



UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA
FACULTAD DE DESARROLLO RURAL

TRABAJO DE GRADUACIÓN

**Establecimiento de un restaurante en el
Distrito VI, Managua, 2021-2025**

Autores

Br. Jolsin Rodolfo Ramírez Zelaya

Br. Gendri Jesael García Vásquez

Asesora

M.Sc. María Salomé Antequera M.

Managua, Nicaragua

Octubre, 2021

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA
FACULTAD DE DESARROLLO RURAL**

TRABAJO DE GRADUACIÓN

**Establecimiento de un restaurante en el
Distrito VI, Managua, 2021-2025**

**Trabajo sometido a consideración del Honorable
Comité Evaluador de la Facultad de Desarrollo
Rural de la Universidad Nacional Agraria para optar
al grado de:**

Licenciado en Agronegocios

Autores

**Br. Jolsin Rodolfo Ramírez Zelaya
Br. Gendri Jesael García Vásquez**

Asesora

M.Sc. María Salomé Antequera M.

**Managua, Nicaragua
Octubre, 2021**

Este trabajo de graduación fue evaluado y aprobado por el honorable comité evaluador designado por la decanatura de la Facultad de Desarrollo Rural, como requisito parcial para optar al título profesional de:

LICENCIATURA EN AGRONEGOCIOS

Miembros del Honorable Comité Evaluador

M.Sc. Freddy Argüello Murillo
Presidente

M.Sc. Elena Sánchez
Secretario

M.Sc. Cecilia del Carmen Guido
Vocal

Lugar y fecha de defensa (día/mes/año): _____

ÍNDICE DE CONTENIDO

SECCION	PÁGINA
DEDICATORIA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE DE CUADROS	v
ÍNDICE DE FIGURAS	vi
ÍNDICE DE ANEXOS	vii
RESUMEN EJECUTIVO	viii
EXECUTIVE SUMMARY	ix
I INTRODUCCIÓN	1
II OBJETIVOS	3
2.1 Objetivo general	3
2.2 Objetivos específicos	3
III METODOLOGIA	4
3.1 Ubicación del estudio	4
3.2 Tipo de estudio	4
3.3 Variables por evaluar	5
3.4 Población y muestra	5
3.4.1 Población	5
3.4.2 Muestra	6
3.5 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos	7
3.6 Diseño metodológico	7
IV PLAN DE NEGOCIO	10
4.1 Análisis FODA	10

4.2	Naturaleza del negocio	11
4.2.1	Nombre del negocio	11
4.2.2	Logotipo	11
4.2.3	Lema	12
4.2.4	Colores	12
4.2.5	Misión	12
4.2.6	Visión	13
4.2.7	Valores	13
4.2.8	Ventajas competitivas	14
4.3	Plan de mercado	15
4.3.1	Descripción del restaurante, servicio y platillos	15
4.3.2	Delimitación geográfica del mercado	18
4.3.3	Análisis de la demanda	18
4.3.4	Análisis de la oferta	21
4.4	Plan de producción	28
4.4.1	Macro localización	28
4.4.2	Microlocalización	28
4.4.3	Requerimientos de insumos y materiales de elaboración de platos	28
4.4.4	Maquinaria, herramientas y equipos de trabajo	29
4.4.5	Proceso operativo para la elaboración de platos	33
4.4.6	Proceso de atención al cliente	39
4.4.7	Capacidad instalada	42
4.4.8	Proveedores de materia prima	46
4.4.9	Mano de obra	47
4.5	Plan organizacional	48

4.5.1	Estructura organizacional	48
4.5.2	Aspectos relacionados a la figura legal y capital de trabajo del negocio	56
4.5.3	Registro legal del negocio	56
4.5.4	Impuestos y otras obligaciones.	61
4.6	Plan económico del negocio	63
4.6.1	Plan global de inversión	63
4.6.2	Flujo de efectivo	63
4.6.3	Estado de resultado (Pérdidas y ganancias)	66
4.6.4	Balance general	66
4.6.5	Análisis de sensibilidad	67
4.6.6	Criterios de análisis económico-financiero	68
4.7	Plan de impacto ambiental	70
V	CONCLUSIONES	71
VI	LITERRATURA CITADA	73
VII	ANEXOS	74

DEDICATORIA

A mis padres los cuales han sido el apoyo primordial en todo el proceso de formación profesional.

