



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

## **Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí**

**Propuesta de café-bar con conceptos de permacultura en la ciudad de Estelí,  
Nicaragua, en el segundo semestre del año 2017**

Trabajo de seminario de graduación para optar

al grado de

**Ingeniero Industrial**

### **Autores**

Carlos Alberto González Parrales

Yader Onell Ibarra Orozco

José David Lanuza Valdivia

### **Tutor**

M.Sc. Wilfredo Van de Velde

Estelí, 30 de enero de 2018



## **Agradecimientos**

Agradecemos ante todo a Dios por Guiar nuestros pasos y estar siempre presente en cada viaje realizado durante nuestra trayectoria.

A nuestros padres por su apoyo incondicional desde el inicio de nuestros estudios ya que sin su ayuda no nos hubiésemos podido formar personal y profesionalmente.

A nuestros docentes por su disponibilidad ante cualquier inquietud, por habernos instruido y transmitido sus conocimientos y por ser base fundamental para la elaboración de nuestro trabajo.

Infinitamente Gracias.

# Índice

I. Introducción .....	7
1.1. Antecedentes del problema de investigación .....	9
1.2. Planteamiento del problema .....	11
1.3. Justificación .....	13
II. Objetivos de investigación .....	14
2.1. Objetivo General .....	14
2.2. Objetivos específicos.....	14
III. Sustentación Teórica .....	15
Generalidades café-bar y permacultura .....	15
3.1. Café-bar .....	15
3.2. Permacultura .....	15
3.3. Situación café-bar .....	18
3.4. Planeación estratégica .....	19
3.4.1. Misión .....	19
3.4.2. Visión.....	19
3.4.3. Logo .....	20
3.4.4 Estructura Organizacional .....	21
3.4.4.1 Organigrama .....	21
3.4.4.2 Manual de Descripción de Funciones.....	22
3.4.5. Análisis FODA .....	25
IV. Hipótesis y Variables.....	27
4.1. Hipótesis de investigación .....	27
4.2. Variables .....	27
4.2.1. Cuadro de operacionalización de variables:.....	27
V. Diseño Metodológico.....	31
5.1. Localización.....	31
5.1.1. Macro localización .....	31
5.1.2. Micro localización .....	32
5.2. Enfoque filosófico de la investigación.....	35
5.3. Tipo de investigación.....	36
5.4. Universo, Población y Muestra .....	36
5.4.1 Universo .....	36
5.4.2 Población.....	36
5.4.3 Muestra .....	37
5.5. Métodos y técnicas para la recolección y el análisis de datos.....	38
5.5.1. La Observación .....	38

5.5.2. La Encuesta .....	39
5.6. Procesamiento y análisis de los datos.....	40
5.6.1. Investigación de Mercado y su análisis .....	40
5.6.4. Diseño del cuestionario en la encuesta .....	41
5.6.3. Preguntas y su formato de respuesta.....	41
5.6.4. Resultados y análisis de la encuesta.....	42
5.6.5. Análisis de la demanda .....	53
5.6.5.1. Perfil del mercado.....	53
5.6.5.2. Perfil del cliente: .....	54
5.6.7. Análisis de la Oferta .....	55
5.6.8. Análisis de Precios .....	56
5.6.9. Resultados y análisis de los datos obtenidos a partir de la simple observación. .....	57
5.7. Estudio Financiero.....	58
5.7.1. Inversiones del proyecto.....	58
5.7.1.1 Inversión fija .....	58
5.7.1.2. Maquinaria y Equipo de Computo .....	59
5.7.1.3. Inversión diferida.....	60
5.7.2. Capital de trabajo inicial .....	60
5.7.3. Políticas Financieras .....	62
5.7.4. Gastos de Operación.....	63
5.7.5. Punto de equilibrio.....	64
5.7.6. Evaluación Financiera .....	65
5.7.7. Valor Presente Neto .....	65
5.7.8. Tasa interna de retorno (TIR) .....	68
VI. Análisis y Discusión de resultados .....	69
VII. Conclusiones.....	73
VIII. Recomendaciones.....	74
IX. Referencias Bibliográficas.....	76
X. Anexos .....	77

## Índice de figuras y tablas

Figura 01: “La flor de la permacultura” .....	17
Figura 02: “Logo” .....	20
Figura 03: Organigrama.....	21
Figura 04: “Resultado de la pregunta 1 de la encuesta” .....	42
Figura 05: “Resultados encuesta, pregunta 2” .....	43
Figura 06: “Resultados encuesta, pregunta 3” .....	44
Figura 07: “Resultados encuesta, pregunta 4” .....	45
Figura 08: “Resultados encuesta, pregunta 5” .....	46
Figura 09: “Resultados encuesta, pregunta 6” .....	47
Figura 10: “Resultados encuesta, pregunta 7” .....	48
Figura 11: “Resultados encuesta, pregunta 8” .....	49
Figura 12: “Resultados encuesta, pregunta 9” .....	50
Figura 13: “Resultados encuesta, pregunta 10” .....	51
Tabla 01: “Indicadores para la macro localización del proyecto” .....	31
Tabla 02: “ Factores Críticos para la micro localización del proyecto” .....	32
Tabla 03: “ Factor Objetivo para la micro localización del proyecto”. .....	33
Tabla 04: “Factores subjetivos para la micro localización del proyecto” .....	33
Tabla 05: “ Ponderación de factores para la micro localización del proyecto”. .....	34
Tabla 06: “Detalle de Maquinaria y Equipos”. Realizada por los autores. ....	59
Tabla 07: “Monto de inversión diferida”. .....	60
Tabla 08: “Capital de Trabajo” .....	61
Tabla 09: “Inversión expresada en dólares”. .....	61

## Resumen

Este trabajo tiene como propósito elaborar una propuesta de proyecto café-bar con conceptos de permacultura en la ciudad de Estelí, Nicaragua. Se han detallado los datos obtenidos mediante los métodos de observación y la elaboración de encuestas a las personas en la zona urbana de la ciudad y mediante herramientas en línea, a través de las distintas redes sociales. Con base a este análisis se brindan las posibles opciones y perfiles de mercado. Además, se incluye la realización de un estudio financiero para evaluar la viabilidad y factibilidad del proyecto café-bar.

La presente investigación se realizó en la ciudad de Estelí, la naturaleza de la idea es una empresa de servicios, mediante la creación de una propuesta de café-bar con un ambiente humanista y principios de permacultura ofreciendo una gastronomía vegetariana y vegana, números teatrales, juegos de mesa y música en vivo de artistas locales.

Se pretende brindar a clientes la posibilidad de satisfacer sus necesidades de distracción, ocio y esparcimiento, además que se encuentra acompañada de una fina gastronomía, en un ambiente agradable para dialogar y en armonía con libertad de expresión, respetando la política, visión y misión del café-bar con conceptos de permacultura, con énfasis en el segundo y tercer pilar de la permacultura, que expresan un compromiso permanente hacia el cuidado de la gente y hacer uso responsable de los recursos.

## **I. Introducción**

La ciudad de Estelí se ha convertido en un destino para turistas nacionales y extranjeros, esto ha permitido crear una diversidad de establecimientos que tengan relación a la rama turística, en este caso la creación de microempresas relacionadas al área de alimentos y bebidas.

En la presente investigación surge una contradicción esencial, existe oferta de café o bares en la ciudad de Estelí, sin embargo, existe poca propuesta de espacios donde las personas puedan obtener platos de comida vegetariana y vegana con menús variados y a precios módicos. Además, se pretende responder a la necesidad del consumidor de buscar un lugar para poder pasar un rato con amigos y poder conversar cómodamente en un ambiente agradable.

Por consiguiente se propone un espacio donde las personas puedan obtener productos dentro de la gastronomía vegana y vegetariana, así mismo el establecimiento será abierto a los artistas locales que deseen expresarse libremente, y como café-bar con conceptos de permacultura, se establecerá una ética y visión de negocio en pro del cuidado a la Tierra, preservar a nuestros clientes y hacer uso responsable de los recursos, en base a esos tres pilares fundamentales de la permacultura se innovará en el mercado de café bares de la ciudad de Estelí, Nicaragua.

Se realizó una investigación con el objetivo de determinar si es o no factible la creación de una microempresa de alimentos y bebidas, en particular un café-bar en la zona central del municipio de Estelí. Se tomó esta iniciativa de café-bar, debido a que la mayoría de los lugares que podemos encontrar dentro de la localidad, se enfocan en ofertar una sola línea de productos, como pueden ser o solamente café y restaurante, o bien bar ofertando cervezas, licores nacionales y extranjeros.

Se pretende diversificar un poco, generar oferta y alternativas nuevas para las y los consumidores en el sector urbano de la ciudad de Estelí, el café-bar se orienta en un público que está o puede estar interesado en una oferta gastronómica vegana y vegetariana, público que puede también ser partícipe de un concepto local o espacio apto para el desarrollo multicultural, donde se propone también, juegos de mesa, participación de artistas locales, y el espacio para desarrollar sus habilidades.



## **1.1. Antecedentes del problema de investigación**

A partir del análisis del sector se eligió principalmente Café Luz y luna, Café Don Luis y Riff, lugares los cuales presentan aspectos en común como precios un poco más altos que en el resto de bares de la zona urbana de Estelí, lo que se debe al mercado objetivo de estos locales, los precios un poco altos hacen función como filtro para el público y clientes que esperan recibir, además de los precios un poco más altos se realizan algunos eventos musicales en los cuales se cobra la entrada al lugar si es un evento mayor y en otros casos son de entrada libre al público.

De los lugares anteriormente mencionados, café luz y luna muestra un perfil un poco más de bar o “pub”, lo cual es un modelo inglés de lugar público en el cual las personas se reúnen para conversar, tomar cervezas, comer aperitivos o platos fuertes. Café don Luis es un perfil más de cafetería, donde no se ofrecen bebidas alcohólicas y siendo un local de poco espacio no cuenta con eventos musicales. Riff es un local con perfil más de restaurante, donde se ofrece una variedad de platos de alta calidad y eventos musicales donde invitan a artistas exitosos a ofrecer conciertos acústicos, Riff está ubicado más alejado del centro urbano de la ciudad y es un local un poco más exclusivo que los lugares anteriormente descritos.

El estudio por medio de la observación de los lugares descritos antecede a la idea o propuesta de proyecto de café-bar Güerewere, en el cual se desarrolla un concepto de permacultura para aplicarse dentro del local y orientado a un mercado consciente y comprometido al cuidado de la Tierra, cuidado de las personas y uso responsable de los recursos. En sí uno de los objetivos es establecer una política en el servicio que garantice la promoción de los pilares fundamentales de la permacultura y como visión de un local para reunirse y planear acciones de desarrollo sostenible junto a voluntarios y voluntarias, trabajadores de organizaciones con compromisos afines con la idea o concepto humanista y ecológico.

El servicio de café-bar surge como solución al problema que se enfrentan los turistas nacionales y extranjeros que visitan la zona urbana de la ciudad de Estelí, así como sus habitantes, cuando piensan en un lugar que les permita disfrutar de momentos de arte local y de tranquilidad junto a familiares y amigos, el mismo que les brinde un servicio exclusivo ofreciéndoles un ambiente de armonía, gastronomía vegana y vegetariana.

Además, se ofrece un espacio libre para expresar arte en sus tantas y variadas maneras de materializar las ideas que surgen de la inspiración e imaginación de las personas, personas quizás conscientes del compromiso para promover y defender los tres pilares de la permacultura (Cuida la Tierra, cuida la gente y haz uso responsable de los recursos).

En la localidad donde se propone implementar el café-bar existen pocos lugares que cuentan con un servicio con características similares con las que contará el café-bar con conceptos de permacultura, dado que los establecimientos existentes no han podido abarcar el concepto de café-bar, por esta razón se podría beneficiar dichas falencias encontradas en el mercado objetivo y convertirlas en oportunidades, las que se aprovecharían aplicando nuevas estrategias de marketing, logrando de tal manera posesionarse en la mente de los clientes potenciales.

La investigación da a conocer el estudio de mercado realizado, la proyección de los ingresos y egresos en los que va a incurrir la empresa permitiendo demostrar que es rentable para los inversionistas, y sostenible en el tiempo.

## **1.2. Planteamiento del problema**

La investigación está orientada hacia la elaboración de una propuesta de café-bar con principios humanistas y conceptos de permacultura tiene su origen en la iniciativa de crear empresa de servicios, justificada en los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera universitaria por ingenieros industriales de la universidad UNAN MANAGUA FAREM ESTELÍ, que tienen el objetivo de generar oferta para contribuir al desarrollo social y económico de su municipio.

Las principales causas que originan los síntomas del problema tienen su razón de ser en la escasa competitividad que existe en innovación, variedad de productos y servicios los cuales hacen parecer a los café-bares bastante similares en el sector urbano de la ciudad de Estelí.

De acuerdo con la monotonía y escases de originalidad de los café-bares existentes en el sector de estudio, los clientes potenciales y reales buscarán nuevos mercados donde puedan satisfacer sus expectativas de diversión y esparcimiento, puesto que son necesidades fundamentales para todo ser humano.

Es por ello, que se realizó una investigación científica orientada hacia la elaboración de una propuesta de café-bar que permita a las personas disfrutar de un ambiente acogedor, de una variedad de bebidas y alimentos pertenecientes a la gastronomía vegana y vegetariana, además de crear un espacio libre como opción para la presentación de artistas locales que contribuyan con su aporte a la cultura, siendo así un soporte para las personas que desean expresarse artísticamente.

Para la realización de la propuesta del proyecto fue indispensable considerar una serie de recursos que permiten dar inicio a la creación de un café-bar con conceptos de permacultura y humanistas, recursos humanos, el trabajo de los investigadores para su

puesta en marcha y de todo el grupo de colaboradores necesarios que lo integren durante su funcionamiento.

La propuesta de proyecto de café-bar tendrá su ubicación física en la zona urbana de la ciudad de Estelí, Nicaragua, debido a que es una zona muy frecuentada y cuenta con pocos establecimientos con las características anteriormente planteadas.

### **1.3. Justificación**

En la ciudad de Estelí y a nivel nacional se está popularizando el consumidor vegano y vegetariano, por lo que existen algunos restaurantes vegetarianos, pero estos o tienen una presentación bastante informal o solo se encuentran abiertos al público hasta medio día y en algunos casos no abren los fines de semana.

Además, en la ciudad de Estelí existe poca oferta de locales con disponibilidad de una gastronomía vegetariana y vegana que sea rica en variedad y acompañada de servicios de bar y entretenimiento cultural.

Por ello es oportuno establecer un café-bar en el sector urbano de la ciudad de Estelí con espacios de recreación como juegos de mesa, música en vivo con artistas locales, promoviendo también a productores locales, haciendo compra directa de verduras cultivadas por ellos, recordando uno de los tres pilares fundamentales de la permacultura como lo es el cuidado de la gente, también como parte del concepto innovador es permitir un espacio a músicos y diferentes artistas locales que deseen seguir desarrollándose como artistas, proyectando a futuro eventos y festivales musicales con dichos artistas locales.

## **II. Objetivos de investigación**

### **2.1. Objetivo General**

- Elaborar una propuesta de proyecto para el establecimiento de un café-bar con conceptos humanistas y de permacultura en la ciudad de Estelí.

### **2.2. Objetivos específicos**

- Diagnosticar estadísticamente el alcance y aceptación de un local con conceptos de permacultura en la ciudad de Estelí.
- Evaluar mediante un estudio de mercado la oferta, demanda y crecimiento del presente proyecto.
- Determinar la factibilidad económica financiera para el establecimiento del café-bar.
- Presentar la presente propuesta de café-bar con conceptos de permacultura a posibles inversionistas.

### **III. Sustentación Teórica**

#### **Generalidades café-bar y permacultura**

##### **3.1. Café-bar**

“Hay que aclarar que, en nuestro idioma, el vocablo café designa una semilla, a la infusión que se prepara con esa semilla tostada y molida, y al sitio público donde se prepara y se bebe esa infusión. Es ciertamente raro esto de que un lugar reciba el nombre de la bebida sin alteración alguna, porque fue recién en los Estados Unidos donde se formó la voz cafetería (pronunciada cafitiría) para darle nombre a un despacho de café a secas, y de ella se derivó después cafetín, y cafetucho, para terminar en la forma más usual en el Río de la Plata, que es café-bar” (Montanaro, 1998, p. 8).

“Este mágico recinto fue adquiriendo rasgos mitológicos, y esto casi sin reconocer fronteras, al punto de ser elegido como escenografía para obras literarias y teatrales, para filmes, para canciones y poesías, sin omitir la presencia del café-bar y el restaurante en la plástica, con dibujos y pinturas antológicas” (Montanaro, 1998, p. 8).

##### **3.2. Permacultura**

“Esta definición engloba todo asentamiento que busque un estilo de vida sostenible, acorde con principios ecológicos, económicos y culturales. La permacultura, concepto expuesto, a finales de los años setenta, para proponer una cultura humana permanentemente sostenible” (Borderías Uribeondo & Martín Roda, 2012, p. 351).

“El concepto de permacultura fue creado en Australia en los años 70, por Bill Mollison (1928-), investigador, científico, profesor y naturalista australiano y David Holmgren (1955-) ingeniero de diseño ecológico y escritor. La permacultura es <<una filosofía de

diseño que aplica éticas y principios ecológicos en la planeación, diseño, desarrollo, mantenimiento, organización y preservación de espacios aptos para sostener la vida en el presente y futuro>>. Sus principios básicos son el cuidado de la Tierra, las personas y poner límites a la población y el consumo, orientándose a detener el crecimiento insostenible de los ecosistemas humanos con el fin de que los recursos no se agoten, compartiendo sus recursos con equidad” (Núñez Sacaluga, 2015, p. 44).

