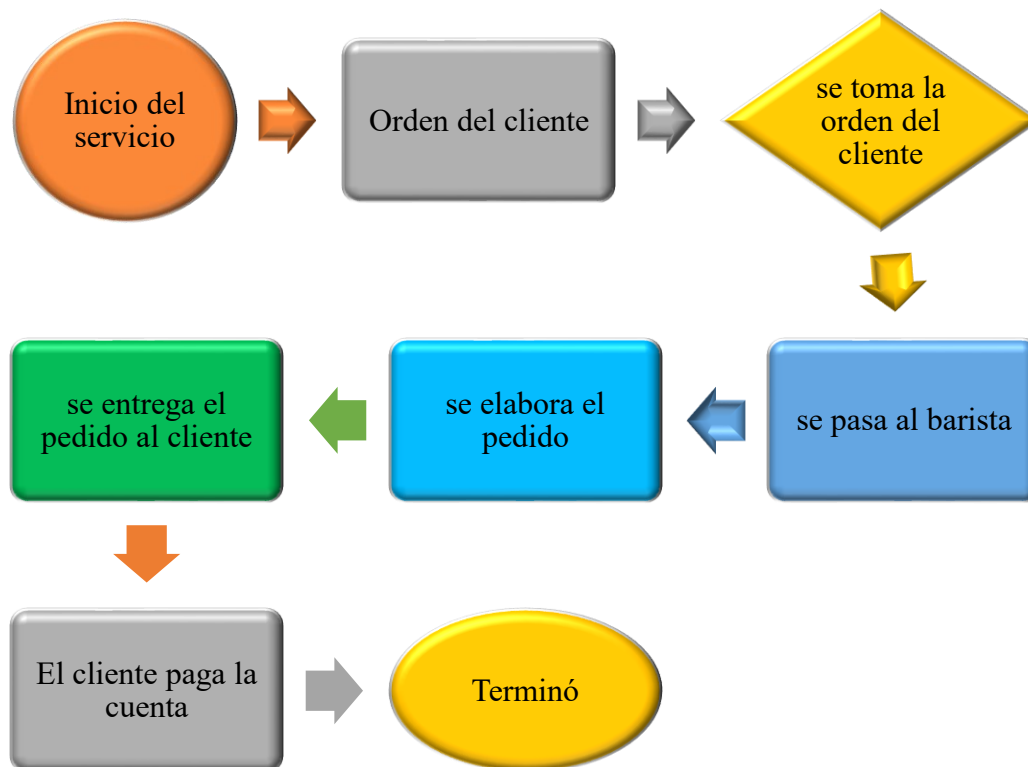
Se elabora el pedido: El barista toma la orden del cliente y elabora su pedido.

Se entrega el pedido al cliente: Una vez elaborado el café según la orden del cliente, El mesero lo despacha.

El cliente paga la cuenta: El cliente se ha tomado su taza y disfrutado del ambiente, El mesero hace una factura de pago para que esté pague lo que ha consumido.

5.1.2. Diagrama de flujos

Ilustración 22 Diagrama del flujo de proceso de inicio de servicio







5.2. Proveedores y condiciones de compra de los equipos

Proveedores

La Cafetería “El Buen Amigo”, para garantizar un buen servicio a la población del municipio de San Marcos y visitantes de otros municipios y al cliente, se pretende establecer contrato y una excelente relación con diferentes proveedores de café en Nicaragua ofreciendo así a la población del municipio de San Marcos una excelente taza de café de diferentes tipos.

Tabla 19 Matriz de proveedores de materia prima




Imágenes	producto	Proveedor	Ubicación
	Café	café soluble, SA.	Km 8.5 carretera norte subasta 800 mts al lago
	Café	café el sembrador	Carretera a Masaya Km 9 1/2. Villa Rita Managua Nicaragua
	Azúcar	Distribuidora Jirón	Mercado mayoreo managua
	Chocolate	Chocolate Momotombo	Planes de Altamira managua de la pastelería Sampson, 1 cuadra al sur plaza Altamira modulo 2
	Leche	Canislac	Villa fontana, semáforos del club terraza 1 cuadra al este 25vrs al norte casa N°16 Managua.

Fuente: elaboración propia

Condiciones de compra de los equipos



Para la compra del equipo y Maquinaria necesario para la ejecución del servicio de la Cafetería se tomó en cuenta ciertos aspectos como: proveedores, precio y costo. Para poder satisfacer los requisitos de la demanda se realizó una investigación acerca de la maquinaria a utilizarse y de esta manera dar un excelente servicio, único y rápido al cliente con un equipo de maquinaria calificado.

Tabla 20 Equipo de cocina a utilizarse en la cafetería.

Equipo de cocina	Descripción	Proveedor /Contacto	Unid	C/U	Costo Total
	Percoladora Cafetera Eléctrica 6L (40 Tazas),1000W, 120V~ 60Hz, Acero inoxidable de grado alimenticio 304, protección contra ebullición en seco, cable de alimentracion dividido, con un post filtro de café, empaquetado por caja de color	El Verdugo Multicentro Las Américas, Paseo Los Muchachos Localidad : Bello Horizonte Ciudad : Managua, Managua. Nicaragua contacto 2255 – 6727	2	C\$ 1,345.00	C\$ 2,690.00
	Máquina de café semiautomática con distribución continua, carrocería en acero inoxidable, bomba volumetrica incorporada, mando distribución café con pulsador, calentamiento eléctrico y termostato de seguridad en la parte eléctrica de serie	IMISA Donde Fue El Nuevo Diario 2c. Abajo M/D, 11005 Teléfono. 2249 6970	1	C\$ 35,995.61	C\$ 35,995.61
	Licuadora con Potente motor de 600 watts, resistente caja de alojamiento del motor de hierro fundido, sistema de impulsión totalmente metálico All-Metal Drive revolucionaria cuchilla pica hielo, jarra de vidrio refractario con capacidad para 6 tazas (1.5 LTS) e interruptor de dos velocidades	El Verdugo Multicentro Las Américas, Paseo Los Muchachos Localidad : Bello Horizonte Ciudad : Managua, Managua. Nicaragua contacto 2255 – 6727	1	C\$ 989.00	C\$ 989.00

	Con la Cocina a gas Indurama modelo MURCIAPLUS. Diseñada en tamaño de 20 pulgadas, posee 4 quemadores, doble vidrio templado en el horno. Parrilla autodeslizable en el horno, sistema termocontrol.	La Curacao Altamira calle principal de altamira contiguo a super express. Telef. 2223-5530	1	C\$ 12,400.00	C\$12,400.00
	Contrucción exterior e interior en acero inoxidable, interior con cantos sanitarios, puertas con dispositivo automático de cierre, control electrónico de temperatura y de deshielo, temperatura de trabajo de 0 a 8 grados, evaporador de tubo de cobre y aletas d aluminio, iluminación exterior y sello de puerta magnético fácilmente removible sin herramientas	El Verdugo	1	C\$ 16,199.00	C\$ 16,199.00
	Mostrador con Superficie de trabajo de trabajo de melanina de 25 mm de grosor en blanco, frontal en diferentes acabados metal y madera, zona superior de atención en melanina estable y blanca con cristal azul o blanco y pues de aluminio con niveladores	IMISA Donde Fue El Nuevo Diario 2c. Abajo M/D, 11005 Telefono. 2249 6970	1	C\$ 16,000.00	C\$ 16,000.00
	Tanque de gas, propano vacio con capacidad para 20 lbs, fabricado en acero en alta calidad de color blanco, marca manchester tank.	SINSA/ carretera masaya, (+505 22787777	2	C\$ 2,700.00	C\$ 5,400.00
Total equipo de cocina					C\$ 89,673.61

Fuente: elaboración propia

Equipo de servicio	Descripción	Proveedor /Contacto	Unid	C/U	Costo Total
	Vitrina, calentador de alimentos, temperatura de 35°C a 80°C	IMISA Donde Fue El Nuevo Diario 2c. Abajo M/D, 11005 Telefono. 2249 6970	1	C\$ 4,500.00	C\$ 4,500.00
	Mesa redonda fabricada en madera aglomerado con acabado melaminico en color nogal, 5 sillas apilable con descansabrazo acojinadas color negro	SERVINOX/ carretera masaya, (+505 22787777)	4	C\$ 2,800.00	C\$ 11,200.00
Total equipo de servicio					C\$ 15,700.00

Fuente: elaboración propia

5.3. Capital fijo y vida útil

Para la eficiente realización de los procesos productivos se necesitó conocer e informarse de los diversos equipo y herramientas a utilizar, en cuanto a su costo y proveedores, conocer los activos los cuales formaran parte de este proceso de producción es de vital importancia ya que estos forman parte del proceso de la elaboración del producto a ofrecer.

A continuación, se detalla el equipo a utilizar.

Equipos para la prestación del servicio.

Tabla 21 Mobiliario y Equipo para la prestación del servicio

No.	Detalle	Cantidad	Costo de adquisición	Total
Mobiliario y Equipo				
1	Mesas	4	1,200.00	4,800.00
2	Sillas	16	400.00	6,400.00
3	Vitrina	1	4,500.00	4,500.00
Total, de Mobiliario y Equipo				15,700.00
Equipo de Cocina				
1	Cafetera	2	1,345.00	2,690.00
2	Refrigeradora	1	16,199.00	16,199.00
3	Molino de café	1	35,995.61	35,995.61
4	Barra	1	16,000.00	16,000.00
5	Licuadaora	1	989.00	989.00
6	Cocina	1	12,400.00	12,400.00
7	Tanque de Gas	2	2,700.00	5,400.00
Total, Equipo de Cocina				C\$89,673.61
TOTAL				C\$105,373.61

Fuente: elaboración propia.

5.4. Capacidad planificada

La planificación de la capacidad se puede definir como la capacidad operativa de una organización, que incluye conceptos como el desarrollo de proyectos, el tiempo en el que se incurre ciertas tareas, en expansión de actividades. equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, experiencia/conocimientos entre otros.

5.5. Ubicación y distribución física

5.5.1. Macro localización

Las variables que se tuvieron en cuenta en el momento de decidir en donde se va a instalar el proyecto de una cafetería en el departamento de Carazo en la localidad del municipio de San Marcos fueron las siguientes en la macro localización

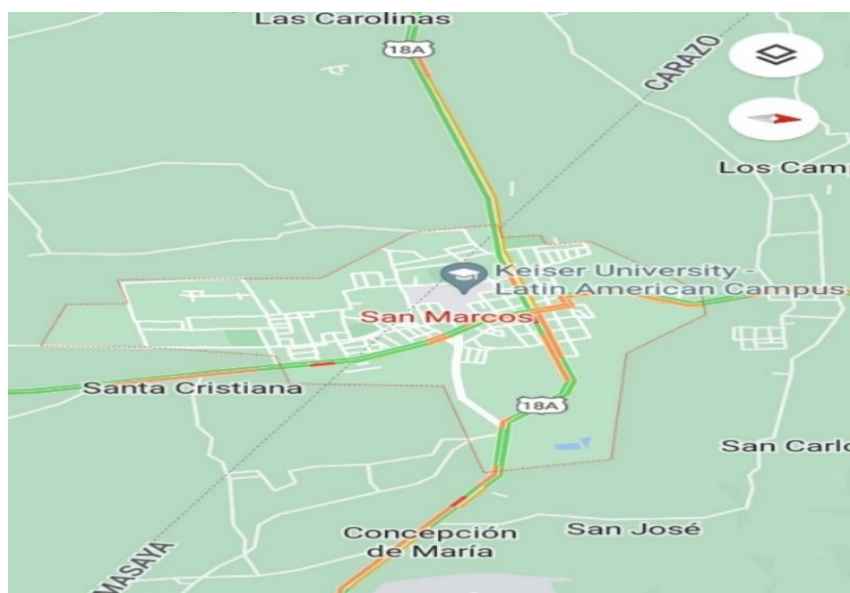
✓ Tipo de lugar

A partir de una investigación realizada se llegó a la conclusión de que la localidad del municipio de San Marcos no cuenta con una cafetería con precios módicos en donde toda la población tenga acceso a degustar una taza de café

✓ Estado de las vías de acceso.

La principal vía de acceso a la localidad del municipio de San Marcos es la ruta que conecta con la concepción, luego está la ruta que conecta Masatepe con San Marcos y la que conecta con las esquinas.

Ilustración 23 Ubicación donde estará ubicada la cafetería el buen amigo



Fuente: Google maps satelital

5.5.2. Micro localización

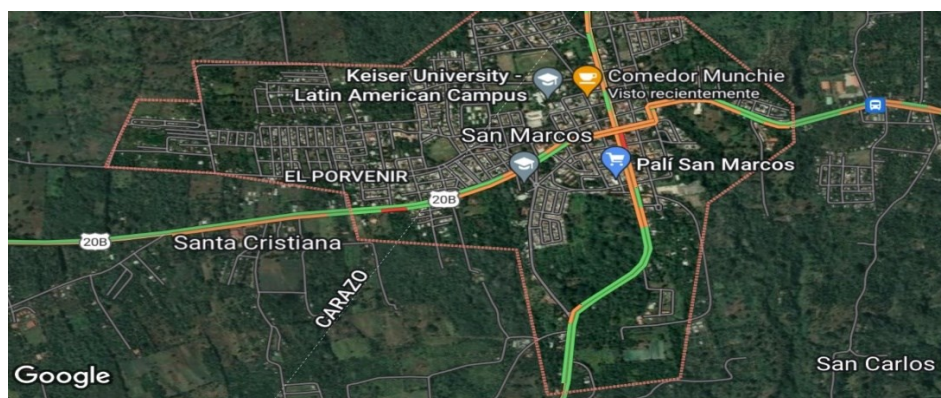
Lo primero que se tuvo en cuenta para la micronación es contar con el inmueble en la localidad del municipio de San marcos, además se realizó una revisión del entorno para corroborar que el lugar fuese un ambiente agradable y concurrido.