De manera muy especial a mi mama Juana María Vásquez por haberme dado todo su amor incondicional, instruido con buenos valores, por su paciencia, por haberme ayudado emocionalmente en muchas situaciones difíciles a lo largo de la carrera.

A mi hermana Geysy Odalis García por haberme brindado su ayuda, sus buenos consejos los cuales fueron y estarán presentes en mi vida.

A mi tutora M.Sc. María Salomé Antequera por su empeño y su disposición para guiarnos en el transcurso del trabajo final.

Br Gendri Jesael García Vásquez

DEDICATORIA

A mi madre Ileana del Socorro Zelaya y a mi padre José Rodolfo Ramírez Ríos, por ser el pilar fundamental y apoyo en mi formación académica, que hasta hoy en día me ha dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia, mi empeño, todo ello de una manera desinteresada y lleno de amor.

A mis hermanas, Hazel Edith Ramírez Zelaya y Elieth Ramírez Zelaya, que han sido mi ejemplo y lucha para alcanzar todas mis metas.

A mi apreciada abuela, Paula Zelaya, que todo el tiempo me ha brindado sus consejos sabios. A mi tía querida, Isabel Zelaya, que siempre ha creído en mí.

A mi prima y amiga incondicional, Jessica Zelaya, que desde un principio de mi carrera supo que lo lograría.

A mis compañeros de clases, en especial a Xóchitl Miranda, José Luis Herrera y Eduar Ríos, por haber sido parte de la motivación en todo el transcurso de la carrera para culminarla con éxito.

A mis profesores, principalmente a M.Sc. Salomé Antequera, por transmitir con pasión y dedicación sus conocimientos, a lo largo de la carrera profesional, también agradecido conmigo mismo por haberme propuesto que en toda la carrera tenía que ser parte de los estudiantes con excelencia académica, hoy por hoy, puedo decir que mi esfuerzo ha valido la pena y que esto es una parte de lo maravilloso que ha sido y será Dios en mi vida.

Br. Jolsin Rodolfo Ramírez Zelaya

AGRADECIMIENTO

A Dios por regalarme el don de la vida, por acompañarme a lo largo de mi existencia, por ser el apoyo y refugio en los momentos de dificultad, por regalarme sabiduría para tomar las decisiones correctas y permitirme alcanzar esta meta.

A mi mamá por ser la principal guía e impulsadora para luchar por mis objetivos, por confiar en mi potencial y haberme educado con buenos principios.

A mi asesora M.Sc. María Salomé Antequera por su dedicación, paciencia y orientaciones.

A todos los profesores que compartieron sus conocimientos en el transcurso de la carrera.

A todos mis amigos que me impulsaron, compañeros de la universidad que compartieron buenas y malas experiencias.

Br Gendri Jesael García Vásquez

AGRADECIMIENTO

Principalmente a Dios, porque tu amor y tu bondad no tienen fin, me permites sonreír ante todos mis logros que son resultado de tu ayuda, que me ha guiado y me ha dado la fortaleza para seguir adelante, por la gran sabiduría que me has brindado, a ti sea toda la honra.

A mis padres, ejemplo de rectitud, honestidad y trabajo, quienes son las personas más importantes en mi vida y a quienes me debo, por su cariño, dedicación, comprensión y consejos que me ha brindado durante mi carrera universitaria, así como también al desarrollo del presente trabajo.

A mi familia en general, por su estímulo constante, además por su apoyo incondicional a lo largo de mis estudios, a todas las personas que de una u otra manera me apoyaron en la realización de este trabajo.

A una de las mejores maestras, Ileana Castellón, a quien siempre apreciaré mucho, por haberme brindado sus conocimientos, los que me ayudarán mucho en mi vida profesional.