“La permacultura, como herramienta, crea sistemas organizados que estén al servicio del hombre, cuidando los recursos, haciendo prevalecer la diversidad y la cooperación de todos los elementos que ponemos dentro de nuestro micro espacio. Dice Mollison: <<algunos creemos que la permacultura es hoy en día una de las más ricas, vitales y emergentes síntesis del conocimiento humano en su búsqueda de una sociedad justa en armonía con la naturaleza. Es, posiblemente, la más reciente cristalización del vínculo de la sabiduría y la ciencia>> (Núñez Sacaluga, 2015, p. 44).

“En su libro <<Permacultura, Principios y sendero más allá de la sustentabilidad>>, (2002), Holmgren sostiene: <<para muchas personas, la concepción de la permacultura es tan global en su alcance que su utilidad se ve reducida. Más precisamente, veo la permacultura como el uso del pensamiento sistémico y los principios de diseño como estructura organizativa para la realización de la visión antes expuesta. En ella se reúnen las diversas ideas, destrezas, y formas de vida que se necesita redescubrir y desarrollar para obtener el poder con el cual pasemos de ser consumidores dependientes a ser ciudadanos responsables y productivos” (Núñez Sacaluga, 2015, p. 44).

“En este sentido más limitado pero importante, la permacultura no es el paisaje, o siquiera las habilidades de jardinería orgánica, agricultura orgánica, construcción de eficiencia energética o el desarrollo de eco aldeas como tales. En cambio, puede utilizarse para diseñar, establecer, manejar y mejorar estos y todos los esfuerzos que los individuos, los hogares y las comunidades realizan hacia un futuro más sostenible” (Núñez Sacaluga, 2015, p. 44).



## La flor de la Permacultura



Figura 1: “La flor de la permacultura”

*La flor de la permacultura nos muestra los ámbitos claves que requieren transformación para crear una cultura sostenible (Núñez Sacaluga, 2015, p. 44).*

“Históricamente la permacultura se ha enfocado en el manejo de la tierra y la naturaleza como fuente y aplicación de los principios éticos y de diseño. Actualmente estos principios se aplican en otros ámbitos concernientes a los recursos físicos y energéticos, así como la organización humana (a menudo llamados estructuras invisibles en la enseñanza). Algunos de estos campos, sistemas de diseños y soluciones específicas que han sido asociadas con esta amplia visión de la permacultura aparecen en la periferia de la flor” (Núñez Sacaluga, 2015, p. 45).

“El sendero evolucionario en espiral que comienza con la ética y los principios sugieren el entretrejo de estos ámbitos, inicialmente a nivel personal y local para proceder con los niveles colectivo y global. La naturaleza arácnida de esa espiral sugiere la naturaleza incierta y variable de ese proceso de integración>>” (Núñez Sacaluga, 2015, p. 45).

“En este sentido, Holmgren propone la permacultura como instrumento para una transición productiva de una sociedad industrial de alto consumo energético hacia una cultura sostenible, planteando los principios de diseño que continúan” (Núñez Sacaluga, 2015, p. 46).

### **3.3. Situación café-bar**

La presente investigación trató de establecer la demanda de los establecimientos tipo café-bar temáticos en la ciudad de Estelí, Nicaragua. Por medio de un estudio de mercado se realizó un trabajo de campo en donde se encuestaron 385 personas de un universo previamente estudiado y preestablecido, en donde se hicieron las preguntas pertinentes para determinar la demanda, oferta y comportamiento de los clientes potenciales de establecimientos similares al que se presenta en este estudio. Se realizó la segmentación de este mercado en base a sus perfiles psicográfico, demográfico y conductual.

Los resultados de la encuesta arrojaron que las personas que acuden a un café-bar son mujeres y hombres que están en su mayoría en un rango de edad entre los 17 y 38 años. Usualmente, suelen ir acompañados por sus grupos de amigos y por lo tanto buscan un lugar que les brinde comodidad y espacio acogedor, adicionalmente les gustaría encontrar que este espacio cuente con gastronomía vegetariana y vegana y les ofrezca diferentes alternativas relacionadas con la música, por ejemplo, la música en vivo y música a volumen agradable para dialogar.

En base a los resultados positivos arrojados y obtenidos de las encuestas realizadas, se establecieron políticas como la misión y visión, el giro del negocio y la descripción de la propuesta de proyecto innovador para la creación de un café-bar con conceptos de permacultura y humanista en la ciudad de Estelí, Nicaragua. A continuación, se describen los aspectos anteriormente mencionados:

### **3.4. Planeación estratégica**

La planeación estratégica está en manos de la alta dirección y brinda los lineamientos que permiten desarrollar planes tácticos y operacionales. A continuación, se describen algunos elementos del plan estratégico para la propuesta de Café-Bar GüereWere.

#### **3.4.1. Misión**

Ser una compañía que ofrezca bebidas y alimentos de calidad en un ambiente de armonía, de poco ruido, apto para personas sintiendo ganas de un espacio para compartir momentos con ánimos de disfrutar un escape hacia las artes, la música y la tecnología. Una permacultura aplicada desde el pilar de la permacultura que se expresa como “Cuidar a la gente”. La misión de ser de naturaleza cambiantes, así como la vida misma, dinámicos y conservando la amistad hacia el entorno y haciendo uso responsable de los recursos.

#### **3.4.2. Visión**

Ser reconocidos como la compañía de mayor influencia en el cuidado a la Tierra, cuidado a la gente y uso responsable de los recursos, practicando los pilares de la permacultura y desarrollando iniciativas sostenibles de amar la vida, innovando así en el mercado de los Café-Bar del sector urbano de la ciudad de Estelí, Nicaragua.

### 3.4.3. Logo

Es un elemento gráfico que identifica a una persona, empresa, institución o producto. Los logos suelen incluir símbolos (normalmente lingüísticos) claramente asociados a quienes representan.

El café-bar llevará por nombre “GüereWere”, frase que surge de los sonidos de un ave en cautiverio, un periquito. El ave haciendo ese sonido, y un amigo ocurrente diciendo que el ave nos estaba imitando mientras nosotros conversábamos, a lo cual la respuesta hacia el amigo ocurrente fue: “Yo no hablo así, quizás cuando estoy un poco borracho”, entre risas nos quedamos con esa anécdota y usando la palabra “güerewere” para describir al amigo que se pase un poquito de tragos.

El logo muestra en la diéresis dos granos de café, y en la letra W una extensión donde posan dos periquitos, haciendo alusión al origen de la palabra. Los colores verde y negro hacen un contraste agradable a la vista. La imagen muestra un estilo de tranquilidad, el nombre que surge gracias a una historia en un momento compartido entre amigos con un alto nivel de calidad creativa que atrae a la mirada del público.



Figura 2: “Logo”. Elaborado por los autores.

### 3.4.4 Estructura Organizacional

La estructura organizacional es la forma en que se divide y agrupa el trabajo en las diferentes áreas y la posterior coordinación de estas, permite relacionar diferentes roles donde cada persona asume un papel que se espera que cumpla con el mayor rendimiento posible.

El modelo de estructura organizacional que más se ajusta a la compañía es la organización funcional, debido a que inicialmente es una empresa pequeña, lo más apropiado es centralizar la responsabilidad y autoridad con el fin de mejorar la eficiencia de la operación donde las tareas son rutinarias y repetitivas. “El esquema utilizado se basa en la división del trabajo, dependiendo de las actividades más relevantes de la compañía” (Chiavenato, 2004, p. 257).

#### 3.4.4.1 Organigrama

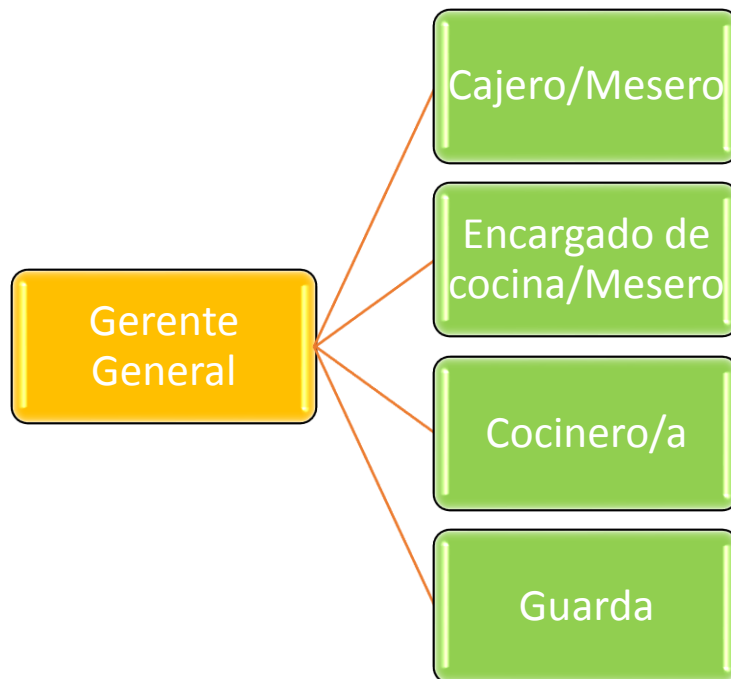


Figura 3: Organigrama. Elaborado por los autores.

### 3.4.4.2 Manual de Descripción de Funciones

Para dar inicio a las actividades del negocio se considera la necesidad de contratar un equipo de trabajo conformado de cinco personas. Estas cinco personas van a trabajar en los siguientes cargos:

- Gerente General - Contador
- Cajero – Mesero
- Encargado de cocina – Mesero
- Cocinero/a
- Guardia

Gerente General – Contador, es la persona encargada de:

- Representar de manera legal al negocio.
- Liderar al negocio de manera dinámica para volverlos operativos y ejecutar planes y estrategias propuestas.
- Planificar las funciones de los empleados.
- Tener contacto constante con los proveedores en busca de nuevos insumos y productos más adecuados.
- Analizar los reportes financieros emitidos por el cajero.
- Realizar análisis de la cantidad de inversión necesaria para alcanzar ventas proyectadas.
- Formular evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones del personal.
- Llevar una excelente relación con los clientes y empleados.
- Organizar e implementar los sistemas de contabilidad modernos y apropiados para generar información financiera en forma oportuna, periódica y confiable.
- Llevar control del área financiera, tributaria y contable.

- Elaborar roles de pagos del personal y la cancelación de estos.
- Afiliar a los empleados al seguro.
- Realizar cálculo de la liquidación de los empleados.

Cajero – Mesero, es la persona encargada de:

- Asignar las funciones planificadas por el Gerente General y a su vez supervisar que se cumplan a cabalidad.
- Llevar control de asistencia del personal.
- Supervisar que todos los empleados dejen limpia su área de trabajo y a su vez colaborar con ellos.
- Manejar y administrar de manera eficiente la caja.
- Verificar diariamente que la apertura de la caja coincida con la cifra de cierre del día anterior.
- Asegurarse que cuenta con los suministros necesarios para atender a la clientela.
- Recibir, organizar y archivar los comprobantes de gastos diarios de las distintas áreas.
- Verificar fechas de vencimiento y el respectivo pago de facturas a proveedores.
- Desempeñar la función de mesero cuando sea necesario.
- Preparar los cocteles o a su vez alguna bebida adicional que sea del gusto del cliente.

Encargado de cocina – Mesero, es la persona encargada de:

- Mantener estrecha comunicación y relación entre el cajero, los clientes y la cocina.
- Atender órdenes y pedidos de clientes, reportarlos en la caja y llevar las órdenes de pedidos al cocinero.
- Apoyar en la preparación de aperitivos y comidas del lugar.

- Llevar control de los insumos que se encuentran en la cocina para que no haya inconvenientes al momento de la preparación de alimentos.
- Dar un informe diario de lo que se consumió, existencias y lo que se necesita para la posterior atención.
- Estar bien capacitado para dar una atención amable y eficiente.
- Trabajar conjuntamente con el cocinero para que los pedidos sean entregados de manera rápida.

Cocinero/a, es la persona encargada de:

- Apoyar en el control del inventario en cocina.
- Responsable de cumplir a cabalidad las órdenes y pedidos en la cocina.
- Mantener buena relación con el/la encargado/a de cocina.
- Administrar efectivamente los recursos e insumos dentro de la cocina.
- Asegurarse de cumplir con las normas estándares de higiene.

Guardia o Seguridad, es la persona encargada de:

- Velar por el cuidado y seguridad tanto de las personas que están en el local, como del mismo personal y establecimiento en general.
- Deberá estar atento si tratan de asaltar o formar alguna disputa en el establecimiento.



### **3.4.5. Análisis FODA**

El análisis F.O.D.A. nos permite conocer el entorno en el cual se va a desarrollar el negocio y sus posibilidades de triunfo ante un mercado competitivo.

Las Fortalezas como debilidades son factores internos de la empresa, por lo que directamente es posible hacer un cambio, mejora o reestructura sobre ellas según el caso, no así las oportunidades y amenazas que son factores externos y de compleja modificación.

#### **Fortalezas:**

- Capacidad de ser diferentes con respecto a otros bares y cafeterías del sector.
- Capacidad de atraer a usuarios que buscan un ambiente tanto de cafetería como bar sin tener que escoger entre uno de los dos.
- Localización estratégica en la cual hay un gran tránsito vehicular y personas en la cercanía.
- Se cuenta con un agradable ambiente de armonía y tranquilidad, además de exclusividad en el servicio y alta calidad de productos.
- Poco personal involucrado en la operación, y agilidad en la prestación del servicio que brinda el café-bar.

#### **Oportunidades:**

- Dispone de excelentes vías de acceso al centro de la ciudad, por lo cual los turistas invierten menos tiempo en movilizarse.
- El proyecto es un concepto nuevo ya que en el sector no existe un café-bar con conceptos de permacultura.
- Inclinación en los consumidores a la búsqueda de nuevas cosas, actividades, lugares, diferentes o no convencionales.

- Tendencia de las personas a optar por opciones de alimentación sanas y saludables, vegetarianismo y veganismo marcando tendencias entre pobladores jóvenes de la ciudad de Estelí.

**Debilidades:**

- Escasez de espacio cuando existe mayor afluencia de clientes, sobre todo en temporadas altas.
- Falta de experiencia en la elección de proveedores por ser nuevos en el mercado.
- Se pueden presentar cuellos de botella en el proceso de prestación del servicio al cliente, debido a que solo se tiene un cocinero y un barman.
- Centralización del poder y autoridad debido a que es una empresa pequeña.

**Amenazas:**

- Interés de otras personas en imitar el proyecto.
- Habitantes acostumbrados a un concepto distinto en cuanto a lugares en donde compartir su tiempo con familiares y amigos con un estilo de música diferente.
- Poca fidelidad de los clientes.
- Incremento de impuestos en insumos especiales como los licores que son indispensables para la preparación de determinadas bebidas.

## IV. Hipótesis y Variables

### 4.1. Hipótesis de investigación

**Hipótesis:** Al diagnosticar mediante métodos estadísticos el alcance y aceptación de un local con conceptos de permacultura, la evaluación mediante un estudio de mercado y la realización de un estudio financiero permiten determinar la factibilidad de una propuesta de café-bar con conceptos de permacultura en la ciudad de Estelí, Nicaragua, para así presentar la propuesta ante posibles inversionistas.

### 4.2. Variables

#### 4.2.1. Cuadro de operacionalización de variables:

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Fuente de información	Técnicas e instrumentos	Procedimiento de análisis
<b>Alcance</b>	“Alcance: Determina dónde competir y desarrollar las competencias únicas asociadas al	Alcance de un café-bar con concepto de permacultura	Cantidad de personas que asistirían al café-bar	Población	Encuesta, Entrevista, Observación	Mixto

	negocio, lo cual determina cómo competir.” (C. Hax, 2004, p. 81)					
<b>Aceptación</b>	“Aceptación: Serie de medidas que adopta el receptor para asegurarse de la calidad de un producto o trabajo ofrecido por el productor.” (Bertrand L. & Prabhakar M. , 1989, p. 221)	Aceptación de un café-bar con concepto de permacultura	Cantidad de personas que frecuentarían al café-bar	Población	Encuesta, Entrevista, Observación	Mixto
<b>Oferta</b>	“Oferta: Es las distintas cantidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a llevar al mercado a	Dimensiones del mercado	Frecuencia con que asiste a un café bar	Análisis de la encuesta	Estudio de mercado	Cuantitativo

	<p>distintos precios manteniéndose los demás determinantes invariables.” (Rosales Obando, 2000, p. 40)</p>					
<b>Demanda</b>	<p>“Demanda: Son las distintas cantidades alternativas de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a los diferentes precios, manteniendo todos los demás determinantes constantes en un tiempo determinado.”</p>	Dimensiones del mercado	Frecuencia con que asiste a un café bar	Análisis de la encuesta	Estudio de mercado	Cuantitativo

	(Rosales Obando, 2000, p. 25)					
<b>Factibilidad</b>	<p>Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.</p>	Ingresos y egresos	Rentabilidad y efectividad en el uso de los recursos (Diagnóstico financiero)	Estudio financiero (TIR, VAN)	Análisis de resultados	Cuantitativo

## V. Diseño Metodológico

La investigación se realizó en la ciudad de Estelí, Nicaragua, en el segundo semestre del año 2017, a continuación, se presenta el proceso con el objetivo de definir como llevamos a cabo la recolección de los datos, los procedimientos a seguir, así como también el tipo de enfoque y tipo de estudio de esta.

### 5.1. Localización

#### 5.1.1. Macro localización

Es decir, la selección o zona más adecuada, evaluando las regiones que preliminarmente presentan ciertos atractivos para el sector de la industria que se trata. Para la macro localización se determinaron tres ciudades potenciales tomando en cuenta los diferentes indicadores que puedan potenciar la propuesta de café-bar.