Tabla 22 Micro localización

Ubicación	Municipio de San marcos
Precio del alquiler del local	C\$ 2,000 córdobas Neto
Revisión del entorno	Ambiente agradable y lugares recreativos y de estudio que anclan con el negocio
Análisis de la estructura urbana	En la localidad de San marcos las personas de otros municipios por donde más circulan es por la vía principal por donde está la cercanía del negocio contiguo al parque central

Fuente: elaboracion propia

Ilustración 24 Mapa 3d satelital en donde estará la cafetería el buen amigo.



Fuente: Mapa satelital Google

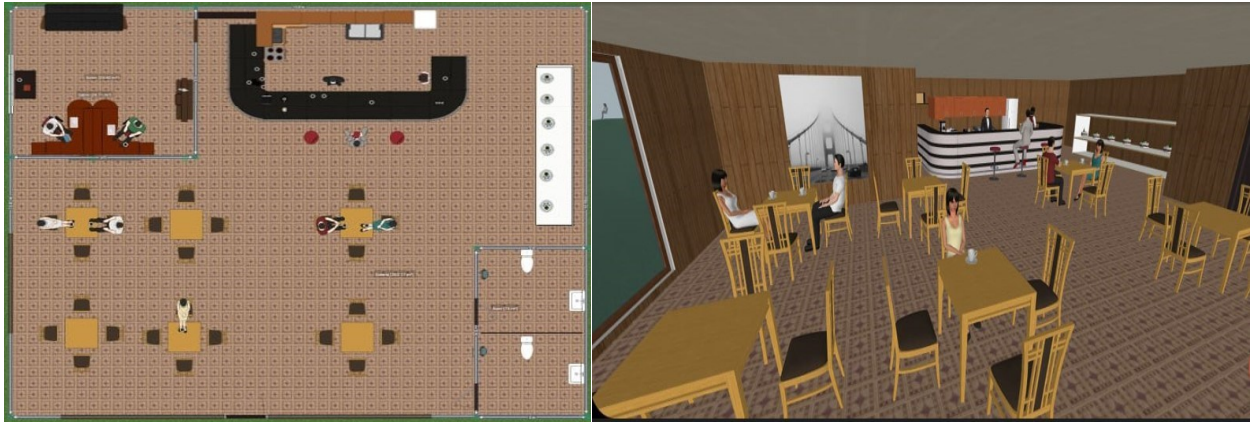
5.5.3. Distribución física del negocio

Plano en 3D

En este plano podemos mostrar la distribución de los espacios que comprenden el establecimiento de la “cafetería El Buen Amigo”

- Mesas en color amarillas.
- Sillones en color amarillas haciendo referencia a la luz del día.
- La barra que tiene la forma de un semicírculo dándole una mejor vista al de recepción.
- La pista de pasarela que va cuadrículada con colores llamativos.
- Sanitarios.

Ilustración 25 Distribución física del negocio 3D



Fuente: Editor Planner 5D

5.6. Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad

La materia prima es aquella que está involucrada en todo el proceso para la elaboración de un producto, Cafetería “El Buen Amigo” cuenta con proveedores con experiencia en el mercado y con una alta calidad de productos que ofrece a sus clientes se cuenta con materia prima propia del país, la materia prima a utilizar se presenta en el siguiente cuadro.

Tabla 23 Materia prima a utilizar en la cafetería

Materia Prima / Descripción	Unidad	C/U	Disponibilidad
Café	Libras	C\$24.00	50
Azúcar Blanca	Libras	C\$15.00	35
Azúcar Morena	Libras	C\$27.00	35
Chocolate	Litros	C\$116.00	32
Leche	Litros	C\$35.00	118
Canela	Libras	C\$340.00	2
Total			C\$272.00

Fuente: Elaboración propia

5.7. Mano de obra, su costo y disponibilidad

Se determina que para el desarrollo del negocio Se debe contar con un personal de calidad, que sea efectivo con el fin de que su desempeño sea optimo y así mejorar la eficiencia y eficacia de los procesos de producción.

Contar con la cantidad de personal necesario y adecuado es importante ya que no se incurre en más pago a personal que no es necesario, sin mano de obra no hay producción por ende no se podría satisfacer las necesidades del cliente.

Tabla 24 Mano de obra su costo y disponibilidad

Nº	Nombres y Apellidos	Cargo	Salario Base
Venta			
1	Persona 1	Mesero	C\$5,500.00
Sub total gasto de venta			C\$5,500.00
Cocina			
2	persona 2	Barista	C\$6,700.00
3	Persona 3	Asistente	C\$6,000.00
Sub total gasto de cocina			C\$12,700.00
Total			C\$18,200.00

Fuente: elaboración propia.

5.8. Gastos generales de producción

Los gastos generales de producción de una empresa están relacionados con su proceso de fabricación, pero no son imputables de forma directa a los productos. Cualquier gasto que no sea el costo directo de mano de obra ni el costo directo de los materiales es considerado una forma de gasto general.

Los gastos generales de producción, conocidos también como gastos generales de fabricación o gastos generales de fábrica, se utilizan para describir algunos de los costos indirectos asociados a la fabricación de productos de una empresa.

Tabla 25 Gastos generales de para la prestación del servicio de cafetería

Descripción	Total
Barista	C\$ 6,700.00
Asistente de barista	6,000.00
Local / renta del local	3,000.00
Agua	300.00
Luz	500.00
Teléfono	300.00
Gas	940.00
Prestaciones sociales	3,175.00
aporte patronal	2,730.50
Internet	1,000.00
Amortizaciones	485.00
Depreciación equipo de producción / equipo de cocina	1,345.10
Total, Gastos generales	C\$ 26,475.60

Fuente : elaboración propia

6. Plan de organización y gestión

6.1. Marco legal (forma jurídica)

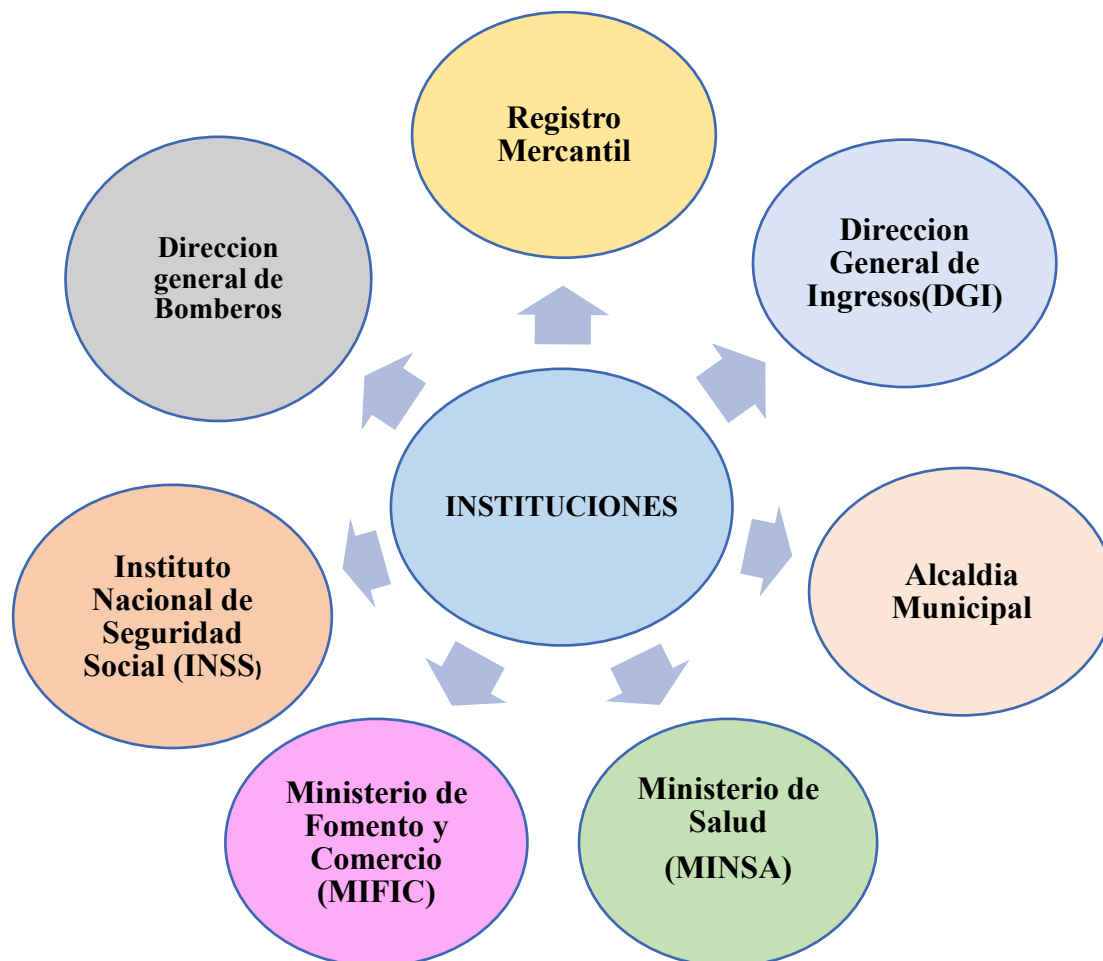
La Propiedad Intelectual se relaciona con las creaciones de la mente, incluyendo: invenciones, descubrimientos científicos, diseños industriales, obras literarias y artísticas, marcas, entre otros. A grandes rasgos, se divide entre la Propiedad Industrial y el Derecho de Autor. En otras palabras, a lo que se refiere propiedad intelectual es a las creaciones únicas resultante y hecho por el ser humano de su ingenio, la capacidad y la creatividad inventiva del ser humano a eso se refiere un derecho y propiedad.

En Nicaragua la propiedad intelectual se rige en la ley n°380 Ley de reformas y de marcas y otros signos distintivos en la cual protege y establece la obligación del Estado de Nicaragua de apoyar la cultura nacional en todas sus expresiones sean de carácter colectivo o individual.

Al hacer mejor un análisis nos podemos dar cuenta que al registrar nuestro negocio estamos protegiéndonos ya que el titular de una marca registrada podrá impedir a cualquier tercero realizar actos indebidos.

A continuación, nombraremos los requisitos necesarios que piden cada una de estas instituciones.

Ilustración 26. Instituciones para registro de negocio



Fuente: elaboración propia

➤ **Registro Mercantil**

En el Registro Público Mercantil, (Registro Publico de Nicaragua, 2020) que tiene por objetivo la inscripción y legalización de nuestro negocio. Acerca de los actos y contratos de comercio; la inscripción y legalización de los Libros de Diario, Mayor, Actas, Acciones y cualquier otra información que determine según la Ley 698, Ley General de Registros Públicos.

➤ **Dirección General de Ingresos (DGI)**

Una persona sea natural o Jurídica debe acudir a la Administración de Rentas más cercana al domicilio donde realizará su actividad económica, presentando y cumpliendo con lo siguiente:

- ✓ Llenar el formulario de inscripción proporcionado.
- ✓ Tener una edad de 18 años cumplidos.
- ✓ Documento de identificación ciudadana: Cédula de Identidad Ciudadana.
- ✓ Documentos para hacer constar el Domicilio Fiscal: Debe presentar al menos una de las siguientes facturas de servicios básicos: agua, energía eléctrica, teléfono o contrato de arriendo del inmueble. Si la factura no está a su nombre, debe adjuntarle constancia de la persona que aparece reflejada en la misma.
- ✓ En caso de ser una tercera persona quien realiza el trámite, la representación deberá ser mediante un escrito simple, presentando original y fotocopia de su cédula de identidad.

Luego de presentar la documentación antes mencionada se extenderá su Cédula RUC, Certificado de Inscripción como Pequeño Contribuyente, Usuario y Contraseña para ingresar a la VET.

➤ **Alcaldía municipal de San Marcos**

Requisito. tener la matrícula extendida por parte de la alcaldía este se renovará cada año y los requisitos para su apertura son los siguientes:

- ✓ Copia y original del Número RUC.
- ✓ Copia y original de la cédula de identidad.
- ✓ Solvencia Municipal o Boleta de NO Contribuyente.
- ✓ Carta poder (si actúa en representación del contribuyente).
- ✓ Permiso de la Policía Nacional, Urbanismo y Medio Ambiente.
- ✓ Especificaciones. del barrio o lugar, teléfono, y dirección exacta del negocio y del dueño de la actividad.
- ✓ Formulario de apertura de matrícula de cuota fija debidamente llena.

➤ **Minsa (Ministerio de Salud)**

Para poder comercializar nuestro un producto y servicio es necesario contar con el permiso del ministerio de salud, este extiende un registro sanitario el cual avala que dicho producto y negocio cumple con las medidas de higiene en la fabricación del producto. Para esto es necesario tener la licencia sanitaria.