Br. Jolsin Rodolfo Ramírez Zelaya

ÍNDICE DE CUADROS

N° CUADRO	PÁGINA
1. Variables por evaluar de la matriz de operacionalización	5
2. Muestra de estudio estratificada	7
3. Colores representativos del negocio	12
4. Potencial competencia para el restaurante	23
5. Ventajas y desventajas competitivas	23
Ventajas y desventajas competitivas (continuación)	24
6. Plan publicidad	26
7. Requerimientos de equipos	29
Requerimientos de equipos (continuación)	30
8. Requerimientos de utensilios	30
Requerimientos de utensilios (continuación)	31
9. Requerimientos de mobiliario y equipos de oficina	31
Requerimientos de mobiliario y equipos de oficina (continuación)	32
10. Equipo de reparto	32
11. Análisis de los proveedores de “Zelaya House”	46
12. Distribución del personal de Zelaya House	47
13. Ficha de cargo del Gerente general	49
14. Ficha de cargo del chef	50
15. Ficha de cargo del ayudante de cocina	51
16. Ficha de cargo del cajero y responsable de atención al cliente	52
17. Ficha de cargo de mesero	53
18. Ficha de cargo del responsable de servicio delivery (Conductor)	54
19. Ficha de cargo del encargado de limpieza	55
20. Ficha de cargo del guarda de seguridad	55
21. Plan global de inversión	63
22. Flujo de efectivo (ingresos-egresos)	65
23. Estado de pérdidas y ganancias proyectados	66
24. Balance general proyectado	67
25. Análisis de sensibilidad	68
26. Indicadores económicos	69
27. Plan de mitigación ambiental de Zelaya House	70

ÍNDICE DE FIGURAS

Nº FIGURA		PÀGINA
1.	Ubicación del área de estudio	4
2.	Logotipo del Restaurante	11
3.	Carne de res asada	16
4.	Carne de cerdo asado	16
5.	Carne de pollo asado	16
6.	Pollo en salsa jalapeño	17
7.	Churrasco	17
8.	Pollo empanizado	17
9.	Pollo al a plancha	18
10.	Refrescos Naturales	18
11.	Preferencias de tipos de comidas, según ofrecerá el restaurante	19
12.	Preferencias en variedad de platillos, según ofrecerá el restaurante	19
13.	Rangos de edades de los encuestados	20
14.	Estimación de precios según los encuestados	21
15.	Canal de distribución	24
16.	Redes sociales que más utilizan.	25
17.	Flujograma del proceso productivos para la elaboración de plato	33
18.	Flujograma del proceso de servicio de atención al cliente en el restaurante	39
19.	Flujograma del proceso de servicio delivery	41
20.	Distribución interna del "Zelaya House"	43
19.	Organigrama de restaurante de Zelaya House	48

ÍNDICE DE ANEXOS

Nº ANEXO	PÁGINA
1. Matriz de operacionalización de variables	75
2. Modelo CANVAS de la empresa “Zelaya House”	76
3. Calculo de la muestra	77
4. Instrumento de encuesta	78
5. Tabla de origen y destino de fondo	80
6. Presupuesto de inversión fija	81
6.1.Presupuesto de utensilios de trabajo	81
6.2.Presupuesto de maquinaria y equipo de trabajo	82
6.3.Presupuesto mobiliario para el proceso productivo	82
6.4.Presupuesto de mobiliario y equipo de oficina de administración	82
6.5.Presupuesto de mobiliario y equipo de sala de venta	83
6.6.Presupuesto de equipo de reparto	83
6.7.Presupuestos de gastos de remodelación	83
7. Presupuesto de inversión diferida	83
8. Proyección de ingresos por ventas (venta de contado)	84
9. Ingresos por venta de subproductos (otros ingresos)	84
10. Presupuesto de capital de trabajo	85
10.1.Presupuesto anual de costos directos de materia prima e insumos	85
10.2.Presupuestos de materiales directos de fabricación	85
10.3.Presupuesto de mano de obra directa	86
10.4.Presupuesto de materiales indirectos	86
10.5.Mano de obra indirecta	86
10.6.Presupuestos de gastos de administración	87
10.7.Presupuesto de gasto de comercialización	87
10.8.Planilla de pago	88
11. Depreciaciones	89
12. Amortización de capital	92