Indicador	Valor ponderado	Estelí	Matagalpa	Somoto
Proveedores	25.0%	5	5	3
PEA	25.0%	5	5	3
Nivel de ingresos	20.0%	5	4	3
Artistas locales	20.0%	4	4	2
Ofertas turísticas	10.0%	3	3	5
<b>Total</b>	<b>100.0%</b>	<b>22</b>	<b>21</b>	<b>16</b>

Indicador	Valor ponderado	Estelí	Matagalpa	Somoto
Proveedores	25.0%	1.25	1.25	0.75
PEA	25.0%	1.25	1.25	0.75
Nivel de ingresos	20.0%	1	0.8	0.6
Artistas locales	20.0%	0.8	0.8	0.4
Ofertas turísticas	10.0%	0.3	0.3	0.5
<b>total</b>	<b>100.0%</b>	<b>4.60</b>	<b>4.40</b>	<b>3.00</b>

Tabla 1: “Indicadores para la macro localización del proyecto”. Elaborado por los autores.

## 5.1.2. Micro localización

Para determinar la ubicación se identificaron tres barrios de la ciudad de Estelí como localizaciones tentativas, en todas ellas los costos del local, el costo de mantenimiento y costo de remodelación son diferentes y están reflejados en dólares. Además se identificaron como factores críticos para la continuidad de los procesos la localización, cercanía al centro de la ciudad, disponibilidad de servicios (agua, energía eléctrica, gas, servicio telefónico) y la seguridad. La localización elige entre una serie de alternativas factibles, por lo tanto, la ubicación será la que adecue más dentro de los factores que determinen un mejor funcionamiento y una mayor rentabilidad.

Las alternativas que se han elegido para la localización son las siguientes:

- a. Bo. El Calvario.
- b. Bo. El Rosario.
- c. Bo. Orlando Ochoa.

Factores Críticos					
Barrios	Localización	Cercanía Centro de la ciudad	Disponibilidad de Servicios	Seguridad	Total
El Calvario [A]	1	1	1	1	1
El Rosario [B]	0	0	1	0	0
Orlando Ochoa[C]	1	1	1	1	1

Tabla 2: "Factores Críticos para la micro localización del proyecto". Elaborado por los autores.



Factor Objetivo				
Barrios	Valor del Local	Remodelación	Total	Factores Objetivo
[A]	\$38,000	\$1,200	\$39,200	0.32907
[B]	\$35,000	\$900	\$35,900	0.35932
[C]	\$40,000	\$1,400	\$41,400	0.31159

Tabla 3: “Factor Objetivo para la micro localización del proyecto”. Elaborado por los autores.

El siguiente paso corresponde a la determinación de los Factores subjetivos. El carácter subjetivo de los factores de orden cualitativo hace necesario asignar una medida de comparación que valore los distintos factores.

Medida de comparación de los Factores Subjetivos				
Factor Subjetivo	Ponderación	Deficiente	Bueno	Excelente
Clima social	30%	0%	10%	20%
Competencia	35%	0%	10%	25%
Actitud de la comunidad	35%	0%	10%	25%
<b>Total</b>	100%			

Tabla 4: “Factores subjetivos para la micro localización del proyecto”.  
Elaborado por los autores.

Como factores subjetivos se tomaron en cuenta el clima Social, que hace referencia a todo aspecto de índole social, como lo son grupos de jóvenes en las calles, o posibles lugares de reunión de grupos religiosos; la competencia hace referencia a posibles puestos o locales similares al nuestro, tratamos de encontrar un local donde seamos los

pioneros; por último, se tomó en cuenta el factor actitud de la comunidad, que hace referencia a la actitud que tomaría la población más próxima.

Para el análisis de los factores subjetivos se asignaron sus ponderaciones de la siguiente manera:

Factor Subjetivo	Ponderación	A	B	C
Clima social	30%	10%	0%	20%
Competencia	35%	10%	25%	10%
Actitud de la comunidad	35%	10%	10%	25%
<b>Total</b>	100%	30%	35%	55%

Tabla 5: “Ponderación de factores subjetivos para la micro localización del proyecto”.

Elaborado por los autores.

El siguiente paso corresponde a la combinación de los factores críticos, objetivos y subjetivos mediante la fórmula del algoritmo sinérgico:

<b>Algoritmo sinérgico:</b>
<b><math>IL_i: FC_i \{ (FO_i^\alpha) + [(1-\alpha)(FS_i)] \}</math></b>

- Donde alfa equivale al nivel de confiabilidad, en nuestro caso será del 75%, es decir que alfa equivale a 0,75.

Realizando el cálculo para cada uno de los barrios en evaluación y usando el algoritmo sinérgico se obtuvieron los resultados de sus respectivos índices de localización reflejados en la siguiente tabla:

[A]	[B]	[C]
0.32180	0.000000000	0.37119

\*El Barrio elegido es “c”, dado que obtuvo el mayor MLP

## 5.2. Enfoque filosófico de la investigación

El enfoque filosófico presente en ésta investigación es de carácter mixta, haciendo énfasis en el enfoque cuantitativo, Sampieri (2007), establece que se utiliza secundariamente la recolección de datos fundamentada en la medición, posteriormente se lleva a cabo el análisis de los datos y se contestan las preguntas de investigación, de esta manera probamos las hipótesis establecidas previamente, confiando en la medición numérica, el conteo, y en el uso de la estadística para intentar establecer con exactitud patrones en una población.

“El enfoque cuantitativo de la investigación pone una concepción global positivista, hipotética-deductiva, objetiva, particularista y orientada a los resultados para explicar ciertos fenómenos. Se desarrolla más directamente en la tarea de verificar y comprobar teorías por medio de estudios muestrales representativos. Aplica los test, entrevistas, cuestionarios, escalas para medir actitudes y medidas objetivas, utilizando instrumentos sometidos a pruebas de validación y confiabilidad. En este proceso utiliza las técnicas estadísticas en el análisis de datos y generaliza los resultados” (Cook & Reichardt , 1986, p. 4).

Se optó por utilizar el enfoque mixto y haciendo énfasis en el enfoque cuantitativo para así poner en práctica métodos estadísticos aprendidos durante el estudio de la carrera de ingeniería industrial en UNAN MANAGUA -FAREM ESTELÍ, en el periodo 2013-2017.

### **5.3. Tipo de investigación**

Según el alcance de la presente investigación se optó por realizar un estudio con nivel de profundidad descriptivo. “El estudio descriptivo está a lo largo del continuo que va del exploratorio al casual. Supone que se conocen las variables pertinentes al problema. Sus hipótesis son de tipo general: X, Y, se relacionan en el estudio de mercado, por ejemplo: sus resultados tienden a ser perfil de compradores contra perfil de no compradores, etc.” (Namakforoosh, 2000, p. 72).

### **5.4. Universo, Población y Muestra**

#### **5.4.1 Universo**

El universo está conformado por las personas mayores de 20 a 45 años en la ciudad de Estelí. En su totalidad individuos o elementos los cuales presentan determinada característica susceptible a ser estudiada.

#### **5.4.2 Población**

La población objetivo de este estudio es el municipio de Estelí con una población aproximada de 122,924 personas, datos obtenidos de INIDE y enfocándose específicamente en todas las personas que frecuentan bares, cafés o restaurantes, en el presente estudio se recurrió al método no probabilístico, ya que no todos los sujetos tienen la misma probabilidad de ser elegidos.

En general se seleccionaron a los sujetos siguiendo el criterio; entre ellos rango de edad (entre 20 y 45 años). El objetivo de la encuesta es analizar la aceptación de un café-bar con conceptos humanistas y de permacultura en el sector urbano del municipio de Estelí.

### 5.4.3 Muestra

“El diseño de la muestra parte del perfil y la composición de los grupos o informantes que intervienen en la situación que se estudia. Los criterios de su selección son de comprensión, de pertinencia -no de representatividad estadística-. La muestra se refiere a los conjuntos, a su estructura y a su génesis, es decir se pretende incluir todos los componentes que reproduzcan mediante sus discursos y su comportamiento las relaciones y dimensiones relevantes. El diseño de la muestra pretende localizar y saturar el espacio discursivo sobre el tema a investigar, develar todas las lógicas y racionalidades existentes con la comprensión de sus relaciones y de las condiciones en las que se producen” (Galeano M., 2003, p. 34).

Previamente a utilizar el método de muestreo, se realizó una etapa de reconocimiento de los lugares en los cuales se puede ubicar a los clientes objetivos. Al determinar nuestros criterios para la población a tomar en cuenta se procedió a delimitar nuestra muestra por medio de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(t)^2(p)(1 - p)}{m^2}$$

Donde:

**p:** Es el tamaño de la población dentro del municipio de Estelí, siendo de 122,924 personas las cuales solo se tomaron en cuenta las que estén dentro del rango de edades.

**t:** Es el nivel de confianza, siendo de 95%

**m:** Es el margen de error, siendo de 5%

**n:** Es el tamaño de muestra, siendo un total de 385 personas

A partir del análisis del sector se eligió Café Luz y luna, Café Don Luis, Riff entre otros locales en el municipio de Estelí.

## **5.5. Métodos y técnicas para la recolección y el análisis de datos**

Cerda (1991) en su libro presenta una síntesis de los más relevantes elementos de la investigación científica. En el capítulo 7, Cerda explica didácticamente tres principales instrumentos de recopilación de datos, a saber: la observación, la entrevista y la encuesta. Después de comprender estos tres instrumentos, se optó por enfocarse en la observación y en la encuesta, ya que son las herramientas o instrumentos más adecuados para el presente proyecto de investigación.

### **5.5.1. La Observación**

“La observación participante, muy utilizada por los sociólogos y los antropólogos en las investigaciones sociales, se refiere a una modalidad donde el fenómeno se conoce desde dentro. Es natural cuando el observador pertenece a la comunidad donde se observa, y artificial cuando el investigador se integra a la comunidad con el objeto de hacer parte de ella y facilitar el trabajo de recolección de datos” (Cerda, 1991, p. 241).

“También dentro de esta amplia gama y variantes de la observación, nos encontramos con las observaciones individuales y por grupos. Las individuales son aquellas en que solamente el investigador es quien hace la observación, y por grupos, cuando es efectuada por un grupo de personas, la cual puede a su vez tener diversas variantes, ya que en un grupo todos pueden hacer la misma observación, o bien tratar cada uno un aspecto diferente. De igual manera se habla de la observación de campo, que se realiza directamente ante la realidad y en el momento mismo en que se sucede el hecho o suceso observado, y la observación de laboratorio, donde tanto el hecho o suceso observado como el proceso de observación, son artificiales y provocados” (Cerda, 1991, p. 241).

Mediante la observación participante, durante el primer y segundo semestre del año 2017, visitamos establecimientos como cafés y bares dentro de la zona urbana de Estelí, se realizaron observaciones individuales y por grupos.

### **5.5.2. La Encuesta**

“Las encuestas varían enormemente en su alcance, diseño y contenido, de ahí la abundante tipología de encuestas que existe, aunque todas ellas tienen aspectos comunes. Entre las variedades más comunes tenemos las encuestas abiertas y las encuestas cerradas. Pero, de acuerdo con la finalidad que se propone, se habla de cuatro tipos de encuestas: descriptivas, explicativas, seccionales y longitudinales. Existen otros muchos tipos de encuestas, pero éstas son las principales” (Cerde, 1991, p. 277).

“Las descriptivas son las más comunes entre las encuestas, y al igual que las investigaciones descriptivas, su propósito es caracterizar un fenómeno o situación concreta, indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores. pero a nivel masivo o en un colectivo determinado. Es una forma de producir información a nivel de un sector amplio de la población, la cual puede ser utilizada para todo tipo de trabajos y servicios sociales” (Cerde, 1991, p. 278).

“Es recomendable que la población estudiada sea heterogénea en su composición, ya que debe existir muchas posibilidades y alternativas para apreciar todas las variaciones posibles del fenómeno que se investiga” (Cerde, 1991, p. 279).

Se realizó una encuesta descriptiva durante el primer y segundo semestre del año 2017, en el primer semestre se realizó de manera impresa y de manera personal a cada una de las personas encuestadas, en cambio durante el segundo semestre se realizó de manera impresa y también por medio de internet haciendo uso de la herramienta en línea llamada “Eval&Go”. Ver el modelo de encuesta en la sección anexos de la presente investigación.

## **5.6. Procesamiento y análisis de los datos**

Luego de haber realizado las encuestas se hizo un análisis para sustentar el estudio de mercado con los datos obtenidos de cada una de las preguntas realizadas. El objetivo de la encuesta fue analizar la aceptación de un Café Bar con conceptos humanistas y de permacultura en el sector urbano de la ciudad de Estelí, a través de preguntas cerradas debido a que estas permiten que el encuestado no esté predispuesto en el momento de contestar la encuesta, donde se estudian las percepciones y preferencias de los clientes potenciales hacia la futura creación de la empresa planteada en la investigación. La recolección de datos se realizó a través de la técnica de entrevista personal aplicando un cuestionario de once preguntas.

### **5.6.1. Investigación de Mercado y su análisis**

Por medio de este proceso se puede diseñar e implementar metodologías que permiten identificar las características del consumidor objetivo, el cual sirve para establecer el nivel de aceptación del café-bar con conceptos de permacultura.

El estudio de mercado provee las herramientas necesarias y suficientes para la estimación de la demanda, la competencia, así como la participación de mercado; que constituyen los principales parámetros necesarios para la construcción de una evaluación de factibilidad financiera de este proyecto de inversión.

La fase de la investigación realizada es exploratoria dirigida al mercado meta con el objetivo de dar a conocer la idea propuesta. Utilizando una fuente primaria para la recolección de información, desarrollada con un formato establecido (Encuesta).



#### **5.6.4. Diseño del cuestionario en la encuesta**

El diseño del cuestionario se conformó de la siguiente manera:

1. Solicitud de cooperación por parte del encuestador hacia el público o persona a encuestar.
  - Saludo
  - Identificación del entrevistador
  - Propósito del estudio
2. Instrucciones.
3. Cuerpo del cuestionario.

#### **5.6.3. Preguntas y su formato de respuesta**

Las preguntas elaboradas en el cuestionario son:

- Dicotómicas: permiten al encuestado elegir una sola alternativa de las dos opciones planteadas.
- Selección múltiple: dan al encuestado la posibilidad de elegir una o más respuestas entre varias alternativas.
- Filtro: permiten conocer sobre el uso o no de productos o servicios.

#### 5.6.4. Resultados y análisis de la encuesta

##### Resultados pregunta N.º 1.

*¿Visita usted cafés, bares o restaurantes?*

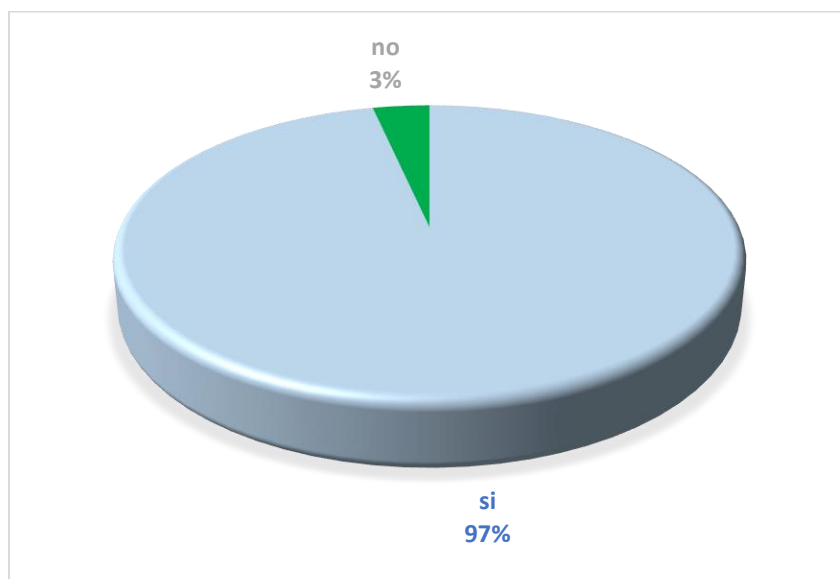


Figura 4: “Resultado de la pregunta 1 de la encuesta”. Elaborada por los autores.

Según la encuesta aplicada a una muestra de 385 personas en el sector urbano de la ciudad de Estelí, claramente la mayoría de los transeúntes de esta localidad acuden a un establecimiento tipo café-bar o restaurante, debido a que el 97% de los encuestados (opción 1 en el gráfico) visita estos lugares y solamente un 3% (opción 2 en el gráfico) no frecuentan este tipo de establecimientos.

## Resultados pregunta N.º 2

### ¿Con que frecuencia visita estos locales?

a: Una vez por semana

c: Par de veces al mes

b: Tres o más veces a la semana

d: Raras veces

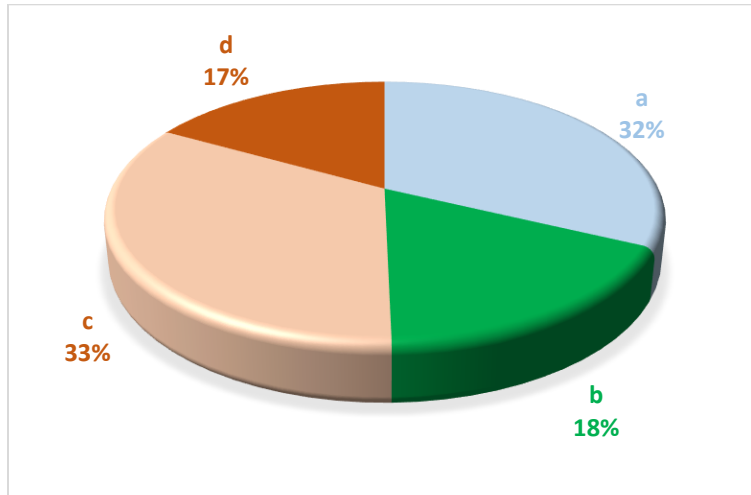


Figura 5: “Resultados encuesta, pregunta 2”. Elaborada por los autores

Según la encuesta aplicada a una muestra de 385 personas en el sector urbano de la ciudad de Estelí, se nota claramente que la mayoría de los transeúntes de esta localidad acude por lo menos una vez a la semana (Opción a en el gráfico) a un establecimiento tipo café-bar, debido a que el 32% de los encuestados visita estos lugares cuatro veces al mes y un 33% frecuentan este tipo de establecimientos par de veces al mes (Opción c en el gráfico), y como dato significativo, el 18% de los encuestados visita 3 o más veces a la semana (Opción b en el gráfico) éste tipo de establecimientos.