Requisitos necesarios para una licencia sanitaria:

- ✓ Carta de Solicitud dirigida a las autoridades del MINSA
- ✓ Certificados de Salud actualizado. original de los trabajadores del comercio
- ✓ Factura de fumigación del negocio, extendida por un fumigador autorizado por el Minsa
- ✓ Copia de la Matrícula de la Alcaldía del Negocio
- ✓ Copia de Cédula RUC.
- ✓ Copia de cédula de identidad del Representante legal o propietario del negocio.
- ✓ Copia de escritura de constitución de la Empresa. (Se aplica solo a personas jurídicas)
- ✓ Boucher de pago de la licencia sanitaria en original y Copia.

Datos para la solicitud de registros sanitario

1. Datos del Titular: Nombre, número del documento de identificación, nombre del representante legal, dirección exacta del solicitante, Fax, teléfono, correo electrónico; dirección exacta de la bodega o distribuidora, teléfono, fax, correo electrónico y la firma del titular de la empresa solicitante.

2. Datos del fabricante: Nombre de la fábrica (tal como aparece en la licencia) indicando la nacional, número de licencia o permiso y vigencia de la licencia o permiso de la fábrica o bodega, dirección exacta de la fábrica, teléfono, fax y correo electrónico etc.

3. Datos del producto: Nombre del producto a registrar, marca, tipo, contenido neto del producto y país de procedencia.

4. Documentos adicionales: Copia de la licencia sanitaria o permiso de funcionamiento vigente para la fábrica, para productos de fabricación nacional o de la bodega para productos de fabricación en el extranjero; certificado de libre venta de origen o de procedencia, según la

legislación de cada país, ficha técnica y etiqueta original para los productos importados y nacionales que ya estén en el mercado o proyecto de etiqueta.

5. Muestras: Estas muestras a presentarse para análisis dependerán de cada producto y de la existencia de Normas Técnicas Obligatorias Nicaragüenses. Por ejemplo, para los alimentos/bebidas procesadas y suplementos alimenticios se deben presentar 3 muestras de 500 gramos cada una para sólidos y 3 muestras de 1 litro cada una para líquidos, estas deben venir en su empaque original, el cual debe de ser de un mismo lote y estar próximo a vencer.

Luego de haber obtenidos los certificado y permisos antes mencionados se procede a solicitar el registro de marca en el **MIFIC (ministerio de fomento y comercio)**, los requisitos para este están contemplados en la ley 380 en su art 9

- ✓ Nombre y dirección de quien solicita el registro de la marca
- ✓ Nombre de representante legal.
- ✓ Datos de la persona apoderada de la marca.
- ✓ Nombre comercial de la marca.
- ✓ Etiquetas, logos, medios publicitarios que representen la marca.
- ✓ Indicar si la persona interesada pide el derecho de prioridad. A terceros
- ✓ Anexar listado de servicios y productos por los que se desea registrar la marca
- ✓ Firma de quien solicita el registro de marca

Además de esa documentación se deben realizar ciertos exámenes para evaluar si de verdad la marca que se pretende registrar es necesario que sea reconocida como se menciona.

Primero se revisará la documentación de la solicitud de la marca. Se revisará que cumplan con los artículos necesarios presente en la ley 380 los artículos 10 y 11 si hubiese alguna omisión o porque no cumple con algún parámetro. Se le dará un tiempo para que rectifique sus documentos necesarios.

Si los resultados de este examen son correctos o positivos el Registro de la Propiedad indica a la Gaceta Diario Oficial que se realice la publicación de la marca. Al ser un trámite legal también

se estima un lapso de tiempo para que cualquier persona pueda oponerse ante el reconocimiento de la marca,

➤ **INSS (Instituto Nicaragüense de Seguridad Social)**

El INSS funciona para registrar a los trabajadores y tener un aseguramiento o bien prestaciones laborales, el propietario del negocio necesitará ir al instituto nicaragüense de seguridad social (INSS) y así ellos recibirán las prestaciones laborales, a continuación, se presenta la hoja la cual se deberá llenar con los datos que le suministro el empleado al empleador.

Es un documento formal que se utilizado por la DGI para asegurar al trabajador de la empresa. con el fin de brindarle a los trabajadores de la empresa seguridad en el transcurso de su labor dentro de la empresa.

➤ **Dirección General de Bomberos**

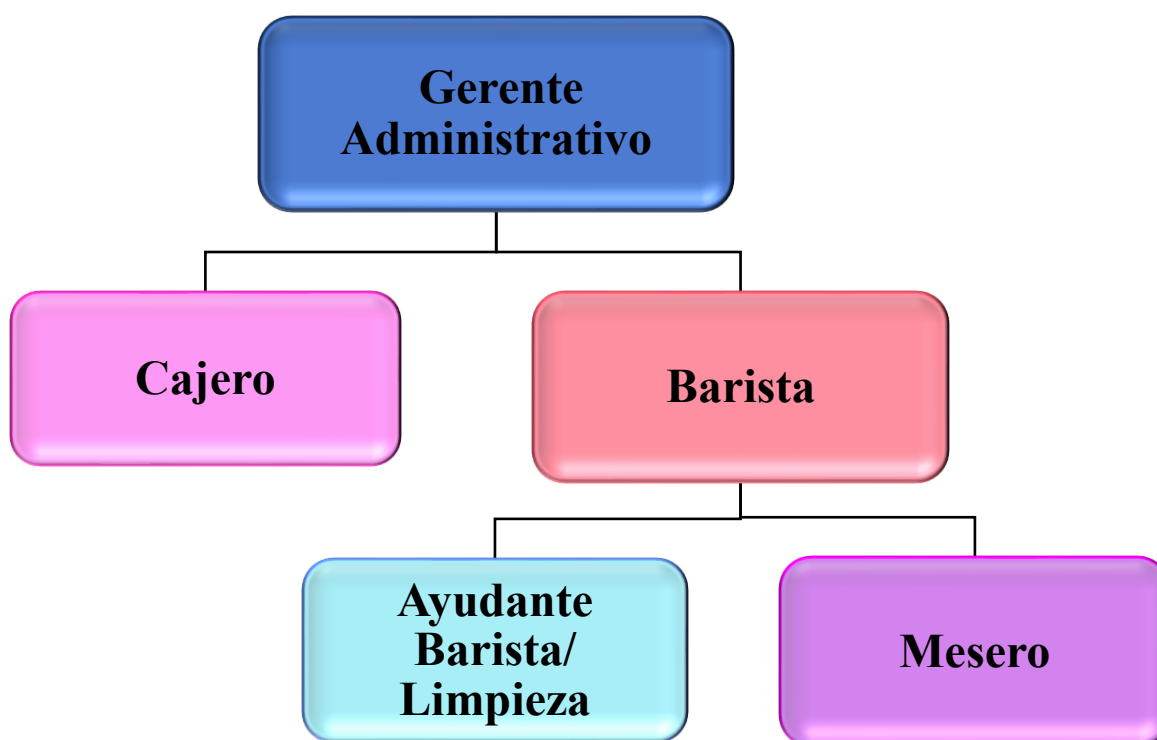
Presentarse personalmente o por medio del apoderado a la delegación de bomberos de la localidad del negocio, para evaluar que el negocio cumpla con las recomendaciones necesarias y así emitir un certificado que representa que el negocio esta apto para ejercer su actividad.

6.2. Estructura de la organización

Define el organigrama (Fleitman, 2014) como la "representación gráfica de la estructura orgánica que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que integran la empresa, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y de asesoría"

Por esta razón se presenta de manera ordenada y específica la estructura que tiene la cafetería "El Buen Amigo", con el objetivo de lograr una eficiente organización y un mayor control en las áreas en las que se divide la empresa.

Ilustración 27: Estructura de la organización "El buen amigo"



Fuente: elaboración propia

Como podemos observar en la imagen anterior, el Gerente Administrativo es el que está a cargo del personal en general, y velará por su seguridad y buen funcionamiento de las actividades de la empresa, a su vez hacer uso de las medidas necesarias para que en la organización no ocurran inconvenientes.

Lineamientos Organizacionales

Misión:

Ofrecer buenos momentos llenos de sabor y exquisito aroma en cada taza que se deguste, placer en cada sorbo, acompañado de una búsqueda de crecimiento, modernización y mejora constante

Visión:

Ser la mejor cafetería a nivel local, reconocidos por la calidad de nuestro servicio y el trato a nuestros clientes, logrando el crecimiento y la ampliación a nivel nacional.

Valores:

- ✓ Excelencia
- ✓ Honestidad e integridad
- ✓ Respeto
- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Compromiso
- ✓ Innovación

Políticas:

- ✓ Ofrecer un trato amable a todos los clientes siguiendo los procedimientos ya establecidos.
- ✓ Ser diligentes y estar dispuesto a escuchar las quejas y sugerencias de los clientes
- ✓ Los empleados no pueden tener o ingerir bebidas alcohólicas dentro del establecimiento.
- ✓ Brindar un servicio de calidad al público. Los empleados deben estar capacitados en protocolo en aras de mantener una interacción con la cliente basada en el respeto.
- ✓ Se debe garantizar que la elaboración de bebidas y alimentos este supervisada en todo momento y realizarse bajo una serie de estrictas normas de higiene.
- ✓ Presentar al cliente el menú de bebidas y alimentos con los precios claramente diferenciados.
- ✓ El horario es estrictamente de cumplimiento obligatorio. Los encargados deben alentar a los empleados a ser puntuales con las horas de llegada al establecimiento.

6.3. Fichas de cargo

El objetivo de las fichas de cargo es estipular las tareas y demás requisitos necesarios para cumplir con las metas deseadas por la empresa y por ende mantener el orden en cada una de las funciones llevada a cabo por los colaboradores.

Ilustración 28: Ficha de cargo Gerente administrativo

Identificación de puesto: Gerente Administrativo	
Dependencia jerárquica: Reporta a Socios	
Dirección: Contiguo al costado oeste del parque central San Marcos	Puestos que Supervisa: Todos
Objetivo general del puesto:	
Persona capaz de aplicar y desarrollar todos los conocimientos acerca de la planeación, organización, dirección y control empresarial, donde sus objetivos están en la misma dirección de las metas y propósitos de la empresa o institución.	
Principales actividades:	
<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar las operaciones diarias de la cafetería • Contratar e incorporar nuevos baristas y personal de servicio • Coordinarse con los proveedores y hacer pedidos cuando sea necesario (como vasos de cartón, café, leche y otros ingredientes) • Formar a los empleados en la preparación de bebidas y el uso apropiado de las máquinas de café • Mantener registros actualizados de los ingresos y gastos diarios, semanales y mensuales • Formar a los empleados en la preparación de bebidas y el uso apropiado de las máquinas de café • Añadir nuevos artículos al menú dependiendo de las temporadas y las preferencias de los clientes (por ejemplo, bebidas veganas con café) • Aconsejar al personal sobre las mejores maneras de resolver problemas con los clientes y ofrecer un servicio al cliente excelente • Fomentar unas relaciones amistosas con los clientes para aumentar su lealtad y mejorar nuestra reputación 	
Responsabilidad:	
Entre sus funciones destacan la coordinación de las tareas administrativas en el desarrollo de la cafetería, así la organización de las tareas diarias, además del seguimiento y control de los profesionales para localizar posibles errores.	


Fuente: elaboración propia

Ilustración 29: Ficha de cargo Cajero

Ficha de puesto de trabajo	
Identificación de puesto: Cajero	
Dependencia jerárquica: Gerente Administrativo	
Dirección: Contiguo al costado oeste del parque central San Marcos	Puestos que Supervisa: Ninguno
Objetivo general del puesto:	
Recibir y controlar dinero producto de venta de alimentos en las cafeterías de la Institución., a fin de lograr la recaudación de ingresos a la Institución y la cancelación de pagos que correspondan a través de caja.	
Principales actividades:	
• Atender con calidad a los comensales en el área de registro y cobro, asegurando su satisfacción con el servicio recibido.	
• Mencionarles las promociones y especialidades del restaurante.	
• Manejar la caja registradora. Conocer los procedimientos de registro y las diferencias formas de pago.	
• Llevar el control de la comandas o notas de consumo y elaborar facturas para los clientes que así lo	
• Realizar los cortes parciales y finales de la caja.	
• Mantener en excelente presentación su área de trabajo y su persona.	
• Aplicar el reglamento interno de acuerdo a las situaciones que lo ameriten.	
• Surtir de papelería y verificar el funcionamiento de las herramientas en su área de trabajo.	
Responsabilidad:	
Es una pieza clave en la cadena de servicio de una cafetería, es quien procesa el pago del cliente y tal vez sea el último contacto del establecimiento.	

Fuente: elaboración propia

Ilustración 30: Ficha de cargo Barista.