RESUMEN EJECUTIVO

La finalidad de este trabajo de culminación de estudio fue la elaboración de un plan de negocio, para determinar la viabilidad y factibilidad del establecimiento de un restaurante en el distrito VI, Managua, 2021-2025. Las variables que se analizaron en el plan de mercado fueron oferta y demanda, las cuales se obtuvieron por medio de la aplicación de encuesta a consumidores potenciales en 5 barrios del distrito VI de Managua. De acuerdo a los resultados, el 100% de los encuestados respondió de manera positiva a la idea de establecer el restaurante en la localidad. Proyectando este dato a la población, los clientes potenciales del negocio serían la totalidad de habitantes de los barrios donde se hizo el estudio. En base a esta demanda se realizó la proyección de producción y la económica financiera. Con respecto al plan de producción se determinó todos los requerimientos para la puesta en marcha del negocio entre ellas: maquinarias, herramientas, equipos, materia prima e insumos que se encuentran cerca del establecimiento, también se diseñó una estructura organizativa óptima para el tamaño del negocio, la figura legal de la asociación y de la marca de Zelaya House. Los resultados del análisis financiero revelan que el negocio tendría una inversión de US\$ 30,256.44 para ser financiado en un 72%, con una tasa de interés del 22% anual, a un plazo de cinco años. El capital propio sería por un monto de US\$ 8,524.84. Los indicadores financieros revelan que la realización del negocio es rentable porque el valor actual neto (VAN) es de US\$ 9,447.53, la relación beneficio-costos (RB/C) es de US\$ 1.17, indicando un 16% de beneficio por cada dólar invertido, tasa interna de retorno (TIR), 32%, siendo mayor que la tasa de la banca, 22% y una TREMA del 20%, la recuperación de la inversión se dará en 3.09 años.

Palabras claves: Viabilidad comercial, procesos operativos, estructura organizativa, viabilidad económica

EXECUTIVE SUMMARY

The purpose of this study was to prepare a business plan to determine the viability and feasibility of establishing a restaurant in district VI, Managua, 2021-2025. The variables that were analyzed in the market plan were supply and demand, which were obtained through the application of a survey to potential consumers in 5 neighborhoods of district VI of Managua. According to the results, 100% of those surveyed responded positively to the idea of establishing the restaurant in the locality. Projecting this data to the population, the potential customers of the business would be all the inhabitants of the neighborhoods where the study was conducted. Based on this demand, the production and financial projection was made. With respect to the production plan, all the requirements for the start-up of the business were determined, among them: machinery, tools, equipment, raw materials and supplies that are close to the establishment; an optimal organizational structure was also designed for the size of the business, the legal figure of the association and the Zelaya House brand. The results of the financial analysis reveal that the business would have an investment of US\$30,256.44 to be financed at 72%, with an annual interest rate of 22%, for a term of five years. Equity would be US\$ 8,524.84. The financial indicators reveal that the business is profitable because the net present value (NPV) is US\$ 9,447.53, the benefit-cost ratio (BCR) is US\$ 1.17, indicating a 16% benefit for each dollar invested, internal rate of return (IRR), 32%, being higher than the banking rate, 22% and a TREMA of 20%, the recovery of the investment will take 3.09 years.

Key words: Commercial viability, operational processes, organizational structure, economic viability.

I INTRODUCCIÓN

El arte culinario nicaragüense se remonta a tiempos precolombinos, a como lo atestiguan los nombres de algunos de sus más conocidos platos. Luego, durante la conquista y colonia española, la unión de dos razas y dos culturas dio como resultado un menú criollo peculiar, creativo y variado, en el que se usan ingredientes interesantes y del que forman parte desde sopas y carnes, hasta dulces de diversos tipos. (Vianica, 2020).

La forma de alimentarse variará con el correr de los tiempos, ya que cada día las personas piensan más en su salud y la selección de los alimentos se basa en éste concepto, de igual forma salir a comer o almorzar se volvió cotidiano, dejó de ser algo para celebrar, la gente trabaja demasiado y muchas veces encuentra en un restaurante un espacio para socializar y hacer negocios.