Los porcentajes arrojados en esta pregunta demuestran que entre la opción a que es una vez a la semana y la opción d que es raras veces hay una diferencia significativa y que la opción c que es tres o más veces a la semana demuestra que hay porcentaje positivo de posibles clientes a frecuentar un café-bar.

### Resultados pregunta N.º 3

*Considera que sus salidas a estos lugares son:*

**a:** Una necesidad

**c:** Una actividad de ocio

**b:** Un encuentro social

**d:** Otro

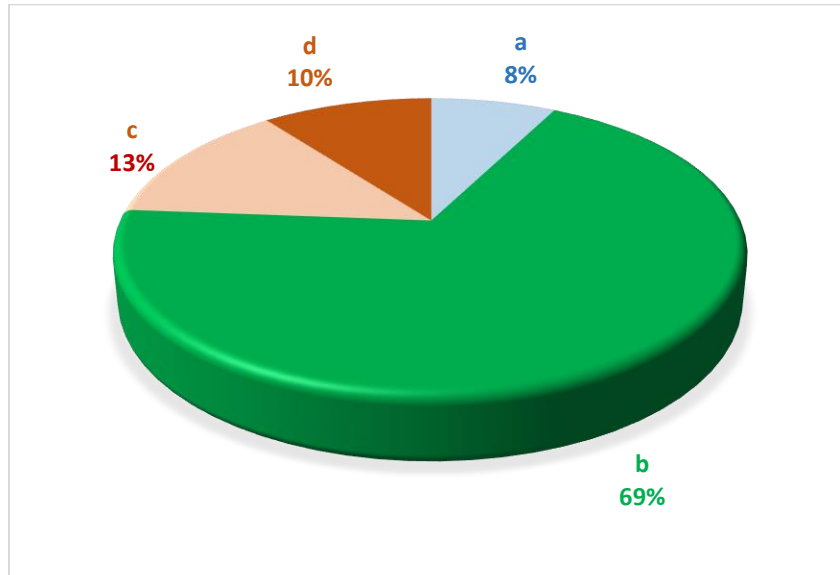


Figura 6: “Resultados encuesta, pregunta 3”. Elaborada por los autores.

Se evidencia claramente que un 69% de los encuestados prefiere visitar este tipo de establecimientos como un encuentro social (opción b en el gráfico), lo que da lugar a que más personas conozcan el establecimiento y si este cumple sus expectativas por ende la demanda se ve afectada positivamente. El 8% de la muestra frecuenta un café-bar por necesidad (opción a en el gráfico), el 13% como actividad de ocio (opción c en el gráfico) y un 10% suele dirigirse a estos lugares por otros motivos (opción d en el gráfico).

La tendencia de visitar este tipo de establecimientos en grupo se debe a que brinda un lugar tranquilo para dialogar y divertirse, por lo tanto, los grupos de oficinas, universitarios o simplemente amigos, buscan un sitio de estos para compartir un rato agradable y convertir esos espacios como pretexto para más futuros encuentros sociales.

## Resultados pregunta N.º 4

### *Opciones que usted considera importante a la hora de visitar un Café-Bar*

**a:** Comida

**b:** Ubicación

**c:** Económico

**d:** Concepto innovador con opciones

nuevas o distintas a las existentes

**e:** Seguridad

**f:** Comodidad

**g:** Calidad en la atención

**h:** Ambiente

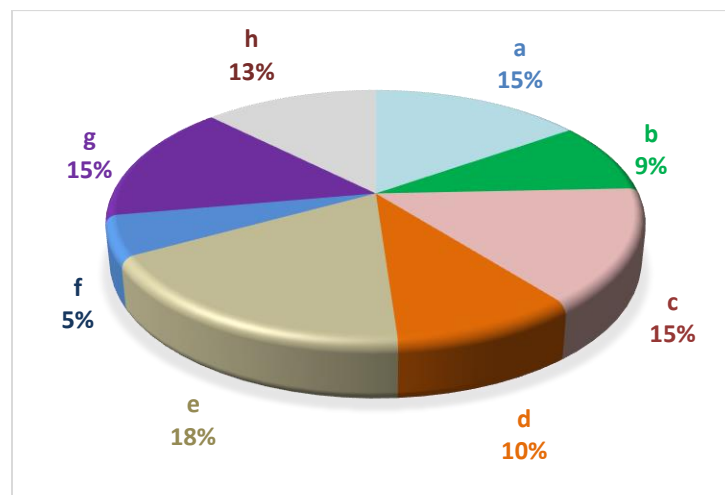


Figura 7: “Resultados encuesta, pregunta 4”. Elaborada por los autores.

Es importante conocer el tipo de servicio que los clientes esperan encontrar en un café-bar, con el fin de atender sus necesidades y expectativas. El 18% de la muestra considera que lo más importante, en este tipo de establecimientos es el ambiente acogedor (opción e en el gráfico), otro aspecto notable es que con alrededor del 15% de aceptación, lo que se espera es que el café-bar sea económico, que ofrezcan buena comida y con excelente calidad de atención (opciones a, c, g en el gráfico), la población restante opta por un concepto innovador con opciones nuevas y/o distintas a las existentes con un 13% (opción h en el gráfico). Por lo tanto, se puede concluir que lo más trascendental para el consumidor se encuentra en la estructura física y ambiente del negocio. Para el café-bar con conceptos humanistas y de permacultura estos cuatro aspectos son fundamentales para brindar un excelente servicio al cliente.

## Resultados pregunta N.º 5

*¿Le gustaría tener nuevas opciones para visitar dentro del municipio de Estelí?*

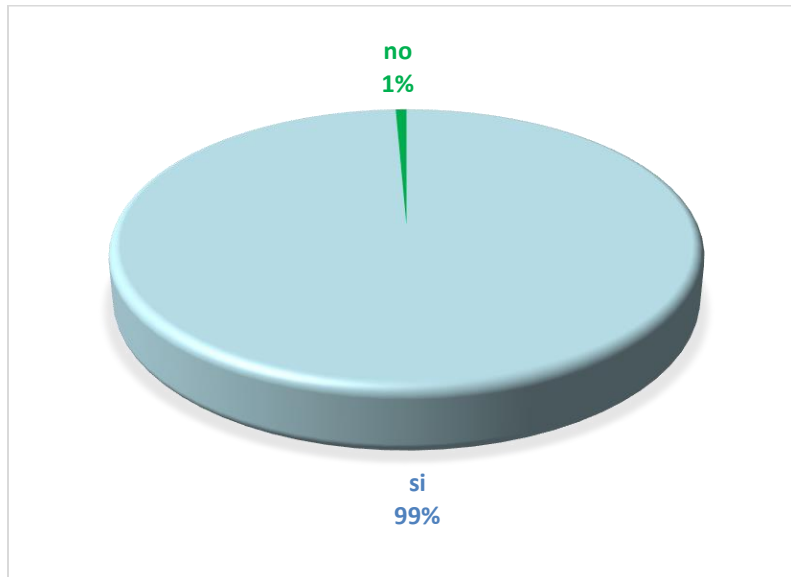


Figura 8: “Resultados encuesta, pregunta 5”. Elaborada por los autores.

La muestra escogida es de 385 personas y está un 99% de acuerdo en que sí gustaría de nuevas opciones para visitar dentro del municipio de Estelí (opción a en el gráfico) y solamente 1% en desacuerdo y dice no (opción b en el gráfico), lo cual indica que este tipo de servicios les gusta a las personas.

## Resultados pregunta N.º 6

### ¿Cuánto suele gastar al visitar estos locales (córdobas)?

a: De 100 a 500

b: De 501 a 900

c: De 901 a 1100

d: Mas de 1100

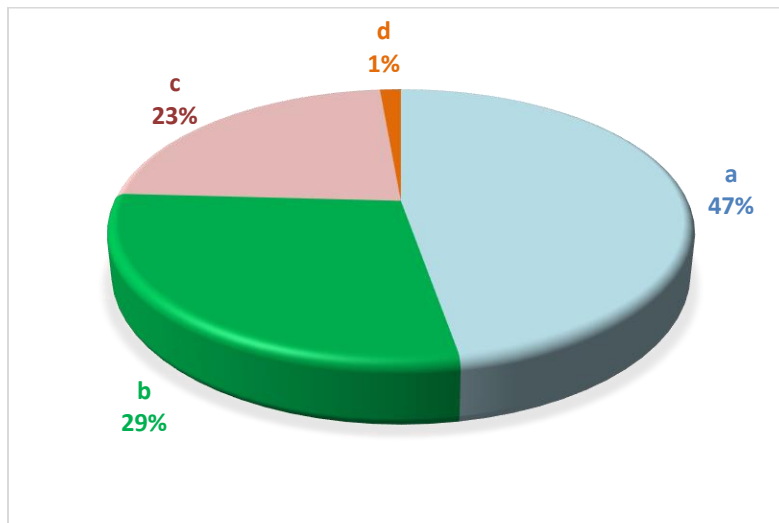


Figura 9: “Resultados encuesta, pregunta 6”. Elaborada por los autores.

Esta pregunta se realiza con el fin de conocer el rango monetario que las personas están dispuestas a pagar por este tipo de diversión, cada vez que acude a estos lugares en compañía de sus amistades y/o familiares. La muestra dio como resultado que el 47% gastan un promedio entre 100 y 500 córdobas, en cada una de sus visitas a estos establecimientos. El 29% invierte un promedio entre 501 y 900 córdobas y el 23% entre 901 y 1100 córdobas. Es importante tener en cuenta que los consumidores de este último rango tienen un estilo de vida alto y los productos que consumen tienden a ser de costos mayores.

## Resultados pregunta N.º 7

### Con respecto a las instalaciones, qué opciones le gustaría encontrar en el local

- a:** Música en vivo
- b:** Bastante iluminación
- c:** Ambiente con música agradable para dialogar
- d:** Poca iluminación
- e:** Ambiente temático
- f:** Excelente comida vegetariana y vegana
- g:** Disponibilidad de juegos de mesa
- i:** Tener un área exclusiva para fumadores de tabaco
- j:** Números teatrales
- h:** Exposición de arte

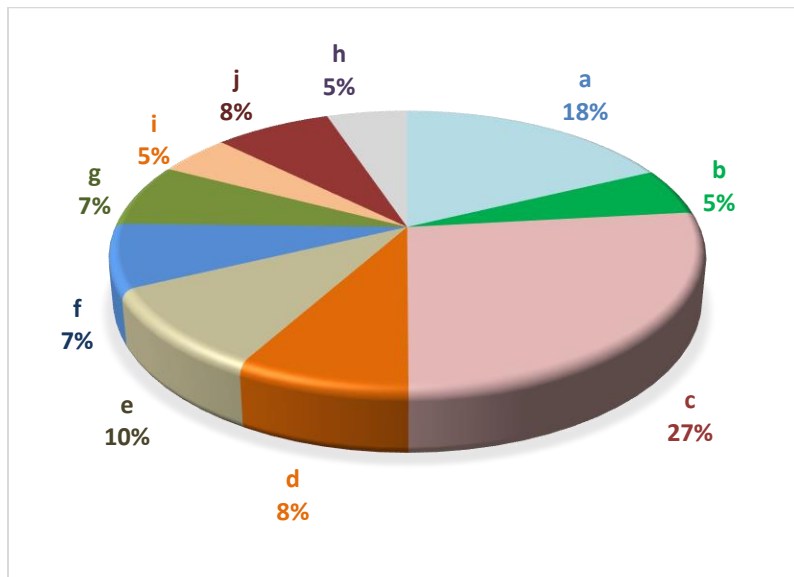


Figura 10: “Resultados encuesta, pregunta 7”. Elaborada por los autores.

Las tres opciones preferidas luego de la encuesta aplicada a 385 personas de la ciudad de Estelí son, ambiente con música a volumen agradable para dialogar (27%), música en vivo (18%) y ambiente temático (10%). Opciones que sirven y están dentro de lo que se quiere como proyecto café-bar.



## Resultados pregunta N.º 8

### Sus ingresos mensuales se aproximan a (Córdobas)

a: 0 a 3000

b: 3001 a 6000

c: 6001 a 8000

d: Mayor a 8000

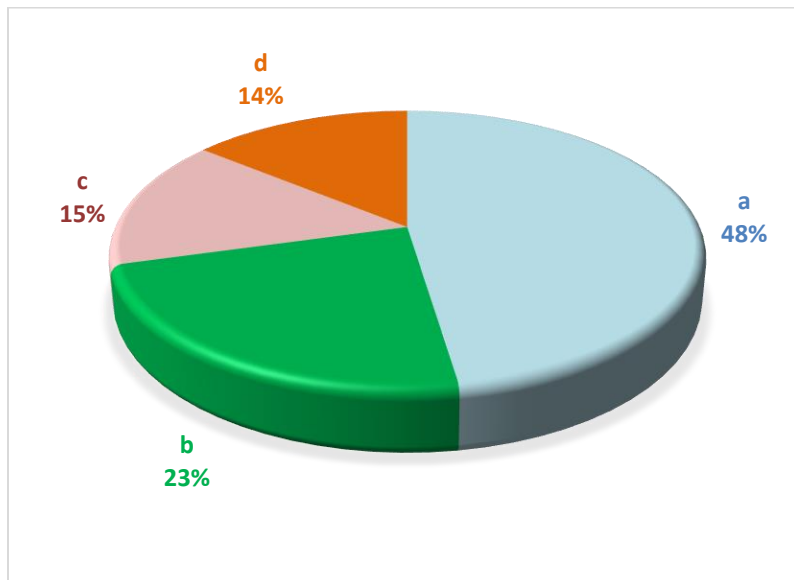


Figura 11: “Resultados encuesta, pregunta 8”. Elaborada por los autores.

Un 48% de la población encuestada muestra que sus ingresos mensuales son entre 0 y 3000 córdobas, un 23% de 3001 a 6000 córdobas, el 15% entre 6001 y 8000 córdobas y un 14% cuenta con ingresos mensuales mayores a 8000 córdobas, ésta pregunta se hizo con la finalidad de contar con un referente más para determinar el consumo que los clientes objetivo realizan en este tipo de establecimientos.

## Resultados pregunta N.º 9

### Le gustaría una oferta gastronómica vegana y vegetariana

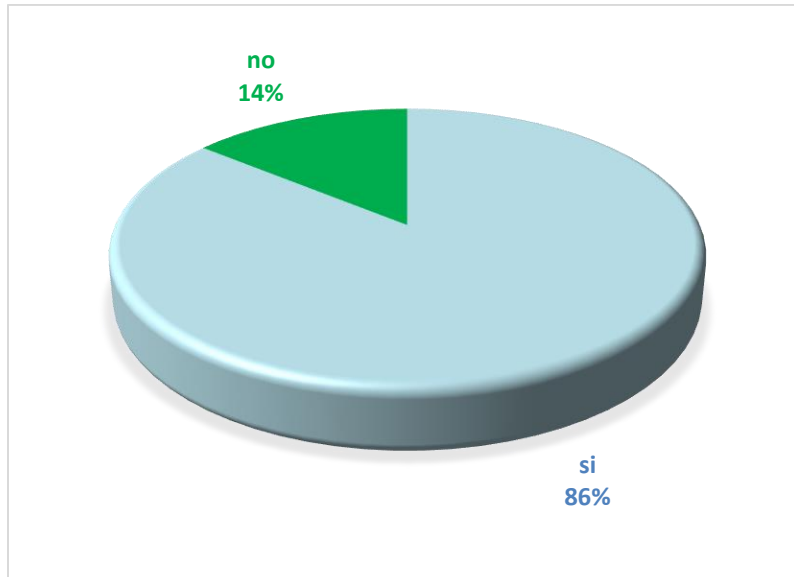


Figura 12: “Resultados encuesta, pregunta 9”. Elaborada por los autores.

Con esta pregunta se pretende conocer si el tipo gastronomía dentro del café-bar, es viable y agradable a la percepción de los transeúntes de la ciudad de Estelí. La mayoría de las personas encuestadas determinaron con un 86% una actitud positiva frente a la propuesta ofertada, dado que el consumo de comidas saludables está siendo considerado por la población. El 14% restante de la muestra no está de acuerdo con la oferta gastronómica planteada en el cuestionamiento.

## Resultados pregunta N.º 10

**Estaría dispuesto/a a visitar un nuevo local con un concepto ecológico, que apoye a artistas locales y con una oferta de gastronomía vegana y vegetariana.**

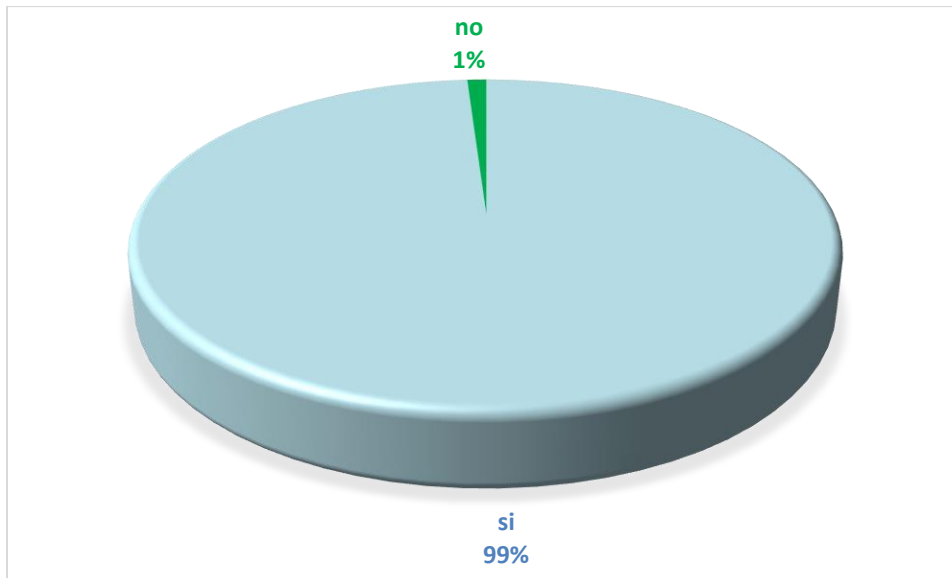


Figura 13: “Resultados encuesta, pregunta 10”. Elaborada por los autores.