Identificación de puesto: Barista	
Dependencia jerárquica: Gerente Administrativo	
Dirección: Contiguo al costado oeste del parque central San Marcos	Puestos que Supervisa: Asistente de barista, Mesero
	
Objetivo general del puesto:	
Alcanzar la «jícara perfecta» y crear nuevas bebidas basadas en café, dejando satisfecho el pedido del cliente	
Principales actividades:	
<ul style="list-style-type: none"> • Encarga de moler el café y de pesar la medida correcta para su preparación. • Elige la variedad de café demandada por el cliente y realiza la mezcla necesaria. • Controla las variables que intervienen en la elaboración de un buen café, tales como el tipo de agua, el tostado, el grado de molienda, la presión, la temperatura de la cafetera, etc. • Dependiendo del tipo de establecimiento, también se puede encargar de la preparación de chocolates, té y otras infusiones, así como de desayunos y meriendas. • Comprueba las existencias de los productos en el almacén y se encarga de realizar los pedidos de las materias primas necesarias. • Informa al cliente sobre las variedades de café disponibles, su procedencia y características. • Se ocupa del mantenimiento y la limpieza de la cafetera y de los utensilios que utiliza. • Sabe preparar el café a la medida del cliente. • En algunos establecimientos especializados puede llegar a cuidar incluso la elección de la taza y su temperatura en el momento del servicio. 	
Responsabilidad:	
Es un profesional especializado en la preparación del café en un establecimiento de restauración. Los baristas llegan a ser auténticos artistas preparando el café y saben adaptar la mezcla y el tipo adecuado a la medida de los clientes	

Fuente: elaboración propia

Ilustración 31: Fichas de cargo Ayudante de Barista.

Ficha de puesto de trabajo

Identificación de puesto: Ayudante de barista / Limpieza	
Dependencia jerárquica: Barista / Gerente Administrativo	
Dirección: Contiguo al costado oeste del parque central San Marcos	Puestos que Supervisa: Ninguno
Objetivo general del puesto:	
Ser clave para el eficiente desempeño del barista, entregando los suministros necesarios para la preparación, manteniendo limpia el área de trabajo.	
Principales actividades:	
•Organizar el área de servicio garantizando la seguridad e higiene en la manipulación del mismo.	
•Realizar el servicio respetando pautas ceremonial y protocolo.	
•Mantener, conservar y administrar el equipamiento de los servicios de cocina.	
•Mantener la higiene y limpieza de alimentos e instrumental de cocina.	
•Asegurar el orden y la conservación de los alimentos de acuerdo a normas de higiene y seguridad.	
•Satisfacer las necesidades de los usuarios internos y externos, aplicando reglas de cortesía.	
•Asistir en la planificación de compras de bebidas y alimentos previendo inconvenientes en el suministro diario de los mismos.	
•Reportar inconvenientes en la disponibilidad de productos o insumos del servicio para garantizar la calidad del mismo.	
Responsabilidad:	
Supone responsabilidad por la correcta aplicación de los procedimientos, métodos y rutinas, así como por el adecuado resultado de las tareas individuales o grupales sujeto a instrucciones de su superior y a normas de trabajo determinadas, con alternativas de simple elección de medios para su desempeño.	



Fuente: elaboración propia

Ilustración 32: Ficha de cargo Mesero

Identificación de puesto: Mesero	
Dependencia jerárquica: Barista / Gerente Administrativo	
Dirección: Contiguo al costado oeste del parque central San Marcos	Puestos que Supervisa: Ninguno
Objetivo general del puesto:	
Es responsable del montaje de las mesas. Es responsable de tener surtidas las estaciones de servicio. Ayuda al acomodo de los clientes en las mesas.	
Principales actividades:	
•Prever y canalizar las necesidades de los clientes.	
•Canalizar las quejas de los clientes con el personal correspondiente o el Gerente de la cafetería	
•Prestar atención a sus comentarios e impresiones y tratar de satisfacerlos con el servicio prestado.	
•Velar por que la información suministrada a los clientes sea correcta y precisa.	
•Mantener un ambiente armónico para el máximo disfrute de la clientela, a los fines de que estén motivados a regresar en otra ocasión.	
•Ser el enlace entre la cocina y el comedor a los fines de garantizar que se comparta el mismo enfoque.	
Responsabilidad:	
se encarga de procesar pedidos y servirlos en la mesa, administrar quejas y cumplidos.	



Fuente: elaboración propia

6.4. Actividades y gastos preliminares

Para iniciar las actividades de la empresa, se deben cumplir con todos los parámetros de legalidad antes mencionados, por esta razón se presenta en la siguiente tabla todos los gastos o tarifas para constituir la cafetería “El Buen Amigo”

Tabla 26 Gastos preliminares

Gastos preliminares	Costo total
Matrícula de alcaldía	1% Capital
Inscripción de los libros contables	C\$ 100.00
Libros Corporativos	C\$ 120.00
Licencia sanitaria MINSA	C\$ 2,000.00
BOMBEROS	C\$ 2,200.00
Papel sellado	C\$ 40.00
Timbre Fiscal	C\$ 100.00
TOTAL	C\$ 4,560.00




Fuente: elaboración propia

6.5. Equipos de oficina

Los equipos de oficina, lo componen todos aquellos dispositivos o activos necesarios para llevar a cabo las operaciones de la empresa. Las características del mobiliario y el equipo de una oficina influyen en el entorno laboral y en la productividad de la misma.

La siguiente tabla representa nuestro equipo de oficina, especificando su costo y las unidades que requerimos.

Tabla 27 Equipo de oficina.

Equipo de oficina	Descripción	Proveedor	Unid	C/U	Costo Total
	Laptop, Color Gris pizarra, peso 1.74 kg, dimensiones de 30,5cm, (ancho) x 48,3cm (prof.) x 6,9cm (alt.) pantalla HD, procesador Intel Celeron, batería con buen rendimiento y duración y Disco duro SATA de 1 TB y 5400 RPM	La Curacao, dirección Centro Comercial Metrocentro, Managua. Teléfono: +505 1800 2464.	1	C\$ 12,000.00	C\$ 12,000.00
	color negro , El terminal integra el módulo de módem de salida hacia la línea telefónica a través del conector RJ-11. Cuando el POS fijo se conecta a la LAN, equipado con un módem-router, utiliza el puerto RJ-45.	BAC, Costado Oeste del Parque Central, Jinotepe, Teléfono: 2274 4505	1	C\$ 6,000.00	C\$ 6,000.00
	Caja registradora color negro, tiene gaveta con cerradura para guardar el dinero, cheques y documentos importantes, además de pinculo para Quickbooks y opción para tarjeta SD. Modelo: XE-A207.	PriceSmart, Managua De la Rotonda el Güeguense 150 metros Este, teléfono 8267 5100	1	C\$ 17,000.00	C\$ 17,000.00

	<p>Teléfono fijo Panasonic KXTS500LX1B de color negro. Con diseño para utilizar sobre el escritorio o colgar en la pared. Incluye memoria de contactos con espacio para 100 números, marcación rápida, timbre distintivo, control de volumen, botón de llamada en espera, re-llamada y pausa</p>	<p>La Curacao, dirección Centro Comercial Metrocentro, Managua. Teléfono: +505 1800 2464</p>	<p>1</p>	<p>C\$ 800.00</p>	<p>C\$ 800.00</p>
	<p>Impresora HP multifuncional 2375 con sistema de inyección térmica de tinta impresión de fotografías ya que posee resolución de hasta 4800 x 1200 dpi. Dimensiones Ancho: 42.5 cm, Profundidad 30.4 cm , Alto: 14.9 cm</p>	<p>La Curacao, dirección Centro Comercial Metrocentro, Managua. Teléfono: +505 1800 2464</p>	<p>1</p>	<p>C\$ 2,000.00</p>	<p>C\$ 2,000.00</p>
	<p>fabricado en MDP de color natural-cristalo, cuenta con una puerta a un lado para que puedas almacenar tus archivos o papelería, posee rieles metálicos que le brindan mayor resistencia, además de un diseño contemporáneo con amplio espacio.</p>	<p>La Curacao, dirección Centro Comercial Metrocentro, Managua. Teléfono: +505 1800 2464</p>	<p>2</p>	<p>C\$ 3,500.00</p>	<p>C\$ 7,000.00</p>
	<p>Silla de oficina color negro, respaldo ergonómico, giratoria</p>	<p>Modérnika, Rotonda Universitaria 1km al Oeste Managua, Nicaragua (Pista Suburbana - Ofiplaza San Dionisio), teléfono (505) 2223.2288</p>	<p>2</p>	<p>C\$ 2,200.00</p>	<p>C\$ 4,400.00</p>
Total:					<p>C\$ 49,200.00</p>

Fuente: elaboración propia

6.6. Gastos operativos

Gastos operativos son todos aquellos en que debe incurrir una empresa para el desarrollo su actividad o actividades. No es la única manera de referirse a ellos, pues también se les llama costes operativos, gastos de operación, gastos operacionales, costes de operación o costos operacionales.

Los gastos administrativos son todas aquellas actividades que se originan en el ejercicio de la dirección y organización empresa durante el transcurso de sus operaciones en el cual podemos decir que no se pueden vincular directamente con la producción o la actividad económica.

Tabla 28 Gastos operativos

Gastos		Total
Gastos preliminares	C\$ 4,560.00	
Total gastos preliminares		C\$ 4,560.00
Gastos administrativos		
local	C\$ 3,000.00	
agua	C\$ 300.00	
servicio de internet	C\$ 1,000.00	
luz	C\$ 500.00	
servicio de teléfono	C\$ 300.00	
Nomina	C\$ 35,991.00	
Total gastos administrativos		C\$ 41,091.00
Gastos de venta		
Sitio web redes sociales	C\$ 1,200.00	
Brochure	C\$ 1,200.00	
banner	C\$ 1,500.00	
Total, gastos de ventas		C\$ 3,900.00
Total, gastos		C\$ 49,551.00

Fuente: elaboración propia

En la siguiente matriz, presentamos la nómina de salarios.

De la nómina se proporcionan los datos que se le brindan al trabajador en sus colillas de pagos. Entre estos tenemos, por ejemplo, el tipo de trabajo que has realizado, el periodo trabajado, así como diferentes cantidades económicas, en ella se calcula INSS patronal, INSS laboral, vacaciones, treceavo mes e indemnización.

Tabla 29 Sueldo y salario (nomina)

"El Buen Amigo"											
Nómina Mensual											
N°	Nombres y Apellidos	Cargo	Salario Base	Deducciones INSS Laboral	Salario Neto	INSS Patronal	Prestaciones Sociales			Firma	
							Vacaciones	Treceavo Mes	Indemnización		
Administración											
1	Persona 1	Gerente General	C\$ 7,500.00	C\$ 525.00	C\$ 6,975.00	C\$ 1,612.50	C\$ 625.00	C\$ 625.00	C\$ 625.00		
2	persona 2	Cajero	C\$ 6,000.00	C\$ 420.00	C\$ 5,580.00	C\$ 1,290.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00		
Sub Total Administración			C\$ 13,500.00	C\$ 945.00	C\$ 12,555.00	C\$ 2,902.50	C\$ 1,125.00	C\$ 1,125.00	C\$ 1,125.00		
Ventas											
3	Persona 3	Mesero	C\$ 5,500.00	C\$ 385.00	C\$ 5,115.00	C\$ 1,182.50	C\$ 458.33	C\$ 458.33	C\$ 458.33		
Sub total gasto de Venta			C\$ 5,500.00	C\$ 385.00	C\$ 5,115.00	C\$ 1,182.50	C\$ 458.33	C\$ 458.33	C\$ 458.33		
Cocina											
4	persona 4	Barista	C\$ 6,700.00	C\$ 469.00	C\$ 6,231.00	C\$ 1,440.50	C\$ 558.33	C\$ 558.33	C\$ 558.33		
5	Persona 5	Asistente	C\$ 6,000.00	C\$ 420.00	C\$ 5,580.00	C\$ 1,290.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00	C\$ 500.00		
Sub total gasto de cocina			C\$ 12,700.00	C\$ 889.00	C\$ 11,811.00	C\$ 2,730.50	C\$ 1,058.33	C\$ 1,058.33	C\$ 1,058.33		
Total			C\$ 31,700.00	C\$ 2,219.00	C\$ 29,481.00	C\$ 6,815.50	C\$ 2,641.67	C\$ 2,641.67	C\$ 2,641.67		

Fuente: elaboración propia

7. Plan financiero

Un Plan Financiero (Morales, 2014) es un documento que permite diagnosticar la situación financiera de tu empresa, así como planificar la gestión de los recursos para lograr que sea viable. Es la base para poder desarrollar cualquier estrategia de negocio y una herramienta clave para la administración y dirección de empresas.

7.1. Inversión y fuente de financiamiento

7.1.1. Inversión fija

La inversión fija, está conformada por el equipo de cocina necesario para poder brindar un servicio de calidad a los clientes, así mismo, con mobiliario y equipo de servicio necesario para poder dar comodidad en las visitas al local y mobiliario y equipo de cómputo, el cuál la función será proporcionar las herramientas adecuadas para influir positivamente el entorno laboral y en la productividad

Tabla 30: Detalle de inversión fija.