Hace aproximadamente 4 años, se decidió establecer un emprendimiento familiar de fritanga en el barrio El Rodeo, en el distrito VI de Managua, cabe destacar que desde entonces se han obtenido buenos resultados, esto por la aceptación de la población y de los trabajadores de las empresas cercanas al barrio, entre ellas el Aeropuerto internacional e Instituto Nicaragüense de Aeronáutica Civil.

Por otra parte, debido a la aceptación de la fritanga, se observa que el lugar donde está ubicada es muy pequeño y no cabe mucha gente, de igual forma sólo se ofrece alimentos en la hora de la cena. Ante esto, muchos clientes que son trabajadores en las zonas aledañas, consideran necesario que el negocio les ofrezca alimentos en la hora de almuerzo.

Durante estos años de funcionamiento de la fritanga, se pudo observar que el negocio tiene una buena cartera de clientes en la hora de la cena, pero si se abasteciera a los clientes a la hora de almuerzo surge una inquietud *¿Cuál será la demanda si se establece el restaurante en el barrio El Rodeo del Distrito VI en Managua?*

Partiendo de esta inquietud, con la variedad de restaurantes que existen en Managua, nace la idea de diseñar y desarrollar un servicio de alimento y bebidas diferentes, tipos gourmet. Para esto se

está elaborando este plan de negocio con el objetivo de construir los cimientos estratégicos para crear un restaurante con un concepto empresarial y familiar, de esta manera se estará satisfaciendo una necesidad existente en la localidad y a la vez se estaría incrementando los ingresos del negocio familiar.

Con respecto al establecimiento del restaurante, este nuevo emprendimiento estaría dirigido al segmento de mercado de trabajadores y pobladores de 5 barrios del Distrito VI del municipio de Managua, para esto se cuenta con un capital propio que formaría parte de la inversión para iniciar un negocio de esa naturaleza.

Visualizar esta oportunidad de negocio requiere de dar respuesta a una serie de inquietudes, tales como:

- ¿Existe suficiente demanda para los productos que ofrecerá el negocio?
- ¿Qué esperan los clientes del negocio?
- ¿Se tendrá suficientes distribuidores de materia prima?
- ¿Qué canales de comercialización se utilizará?
- ¿El local donde se establecerá el negocio será el adecuado?
- ¿Qué tan rentable sería este negocio?

A través de la construcción del plan de negocio se conocerá la viabilidad del restaurante, el cual se realizará con ayuda de la herramienta del modelo CANVAS, este está conformado por nueve lienzos que describen de forma precisa los procesos a realizarse para el diseño del negocio.

La estructura del plan de negocio se enfoca en la construcción de la naturaleza de la empresa, plan de mercado, plan de producción, plan organizacional, plan financiero, y plan de mitigación ambiental. La unión e interacción de los planes permite diseñar las bases del negocio necesarias para su funcionalidad.

II OBJETIVOS

2.1 Objetivo general

Elaborar un plan de negocio para el establecimiento de un restaurante dirigido a cinco barrios del distrito VI, Managua 2021-2025

2.2 Objetivos específicos

- Describir la naturaleza del negocio en la que se determinan las características que definen su esencia e importancia para su establecimiento.
- Analizar la oferta y demanda de los productos del restaurante que determine la viabilidad comercial del negocio.
- Diseñar una estructura organizativa acorde a las necesidades del negocio para su óptimo funcionamiento.
- Describir los procesos y requerimientos de producción que determinen la viabilidad técnica y operativa del negocio
- Analizar la estructura de costos, estados financieros e indicadores que determinen la viabilidad económica del negocio.
- Elaborar un plan de mitigación ante los impactos negativos de la actividad del negocio que reduzca o impida daños al medio ambiente.