Con esta pregunta se pretende conocer si la estructura física con conceptos humanistas, ecológicos y de permacultura del café-bar, es viable y agradable a la percepción de los transeúntes de la ciudad de Estelí. La mayoría de las personas encuestadas determinaron con un 99% una actitud positiva frente a la propuesta ofertada, dado que el humanismo está presente en esta población. El 1% restante de la muestra no está de acuerdo con la estructura física planteada en el cuestionamiento.

Con la estructura física, se planea mostrar lugares y artistas de la ciudad de Estelí, con el fin de concientizar a los visitantes del café-bar de lo positivo que tiene la ciudad de Estelí, existen varios artistas, escritores, músicos y actores que tienen un alto potencial, gracias a su talento y a la huella que dejan en cada una de sus actividades.

Esta idea surge debido a que dentro de los visitantes que acuden a este tipo de establecimientos, se encuentran extranjeros que son pocas las ideas que tienen de la ciudad de Estelí, los pobladores locales esperando nuevos espacios distintos a lo que la oferta presenta actualmente.

Los resultados de la encuesta arrojan que las personas que acuden a un café-bar son mujeres y hombres que están en su mayoría en un rango de edad entre los 17 y 38 años. Usualmente, suelen ir acompañados por sus grupos de amigos y por lo tanto buscan un lugar que les brinde comodidad y espacio acogedor, adicionalmente les gustaría encontrar que este espacio cuente con gastronomía vegetariana y vegana y les ofrezca diferentes alternativas relacionadas con la música, por ejemplo, la música en vivo y música a volumen agradable para dialogar.

### 5.6.5. Análisis de la demanda

El análisis de la demanda permite recopilar la información secundaria, que es fundamental para el estudio de la viabilidad del café-bar ya que hace énfasis en las necesidades y preferencias de los clientes.

#### 5.6.5.1. Perfil del mercado

##### **Bases de segmentación:**

a) **Geográfica:** La concentración del mercado objetivo, se encuentra ubicada en la ciudad de Estelí, Municipio de Estelí, Nicaragua, debido a que cuenta con un clima agradable, las personas de esta ciudad buscan un lugar donde puedan compartir en compañía de su grupo de amigos.

b) **Demográfica:** La investigación se dirige a personas mayores de edad, entre los rangos de 18 a 40 años, como transeúntes (estudiantes, trabajadores y empresarios) y residentes del sector.

c) **Psicográfica:** Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la encuesta realizada para la investigación de mercados, la mayoría de las personas desean encontrar un establecimiento como el descrito en el presente proyecto, donde se rompa el esquema físico de los establecimientos que actualmente existen en el sector y generando más oferta.

d) **Por beneficios:** Según el estudio realizado, se puede determinar que las personas frecuentan los Café-bar de la ciudad, buscan un espacio acogedor que les brinde diferentes opciones de entretenimiento.

### **5.6.5.2. Perfil del cliente:**

El perfil del cliente para el desarrollo de esta investigación corresponde a personas con rango de edad de 18 a 40 años, que habiten o visiten el sector urbano de la ciudad de Estelí, con un nivel socioeconómico mayor o igual a estrato 3. Individuos que deseen salir de la cotidianidad de los servicios ofrecidos por los Café-bar actuales del sector.

Este tipo de personas buscan nuevas alternativas en sus actividades de esparcimiento, debido a que su nivel económico y grupos sociales a los que pertenecen están a la vanguardia de las oportunidades que ofrece el mercado día a día.

### **Características de la población objetivo**

El desarrollo urbanístico en la ciudad de Estelí ha adquirido en los últimos años una evolución acelerada y con perfiles de tal naturaleza que en la actualidad el núcleo de desarrollo de este sector tiene connotaciones que lo diferencian de los sectores vecinos.

Por su carácter fundamental de sector residencial, se hace necesaria y urgente la adopción de medidas que garanticen la preservación del sector a mediano y largo plazo. La ciudad de Estelí consta aproximadamente de un territorio de 2 229,7 km<sup>2</sup> y una población de (estimaciones oficiales para 2005) de 215.384 habitantes, distribuidos en un 59% en el área urbana y 41% en el área rural (datos tomados de INIDE).

Según la pregunta en la encuesta realizada a 385 personas de la ciudad de Estelí, si desean nuevos lugares como un café-bar en la zona urbana de la ciudad se obtuvo gran porcentaje de aprobación lo cual nos refleja que realmente hay un deseo de los posibles clientes de visitar lugares con las características anteriormente descritas.

### **5.6.7. Análisis de la Oferta**

La función de la oferta significa, la cantidad que un productor estaría dispuesto a suministrar, en un período determinado, en función del precio. En el caso del Café-bar, la investigación de la muestra aplicada demuestra que los clientes potenciales acuden por lo menos una vez a la semana a este tipo de establecimientos y prefieren un local con música en vivo, música a volumen agradable para dialogar y que sí están interesados en la gastronomía vegetariana y vegana, invirtiendo un promedio mayor a 300 córdobas la mayoría, por cada una de las visitas que realiza al café-bar.

El Mercadeo se ha convertido en una herramienta muy útil para las grandes compañías. Pero también las pequeñas y medianas empresas deben implementar estas estrategias, para poder lograr ser competitivas y sobrevivir con los constantes cambios y movimientos del mercado.

Es esta la razón más importante para realizar un adecuado estudio de la oferta, con el fin de conocer las debilidades y fortalezas que tiene la competencia directa y de esta forma implementar nuevas y mejores estrategias que guíen el camino del éxito del negocio. Se pretende estar siempre innovando de acuerdo con las demandas de los consumidores, pero sin perder el concepto humanista, ecológico y de permacultura.

### **5.6.8. Análisis de Precios**

El precio es un factor significativo en la economía y en la mente del consumidor, debido a que influye en los ingresos y utilidades de la empresa. Es indispensable, conocer la estrategia de precios que se utilizará en cada una de las etapas del ciclo de vida del negocio.

Una estrategia a tener en cuenta en la fijación de los precios es la forma como se adquiere el producto a través del canal de distribución seleccionado, puesto que comprando a mayoristas se reduce el número de intermediarios y por ende el precio ofrecido al consumidor.

Por medio de la encuesta se puede analizar que los consumidores mayormente jóvenes suelen visitar seguido los diferentes locales de la ciudad y gastando C\$ 300 aproximadamente cada que los visitan. Al igual que se toma en cuenta a la competencia, por lo tanto, nuestros precios de apertura estarían dentro de los rangos de nuestra competencia.

Al establecer precios similares o quizás un poco más baratos que la competencia se tendría mayor oportunidad de estar dentro de las opciones de los consumidores y así poder establecerse en la ciudad.



### **5.6.9. Resultados y análisis de los datos obtenidos a partir de la simple observación.**

Mediante una observación se detectó la necesidad de crear una empresa que utilice un espacio café-bar en forma novedosa, ya que los habitantes consumen este servicio generalmente como un escape de la rutina y lo cotidiano, desconociendo de algunas tendencias culturales y artísticas debido a la fuerte influencia de los medios, que con su información proponen un ambiente generalizado y crean modismos propicios para caer en una rutina más de entretenimiento y de ocio globalizado, se pueden obtener beneficios que enriquecen la cultura alternando y desarrollando eventos dinámicos y abiertos a la creatividad.

Se observó la oportunidad para formular un proyecto de café-bar o espacio Pub, espacio de poco ruido, armonía, apto para personas libres de responsabilidades, personas sintiendo ganas de un espacio para compartir momentos, quizás de su tiempo, con ánimos de disfrutar un escape hacia las artes y la música en vivo en niveles de volumen agradables para conversar.

Una permacultura aplicada si se incluye en el pilar que el concepto de permacultura expresa como “cuida a la gente”. Se plantea una ideología de ser un espacio donde se evite la excesiva cantidad de momentos repetidos, ambientes tóxicos, excesos que causan enfermedad, que también pueden ser escasez y ausencia de vida. Como lema sería promover una Libertad colectiva en comunidad y armonía de vida.

## **5.7. Estudio Financiero**

El Estudio financiero se puede definir como el flujo de beneficios netos, que orden secuencialmente las inversiones, costos y beneficios de un proyecto en este caso para la creación de un café-bar con conceptos humanistas y de permacultura, al relacionar estos parámetros en el presente permite establecer en qué momento del futuro la demanda o la generación de nuevos recursos.

Dado lo anterior la construcción del flujo de beneficios netos permite sintetizar toda la información disponible sobre el proyecto, permite determinar el punto crítico del análisis costo – beneficio: la comparación entre los costos y los beneficios de este además de agregar el factor temporal elemento clave para tener en cuenta en la toma de decisiones.

### **5.7.1. Inversiones del proyecto**

“Las inversiones corresponden a la inversión inicial que está constituida por los activos fijos, tangibles e intangibles necesarios para operar y el capital de trabajo” (Córdoba Padilla, 2006, p. 186).

#### **5.7.1.1 Inversión fija**

Los activos tangibles están referidos a terrenos, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículos, herramientas, etc. Para el desarrollo del proyecto es preciso la compra de maquinaria, muebles y enceres necesarios para el funcionamiento y puesta en marcha los cuales se encuentran detallados en la sección Anexos que de acuerdo con levantamiento de información el valor para realizar la adquisición de dichos bienes asciende a la suma de \$ 7,911.00 los cuales se encuentra discriminados a continuación:

### 5.7.1.2. Maquinaria y Equipo de Computo

Para la puesta inicial del proyecto se requiere realizar la compra de equipos y maquinaria que de acuerdo con cotizaciones realizadas equivaldría a \$2,911.00 especificado en la tabla.

<b>Detalle de Maquinaria y Equipos.</b>				
<b>Item</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
1	Sofá	3.00	55.00	165.00
2	Juego de 1 mesa y 4 sillas	5.00	150.00	750.00
3	Sillas para barra	8.00	70.00	560.00
4	Equipo de Sonido	1.00	350.00	350.00
5	Televisor LCD 42"	1.00	450.00	450.00
6	Caja Registradora	1.00	110.00	110.00
7	Nevera Vertical	1.00	166.00	166.00
8	Horno de Microondas	1.00	45.00	45.00
9	Cafetera Express	1.00	39.00	39.00
10	Licuada Frapeadora	1.00	25.00	25.00
11	Nevera Horizontal	1.00	233.00	233.00
12	Secador de mano	1.00	18.00	18.00
<b>TOTAL</b>		<b>25.00</b>	<b>1,711.00</b>	<b>2,911.00</b>

Tabla 6: "Detalle de Maquinaria y Equipos". Realizada por los autores.

Estos bienes son utilizados para el proceso de transformación de materia prima o que son de apoyo a la operación diaria del proyecto, se debe tener en cuenta que estos activos están sujetos a la depreciación que es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él.

Para los efectos contables la depreciación afecta la utilidad debido a su influencia en el cálculo de impuestos para el proyecto de la creación de un café-bar se empleará la depreciación anual detallada en la sección Anexos, que de acuerdo con los cálculos

realizados teniendo en cuenta la vida útil de cada uno de los elementos depreciados, el valor por depreciación anual es de \$ 1,503.09.

### 5.7.1.3. Inversión diferida

La inversión diferida se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Proyecto, no están sujetos a desgaste físico. Para la etapa preoperativa del montaje de café-bar Güerewere se encuentra conformada por el trabajo de investigación realizada, gastos de puesta en marcha de la planta, cristalería y utensilios requeridos para el desarrollo diario de la operación y gastos de administración.

<b>b) Inversión Diferida</b>	<b>5,576.00</b>
<b>Gastos de Organización</b>	5,076.00
<b>Montaje e Instalación de Maquinaria</b>	500.00

Tabla 7: “Monto de inversión diferida”. Realizada por los autores

Los activos intangibles se deben registrar por separado e informar de los principales conceptos, como el método de amortización y el monto acumulado de la amortización.

### 5.7.2. Capital de trabajo inicial

“Contablemente se define como la diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante, está representado por el capital adicional necesario para funcionar una empresa, es decir, los medios financieros necesarios para la primera producción mientras se perciben ingresos: materias primas, sueldos y salarios entre otros” (Córdoba Padilla, 2006, p. 320).

Como se deben considerar los recursos necesarios requeridos para que café-bar Güerewere entre en operación se tiene en cuenta el valor del primer inventario y un mes de nómina, así que el valor de Capital de trabajo es de \$45,798.30.

<b>Capital de Trabajo</b>	<b>45,798.30</b>
<b>Materiales</b>	323.00
<b>Mano de Obra</b>	7,243.30
<b>Servicios</b>	38,232.00

Tabla 8: “Capital de Trabajo”. Elaborado por los autores

Así la inversión inicial para el montaje y puesta en marcha de café-bar Güerewere se calcula en \$ 59,285.30

<b>N°</b>	<b>Detalle</b>	<b>Aporte Propio</b>	<b>Aporte Solicitado</b>	<b>Total</b>
1	Inversión (a + b)	<b>1,230.00</b>	<b>12,257.00</b>	<b>13,487.00</b>
	<b>a) Inversión Fija</b>	<b>1,230.00</b>	<b>6,681.00</b>	<b>7,911.00</b>
	Maquinaria y Equipo	340.00	2,571.00	2,911.00
	Muebles y Enseres	890.00	4,110.00	5,000.00
	Obras Civiles e Instalaciones			-
	<b>b) Inversión Diferida</b>	-	<b>5,576.00</b>	<b>5,576.00</b>
	Gastos de Organización		5,076.00	5,076.00
	Montaje e Instalación de Maquinaria		500.00	500.00
2	<b>Capital de Trabajo</b>	<b>45,798.30</b>	-	<b>45,798.30</b>
	Materiales	323.00		323.00
	Mano de Obra	7,243.30		7,243.30
	Servicios	38,232.00	-	38,232.00
	<b>Inversión Total (1 + 2)</b>	<b>47,028.30</b>	<b>12,257.00</b>	<b>59,285.30</b>

Tabla 9: “Inversión expresada en dólares”. Realizada por los autores.

### **5.7.3. Políticas Financieras**

Las políticas financieras explican las cifras que se encuentran en los presupuestos y sirven de base para elaborar los estados financieros proyectados, en este caso la administración de café-bar Güerewere contempla los siguientes aspectos:

#### **a. Mano de Obra**

La mano de obra es calculada de acuerdo con las necesidades detectadas en el estudio de mercado realizado y que busca suplirlas al 100% de contado con los colaboradores adecuados.

De acuerdo con las proyecciones que se presentan en el Anexo, donde se muestran tres escenarios diferentes, el primero con la totalidad de la nómina por contrato laboral, el segundo que presenta un escenario donde el 70% de la fuerza laboral son empleados por contrato de prestación de servicios y el tercero donde la totalidad de personal se emplearía mediante un outsourcing. Después de realizar el análisis correspondiente se definió que la opción óptima para el café-bar Güerewere es realizar la contratación del 70% de empleados mediante contrato de prestación de servicios.

Lo anterior porque la carga prestacional disminuye favorablemente, permitiendo reducción en los costos de mano de obra, también se debe tener en cuenta que para el arranque del negocio se debe optimizar de forma positiva el recurso humano, permitiendo mayor flexibilización (en horarios) para cubrir las necesidades del café-bar.

## b. Manejo del inventario

Es importante resaltar que el manejo de inventarios para el café-bar representa una inversión alta y que su planificación es vital ya que el efecto es directo con las funciones principales del negocio, así se define que:

El café-bar es un negocio comercializador de productos terminados (bebidas alcohólicas, alimentos), pero también es productora al ofrecer productos que deben ser fabricados por el café-bar (cócteles, bebidas calientes entre otros). Sin embargo para cubrir las necesidades del mercado no se hace necesario manejar inventarios de productos en proceso o de productos terminados, en cambio sí se debe garantizar la disponibilidad del inventario de materias primas con un colchón permisible del 35% en bebidas (productos no perecederos) y un 10% en los alimentos.

### 5.7.4. Gastos de Operación

Para el desarrollo de las operaciones diarias de café-bar Güerewere se requiere la utilización de equipos y el pago de algunos impuestos, ello indica que anualmente se incurrirá en gastos de operación por \$ 274,519.97 proyectando a 5 periodos se puede ver lo siguiente:

N°	Detalle	Producción					
		1	2	3	4	5	Total
1	Costos Totales (a + b)	282,999.65	283,187.95	283,343.92	283,452.03	283,492.27	1,416,475.83
	a) Costos Fijos	274,519.97	274,519.97	274,519.97	274,519.97	274,519.97	1,372,599.86
	Depreciación	1,503.09	1,503.09	1,503.09	1,503.09	1,503.09	7,515.45
	Amortización						
	Inversión						
	Diferida	1,115.20	1,115.20	1,115.20	1,115.20	1,115.20	5,576.00
	Mano de Obra	46,109.68	46,109.68	46,109.68	46,109.68	46,109.68	230,548.41

Servicios	225,792.00	225,792.00	225,792.00	225,792.00	225,792.00	1,128,960.00
a) Costos Variables	8,479.68	8,667.98	8,823.95	8,932.06	8,972.30	43,875.97
Materiales	1,938.00	2,131.80	2,344.98	2,579.48	2,837.43	11,831.68
Costo Financiero (Intereses)	2,941.68	2,576.18	2,122.97	1,560.98	864.11	10,065.92
Otros	3,600.00	3,960.00	4,356.00	4,791.60	5,270.76	21,978.36

\*Tabla elaborada por los autores.