No	Descripción del activo	Cantidad	Costo de adquisición	Total	Valor residual	Valor depreciable	Años de vida útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
Maquinaria de producción									
1	cafetera	2	1,345.00	2,690.00	269.00	2,421.00	5	484.20	20.35
2	refrigeradora	1	16,199.00	16,199.00	1619.90	14,579.10	5	2,915.82	242.99
3	Molino de café	1	35,995.61	35,995.61	3,599.56	32,396.05	5	6,479.21	539.93
4	barra	1	16,000.00	16,000.00	1,600.00	14,400.00	5	2,880.00	240.00
5	Licuadora	1	989.00	989.00	98.90	890.10	5	178.02	14.84
6	cocina	1	12,400.00	12,400.00	1,240.00	11,160.00	5	2,232.00	186.00
7	Tanque de gas	2	2,700.00	5,400.00	540.00	4,860.00	5	972.00	81
Mobiliario y Equipo de Oficina									
8	Escritorio	2	3500.00	7000.00	700.00	6300.00	5	1260.00	105.00
9	Sillas	2	2,200.00	4,400.00	440.00	3,960.00	5	792.00	66.00
Mobiliario y equipo de Servicio									
10	Mesas	4	1,200.00	4,800.00	480.00	4,320.00	5	864.00	72.00
11	Sillas	16	400.00	6,400.00	640.00	5,760.00	5	1,152.00	96.00
12	Vitrina	1	4,500.00	4,500.00	450.00	4,050.00	5	810.00	67.50
Equipo de computo									

13	Laptop	1	12,000.00	12,000.00	1,200.00	10,800.00	2	5,400.00	450.00
9	Terminal	1	6,000.00	6,000.00	600.00	5,400.00	2	2,700.00	225.00
10	Caja registradora	1	17,000.00	17,000.00	1,700.00	15,300.00	2	7,650.00	637.50
11	Teléfono	1	800.00	800.00	80.00	720.00	2	360.00	30.00
12	Teléfono	1	2,000.00	2000.00	200.00	1,800.00	2	900.00	75.00
Total de inversión fija			89,673.61	8,967.36	80,706.25			16,141.25	1,345.10

Fuente: Equipo de trabajo, los años de vida útil fijados están en correspondencia de lo indicado en el artículo 34 del Reglamento de la Ley No. 822. Ley de Concertación Tributaria.

7.1.2. Inversión diferida

La inversión diferida Es aquella que es indispensable para el desarrollo del negocio, pero esta no influye directamente en la producción, en la “cafetería el buen amigo” se realizó una investigación acerca de la documentación legal y los diferentes gastos que se incurren para la constitución del servicio, entre ellos se encuentran los gastos de organización e instalación, investigación y desarrollo, gastos en patentes y licencias y publicidad y propaganda.

Tabla 31: Detalle de inversión diferida.

No.	Descripción del gasto	Importe	Años de amortización	Amort anual	Amort mensual
Investigación y desarrollo					
1	Encuestas	1,000.00	3.00	333.33	27.78
2	Visitas a Otros Negocios	2,500.00	3.00	833.33	69.44
3	Investigación en la web	400.00	3.00	133.33	11.11
Gastos de organización e instalación					
5	Local	3,000.00	3.00	1,000.00	83.33
6	Agua	300.00	3.00	100.00	8.33
7	Servicio de internet	1,000.00	3.00	333.33	27.38
	Energía eléctrica	500.00	3.00	166.67	13.89
	Servicio de teléfono	300.00	3.00	100	8.33

Licencias y patentes					
8	Inscripción de los libros contables	100.00	3.00	33.33	2.78
9	Libros corporativos	120.00	3.00	40.00	3.33
10	Licencia sanitaria MINSA	2,000.00	3.00	666.67	55.56
11	Bomberos	2,200.00	3.00	733.33	61.11
12	Papel sellado	40.00	3.00	13.33	1.11
13	Timbre fiscal	100.00	3.00	33.33	2.78
Publicidad inicial					
10	Sitio web redes sociales	1,200.00	3.00	400.00	33.33
11	Brochure	1,200.00	3.00	400.00	33.33
12	Banner	1,500.00	3.00	500.00	41.67
Total inversión diferida		17,460		5,280	485.00

Fuente: Equipo de trabajo, los años de amortización se fijaron según lo estipulado en el artículo 45, numeral 6, de la Ley de Concertación Tributaria Ley No. 822.

7.1.3. Capital de trabajo

El capital de trabajo fue calculado en base a la suma de los salarios y prestaciones del personal, la compra de insumos necesarios para brindar el servicio, gastos de papelería y limpieza, todo esto tomado en base a un mes.

Tabla 32: Detalle de cálculo del capital de trabajo.

Materia prima

No.	Descripción del activo	Cant	Costo unitario	Costo Total	Proyección a X meses
Materiales directos					
1	Café	50	24.00	1,200.00	1,200.00
2	Azúcar blanca	35	15.00	525.00	525.00
3	Azúcar morena	35	27.00	945.00	945.00
4	Chocolate	32	116.00	3,712.00	3,712.00
5	Leche	118	350.00	4,130.00	4,130.00
6	Canela	2	340.00	680.00	680.00
Materiales indirectos					
1	Vaso 8 oz	2058	7.00	14,406.00	14,406.00
2	Filtro de cafetera	2100	1.43.00	3,003.00	3,003.00
3	Etiqueta	2060	2.00	4,120.00	4,120.00
4	Repostería	2058	5.00	10,290.00	10,290.00
5	Servilleta	2400	0.56	1,344.00	1,344.00

No.	Puesto	Salario mensual	Aporte patronal	Total	Proyección a X meses
Administración					
1	Gerente	7,500.00	1,612.50	9,112	9,112
2	Cajero	6,000.00	1,290.00	7,290	7,290

Ventas

3	Mesero	5,500.00	1,182.50	6,682.50	6,682.50
----------	--------	----------	----------	----------	----------

Producción

4	Barista	6.700.00	1,440.50	8,140.50	8,140.50
----------	---------	----------	----------	----------	----------

5	Asistente de barista	6,000.00	1,290.00	7,290.00	7,290.00
----------	----------------------	----------	----------	----------	----------

Total		31,700	6,815.50	38,515.00	38,515.00
--------------	--	---------------	-----------------	------------------	------------------

Gastos operativos y Costos indirectos

No.	Concepto	Importe	Total	Proyección anual
-----	----------	---------	-------	------------------

Administración

1	Servicio básico	2,550.00	2,550.00	30,600.00
2	Salario	13,500.00	13,500.00	162,000.00
3	Vacaciones	1,125.00	1,125.00	13,500.00
4	Treceavo mes	1,125.00	1,125.00	13,500.00
5	Indemnización	1,125.00	1,125.00	13,500.00
6	Inns patronal	2,902.50	2,902.50	34,830.00
7	Papelería y útiles	130	130	1,560.00
8	Material de aseo	100.00	100.00	1,200.00
9	Servicio profesional	666.66	666.66	7,999.92
10	Dep. equipo de computo	1417.50	1417.50	17,010.00
11	Dep. equipo de oficina	171.00	171.00	2,052.00
12	Amortizaciones	485	485	5,820.00

Ventas

1	Publicidad	3,900.00	3,900.00	46,800.00
2	Servicio básicos	2,550.00	2,550.00	30,600.00
3	Salarios de venta	5,500.00	5,500.00	66,000.00
4	Vacaciones	458.33	458.33	5,500.00
5	Treceavo mes	458.33	458.33	5,500.00

6	Indemnización	458.33	458.33	5,500.00
7	Inss patronal	1,182.50	1,182.50	14,190.00
8	Papelería y útiles	22.00	22.00	264.00
9	Material de aseo	100.00	100.00	1,200.00
10	Dep. mobiliario y equipo de servicio	235.50	235.50	2,826.00
Costos Indirectos				
1	Agua	300	300	3,600
2	Luz	500	500	6,000
3	Teléfono	300	300	3,600
4	Gas	940	940	11,280
5	Prestaciones sociales	3,175.00	3,175.00	38,100
6	Aporte patronal	2,730.50	2,730.50	32,766
7	Internet	1,000.00	1,000.00	12,000
8	Dep. equipo de producción	1,345.10	1,345.10	16,141.25
Total		50,453.00	50,453.00	605,439.17
Total Capital de Trabajo				

Fuente: formato proporcionado por Lic. Guillermo Acevedo tutor de proyecto.

7.1.4. *Inversión total*

“El Buen Amigo”

Plan de Inversión

Tabla 33 Plan de Inversión

Descripción	Total
Inversión Fija	
Mobiliario y equipo de oficina	11,400.00
Mobiliario y equipo de oficina	15,700.00
Equipo de computo	37,800.00
Equipo de cocina	84,673.61
Sub total Inversión Fija	C\$ 154,573.61
Inversión Diferida	
Gastos Organización e instalación	5,100.00
Investigación y desarrollo	3,900.00
Gastos en patentes y licencias	4,560.00
Publicidad y propaganda	3,900.00
Sub total Inversión Diferida	C\$ 17,460.00
Capital de Trabajo	
Materiales e insumo	44,355.00
Sueldo y salarios	31,700.00
Papelería y útiles al inicio	280.00
Materiales de aseo	450.00
Seguro Social (Aporte al patronal)	6,815.50
Sub total Capital de Trabajo	C\$ 83,600.50
Inversión Total	C\$ 255,634.11

Fuente: formato proporcionado por el Lic. Guillermo Acevedo tutor de proyecto.

7.1.5. Estructura del Financiamiento

Nuestro financiamiento es en un 100% interno, Esto quiere decir que el capital es aportado exclusivamente por los socios, se constituye principalmente de fondos y ahorros propios.

“El Buen Amigo” Estructura de Financiamiento

Tabla 34 Estructura de financiamiento.

Fuente de Financiamiento	Importe	%
Fuentes Externas		
Financiamientos externo	0	0
Total, de financiamiento externo	0	0
Fuentes Internas		
Capital	C\$ 83,600.00	33%
Total, de financiamiento interno	C\$ 172,033.61	67%
Inversión Total	C\$ 255,634.11	100%

Fuente: formato proporcionado por el Lic. Guillermo Acevedo tutor de proyecto.

7.1.6. Estado de Situación Financiera inicial

Aquí se presenta el estado de situación financiera, antes del inicio de las operaciones del proyecto, en el cual están contenidos los elementos que conforman el plan de inversión. El estado

de situación financiera a inicio de operaciones, conformado por los elementos que constituyen el plan de inversión de Cafetería “El buen amigo”

“El Buen Amigo”
Estado de Situación Financiera
Periodo
Expresado en Córdoba

Tabla 35 Estado de situación financiera inicial

Activos

Corriente

Efectivo en Caja y Banco	C\$	83,600.50
Total Activo Corriente	C\$	83,600.50

No Corriente

Mobiliario y equipo de oficina	C\$	11,400.00
Mobiliario y equipo de servicio		15,700.00
Equipo de computo		37,800.00
Equipo de cocina		89673.61
Otros activos	C\$	18,190.00
Total No Corriente	C\$	154,573.61

Total de Activos

C\$ 256,364.11

Patrimonio

Capital Contable	C\$	256,364.11
Total Patrimonio	C\$	256,364.00

Total Pasivo más capital

C\$ 256,364.00

Fuente: formato proporcionado por el Lic. Guillermo Acevedo tutor de proyecto.

7.2. Presupuestos de Ingresos, egresos y costos

7.2.1. Punto de equilibrio

Elementos

Precio de venta; Costo unitario variable; Margen de ganancia; Costo Fijos; Punto de equilibrio Físico, Punto de equilibrio Monetario.

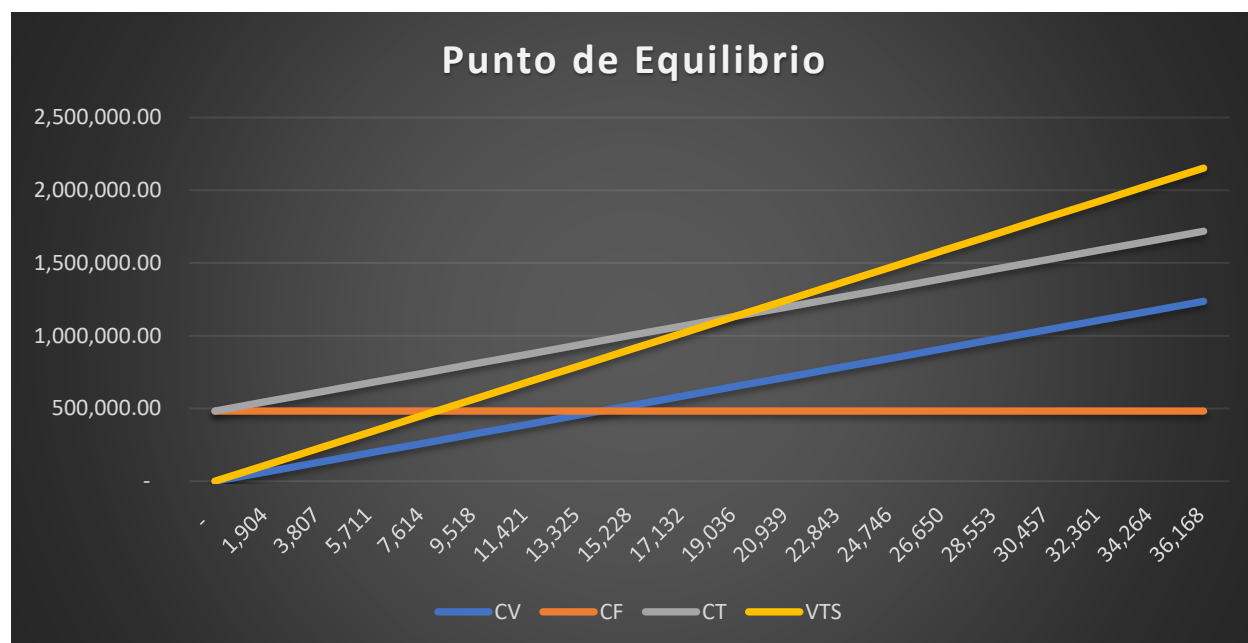
Fórmula para el cálculo del punto de equilibrio

Margen de ganancia = Precio venta – Costo unitario variable

PEF= costos fijos / margen de ganancia

PEM= PEF*precio de venta

Ilustración 33 Punto de equilibrio de la cafetería el buen amigo.