III METODOLOGIA

3.1 Ubicación del estudio

El estudio se llevó a cabo en el distrito VI del Municipio de Managua, el cual se encuentra ubicado en la parte noreste de la ciudad capital. Limita al norte con la Costa del Lago de Managua, al sur con el Distrito 7, al este limita con el municipio de Tipitapa y al oeste con el Distritos 4. Tiene una densidad poblacional de 4,179 habitantes/Km². (Manfut, s.f)

El distrito cuenta con 167 barrios, de ellos 4 son residenciales, 31 barrios populares, 47 urbanizaciones progresivas, 85 asentamientos espontáneos y 4 comarcas. Además, se considera el distrito más importante por ser la primera cara que percibe el visitante internacional por el cual se encuentra el aeropuerto internacional del país y de igual forma por estar ubicado en la carretera panamericana norte. (Manfut, s.f)



Figura 1. Ubicación del área de estudio
Fuente: censo Económico Urbano-CEU, 2010, INIDE

3.2 Tipo de estudio

El presente trabajo clasificado como un trabajo especial, de acuerdo con el Reglamento del Régimen Académico Estudiantil de la UNA, en el Capítulo III: De las Modalidades de las Formas de Culminación de Estudios, Artículo 127, plantea:

El trabajo especial, es la elaboración de un trabajo académico relevante para el desarrollo agrario o de la institución, que puede ser: sistematización de experiencias, plan de negocios, formulación y evaluación de proyectos (proyectos de inversión privada y proyectos de inversión social o desarrollo) y pasantías, en áreas acordes al perfil de la carrera (p. 9).

Este trabajo especial consiste en la elaboración de un plan de negocios para establecer un restaurante dedicado a la elaboración de comidas y bebidas tipos gourmet, este estudio aportará a la transformación de la materia prima de alimento y a la participación de las MIPYMES agroempresariales en el sector comercio del municipio de Managua.

Ahora bien, el tipo de estudio es cuantitativo no experimental, del tipo descriptivo en el cual en su aplicación no implicará ninguna manipulación de variables.

3.3 Variables por evaluar

En el anexo 1. Se observan las variables y sub-variables de estudio, las que se detallan ampliamente en la matriz. (Cuadro 1)

Cuadro 1. Variables por evaluar de la matriz de operacionalización

Constructo	Variables	Sub-variables
Plan de Mercado	Demanda	Platos demandados
		Gustos y preferencias
		Precios que puede pagar el cliente
	Oferta	Servicios delivery
		Otros intereses de los clientes
		Restaurantes de la competencia
		Platos que vende la competencia
		Precios de la competencia

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

La población del objeto de estudio de esta investigación está conformada por hombres y mujeres mayores de 15 años perteneciente de 5 barrios del distrito VI del municipio de Managua

contando con una población total de 5,218 de acuerdo a datos extraídos de la base de datos “Principales indicadores de población al menor nivel de desagregación geográfica” (Instituto Nacional de Información de Desarrollo [INIDE], 2008, Pág. 13)

3.4.2 Muestra

La muestra necesaria para el análisis y recolección de datos fue determinada de la siguiente manera:

Fórmula de cálculo de la muestra para una población finita

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + (Z^2 * p * q)}$$

Donde:

Z = Nivel de confianza = 94% para Z = 1.881

p = Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado = 50%

q = Porcentaje de la población que tiene el atributo no deseado (1 - p) = 50%

N = Población = 5,218

e = error = 6%

n = Tamaño de la muestra

$$n = \frac{1.881^2 * 5,218 * 0.5 * 0.5}{0.06^2 * (5,218 - 1) + (1.881^2 * 0.5 * 0.5)}$$

$$n = 235$$

Factor de estratificación Fe = n/N

$$Fe = 235/5,218$$

$$Fe = 0.044969413$$

La muestra fue calculada considerando un nivel de confianza del 94% y 6% de error para una población finita. Para determinar la cantidad de habitantes a ser encuestados por cada barrio, se estratificó la muestra con el factor n/N , donde n es la muestra y N la población. (Cuadro 2).