### 5.7.5. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es la cantidad de producción con la que los ingresos totales igualan a los costos totales, es decir, con la que la utilidad de operación es cero. Para desarrollar el punto de equilibrio del proyecto se debe tener en cuenta que es una mezcla de productos ya que café-bar Güerewere no es una PYME productora, así las cosas se debe entender que existe una relación entre los costos fijos, los costos variables el volumen de ventas y las utilidades operacionales.

Existe un modelo matemático cuando se desea calcular el punto de equilibrio de mezcla de productos; para ello es importante realizar ciertos pasos que se muestran en detalle en el anexo:

Ventas Totales Anuales	<b>279,506.73</b>
Costo de Ventas Totales	<b>1,393,318.45</b>
Margen de Contribución Ponderado	<b>22,322.92</b>
Costos Fijos Anuales	<b>123,980.183</b>

Tabla elaborada por los autores.



1. Del total de productos a vender en el establecimiento se aplica un análisis estructural donde se puede observar la participación de cada producto en el total de ventas a realizar.
2. El porcentaje de participación de cada producto se multiplica por su margen de contribución unitario. El resultado será el margen de contribución ponderado de cada producto. Si se suman estos valores ponderados, su resultado simplemente será el margen de contribución total ponderado (\$22,322.92)
3. Dado lo anterior se procede a calcular el punto de equilibrio de producto por producto.

Del proceso anterior se obtiene que \$ 279,506.73 es el valor de ventas mínimas a realizar de productos para que el proyecto no arroje ni utilidad ni pérdida operacional.

### **5.7.6. Evaluación Financiera**

Con la finalidad de determinar las bondades del proyecto, como base para la toma de decisiones de inversión, se deben presentar en primer lugar las proyecciones de los estados financieros: ganancias y pérdidas, flujo de caja para planificación financiera, balance general y flujo neto de efectivo y de esta forma determinar la rentabilidad el proyecto. La tasa de oportunidad requerida para hallar el VPN y la TIR se estima en 20% siendo una inversión segura.

### **5.7.7. Valor Presente Neto**

También se conoce como el valor actual neto (VAN) definiéndose como la diferencia existente entre los ingresos y egresos a un valor actualizado o la diferencia entre lo ingresos netos y la inversión inicial.

Para realizar el cálculo del VAN se deben tener en cuenta la inversión inicial del proyecto, los flujos netos de efectivo del proyecto una tasa de descuento o de referencia así las cosas:

- Se dijo que para la puesta en marcha y funcionamiento se requiere como capital de inversión la suma de \$ 59,285.30.
- Se determinó el flujo de caja del proyecto:

N°	Detalle	Producción					
		1	2	3	4	5	Total
1	Ingresos	292,000.00	321,200.00	353,320.00	388,652.00	427,517.20	1,782,689.20
	0	292,000.00	321,200.00	353,320.00	388,652.00	427,517.20	1,782,689.20
	0	-	-	-	-	-	-
	0	-	-	-	-	-	-
	0	-	-	-	-	-	-
	0	-	-	-	-	-	-
	0	-	-	-	-	-	-
	0	-	-	-	-	-	-
2	Costos Totales (a+b)	282,999.65	283,187.95	283,343.92	283,452.03	283,492.27	1,416,475.83
	<b>a) Costos Fijos</b>	<b>274,519.97</b>	<b>274,519.97</b>	<b>274,519.97</b>	<b>274,519.97</b>	<b>274,519.97</b>	<b>1,372,599.86</b>
	Depreciación	1,503.09	1,503.09	1,503.09	1,503.09	1,503.09	7,515.45
	Amortización Inversión Diferida	1,115.20	1,115.20	1,115.20	1,115.20	1,115.20	5,576.00
	Mano de Obra	46,109.68	46,109.68	46,109.68	46,109.68	46,109.68	230,548.41
	Servicios	225,792.00	225,792.00	225,792.00	225,792.00	225,792.00	1,128,960.00
	<b>a) Costos Variables</b>	<b>8,479.68</b>	<b>8,667.98</b>	<b>8,823.95</b>	<b>8,932.06</b>	<b>8,972.30</b>	<b>43,875.97</b>
	Materiales	1,938.00	2,131.80	2,344.98	2,579.48	2,837.43	11,831.68
	Costo Financiero (Intereses)	2,941.68	2,576.18	2,122.97	1,560.98	864.11	10,065.92

	Otros	3,600.00	3,960.00	4,356.00	4,791.60	5,270.76	21,978.36
3	Utilidad Bruta (1 - 2)	<b>9,000.35</b>	<b>38,012.05</b>	<b>69,976.08</b>	<b>105,199.97</b>	<b>144,024.93</b>	<b>366,213.37</b>
4	Impuestos	<b>2,700.10</b>	<b>11,403.61</b>	<b>20,992.82</b>	<b>31,559.99</b>	<b>43,207.48</b>	<b>109,864.01</b>
5	Utilidad Neta (3 - 4)	<b>6,300.24</b>	<b>26,608.43</b>	<b>48,983.26</b>	<b>73,639.98</b>	<b>100,817.45</b>	<b>256,349.36</b>

Tabla elaborada por los autores.

- Se tomo como tasa interna de oportunidad la reflejada por las inversiones TES, siendo renta fija presenta mayor seguridad al inversionista, que equivale a 20%

Dada la información requerida para calcular el valor presente neto, se resume de la siguiente forma:

TIO: 20%

PERIODO	FLUJO NETO
<b>0</b>	<b>-59,285.30</b>
<b>1</b>	<b>6,163.024</b>
<b>2</b>	<b>18,984.944</b>
<b>3</b>	<b>28,506.903</b>
<b>4</b>	<b>35,375.513</b>
<b>5</b>	<b>40,121.555</b>

Tabla elaborada por los autores.

**VAN: \$ 69,866.64**

De lo anterior se deduce que la inversión se incrementa positivamente en el valor referente a cinco periodos de proyección. Como el valor resultante es > a 0 el proyecto maximiza la inversión en \$ 69,866.64 a una tasa del 20%.

### **5.7.8. Tasa interna de retorno (TIR)**

La tasa interna de retorno refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará periodo a periodo durante toda su vida útil, es decir es la tasa que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero la relación entre el VAN y la tasa de descuento es una relación inversa, un aumento en la tasa de la tasa de disminuye el valor actual neto. Para el café-bar Güerewere la TIR es del 50% tasa superior a la tasa de interés de oportunidad, esto quiere decir que la rentabilidad del proyecto asumiendo reinversiones de recursos excedentes a la tasa de oportunidad, es mayor que el rendimiento de las alternativas de inversión que rinden un 20% como los TES.

### **Razón Costo Beneficio (C/B)**

La razón costo beneficio es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar. Dado lo anterior se realiza el cálculo mediante:  $R B/C = VP \text{ ingresos} / VP \text{ Egresos}$  Reemplazando:

$$R B/C = C\$ 1,030,094.68 / C\$ 900,942.74$$

$$R B/C = 1.14$$

Como el resultado es  $> 1$ , significa que los ingresos netos son superiores a los egresos netos. En otras palabras, el proyecto resulta rentable para los accionistas capitalistas.

### **Periodo de recuperación de la inversión - PRI**

Este indicador mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo. Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. Para café-bar Güerewere la recuperación de la inversión inicial se calcula en 2.30 periodos.

## VI. Análisis y Discusión de resultados

Para determinar nuestra ubicación se identificaron tres barrios de la ciudad de Estelí como localizaciones tentativas:

- A. Barrio El Calvario
- B. Barrio 14 de Abril (El Rosario)
- C. Barrio Orlando Ochoa.

Factores Críticos					
Barrios	Localización	Cercanía Centro de la ciudad	Disponibilidad de Servicios	Seguridad	Total
El Calvario [A]	1	1	1	1	1
El Rosario [B]	0	0	1	0	0
Orlando Ochoa[C]	1	1	1	1	1

Tabla 2: “Factores Críticos para la micro localización del proyecto”. Elaborado por los autores.

En la tabla se muestran los factores críticos:

**Localización:** Hace referencia al local, si es de fácil acceso y si muestra condiciones para establecer un café-bar.

**Cercanía con el centro urbano de la ciudad:** Hace referencia a la ubicación geográfica del local, si es cercano al centro urbano de la ciudad de Estelí.

**Disponibilidad de Servicios:** Hace referencia a la disponibilidad de servicios básicos como agua, electricidad y redes de telecomunicación.

**Seguridad:** Hace referencia a la situación sociocultural del sector, si es seguro o si cuenta con un sistema de seguridad.

En la tabla de factores críticos queda descartada la opción B, correspondiente al barrio 14 de abril, según nuestro criterio debido a que no cumplía con los requisitos de

localización, no está cerca del centro de la ciudad y en el aspecto de seguridad no es muy convincente.

<b>Factor Objetivo</b>				
<b>Barrios</b>	<b>Valor del Local</b>	<b>Remodelación</b>	<b>Total</b>	<b>Factores Objetivo</b>
<b>[A]</b>	\$38,000	\$1,200	\$39,200	0.32907
<b>[B]</b>	\$35,000	\$900	\$35,900	0.35932
<b>[C]</b>	\$40,000	\$1,400	\$41,400	0.31159

Tabla 3: “Factor Objetivo para la micro localización del proyecto”. Elaborado por los autores.

Los factores objetivos corresponden al costo o valor del local más el costo de remodelación. Entre las opciones A y B la opción más económica es la opción A correspondiente al barrio El Calvario.

<b>Medida de comparación de los Factores Subjetivos</b>				
<b>Factor Subjetivo</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Deficiente</b>	<b>Bueno</b>	<b>Excelente</b>
Clima social	30%	0%	10%	20%
Competencia	35%	0%	10%	25%
Actitud de la comunidad	35%	0%	10%	25%
<b>Total</b>	100%			

Tabla 4: “Factores subjetivos para la micro localización del proyecto”.

Elaborado por los autores.

Los factores subjetivos corresponden a:

- **Clima social:** Hace referencia a todo aspecto de índole social, como lo son la presencia de grupos de jóvenes en las calles, o posibles lugares de reunión de grupos religiosos.
- **Competencia:** Hace referencia a la presencia de competencia, lugares similares o con cierta similitud a un café-bar.
- **Actitud de la comunidad:** Hace referencia a la actitud de la población y su reacción positiva hacia un local como un café-bar.

Factor Subjetivo	Ponderación	A	B	C
Clima social	30%	10%	0%	20%
Competencia	35%	10%	25%	10%
Actitud de la comunidad	35%	10%	10%	25%
<b>Total</b>	100%	30%	35%	55%

En cuanto a la evaluación de los factores subjetivos resultó con mejor puntuación la opción C, correspondiente al barrio Orlando Ochoa, debido a que presentó excelente clima social y excelente actitud de la comunidad.

Por último, se realizó la combinación de los factores críticos, objetivos y subjetivos mediante la fórmula del algoritmo sinérgico:

<b>Algoritmo sinérgico:</b>
<b><math>IL_i: FC_i \{ (FO_i \cdot \alpha) + [(1-\alpha)(FS_i)] \}</math></b>

Donde:

- $\alpha$  (alfa): Equivale al nivel de confiabilidad, en nuestro caso será del 75%, es decir que alfa equivale a 0,75.
- **FC<sub>i</sub>**: Factor crítico.
- **FO<sub>i</sub>**: Factor objetivo.
- **FS<sub>i</sub>**: Factor subjetivo.

$$\mathbf{A: (1) [(0.32907) (0.75) + (1 - 0.75) (0.30)] = 0.3218}$$

$$\mathbf{B: (0) [(0.35932) (0.75) + (1 - 0.75) (0.35)] = 0}$$

$$\mathbf{C: (1) [(0.31159) (0.75) + (1 - 0.75) (0.55)] = 0.3712}$$

Al realizarse los cálculos la mejor opción es la opción C, correspondiente al barrio Orlando Ochoa, cuyo local es la opción ideal para establecer un café-bar con conceptos de permacultura debido a que se encuentra en un sector con excelente clima social y actitud positiva de la población. La opción B, correspondiente al barrio 14 de Abril se descartó por no llenar los requisitos o cumplir con los factores críticos, la opción A, correspondiente al barrio El Calvario, resultó ser la opción más económica.

La propuesta de café-bar con conceptos de permacultura es viable y factible al mostrar resultados positivos en el estudio financiero, al haberse diagnosticado mediante métodos estadísticos el alcance y aceptación de un local con conceptos de permacultura, se concluye en el estudio de mercado que el proyecto café-bar es ideal orientarlo a un mercado conformado por personas entre las edades de 18 y 37 años de edad ya que un 99% de las personas encuestadas dentro de ese rango visitarían un local café-bar, además la ubicación sería en el barrio Orlando Ochoa, un local céntrico en la ciudad de Estelí.



## **VII. Conclusiones**

Se fundamentaron algunos aspectos teóricos relacionados con el concepto de café-bar y de permacultura para así mostrar un poco la idea que surgió como una necesidad de inversión familiar y entre amistades.

Se diagnosticó mediante métodos estadísticos el alcance y aceptación de un café-bar con conceptos de permacultura, la cual fue positiva, con un 99% de aceptación como resultado, se evaluó mediante un estudio de mercado la oferta y la demanda y crecimiento del presente proyecto, obteniendo resultados positivos ya que existen oportunidades para innovar y desarrollarse sosteniblemente dentro del mercado de café-bares en la ciudad de Estelí, Nicaragua.

Se determinó la factibilidad mediante la evaluación económica financiera donde también se obtuvieron resultados positivos en el TIR y el VAN del estudio realizado. Por consiguiente, la presente propuesta de café-bar con conceptos de permacultura está lista para mostrarse a posibles inversionistas.

## VIII. Recomendaciones

Para comenzar a mencionar la serie de recomendaciones, que como próximos ingenieros industriales proponemos, se deben tomar en cuenta conceptos de ergonomía, seguridad e higiene que se pueden consultar en el libro “Seguridad e higiene industrial” (Hernández Zúñiga, 2005). Así mismo de su impacto positivo dentro de los procesos que se ejecutan para alcanzar la sostenibilidad financiera en el mercado de café-bares, la presente propuesta de café-bar Güerewere, el concepto de permacultura y la visión de convertirse en un servicio de calidad con una misión humanista.

### ❖ Situación de salud y limpieza.

- Cumplir con las normativas recomendadas por el ministerio de salud y del benemérito cuerpo de bomberos de la ciudad de Estelí.
- Establecer y mantener excelentes relaciones con la red de seguridad residencial y pública, así mismo cumplir con las normativas de ley establecidas por la constitución y cumplimiento de requisitos legales ante la alcaldía de Estelí y los órganos reguladores de la economía familiar.

### ❖ Situación de planta o local

- Garantizar al menos los siguientes espacios: 2 sanitarios, 1 lavamanos y 1 urinario. (Espejos a la altura del rostro, jabón líquido y toallas o papel absorbente).

- Establecer normativas auditivas y de iluminación según el tipo de evento o día de la semana, horarios adaptables cumpliendo las normas correspondientes.
- La barra ubicada en el centro del escenario, haciendo suponer que en frente de la barra estará ubicado un espacio amplio para dj y música en vivo, y otro espacio detrás de la barra un poco de espacio con ambiente de café-bar, disponiendo de mesas y sillas garantizando un ambiente ideal para dialogar en armonía. (El área de dj y música en vivo, en días o eventos de café-bar disponible para zona de fumar y contando con bancas y cubos para sentarse en los costados del salón).
- Disponer de una pantalla de proyecciones y ubicar dicha pantalla en la parte superior donde se presentan artistas.

#### ❖ Situación Financiera

- Establecer y mantener buenas relaciones entre la red de voluntari@s hermad@s en acción, grupo de instituciones ambientalistas, organismos con perfil de desarrollo sostenible y centros culturales en la ciudad de Estelí y ciudades hermanadas con Estelí.
- Garantizar balances generales y estados de cuenta en positivos por medio de controles estadísticos, planes de marketing constantes y con la misión vigente y activa de conservar un servicio de calidad.

## IX. Referencias Bibliográficas

- Bertrand L. , H., & Prabhakar M. , G. (1989). *Control de calidad: teoría y aplicaciones*. Ediciones Díaz de Santos.
- Borderías Uribeondo, M. P., & Martín Roda, E. M. (2012). *Medio ambiente urbano*. Madrid: UNED.
- C. Hax, A. (2004). *ESTRATEGIAS PARA EL LIDERAZGO COMPETITIVO*. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.
- Cerda, H. (1991). *Los elementos de la investigación: Cómo reconocerlos, diseñarlos y construirlos*. Bogotá: El Búho.
- Chiavenato, I. (2004). *Introducción a la teoría general de la Administración*. México: Elsevier Editora Ltda.
- Cook, T., & Reichardt , C. (1986). *Qualitative and quantitative methods in evaluation research*. Madrid: Ediciones Morata, S. L.
- Córdoba Padilla, M. (2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos, 2da Edición*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Galeano M., M. E. (2003). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*. Medellín: Universidad Eafit.
- Hernández Zúñiga, A. (2005). *Seguridad e higiene industrial*. México: Editorial Limusa.
- Instituto Nacional de Información de Desarrollo, I. (2008, Marzo). *inide.gob.ni*. Obtenido de Instituto Nacional de Información de Desarrollo, INIDE: <http://www.inide.gob.ni/censos2005/CifrasMun/Esteli/Esteli.pdf>
- Montanaro, H. (1998). *The best of bars & restaurants*. Madrid: A. Asppan S.L.
- Namakforoosh, M. N. (2000). *Metodología de la investigación*. Mexico: Editorial Limusa.
- Núñez Sacaluga, C. F. (2015). *Ecodiseño: Manzana de Discordia*. San Juan, Argentina: Planeta Alvi.
- Rosales Obando, J. (2000). *Elementos de Microeconomía*. San José: EUNED - Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Sampieri, R. (2007). *Fundamentos de la metodología de la investigación*. Madrid: S.A. McGraw-Hill / Interamericana de España.