Fuente: elaboración propia

El punto de equilibrio de la "cafetería el buen Amigo" es de 19,036 para no perder ni ganar se tienen que vender dicha cantidad en donde la cafetería se mantiene estable.

7.2.2. Presupuesto de ingresos

El presupuesto de ingresos es la previsión de los recursos o capital que una determinada entidad espera obtener durante un año para poder cubrir los gastos que se reflejen en el presupuesto de gastos totales, ayudándole a predecir ganancias de manera eficiente.

Los ingresos representan una cantidad de dinero que entra a formar parte de la economía de una entidad o persona, se presentarán en una tabla los tipos de café que se ofrecerán en la “Cafetería el Buen amigo” ubicada en el municipio de San Marcos al venderlos estos se convierten en ingresos para el negocio, los cuales se calculan multiplicando las unidades a vender por el precio de venta; tomando en cuenta datos de la encuesta que se realizó a la población de San Marcos. Los precios módicos que se ajustan a la cartera del cliente y un poco más bajo que la competencia.

Presupuesto de Cantidad de Servicios

Tabla 36 Presupuesto de cantidad de servicio unidades física

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Expreso	4,116	4,269	4,378	12,763
cortado	4,116	4,269	4,378	12,763
Latte	4,116	4,269	4,378	12,763
Americano	4,116	4,269	4,378	12,763
Capuchino	4,116	4,269	4,378	12,763
Mocha	4,116	4,269	4,378	12,763
Totales	24,696	25,614	26,268	76,578

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Repostería	24,696	25,615	26,270	76,581
Totales	24,696	25,615	26,270	76,581

Fuente: formato proporcionado por el Lic. Guillermo Acevedo tutor de proyecto.

Presupuesto de Servicios en unidades monetarias

Tabla 37 Presupuesto de servicio en unidades monetarias.

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Expresso	144,060	155,346.78	165,637.97	456,044.74
cortado	156,408	168,662.21	179,835.51	504,905.72
Latte	288,120	310,693.55	331,275.93	930,089.48
Americano	185,220	199,731.57	212,963.10	597,914.67
Capuchino	267,540	288,501.15	307,613.37	863,654.52
Mocha	279,888	301,816.59	321,810.91	903,515.50
Totales	1,321,236.00	1,424,751.86	1,519,136.78	4,265,124.63

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Repostería	148,176	153,690	183890	485,756
Totales	148,176	153,690	183890	485,756

Fuente: formato proporcionado por el Lic. Guillermo Acevedo tutor de proyecto.

7.2.3. Presupuestos de egreso

Los egresos hacen referencia a la salida del dinero. son las cantidades que salen y suponen un incremento (inversiones) o una reducción de dicho patrimonio (gastos). Inversiones ya que se espera obtener un ingreso en el futuro y gastos por qué no podrán ofrecer un recurso monetario, a continuación, se presentan en las siguientes tablas las salidas de dinero y en que se incurren dichos gastos, siendo estos la materia prima directa e indirecta, Costos directos e indirectos, Gastos de venta y administración y la mano de obra directa; convirtiéndose estos gastos en ingresos o convirtiéndose verdaderamente en gastos.

Presupuesto de compras de materiales e insumos en unidades físicas

Tabla 38 Presupuesto de compra de materia prima e insumo en unidades físicas.

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Café	600	624	649	1873
Azúcar blanca	420	437	454	1311
Azúcar morena	420	437	454	1311
Chocolate	384	399	415	1198
Leche	1416	1,412	1,531	4359
Canela	24	25	26	75
Totales	3,264	3,394	3,528	10,186

Fuente: formato proporcionado por el Lic. Guillermo Acevedo tutor de proyecto.

Presupuesto de compras de materiales e insumos en unidades monetarias

Tabla 39. Presupuesto de compra de materia prima e insumo en unidades monetarias.

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Café	14,400	15,566.06	16,831.09	46,797.14
Azúcar blanca	6300	6,810.15	7,360.51	20,470.66
Azúcar morena	11,340.00	12,258.27	13,248.92	36,847.19
Chocolate	44,544.00	48,151.00	52,047.44	144,742.44

Leche	49,560.00	53,573.18	57,932.05	161,065.22
Canela	8,160.00	8,820.76	9,523.61	26,504.37
Totales	134,304.00	145,179.41	156,943.61	436,427.02

Fuente: formato proporcionado por el Lic. Guillermo Acevedo tutor de proyecto.

Presupuesto de Costo de Personal

Tabla 40 Presupuesto de costo del personal

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Barista	80,400.00	86,028.00	92,049.96	258,477.96
Asistente de barista	72,000.00	77,040.00	82,432.80	231,472.80
Totales	152,400.00	163,068.00	174,482.76	489,950.76

Fuente: formato proporcionado por el Lic. Guillermo Acevedo tutor de proyecto.

Presupuesto de Costos Directos

Tabla 41 Presupuesto de costos directos

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Materiales e insumos	532,260.00	575,360.00	622,234.00	1,729,854.00
Renta del local	36,000.00	36,000.00	36,000.00	108,000.00
Totales	568,260.00	611,360.00	658,234.00	1,837,854.00

Fuente: formato proporcionado por el Lic. Guillermo Acevedo tutor de proyecto.

Presupuesto de Costos Indirectos

Tabla 42 Presupuesto de costos indirectos

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Agua	3,600.00	3,600.00	3,600.00	10,800.00
Luz	6,000.00	6,000.00	6,000.00	18,000.00
Teléfono	3,600.00	3,600.00	3,600.00	10,800.00
Gas	11,280.00	11,280.00	11,280.00	33,840.00
Prestaciones sociales	38,100.00	40,767.00	43,620.69	122,487.69
Aporte patronal	32,766.00	35,059.62	37,513.79	105,339.41
Internet	12,000.00	12,000.00	12,000.00	36,000.00
Dep. equipo de producción.	16,141.25	16,141.25	16,141.25	48,423.75
Totales	123,487.25	128,447.87	133,755.73	385,690.85

Fuente: formato proporcionado por el Lic. Guillermo Acevedo tutor de proyecto.

Resumen del Costo del Servicio

Tabla 43 Costo del servicio proyectado

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Materia Prima	532,260.00	575,360.33	622,234.36	1,729,854.69
Mano de Obra Directa	152,400.00	163,068.00	174,482.76	489,950.76
Costos Indirectos de Fabricación	123,487.25	128,447.87	133,755.73	385,690.85
Totales	808,147.25	1,442,236.54	1,552,707.21	4,335,351.00

Fuente: formato proporcionado por el Lic. Guillermo Acevedo tutor de proyecto.

Presupuesto de Gastos de Venta

Tabla 44 Presupuesto de gasto de venta

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Publicidad y propaganda	46,800	46,800	46,800
Servicio básico	30,600	30,600	30,600
Salario de venta	66,000	70,620	75,563.40
Vacaciones	5,500	5,885	6,296.95
Treceavo mes	5,500	5,885	6,296.95
indemnización	5,500	5,885	6,296.95
Inss patronal	14,190.00	15,183.30	16,246.13
Papelería y útiles	264.00	264	264
Material de aseo y limpieza	1,200.00	1,200	1,200
Dep. mobiliario y equ. de servicio	2,826.00	2,826	2,826
Totales	178,380.00	185,148.30	192,390.38

Fuente: formato proporcionado por el Lic. Guillermo Acevedo tutor de proyecto.

Presupuesto de Gastos de Administración

Tabla 45 Presupuesto de gasto de administración

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Servicios básicos	30,600.00	30,600.00	30,600.00
Salarios	162,000.00	173,340.00	185,473.80
Vacaciones	13,500.00	14,445.00	15,456.15
Treceavo mes	13,500.00	14,445.00	15,456.15
Indemnización	13,500.00	14,445.00	15,456.15
Inss Patronal	34,830.00	37,268.10	39,876.87
Papelería y útiles de oficina	1,560.00	1,560.00	1,560.00
Material de aseo y limpieza	1,200.00	1,200.00	1,200.00

Servicios profesionales	7,999.92	7,999.92	7,999.92
Depreciaciones equipo de computo	17,010.00	17,010.00	
Depreciación equipo de oficina	2,052.00	2,052.00	2,052.00
Amortizaciones	5,820.00	5.820.00	5.820.00
Totales	303,571.92	320,185.02	320,950.04

Fuente: formato proporcionado por el Lic. Guillermo Acevedo tutor de proyecto.

7.2.4. Estructura de Costos

La estructura de costos es un documento en el que se organizan de forma práctica los gastos de una empresa.

Debe incluir todos los costos necesarios para que la entidad funcione y pueda cumplir con su propuesta al consumidor se dividió la estructura en 3 tipos de costos Directo e Indirectos y personal, por ejemplo:

Costos Directos: materia prima, alquiler, Costos indirectos: pago de servicios básicos como: agua, luz, teléfono, servicio de internet, entre otros. Costos del personal: salarios del área de producción.

Estructura de Costos

Tabla 46 Estructura de costo proyectado.

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Total
Gasto de Personal	80,400.00	86,028.00	92,049.96	258,477.96
Barista	72,000.00	77,040.00	82,432.80	231,472.80
Asistente de barista				
Costos Directos				
Materiales e Insumos	532,260.00	575,360.33	622,234.36	1,729,854.69
Renta de Local	36,000.00	36,000.00	36,000.00	108,000.00

Costos Indirectos

Agua	3,600.00	3,600.00	3,600.00	10,800.00
Luz	6,000.00	6,000.00	6,000.00	18,000.00
Teléfono	3,600.00	3,600.00	3,600.00	10,800.00
Gas	11,280.00	11,280.00	11,280.00	33,840.00
Internet	12,000.00	40,767.00	43,620.69	96,387.69
Prestaciones sociales	38,100.00	35,059.62	37,513.79	110,673.41
Aporte Patronal	32,766.00	12,000.00	12,000.00	56,766.00
Depreciación equipo de producción	16,141.25	16,141.25	16,141.25	48,423.75
Totales	844,147.25	902,876.20	966,472.85	2,713,496.30

Fuente: formato proporcionado por el Lic. Guillermo Acevedo tutor de proyecto.

Margen de Ganancia de los Servicios

Tabla 47 Margen de ganancia del servicio

Descripción	Café	Pan
Costo Total Anual	720,667.25	123,480.00
Cantidad de Servicios	2,058.00	2,058.00
Costo Unitario	29.18	5
Margen de Utilidad	C\$ 600,568.75	C\$ 24,696.00
Precio del Servicio	53	6

Fuente: formato proporcionado por el Lic. Guillermo Acevedo tutor de proyecto.

7.3. Presupuesto financiero

El presupuesto financiero es una herramienta de planificación de suma importancia, donde se describen los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos de una empresa a largo plazo.

7.3.1. Flujo de Caja

“El Buen Amigo”

Flujo de Caja

Tabla 48 Flujo de caja proyectado

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Saldo inicial	C\$ 83,600.50	C\$ 321,814.58	C\$ 590,418.72
Ingresos			
Ventas	1,469,412.00	1,578,441.86	1,703,026.78
Total efectivo	1,553,012.50	1,912,604.44	2,319,108.94
Egresos			
Compra de materiales e insumos	532,260.00	575,360.33	622,234.36
Nomina	353,772.00	378,536.04	405,033.56
Costos directos	36,000.00	36,000.00	36,000.00
Costos indirectos	36,480.00	36,480.00	36,480.00
Gastos de venta	78,864.00	78,864.00	78,864.00
Gastos de administración	41,359.92	41,359.92	41,359.92
Décimo tercer mes	31,700.00	33,919.00	36,293.33
Aportes a la seguridad social	108,414.00	116,002.98	124,123.19
Total Egresos	C\$ 1,218,849.92	C\$ 1,296,522.27	C\$ 1,380,388.36
Disponibilidad Neta	C\$ 334,162.58	C\$ 616,082.16	C\$ 938,720.58

Fuente: formato proporcionado por el Lic. Guillermo Acevedo tutor de proyecto.

7.3.2. Estado de Resultados Proyectado

El Estado de Resultados Proyectado permitirá determinar y exponer cual será el desarrollo y cuantía del resultado que, en términos económicos, obtendrá el ente como consecuencia de la combinación de las premisas planteadas por la dirección.

Este estado se nutrirá fundamentalmente de la información que surja de los presupuestos económicos

- ✓ Ingresos proyectados.
- ✓ Costos y gastos proyectados

"El Buen Amigo"

Estado de Resultados Proyectados

Tabla 49 Estado de resultado proyectado.