Cuadro 2. Muestra de estudio estratificada

Nombre de Barrio	Población	Muestra (Población * Fe)
El Rodeito	2,123	95
El Rodeo	1,018	46
Monte Fresco	1,383	62
Escuela Quemada	429	19
Colonia 15 de Mayo (UNA)	265	12
Total	5,218	235

3.5 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos

Para la recopilación de la información primaria que requiere esta investigación, se aplicó un instrumento:

a. Instrumento 1: Anexo 4. Encuesta dirigida a pobladores de 5 barrios del distrito VI del municipio de Managua.

El instrumento de encuesta consistió en una guía de preguntas cerradas que se aplicaron en los barrios correspondientes a realizarlas.

3.6 Diseño metodológico

Fase I: Elaboración de protocolo

- a) La primera fase consistió en la Identificación de la idea de negocios: donde se vio la oportunidad de establecer un restaurante en el distrito VI de Managua.
- b) Recopilación de información secundaria: se recopiló información de documentos e investigaciones referentes al tema en estudio y luego se procedió a diseñar el instrumento a utilizar en la etapa de campo, que consiste en una encuesta a los pobladores del distrito VI del municipio de Managua.
- c) Revisión del primer borrador: se elaboró el primer borrador protocolo y fue sometido a revisión por parte del asesor para mejorar el documento e incorporar las correcciones.
- d) Presentación del segundo borrador: una vez concluido el segundo borrador del protocolo se incorporaron las propuestas de mejoras.

- e) Presentación de protocolo: teniendo el documento terminado fue revisado para la inscripción formal del mismo.

Fase II. Planificación de trabajo de campo

- a) Validación del instrumentó de encuesta (anexo 2), este es necesario para asegurarse que dicho contenido está acorde con los objetivos y de igual forma sea de fácil comprensión para los encuestados.
- b) Incorporación de las correcciones de la encuesta posterior a su validación.

Fase III. Etapa de campo, recopilación de información primaria y secundaria

- a) Recopilación de información secundaria, la cual radica en la búsqueda de algunos conceptos que estén relacionados con dicho tema, realizado por medios de libros y sitios web.
- b) Para la recolección de información primaria se aplicó el instrumento de encuesta a pobladores de 5 barrios del distrito VI de Managua.

Fase IV. Procesamientos de datos primarios y análisis de la información

- a) Estructuración de la base de datos en el programa SPSS, donde se almacenaron los datos primarios recopilados a través de la encuesta.
- b) Se realizó un análisis estadístico de los datos por medio de gráficas, tabla de frecuencia y contingencia, esto para determinar la posible aceptación que pueda tener el restaurante, de igual forma conocer las características que el cliente considera más importante, entre otros.
- c) En el programa de Microsoft Office Excel se calculó el punto de los indicadores financieros tales como: PE, TIR, R B/C, VAN Y PRI (Cuadro 25)
- d) Se exportaron los cálculos de los indicadores financieros al programa de Microsoft Office Word para incorporarlos al documento final.

Fase V. Redacción y entrega del documento final de investigación.

- a) La redacción del documento final se realizó tomando en cuenta las Guías y Normas Metodológicas de las Formas de Culminación de Estudios UNA 2019, la que estipula el uso de las normas APAS en la citación de literatura (p. 13).
- b) Finalización del trabajo.
- c) Revisión del documento final.
- d) Incorporación de sugerencias al documento final.