## X. Anexos

### Modelo de encuesta en línea

**EVAL & GO** Café-Bar GÜEREWERE

Página 1 / 1 (100%)

ENCUESTA CAFÉ-BAR *GüEREWERE*

**1. Datos** \*

Edad:

Género:

Nacionalidad:

**2. Visita usted cafés, bares o restaurantes** \*

Si

No

3. Si su respuesta es negativa se le agradece por su tiempo, en caso contrario puede proseguir con las siguientes preguntas.

4. Con que frecuencia visita estos locales



Una vez por semana

Tres o mas veces a la semana

Par de veces al mes

Raras veces

5. Considera que sus salidas a estos lugares son:

Una necesidad

Un encuentro social

Una actividad de ocio

Otro:

**6. Opciones que considera usted importantes al visitar un Café-Bar** \*

- Comida
- Ubicación
- Económico
- Concepto innovador con opciones nuevas o distintas a las existentes
- Seguridad
- Comodidad
- Calidad en la atención
- Ambiente

**7. Le gustaría tener nuevas opciones para visitar dentro del municipio de Estelí** \*

- Si
- No

**8. Sus ingresos mensuales se aproximan a (córdobas):**

0 a 3000

3001 a 6000

6001 a 8000

Mayor a 8000

**9. Con respecto a las instalaciones, que opciones le gustaría encontrar en el local:**



Música en vivo

Bastante Iluminación

Ambiente con música agradable para dialogar

Poca iluminación

Ambiente temático

Excelente comida vegetariana y vegana

Disponibilidad de juegos de mesa (ajedrez, Domino, Naipes, etc)

Tener un área exclusiva para fumadores de tabaco

Números teatrales

Exposición de arte



**10. Le gustaría una oferta gastronómica vegana y vegetariana** \*

Si

No

**11. Cuánto suele gastar al visitar estos locales (córdobas)** \*

De 100 a 500

De 501 a 900

De 901 a 1100

Mas de 1100

**12. Estaría dispuesta/o a visitar un nuevo local con un concepto ecológico, que apoye a los artistas locales** \*

Si

No

Fin



+ RÁPIDO + FÁCIL + GRATIS

**¡CREE SU PROPIO**  
CUESTIONARIO AHORA!

INSCRIPCIÓN GRATIS

## Modelo de encuesta impresa

Edad: \_\_\_\_\_ Género: \_\_F \_\_M Nacionalidad: \_\_\_\_\_

**1. ¿Visita usted cafés, bares o restaurantes?**

- a. Si.
- b. No.

*Si su respuesta es negativa se le agradece por su tiempo, en caso contrario puede proseguir con las siguientes preguntas.*

**4. ¿Con que frecuencia visita estos locales?**

- a. Una vez a la semana.
- b. Tres o más veces a la semana.
- c. Par de veces al mes.
- d. Raras veces.

**5. Considera que sus salidas a estos lugares son:**

- a. Una necesidad.
- b. Un encuentro social.
- c. Una actividad de ocio.
- d. Otros motivos.

**6. Opciones que usted considera importante a la hora de visitar un Café-Bar**

- a. Comida.
- b. Ubicación.
- c. Económico.
- d. Seguridad.
- e. Ambiente.
- f. Comodidad.
- g. Calidad en la atención.
- h. Concepto innovador con opciones nuevas y/o distintas a las existentes.

**7. Le gustaría tener nuevas opciones para visitar dentro del municipio de Estelí**

- a. Si.
- b. No.

**8. Cuánto suele gastar al visitar estos locales (Córdoba)**

- a. Entre 100 y 500.
- b. Entre 501 y 900.
- c. Entre 901 y 1100.
- d. Más de 1100.

**9. Con respecto a las instalaciones, qué opciones le gustaría encontrar en el local**

- a. Música en vivo.
- b. Bastante iluminación.
- c. Ambiente con música a volumen agradable para dialogar.
- d. Poca iluminación.
- e. Ambiente temático.
- f. Excelente comida vegetariana y vegana.
- g. Disponibilidad de juegos de mesa (Ajedrez, Naipes, Dominó).
- h. Tener un área exclusiva para fumadores de tabaco.
- i. Números teatrales.
- j. Exposiciones de Arte.

**10. Sus ingresos mensuales se aproximan a (Córdoba)**

- a. 0 a 3000.
- b. 3001 a 6000.
- c. 6001 a 8000.
- d. Mayor a 8000.

**11. Le gustaría una oferta gastronómica vegana y vegetariana**

- a. Si.
- b. No.

**12. Estaría dispuesto a visitar un nuevo local con un concepto ecológico, que apoye a artistas locales y con una oferta de gastronomía vegana y vegetariana.**

- a. Si.
- b. No.

## Tablas y datos en Excel utilizadas para el estudio financiero

### ❖ Activos

#### Detalle de Maquinaria y Equipos.

<i>Item</i>	<i>Descripción</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
1	Sofá	3.00	55.00	165.00
2	Juego de 1 mesas y 4 sillas	5.00	150.00	750.00
3	Sillas para barra	8.00	70.00	560.00
4	Equipo de Sonido	1.00	350.00	350.00
5	Televisor LCD 42"	1.00	450.00	450.00
6	Caja Registradora	1.00	110.00	110.00
7	Nevera Vertical	1.00	166.00	166.00
8	Horno de Microondas	1.00	45.00	45.00
9	Cafetera Express	1.00	39.00	39.00
10	Licuada Frapeadora	1.00	25.00	25.00
11	Nevera Horizontal	1.00	233.00	233.00
12	Secador de mano	1.00	18.00	18.00
<b>TOTAL</b>		<b>25.00</b>	<b>1,711.00</b>	<b>2,911.00</b>

#### Detalle de Muebles y Enseres

<i>Item</i>	<i>Descripción</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
1	Equipo de Computo	1.00	5,000.00	5,000.00
<b>TOTAL</b>		<b>1.00</b>	<b>5,000.00</b>	<b>5,000.00</b>

#### Detalle de Gastos de Organización

<i>Item</i>	<i>Descripción</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
1	Instacion de Servicio Telefónico	1.00	480.00	480.00
2	Instacion de Servicio Electrico	1.00	180.00	180.00
3	Gastos Legales de Constitución	1.00	3,780.00	3,916.00
	Escritura		980.00	
	Inscripción en Reg. Pub. Merc.		980.00	
	Gestiones en el Juzgado		558.00	
	Inscripción Libros Reg. Pub. Merc.		558.00	

	Inscripción Libros Renta		84.00	
	Poder del Representante		336.00	
	Registro del Poder		420.00	
<b>TOTAL</b>		<b>3.00</b>	<b>8,356.00</b>	<b>4,576.00</b>

**Detalle de Propaganda y Publicidad**

<i>Item</i>	<i>Descripción</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
1	Cuñas Radiales	7.00	50.00	350.00
2	Anuncios es Periódicos y Revistas	1.00	150.00	150.00
<b>TOTAL</b>		<b>8.00</b>	<b>200.00</b>	<b>500.00</b>

**Detalle de Montaje e Instalación de Maquinaria**

<i>Item</i>	<i>Descripción</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
1				-
2				-
3				-
4				
5				
6	Mano de Obra (instalación de maquina)	1.00	500.00	500.00
<b>TOTAL</b>		<b>-</b>	<b>-</b>	<b>500.00</b>

❖ **Gastos**

**Gastos Mensuales**

**Equipo de Oficina (Materiales)**

<i>Item</i>	<i>Descripción</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
1	Papel higiénico	30.00	0.25	7.50
2	Limpiador de pisos	4.00	3.00	12.00
3	Esponjas	12.00	0.15	1.80
4	Limpiador para baños	5.00	4.00	20.00
5	Jabón en polvo	4.00	1.00	4.00
6	Jabón lavaplatos	25.00	0.50	12.50
7	Jabón liquido	15.00	1.50	22.50
8	Ambientadores	12.00	2.60	31.20
9	Bolsas de papel	200.00	0.25	50.00
<b>TOTAL</b>		<b>307.00</b>	<b>13.25</b>	<b>161.50</b>

**Detalle de Mano de Obra Directa e Indirecta**

<b>Item</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Directa				
1	Gerente General	1.00	700.00	700.00
2	Cajero/Mesero	1.00	550.00	550.00
3	Encargado de cocina/Mesero	1.00	600.00	600.00
4	Cocinero/a	1.00	550.00	550.00
5	Guarda	1.00	250.00	250.00
<b>TOTAL</b>		<b>5.00</b>	<b>2,650.00</b>	<b>2,650.00</b>

**Provisiones de Gastos**

<b>Item</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
1	Vacaciones	1.00	220.82	220.82
2	Decimo Tercer Mes	1.00	220.82	220.82
3	Indemnización	1.00	220.82	220.82
4	INSS Patronal	1.00	477.00	477.00
5	Inatec	1.00	53.00	53.00
<b>TOTAL</b>		<b>5.00</b>	<b>1,192.47</b>	<b>1,192.47</b>

**Detalle de Servicios y Otros Gastos**

<b>Item</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
1	Servicio de Agua Potable	1.00	156.00	156.00
2	Servicio de Energía Eléctrica	1.00	180.00	180.00
3	Servicio Telefónico	1.00	480.00	480.00
4	Renta de Edificio	1.00	18,000.00	18,000.00
5	Mant. De Maquinaria y Equipo	1.00	300.00	300.00
<b>TOTAL</b>		<b>5.00</b>	<b>19,116.00</b>	<b>19,116.00</b>

❖ **Inversión Total**

<b>N°</b>	<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
1	Inversión ( a + b )	<b>13,487.00</b>
	<b>a) Inversión Fija</b>	<b>7,911.00</b>
	Maquinaria y Equipo	2,911.00
	Muebles y Enseres	5,000.00
	Obras Civiles e Instalaciones	-
	<b>b) Inversión Diferida</b>	<b>5,576.00</b>
	Gastos de Organización	5,076.00
	Montaje e Instalación de Maquinaria	500.00
2	<b>Capital de Trabajo</b>	<b>45,798.30</b>
	Materiales	323.00
	Mano de Obra	7,243.30
	Servicios	38,232.00
	<b>Inversión Total ( 1 + 2 )</b>	<b>59,285.30</b>

❖ **Programa de Inversiones**

<b>N°</b>	<b>Detalle</b>	<b>Aporte Propio</b>	<b>Aporte Solicitado</b>	<b>Total</b>
1	Inversión ( a + b )	<b>1,230.00</b>	<b>12,257.00</b>	<b>13,487.00</b>
	<b>a) Inversión Fija</b>	<b>1,230.00</b>	<b>6,681.00</b>	<b>7,911.00</b>
	Maquinaria y Equipo	340.00	2,571.00	2,911.00
	Muebles y Enseres	890.00	4,110.00	5,000.00
	Obras Civiles e Instalaciones			-
	<b>b) Inversión Diferida</b>	<b>-</b>	<b>5,576.00</b>	<b>5,576.00</b>
	Gastos de Organización		5,076.00	5,076.00
	Montaje e Instalación de Maquinaria		500.00	500.00
2	<b>Capital de Trabajo</b>	<b>45,798.30</b>	<b>-</b>	<b>45,798.30</b>

Materiales	323.00		323.00
Mano de Obra	7,243.30		7,243.30
Servicios	38,232.00	-	38,232.00
<b>Inversión Total ( 1 + 2 )</b>	<b>47,028.30</b>	<b>12,257.00</b>	<b>59,285.30</b>



## Balance General

### CAFÉ-BAR GÜEREWERE.

Balance General  
Al finalizar los 5 años  
Expresado en Dólares (US\$).

**ACTIVO**

**Circulante**

Efectivo	302,982.11
Inventario de materiales	
Inventario de Articulos terminados	
<i>Total Activo Circulante</i>	<b>302,982.11</b>

**Fijo**

Maquinaria y Equipos	2,911.00
<i>Deprec Acum Maq y Equipos</i>	- 2,765.45
Muebles y Enseres	5,000.00
<i>Deprec Acum Muebles y Enseres</i>	- 4,750.00
Obras Civiles e Instalaciones	-
<i>Deprec Acum Obras Civiles e Inst</i>	-
<i>Total Activo Fijo</i>	<b>395.55</b>

**Cargos Diferidos**

Gastos de Organización	5,576.00
Amortización de Gastos de Organizac.	- 5,576.00
<i>Total Cargos Diferidos</i>	-

TOTAL ACTIVO	<u><b>303,377.66</b></u>
--------------	--------------------------

**PASIVO**

**Circulante o a Corto Plazo**

Cuentas por pagar	
Impuestos por pagar	
<i>Total Pasivo Circulante</i>	-

**Obligaciones a Largo Plazo**

Préstamos Bancarios	
<i>Total Pasivo a Largo Plazo</i>	-

TOTAL PASIVO		<u>-</u>
--------------	--	----------

**CAPITAL**

Capital inicial	47,028.30
Utilidad Acumulada	256,349.36
<u>TOTAL CAPITAL</u>	<u><b>303,377.66</b></u>

TOTAL PASIVO + CAPITAL		<u><b>303,377.66</b></u>
------------------------	--	--------------------------

Elaborado por: \_\_\_\_\_.

Revisado por: \_\_\_\_\_.

Autorizado por: \_\_\_\_\_.

## ❖ Plan de Pagos

Importe del Préstamo	\$12,257.00
Interés anual	24%
Período del Préstamo en años	5.00
Número de pagos anuales	1.00

Pago N°	Fecha	Saldo Inicial	Pago programado	Capital	Intereses	Saldo Final
1	jun-07	12,257.00	4,464.58	1,522.90	2,941.68	10,734.10
2	jun-08	10,734.10	4,464.58	1,888.40	2,576.18	8,845.69
3	jun-09	8,845.69	4,464.58	2,341.62	2,122.97	6,504.08
4	jun-10	6,504.08	4,464.58	2,903.61	1,560.98	3,600.47
5	jun-11	3,600.47	4,464.58	3,600.47	864.11	-
			22,322.92	12,257.00	10,065.92	

N°	Depreciaciones	Valor Inicial	Años de Vida Útil	Valor Residual	Depreciación Anual
1	Maquinaria y equipo	2,911.00	5.00	145.55	553.09
2	Muebles y Enseres	5,000.00	5.00	250.00	950.00
3	Obras Civiles	-	5.00	-	-
<b>TOTAL</b>		<b>7,911.00</b>	<b>15.00</b>	<b>395.55</b>	<b>1,503.09</b>

amortización

❖ **Proyección de costos anuales**

N°	Detalle	Producción					
		1	2	3	4	5	Total
1	Costos Totales ( a + b )	282,999.65	283,187.95	283,343.92	283,452.03	283,492.27	1,416,475.83
	a) Costos Fijos	274,519.97	274,519.97	274,519.97	274,519.97	274,519.97	1,372,599.86
	Depreciación	1,503.09	1,503.09	1,503.09	1,503.09	1,503.09	7,515.45
	Amortización Inversión Diferida	1,115.20	1,115.20	1,115.20	1,115.20	1,115.20	5,576.00
	Mano de Obra	46,109.68	46,109.68	46,109.68	46,109.68	46,109.68	230,548.41
	Servicios	225,792.00	225,792.00	225,792.00	225,792.00	225,792.00	1,128,960.00
	a) Costos Variables	8,479.68	8,667.98	8,823.95	8,932.06	8,972.30	43,875.97
	Materiales	1,938.00	2,131.80	2,344.98	2,579.48	2,837.43	11,831.68
	Costo Financiero (Intereses)	2,941.68	2,576.18	2,122.97	1,560.98	864.11	10,065.92
	Otros	3,600.00	3,960.00	4,356.00	4,791.60	5,270.76	21,978.36

Amortización de Inversión Diferida

=

5576.00

5

AID =

=

1,115.20

❖ Ingresos anuales proyectados

<i>Año</i>	<i>Descripción</i>	<i>Producción</i>	<i>Precio de venta</i>	<i>Ingreso Total</i>
1		365.00	800.00	292,000.00
				-
				-
				-
				-
				-
				-
Total Anual		365.00	800.00	292,000.00
TOTAL				292,000.00

❖ Estado Resultado

N°	Detalle	Producción					
		1	2	3	4	5	Total
1	Ingresos	292,000.00	321,200.00	353,320.00	388,652.00	427,517.20	1,782,689.20
	0	292,000.00	321,200.00	353,320.00	388,652.00	427,517.20	1,782,689.20
	0	-	-	-	-	-	-
	0	-	-	-	-	-	-
	0	-	-	-	-	-	-
	0	-	-	-	-	-	-
	0	-	-	-	-	-	-
	0	-	-	-	-	-	-
2	Costos Totales ( a + b )	282,999.65	283,187.95	283,343.92	283,452.03	283,492.27	1,416,475.83
	<b>a) Costos Fijos</b>	<b>274,519.97</b>	<b>274,519.97</b>	<b>274,519.97</b>	<b>274,519.97</b>	<b>274,519.97</b>	<b>1,372,599.86</b>
	Depreciación	1,503.09	1,503.09	1,503.09	1,503.09	1,503.09	7,515.45
	Amortización Inversión Diferida	1,115.20	1,115.20	1,115.20	1,115.20	1,115.20	5,576.00
	Mano de Obra	46,109.68	46,109.68	46,109.68	46,109.68	46,109.68	230,548.41
	Servicios	225,792.00	225,792.00	225,792.00	225,792.00	225,792.00	1,128,960.00
	<b>a) Costos Variables</b>	<b>8,479.68</b>	<b>8,667.98</b>	<b>8,823.95</b>	<b>8,932.06</b>	<b>8,972.30</b>	<b>43,875.97</b>
	Materiales	1,938.00	2,131.80	2,344.98	2,579.48	2,837.43	11,831.68
	Costo Financiero (Intereses)	2,941.68	2,576.18	2,122.97	1,560.98	864.11	10,065.92