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Ventas	1,469,412.00	1,578,441.86	1,703,026.78
Costos de Venta	844,147.25	902,876.20	966,472.85
Utilidad Bruta	625,264.75	675,565.65	736,553.93
<u>Gastos de Operación</u>			
Gastos de Venta	178,380.00	185,148.30	192,390.38
Gastos de Administración	303,571.92	320,185.02	320,951.04
Total gastos operativos	481,951.92	505,333.32	513,341.42
Utilidad del ejercicio	C\$ 143,312.83	C\$ 170,232.33	C\$ 223,212.51

Fuente: formato proporcionado por el Lic. Guillermo Acevedo tutor de proyecto.

7.3.3. Estado de Situación Financiera Proyectado

“El Buen Amigo”

Estado de Situación Financiera Proyectado

Expresado en Córdoba

Tabla 50 Estado de situación financiera proyectado

	Año 2023	Año 2024	Año 2025
<u>Activos</u>			
<u>Corriente</u>			
Efectivo en Caja y Banco	334,162.58	616,082.16	938,720.58
Total Activo Corriente	334,162.58	616,082.16	938,720.58
<u>No Corriente</u>			
Propiedad, Planta y Equipo	154,573.61	154,573.61	154,573.61
Depreciación acumulada PPE	(38,029.25)	(76,058.50)	(97,077.75)
Otros activos	17,460.00	17,460.00	17,460.00
Amortización de otros activos	(5,820.00)	(11,640.00)	(17,460.00)
Total Activos no Corrientes	128,184.36	84,335.11	57,495.86
Total Activos	462,346.94	700,417.27	996,216.44
<u>Pasivo</u>			
<u>Corriente</u>			
Gastos acumulados por pagar	63,400.00	131,238.00	203,824.66
Total Pasivos	63,400.00	131,238.00	203,824.66
<u>Patrimonio</u>			
Capital Contable	255,634.11	255,634.11	255,634.11
Resultados acumulados	0	143,312.83	313,545.16
Resultado del Ejercicio	143,312.83	170,232.33	223,212.51
Total Patrimonio	398,946.94	596,179.27	792,391.78
Total Pasivo más capital	C\$ 462,346.94	C\$ 700,417.27	C\$ 996,216.44

Fuente: formato proporcionado por el Lic. Guillermo Acevedo tutor de proyecto.

7.4. Evaluación financiera

La evaluación financiera forma parte del proceso de toma de decisiones de una entidad, mediante la cual se realiza un análisis de sensibilidad de un determinado período de tiempo, para estudiar los costos y beneficios de los diversos proyectos y alternativas de inversión a corto plazo y largo plazo.

Se analizan los flujos de efectivo, la tasa interna de retorno, las rentabilidades y estimación de los proyectos de inversión, los activos fijos, el capital de trabajo, el costo de oportunidad, los estados financieros, el flujo de fondos, el punto de equilibrio, el costo de capital, el estado de resultados, un estudio de mercado, la mano de obra y distintos factores que son indicadores de rentabilidad.

7.4.1. Flujo de fondos

Es una medida del dinero que entra y sale de tu empresa. El estado de flujo de fondos divide tus flujos de fondos en tres secciones: operaciones, inversiones y financiamiento. En cada sección encontrarás:

- ✓ **Entradas de efectivo**, que son el dinero que entra en tu empresa como por ejemplo ingresos por ventas, préstamos e inversiones.
- ✓ **Salidas de efectivo**, que son el dinero que sale de tu empresa, como por ejemplo dinero gastado en suministros, préstamos y personal.

Tabla 51 Proyección de flujo de fondo

Descripción	Años			
	0	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Ingresos por Ventas		C\$ 1,469,412.00	C\$ 1,578,441.86	C\$ 1,703,026.78
Costos de Producción		844,147.25	902,876.20	966,472.85
Utilidad bruta		625,264.75	675,565.65	736,553.93
Gastos Administrativos		303,571.92	320,185.02	320,951.04
Gastos de Venta		178,380.00	185,148.30	192,390.38

Utilidad	C\$ 143,312.83	C\$ 170,232.33	C\$ 223,212.51
Depreciación	38,029.25	76,058.50	97,077.75
Amortización	5,820.00	5,820.00	5,820.00
Inversión Fija	-C\$ 154,573.61		
Inversión Diferida	-C\$ 17,460.00		
Capital de Trabajo	-C\$ 83,600.50		
Flujos Netos	-C\$ 255,634.11	C\$187,162.08	C\$252,110.83
			C\$326,110.26

Fuente: formato proporcionado por el Lic. Guillermo Acevedo tutor de proyecto.

7.4.2. Valor Actual Neto (VAN)

Es un indicador financiero que mide los flujos de los ingresos y egresos futuros que tendrá un proyecto, para determinar, si al resultado (VAN) al descontarle la inversión inicial, queda una ganancia para el negocio.

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros (ingresos menos egresos). El método, además, descuenta una determinada tasa o tipo de interés igual para todo el período, se determinó la tasa de descuento haciendo una estimación del 20% ya que es complejo conocer la relación entre el dinero actual y entre el dinero futuro tomándose en cuenta los costes de recursos financieros (fondos propios) cumpliéndose así la tasa y obteniendo así resultados positivos que generan un beneficio adicional.

Tabla 52 cálculo del valor Actual Neto

Descripción	Años			
	0	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Inversión Inicial	-C\$ 255,634.11	C\$187,162.08	C\$252,110.83	C\$326,110.26
Flujo Neto de Efectivo				

Fuente: elaboración propia

7.4.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR es una herramienta de toma de decisiones de inversión utilizada para comparar la factibilidad de diferentes opciones de inversión. Generalmente, la opción de inversión con la TIR más alta es la preferida.

La TIR es la tasa de descuento de un proyecto de inversión que permite que el BNA sea igual a la Inversión ($VAN = 0$). La TIR es la máxima tasa de descuento que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa de descuento ocasionaría que el BNA sea menor que la Inversión ($VAN < 0$).

Tabla 53 Cálculo de la TIR

Tasa de descuento al 20%	
VAN	C\$ 264,132.47
TIR	72.92%

Fuente: elaboración propia

7.4.4. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Es un indicador financiero 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.

La recuperación de la inversión es de 1.3 años siendo un tiempo aceptable para recuperar lo invertido, en otra manera de expresión equivale a 1 año y 3 meses.

Tabla 54. Cálculo Periodo de recuperación de la inversión

Periodo de recuperación de la inversión		
Periodo	valores	flujo acumulado
Inversión Inicial	C\$ 255,634.11	
Flujo de caja año 1	C\$187,162.08	C\$187,162.08
Flujo de caja año 2	C\$252,110.83	C\$439,272.91
Flujo de caja año 3	C\$326,110.26	C\$ 765,383.17

Datos	
A	1
B	C\$ 255,634.11
C	C\$ 187,162.08
D	C\$ 252,110.83
PRI	1.3

Fuente: elaboración propia

7.4.5. Relación Beneficio-Costo (B/C)

La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.

El resultado obtenido fue de 1.3, cuando el resultado que se obtuvo es mayor que 1, significa que los ingresos netos son superiores a los egresos netos. En otras palabras, los beneficios (ingresos) son mayores a los sacrificios (egresos) y, en consecuencia, el proyecto generará riqueza a una comunidad. Si el proyecto genera riqueza con seguridad traerá consigo un beneficio social.

Si el resultado es igual a 1, los beneficios igualan a los sacrificios sin generar riqueza alguna. Por tal razón sería indiferente ejecutar o no el proyecto. Si fuera menor a 1 se rechazaría el proyecto a realizar.

Tabla 55 Cálculo de relación costo beneficio

Periodo	Ingresos	Egresos
1	1,553,012.50	1,218,849.92
2	1,912,604.44	1,296,522.27
3	2,319,108.94	1,380,388.36

Fuente: elaboración propia


Inversión	C\$ 255,634.11
Tasa de descuento	20%
VAN de ingreso	C\$3,964,451.54
VAN de egreso	C\$2,714,906.81
VAN de egreso + inversión inicial	C\$2,970,540.92
Costo beneficio	1.3

8. Bibliografía


- Bello, E. (20 de Mayo de 2021). Recuperado el 22 de Mayo de 2022, de <https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-prototipado-digital-business/>
- Contina, C. E. (14 de Enero de 2021). Recuperado el 28 de Nobiembre de 2022, de <https://www.cetys.mx/educon/que-es-un-proceso-de-produccion-empresarial/>
- Daniella, G. (16 de Marzo de 2021). *Mercado potencial*. Recuperado el 20 de Mayo de 2022, de <https://blog.hubspot.es/marketing/mercado-potencial>
- Fleitman, J. (2014). *"Negocios Exitosos"*. Mexico. Recuperado el 13 de Noviembre de 2022
- Gonzales, D. (31 de Enero de 2017). *La prensa*. Obtenido de Cafeterias en auge en nicaragua: <https://www.laprensani.com/2017/01/31/economia/2174664-cafeterias-en-auge-en-nicaragua>
- Indeed. (8 de Septiembre de 2020). Recuperado el 20 de Mayo de 2022, de <https://mx.indeed.com/orientacion-profesional/cv-cartas-presentacion/conocimientos-tecnicos#:~:text=Qu%C3%A9%20son%20los%20conocimientos%20t%C3%A9cnicos,desarrollar%20diferentes%20tipos%20de%20trabajos.>
- Ivan, G. (17 de Agosto de 2017). *Economiasimple*. Obtenido de proyeccion de venta: <https://www.economiasimple.net/glosario/proyeccion-de-ventas>
- Kühl, E. (22 de Junio de 2008). *El café de Nicaragua*. Recuperado el 8 de Mayo de 2022, de Nicaragua y su café.
- Martinez, D. (8 de Marzo de 2007). *Analisis*. Obtenido de Innovation: https://www.wipo.int/export/sites/www/sme/es/documents/pdf/ip_innovation_development.
- Morales, A. (2014). *Planeación Financiera primera edicion* (Vol. I). Mexico: Grupo Editorial Patria. Recuperado el 29 de Nobiembre de 2022
- Osterwalder, A., & Pygneur. (2009). *Clarifying business models*. Communications of the association for information systems. Recuperado el 09 de Mayo de 2022
- Registro Publico de Nicaragua. (11 de junio de 2020). Recuperado el 08 de Mayo de 2022, de https://www.google.com/search?rlz=1C1NDCM_esNI851NI851&sxsrf=ALeKk02i5Uj1YBKWIOklsvSRKvHxeQ3GzA%3A1591909413269&ei=JZziXtLwD5ibwbkPvbOUiA8&q=REQUISITOS+PARA+inscribirse+en+el+registro+publico+mercantil+nicaragua&oq=REQUISITOS+PARA+inscribirse+en+el+regist
- Reina, V. (20 de Junio de 2004). *Modelo de Negocio*. Recuperado el 09 de Mayo de 2022, de <https://www.sistemaimpuls.com/blog/elementos-de-un-modelo-de-negocio/>

Santander. (28 de Diciembre de 2020). *Innovacion de producto*. Obtenido de <https://www.becas-santander.com/es/blog/innovacion-de-productos.html>

Ilustración 35 Hoja de seguro social.



INSTITUTO NICARGUENSE DE SEGURIDAD SOCIAL
INSCRIPCIÓN O MOVIMIENTO DEL EMPLEADOR Y/O NOMINA



Inscripción:
Empleador:
Nómina:
Modificación de Datos:
Inactividad:
Autodeterminación:

1) Registro Patronal - Nómina:

3) Nombre o Razón Social:

4) Nombre Comercial:

6) Número RUC:

9) NSS:

12) Matrícula Alcaldía:

15) Actividad Económica:

17) Dirección del Empleador:

22) Dirección de Nómina:

27) Fecha de inscripción:

2) Sucursal:

5) Nombre Corto:

7) Tipo de Persona:

10) No. de Residencia:

13) Licencia Comercial:

16) Descripción Actividad Económica:

18) Departamento:

20) Envío Estado de Cuenta:

23) Departamento:

25) Envío Estado de Cuenta:

28) Régimen:

29) Unidad de Salud de Riesgos Profesionales:

30) Nómina Fiscal:

31) Código de Ruta:

8) No. de cédula de Identidad:

11) País de Origen:

14) Sector Económico:

19) Municipio:

21) Envío Comprobación de Pago y Derechos:

24) Municipio:

26) Envío Comprobación de Pago y Derechos:

32) Datos del Registro Público

Número	Libro	Asiento	Tomo	Folio	Fecha de Inscripción

Representante Legal

33) Tipo de identificación: 34) Número de identificación: 35) Teléfonos:

36) Nombre completo:

37) Dirección del representante: 38) Departamento: Municipio:

39) Fecha de inicio: Fecha de finalización:

40) Contactos

Nombre completo	Cargo	Teléfono	Fax	Celular	E-mail

41) Observaciones:

Firma Funcionario INSS

Firma y Sello del Representante Legal del Empleador


Original: Expediente empleador
Copia: Afiliación INSS Central

Cod: 0931064-1
PEOPLE SOFT 2598

Fuente: Sitio web

Ilustración 36 Encuesta para la aceptación del servicio de cafetería.

#25


UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA
MANAGUA
UNAN MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo
FAREM-CARAZO

ENCUESTA SOBRE EL NIVEL DE ACEPTACION SOBRE LOS SERVICIO DE UNA CAFETERIA (EL BUEN AMIGO)

Somos estudiantes de la carrera de Contaduría Pública y Finanzas actualmente cursando el 5to año en la UNAN-MANAGUA, FAREM-CARAZO, estamos realizando encuestas para saber el tipo de preferencia que tiene la población de san marco para adquirir los servicios de una cafetería.

El objetivo es realizar una encuesta con el fin de conocer el nivel de aceptación que tendrá el emprendimiento de una cafetería como servicio para el municipio de San marcos.

1. Aspectos demográficos.

1. Sexo
1. Masculino 2. Femenino

2. Edad
1) 12-22 2) 23-35 3) 36-50 4) 51 a mas

3. Profesion u oficio
1. Estudiante 2. ama de casa 3. Profesional 4. Desempleado 5. Otro

4. N° de Hijos
1) 1-2 2) 3-4 3) 5 a más 4) Ninguno

5. N° de miembros de familiar
1) 5 2) 6-9 3) 10 a más

6. Lugar de Precedencia
1. San Marcos 2. Otros

7. Estado Civil
1. Soltero 2. Casado 3. Divorciado

8. ¿De cuánto es su ingreso mensual?

1. CS2,000-CS4,000 2. CS4,000-CS6,000
3. CS6,000-CS8,000 4. CS8,000-CS10,000
5. CS10,000 a más 6. Otros

Aspectos de Demanda

1. ¿Con que frecuencia usted consume café?

1. Diario ___ 2. Cada 2 días 3. Semanal ___ 4. Pocas veces ___ 5. En ocasiones ___

2. ¿Cuál es la cantidad en tazas que usted consume?

1) 1-2 2) 3-5 ___ 3) 5 a mas ___

3. ¿Qué razones le motivan a tomar café?

1. ___ Por gusto, me agrada su sabor

2. ___ Para relajarme

3. Para compartir un tiempo con otra persona

4. ___ Para despertar

5. ___ Por rutina

6. otro especifique _____

3. Aspecto sobre la oferta.

1. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una visita a una cafetería?

1. Menos de C\$40 2. Entre C\$40 y C\$50 ___ 3. Mas de C\$50 ___ 4. Otro ___

2. ¿Como le gustaría que le sirvan el café?

1. Taza ___ 2. Taza Porcelana ___

3. Taza Cristal 4. Vaso Desechable

3. En qué Medida de envase le gustaría que le ofreciéramo el café

1) 6 onzas ___ 2) 8 onzas 3) 12 onzas ___

4. Le gustaría que le ofreciéramos un servicio en donde usted pueda llevar su café

Si No ___

5. ¿Qué cafetería frecuentas más? Mencione la sucursal o lugar donde se encuentra su opción. De ser otro menciónelo y especifique su sucursal.

1. Molino coffee house ___ 2. Bon appetit ___ 3. Fruits smoothie ___ 4. Otro _____

6. ¿Cuál es el motivo por el cual suele visitarlo? (selección múltiple)

1. Por la cercanía

2. Precios módicos

3. Por Negocios ___

4. Por el servicio

5. Productos ___

7. ¿Con que frecuencia visitas las cafeterías? Tomando en cuenta los siguientes valores:

1. Una vez por semana

2. Dos veces al mes ___

3. Una vez al mes ___

¿Con cuantas personas suele visitar la cafetería?

1). 2-3 2). 3-4 ___ 3). 5 u mas ___

4. Aspecto sobre el cliente

1. ¿Cuál es el factor determinante para la compra del café de su preferencia?

1. Precio ___ 2. Sabor y Aroma 3. Variedad de café ___ 4. Otros ___

2. ¿Qué tipo de café le gustaría consumir?

1. Express ___ 2. Nacional

3. ¿Qué tipo de postre le gustaría que le ofreciéramos con el café?

1. Pasteles ___ 2. Pan 3. Donas ___ 4. Churros ___ 5. Especifique ___

4. ¿Qué opina de que además de un café servido les ofreciéramos café molido para su auto preparación?

1. Excelente 2. muy bueno ___ 3. Bueno ___ 4. no lo sé ___ 5. no ___

5. ¿En qué tipo de ambiente le gustaría tomar su café?

1. Cultural 2. Empresarial ___ 3. Familiar o de amigos ___

6. En una escala del 1 al 5, siendo 1 poco preferido y 5 muy preferido, ¿cuáles de estos atributos prefieres que contenga una cafetería?

Acceso a WIFI	1	2	3	4	(5)
Buenos poster	1	2	3	(4)	5
Buen Ambiente	1	2	3	4	(5)
Estacionamiento	1	2	3	(4)	5
Buena música	1	2	3	4	(5)

7. Visitaría usted una cafetería donde los emprendedores sean Jóvenes universitarios? Si su respuesta es no, explique

1. Si 2. No ___

5. Aspecto sobre la publicidad y comunicación.

1. ¿Qué redes usas más?

1. Facebook 2. Twitter ___ 3. Telegram ___ 4. WhatsApp ___

2. ¿Qué medio usted recomendaría que se utilizará en el servicio de una cafetería?

1. Volantes 2. Banner ___ 3. Brochure ___ 4. Redes Sociales

¡Gracias por su colaboración...!!

Memoria de calculo

"El buen amigo"														" El Buen Amigo"		
Cédula N° 2 Proyecciones de Ventas del Servicio de cafetería en Unidades Monetarias														Proyecciones de Ventas		
Descripción	P. de Vta. X café	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Año 1	Año 2	Año 3
Espresso	35.00	12,005.00	12,005.00	12,005.00	12,005.00	12,005.00	12,005.00	12,005.00	12,005.00	12,005.00	12,005.00	12,005.00	12,005.00	144,060.00	155,346.78	165,637.97
Cortado	38.00	13,034.00	13,034.00	13,034.00	13,034.00	13,034.00	13,034.00	13,034.00	13,034.00	13,034.00	13,034.00	13,034.00	13,034.00	156,408.00	168,662.21	179,835.51
Latte	70.00	24,010.00	24,010.00	24,010.00	24,010.00	24,010.00	24,010.00	24,010.00	24,010.00	24,010.00	24,010.00	24,010.00	24,010.00	288,120.00	310,693.55	331,275.93
Americano	45.00	15,435.00	15,435.00	15,435.00	15,435.00	15,435.00	15,435.00	15,435.00	15,435.00	15,435.00	15,435.00	15,435.00	15,435.00	185,220.00	199,731.57	212,963.10
Cappuccino	65.00	22,295.00	22,295.00	22,295.00	22,295.00	22,295.00	22,295.00	22,295.00	22,295.00	22,295.00	22,295.00	22,295.00	22,295.00	267,540.00	288,501.15	307,613.37
Mocca	68.00	23,324.00	23,324.00	23,324.00	23,324.00	23,324.00	23,324.00	23,324.00	23,324.00	23,324.00	23,324.00	23,324.00	23,324.00	279,888.00	301,816.59	321,810.91
Total		110,103.00	110,103.00	110,103.00	110,103.00	110,103.00	110,103.00	110,103.00	110,103.00	110,103.00	110,103.00	110,103.00	110,103.00	1,321,236.00	1,424,751.86	1,519,136.78

"El buen amigo"														" El Buen Amigo"		
Cédula N° 2 Proyecciones de Ventas del Servicio de cafetería en Unidades Monetarias														Proyecciones de Ventas		
Descripción	P Vta	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Año 1	Año 2	Año 3
reosteria	6.00	12,348.00	12,348.00	12,348.00	12,348.00	12,348.00	12,348.00	12,348.00	12,348.00	12,348.00	12,348.00	12,348.00	12,348.00	148,176.00	153,690.00	183,890.00
Totsl		12,348.00	12,348.00	12,348.00	12,348.00	12,348.00	12,348.00	12,348.00	12,348.00	12,348.00	12,348.00	12,348.00	12,348.00	148,176.00	153,690.00	183,890.00

9														Año 2	Año 3
Cédula N° 5 Proyecciones de Costos del Servicio de cafetería															
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total		
Costo del personal															
Barista	6700	6700	6700	6700	6700	6700	6700	6700	6700	6700	6700	6700	80400	86,028	92049.96
Asistente de barista	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	72000	77,040	82432.8
Sub Total Costos Directos	12700	12700	12700	12700	12700	12700	12700	12700	12700	12700	12700	12700	152,400.00	163,068	174,482.76
Costos Indirectos															
Materiales e Insumos	44,355.00	44,355.00	44,355.00	44,355.00	44,355.00	44,355.00	44,355.00	44,355.00	44,355.00	44,355.00	44,355.00	44,355.00	532,260.00	575,360	622,234.4
Local / renta del local	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	36,000.00	36,000	36,000.00
Sub total Costos Directos	C\$ 47,355.00	C\$ 47,355.00	C\$ 47,355.00	C\$ 47,355.00	C\$ 47,355.00	C\$ 47,355.00	C\$ 47,355.00	C\$ 47,355.00	C\$ 47,355.00	C\$ 47,355.00	C\$ 47,355.00	C\$ 47,355.00	C\$ 568,260.00	611,360	658,234
Costos Indirectos															
Agua	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,600.00	3,600	3,600
Luz	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00
Telefono	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,600.00	3,600	3,600
Gas	940.00	940.00	940.00	940.00	940.00	940.00	940.00	940.00	940.00	940.00	940.00	940.00	11,280.00	11,280	11,280
Prestaciones Sociales	3,175.00	3,175.00	3,175.00	3,175.00	3,175.00	3,175.00	3,175.00	3,175.00	3,175.00	3,175.00	3,175.00	3,175.00	38,100.00	40,767	43,621
Aporte Patronal	2,730.50	2,730.50	2,730.50	2,730.50	2,730.50	2,730.50	2,730.50	2,730.50	2,730.50	2,730.50	2,730.50	2,730.50	32,766.00	35,060	37,514
Internet	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	12,000.00	12,000	12,000
Dep. equipo de produccion / equipo de cocina	1,345.10	1,345.10	1,345.10	1,345.10	1,345.10	1,345.10	1,345.10	1,345.10	1,345.10	1,345.10	1,345.10	1,345.10	16,141.25	16,141	16,141

Sub total Costos Indirectos	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$			
	10,290.60	10,290.60	10,290.60	10,290.60	10,290.60	10,290.60	10,290.60	10,290.60	10,290.60	10,290.60	10,290.60	10,290.60	10,290.60	123,487.25	128,447.87	133,755.73
Total Costos	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	
	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	844,147.25	902,876.20	966,472.85

"El Buen Amigo"															
Cédula N° 6 Proyecciones de Costos del Servicio de cafetería Mensual															
Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total	AÑO 2	AÑO 3
Costos Directos	47,355.00	47,355.00	47,355.00	47,355.00	47,355.00	47,355.00	47,355.00	47,355.00	47,355.00	47,355.00	47,355.00	47,355.00	568,260.00	611,360.33	658,234.36
Costo del personal	12,700.00	12,700.00	12,700.00	12,700.00	12,700.00	12,700.00	12,700.00	12,700.00	12,700.00	12,700.00	12,700.00	12,700.00	152,400.00	163,068.00	174,482.76
Costos Indirectos	10,290.60	10,290.60	10,290.60	10,290.60	10,290.60	10,290.60	10,290.60	10,290.60	10,290.60	10,290.60	10,290.60	10,290.60	123,487.25	128,447.87	133,755.73
Total	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	844,147.25	902,876.20	966,472.85

Estado de Resultado Proyectado Mensual

Del 01 al 31,diciembre 2023

Expresado en Córdoba

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	total	AÑO 2	AÑO 3
	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
Ventas	122,451.00	122,451.00	122,451.00	122,451.00	122,451.00	122,451.00	122,451.00	122,451.00	122,451.00	122,451.00	122,451.00	122,451.00	1,469,412.00	1,578,441.86	1,703,026.78
Costo del Servicio	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	70,345.60	C\$ 844,147.25	C\$ 902,876.20	C\$ 966,472.85
Utilidad Bruta	52,105.40	52,105.40	52,105.40	52,105.40	52,105.40	52,105.40	52,105.40	52,105.40	52,105.40	52,105.40	52,105.40	52,105.40	C\$ 625,264.75	C\$ 675,565.65	C\$ 736,553.93
<u>Gastos Operativos</u>															
Gastos de Venta	14,865.00	14,865.00	14,865.00	14,865.00	14,865.00	14,865.00	14,865.00	14,865.00	14,865.00	14,865.00	14,865.00	14,865.00	C\$ 178,380.00	185,148.30	192,390.38
Gastos de Administración	25,297.66	25,297.66	25,297.66	25,297.66	25,297.66	25,297.66	25,297.66	25,297.66	25,297.66	25,297.66	25,297.66	25,297.66	C\$ 303,571.92	C\$ 320,185.02	C\$ 320,951.04
Total gastos operativos	40,162.66	40,162.66	40,162.66	40,162.66	40,162.66	40,162.66	40,162.66	40,162.66	40,162.66	40,162.66	40,162.66	40,162.66	C\$ 481,951.92	505,333.32	513,341.42
Utilidad de Operación	11,942.74	11,942.74	11,942.74	11,942.74	11,942.74	11,942.74	11,942.74	11,942.74	11,942.74	11,942.74	11,942.74	11,942.74	143,312.83	170,232.33	223,212.51
Utilidad neta del ejercicio	11,942.74	11,942.74	11,942.74	11,942.74	11,942.74	11,942.74	11,942.74	11,942.74	11,942.74	11,942.74	11,942.74	11,942.74	C\$ 143,312.83	170,232.33	223,212.51