	Otros	3,600.00	3,960.00	4,356.00	4,791.60	5,270.76	21,978.36
3	Utilidad Bruta ( 1 - 2 )	<b>9,000.35</b>	<b>38,012.05</b>	<b>69,976.08</b>	<b>105,199.97</b>	<b>144,024.93</b>	<b>366,213.37</b>
4	Impuestos	<b>2,700.10</b>	<b>11,403.61</b>	<b>20,992.82</b>	<b>31,559.99</b>	<b>43,207.48</b>	<b>109,864.01</b>
5	Utilidad Neta ( 3 - 4 )	<b>6,300.24</b>	<b>26,608.43</b>	<b>48,983.26</b>	<b>73,639.98</b>	<b>100,817.45</b>	<b>256,349.36</b>

### ❖ Flujo de Caja

N°	Detalle	Instalación	Producción					
		0	1	2	3	4	5	
1	Saldo Inicial	-	45,798.30					
2	<b>INGRESOS</b>							
3	Ingresos por Servicios		292,000.00	321,200.00	353,320.00	388,652.00		427,517.20
5	<b>Total Ingresos</b>	-	<b>292,000.00</b>	<b>321,200.00</b>	<b>353,320.00</b>	<b>388,652.00</b>		<b>427,517.20</b>
6	<b>GASTOS</b>							
7	Compras							
8	Préstamo por Pagar		4,464.58	4,464.58	4,464.58	4,464.58		4,464.58
9	Sueldos y Salarios		46,109.68	46,109.68	46,109.68	46,109.68		46,109.68
10	Alquiler		216,000.00	216,000.00	216,000.00	216,000.00		216,000.00
11	Agua		1,872.00	1,872.00	1,872.00	1,872.00		1,872.00
12	Teléfono		5,760.00	5,760.00	5,760.00	5,760.00		5,760.00
13	Electricidad		2,160.00	2,160.00	2,160.00	2,160.00		2,160.00

14	Útiles de Oficina		1,938.00	2,131.80	2,344.98	2,579.48	2,837.43
15	Reparación y Mantenimiento		3,600.00	3,960.00	4,356.00	4,791.60	5,270.76
16	Publicidad						
17	Impuestos		2,700.10	11,403.61	20,992.82	31,559.99	43,207.48
18	Otros						
	<b>Total Gastos</b>	<b>59,285.30</b>	<b>284,604.37</b>	<b>293,861.68</b>	<b>304,060.07</b>	<b>315,297.34</b>	<b>327,681.93</b>
19	Flujo Neto	(59,285.30)	7,395.63	27,338.32	49,259.93	73,354.66	99,835.27
20	Flujo Acumulado		<b>7,395.63</b>	<b>34,733.95</b>	<b>83,993.88</b>	<b>157,348.54</b>	<b>257,183.81</b>

VAN C\$ 69,866.64

TIR 50%

C\$ 69,866.64  
50%

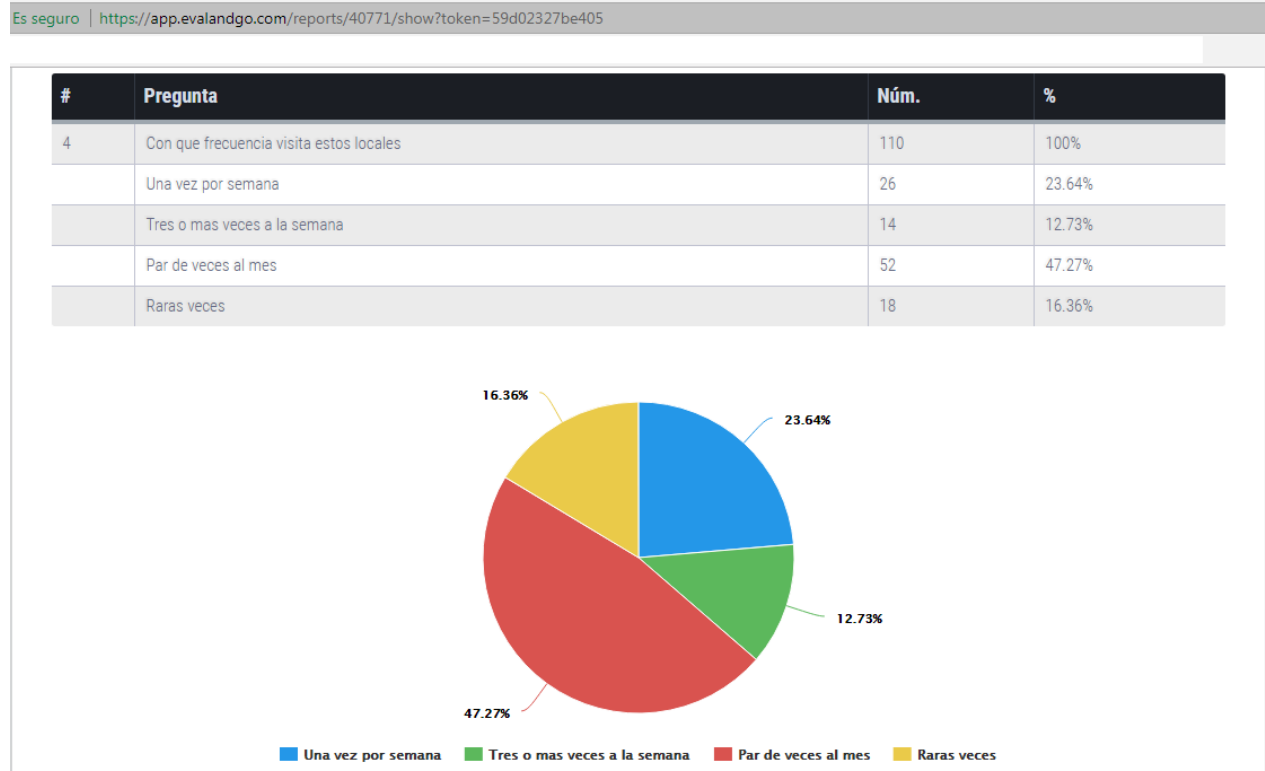
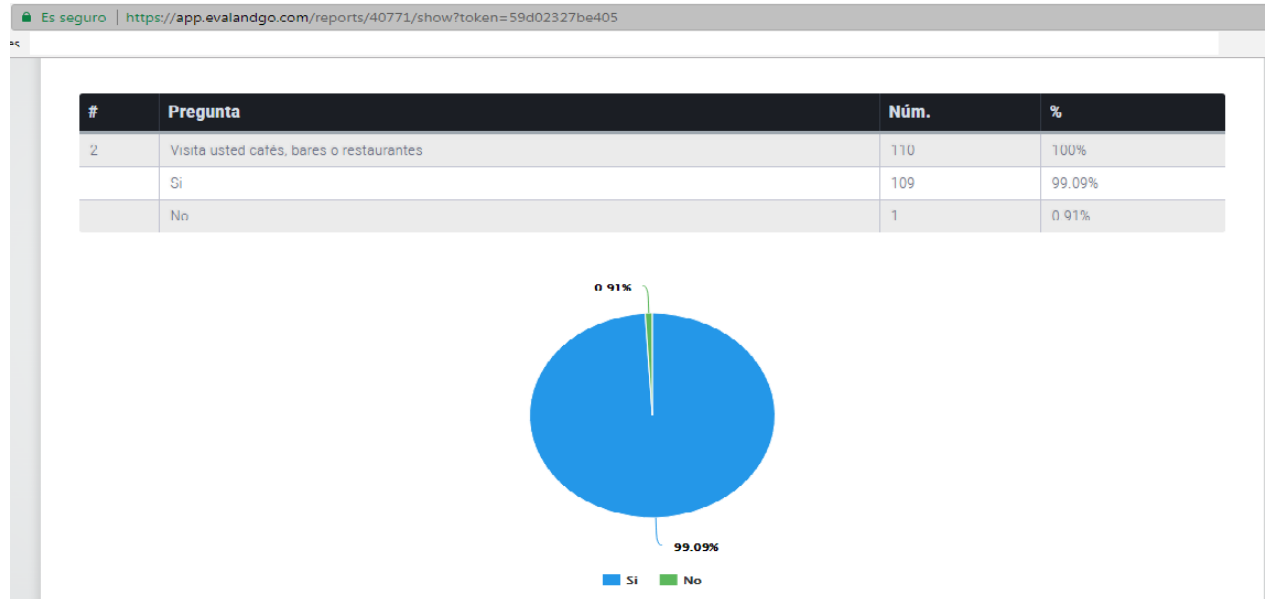
						Factor Neto		
				Años	FN	Descontado	FND	
	0	(59,285.30)	(59,285.30)		0	(59,285.30)	(59,285.30)	
	1	7,395.63	0.83333333	6163.024466	1	7,395.63	0.80645161	5964.217225
	2	27,338.32	0.69444444	18984.94462	2	27,338.32	0.6503642	17779.86489
	3	49,259.93	0.5787037	28506.90357	3	49,259.93	0.52448726	25836.20544
C\$ 900,942.74	4	73,354.66	0.48225309	35375.51326	4	73,354.66	0.4229736	31027.08627
	5	99,835.27	0.40187757	40121.5556	5	99,835.27	0.34110774	34054.58307
C\$ 1.14			Van+	69,866.64				

## ❖ Estado de Flujo de efectivo

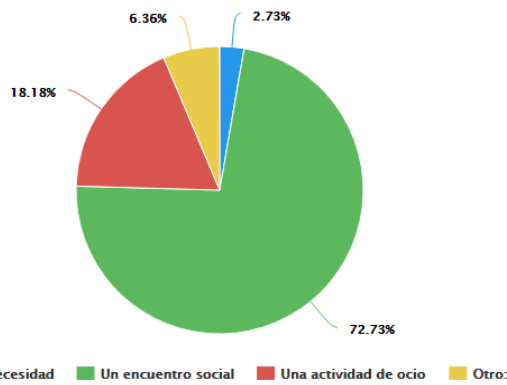
<b>Creación de un café-bar con conceptos de Permacultura.</b>		
<b>Flujo de Efectivo Actividades Operativas</b>		
Ventas en Efectivo	1,782,689.20	
Efectivo pagado a proveedores y empleados	- 1,393,318.45	
Impuestos sobre la renta	- 109,864.01	
<b>Caja neta suministrada por las actividades operacionales</b>		<b>279,506.73</b>
<b>Flujo de Efectivo Actividades de Inversión</b>		
Compra de activo fijo	-	
<b>Caja neta utilizada en las actividades de Inversión</b>		<b>-</b>
<b>Flujo de Efectivo Actividades Financieras</b>		
Producto de los préstamos		
Reembolso del préstamo	- 22,322.92	
<b>Caja neta suministrada por las actividades financieras</b>		<b>- 22,322.92</b>
<b>Aumento neto de caja neta en caja</b>		<b>257,183.81</b>
<b>Saldo inicial de caja</b>		<b>45,798.30</b>
<b>Saldo final de caja</b>		<b>302,982.11</b>



## Resultados de la encuesta en línea

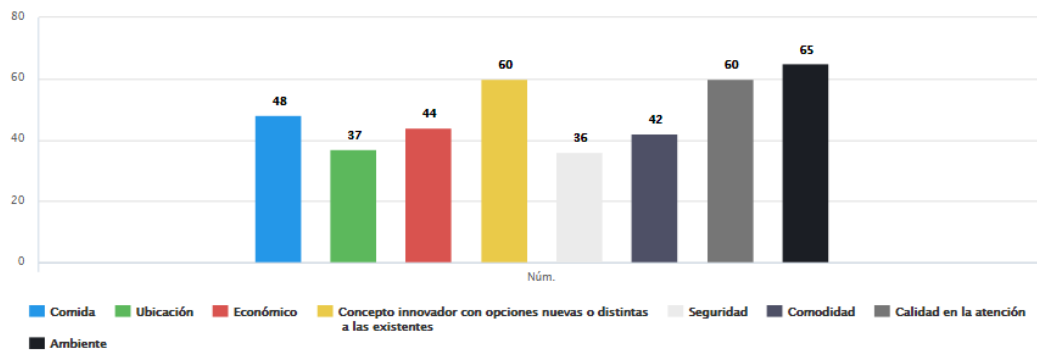


#	Pregunta	Núm.	%
5	Considera que sus salidas a estos lugares son:	110	100%
	Una necesidad	3	2.73%
	Un encuentro social	80	72.73%
	Una actividad de ocio	20	18.18%
	Otro:	7	6.36%



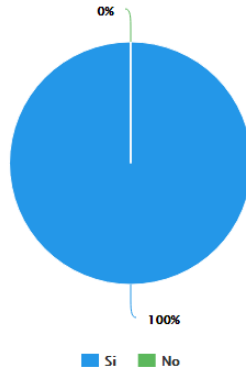
55

#	Pregunta	Núm.	%
6	Opciones que considera usted importantes al visitar un Café-Bar	110	100%
	Comida	48	43.64%
	Ubicación	37	33.64%
	Económico	44	40%
	Concepto innovador con opciones nuevas o distintas a las existentes	60	54.55%
	Seguridad	36	32.73%
	Comodidad	42	38.18%
	Calidad en la atención	60	54.55%
	Ambiente	65	59.09%



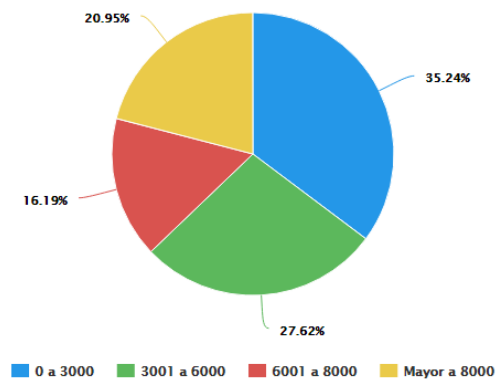
es

#	Pregunta	Núm.	%
7	Le gustaría tener nuevas opciones para visitar dentro del municipio de Estelí	110	100%
	Si	110	100%
	No	0	0%



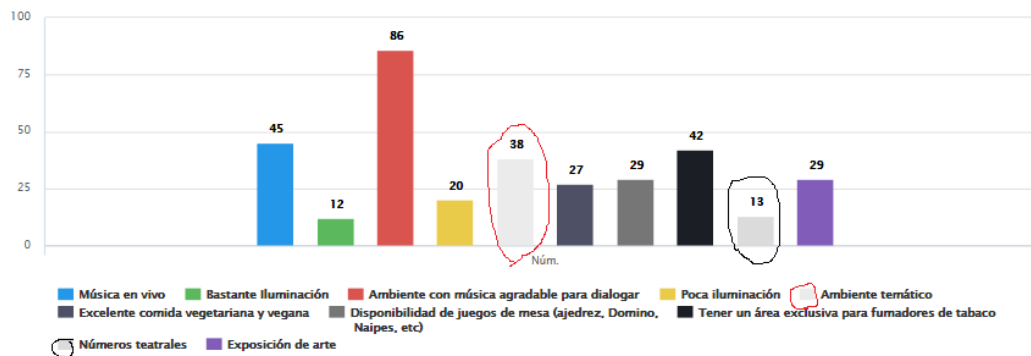
es

8	Sus ingresos mensuales se aproximan a (córdobas):	105	100%
	0 a 3000	37	35.24%
	3001 a 6000	29	27.62%
	6001 a 8000	17	16.19%
	Mayor a 8000	22	20.95%



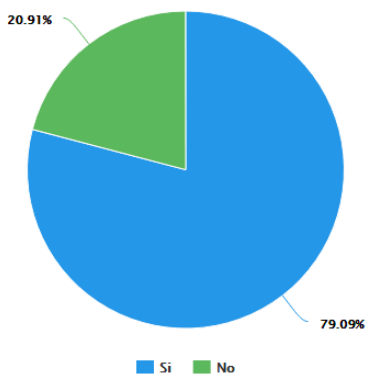
es

#	Pregunta	Núm.	%
9	Con respecto a las instalaciones, que opciones le gustaría encontrar en el local:	110	100%
	Música en vivo	45	40.91%
	Bastante Iluminación	12	10.91%
	Ambiente con música agradable para dialogar	86	78.18%
	Poca iluminación	20	18.18%
	Ambiente temático	38	34.55%
	Excelente comida vegetariana y vegana	27	24.55%
	Disponibilidad de juegos de mesa (ajedrez, Domino, Naipes, etc)	29	26.36%
	Tener un área exclusiva para fumadores de tabaco	42	38.18%
	Números teatrales	13	11.82%
	Exposición de arte	29	26.36%



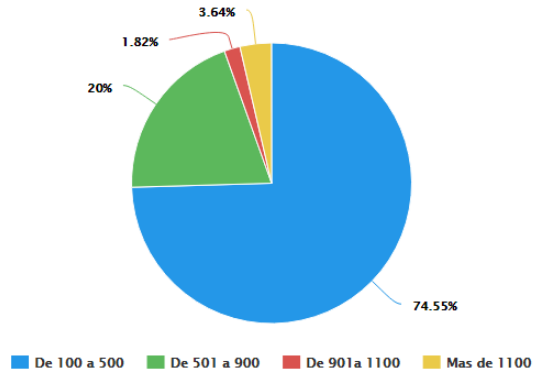
es

#	Pregunta	Núm.	%
10	Le gustaría una oferta gastronómica vegana y vegetariana	110	100%
	Si	87	79.09%
	No	23	20.91%



ES

#	Pregunta	Núm.	%
11	Cuánto suele gastar al visitar estos locales (córdobas)	110	100%
	De 100 a 500	82	74.55%
	De 501 a 900	22	20%
	De 901a 1100	2	1.82%
	Mas de 1100	4	3.64%



ES

#	Pregunta	Núm.	%
12	Estaría dispuesta/o a visitar un nuevo local con un concepto ecológico, que apoye a los artistas locales	110	100%
	Si	108	98.18%
	No	2	1.82%