IV PLAN DE NEGOCIO

4.1 Análisis FODA

Objetivo estratégico	Oportunidades	Amenazas
Posicionar el servicio y platillos de House Zelaya en los cinco barrios del distrito VI de Managua.	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento poblacional en el perímetro del restaurante. • Acceso a materia prima e insumos. • Existencia de organizaciones privadas y estatales en el sector, con alta cantidad de trabajadores • Acceso a préstamos con bajos intereses a las MYPIMES • Mano de obra disponible • Alta demanda de platillos • Crecimiento de la demanda del servicio delivery por el contexto del Covid19 	<ul style="list-style-type: none"> • Efectos de la pandemia Covid 19. • Crecimiento de negocios similares. • Aumentos de costos en la materia prima y servicios • Inestabilidad sociopolítica en el país
Fortaleza	Estrategia (FO)	Estrategia (FA)
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación estratégica del restaurante. • Alta calidad del servicio y de los platillos • Uso de tecnología (wifi, redes sociales) • Ambiente agradable y acogedor • Mano de obra con experiencia en cocina y servicio de restaurante • Servicio delivery • Ya cuenta con una cartera de clientes • Cuenta con equipamiento adecuado para operar 	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar cartera de clientes • Aumentar oferta de platillos • Diversificar la oferta • Mantener calidad y buen servicio • Establecer y mantener buenas relaciones con proveedores de materia prima e insumos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación del servicio delivery como una forma de atender al cliente en relación a los efectos de la pandemia. • Crear un menú online para facilitar la comunicación con el cliente.
Debilidades	Estrategia (DO)	Estrategia (DA)
<ul style="list-style-type: none"> • Nuevo restaurante • Precios más altos que la competencia • No cuenta con un parqueo vehicular • Personal sin capacitación especializada en restaurante 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de capacitaciones especializada al personal. • Participación en ferias gastronómicas. • Aplicar encuestas de satisfacción para medir aceptación y corregir defectos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar el comportamiento de los negocios cercanos a través de observaciones. • Fidelizar a través de descuentos incluidos.

4.2 Naturaleza del negocio

Álvarez (2017), describe naturaleza del negocio como:

Lo que el negocio muestra ante la sociedad, por el cual está conformada por el nombre del negocio, la descripción del negocio, la misión y visión del negocio, objetivos del negocio, las ventajas competitivas, análisis de la industria, la descripción del producto del negocio y calificaciones para entrar al área. (p. 4)

4.2.1 Nombre del negocio

La selección del nombre del restaurante se realizó con base en la idea de crear un lugar en la capital con un ambiente diferente a lo que existe comúnmente, donde se pueda disfrutar de una vista agradable con la presencia y el olor de los de arbustos y árboles ornamentales, también con la creación de un pequeño huerto dentro de las instalaciones del restaurante.

Lo anterior permitirá brindar a los clientes un ambiente atractivo y acogedor para reuniones familiares o de negocios, invitándoles a permanecer más tiempo y regresar en otra ocasión. El nombre del negocio lleva además como distintivo, el apellido familiar, con el objetivo de ser reconocidos en la localidad. Por esta razón se decidió que el negocio lleve el nombre de **Zelaya House**, que en español se describe Casona Zelaya.

4.2.2 Logotipo

El logotipo está diseñado con dos columnas que simulan las paredes laterales y chimenea de una casa, con una ventana en el centro y dos rectángulos unidos en sus bases en la parte superior, que simulan el techo de la misma. (Figura 2).



Figura 2. Logotipo del Restaurante

La casa está bordeada a la izquierda por un medio círculo en forma de luna creciente cóncava y tiene como base una hoja. En el centro de la casa, por encima y debajo de la ventana, está escrito el nombre del negocio “Zelaya House” en tipo de letra **Broadway**. Tanto el diseño como las letras del nombre tienen los colores representativos del negocio en tres tonalidades verdes que se relacionan con la naturaleza.

4.2.3 Lema

“Cuidate, sin descuidar el sabor”

El lema del negocio está escrito con tipo de letra **Berlin Sans FB Demi**, en dos de los colores verdes representativos del negocio, relleno RGB 20-130-68 y sombra RGB 175-246-50; éste hace alusión a la importancia de cuidar la salud sin dejar de disfrutar de los sabores de la buena comida.

4.2.4 Colores

Cuadro 3. Colores representativos del negocio

	RGB 56-87-35	Los colores representativos del negocio son tres tonalidades de verde que representan la naturaleza con lo que se identifica el restaurante.
	RGB 175-246-50	
	RGB 20-130-68	

4.2.5 Misión

Armijo (2009) define que “La misión es una descripción de la razón de ser de la organización, establece su “quehacer” institucional, los bienes y servicios que entrega, las funciones principales que la distinguen y la hacen diferente de otras instituciones y justifican su existencia” (p. 23).

Misión de Zelaya House: Somos un restaurante innovador, motivado por satisfacer las expectativas de nuestros clientes, ofreciéndole un servicio de calidad con una amplia gama de comidas y bebidas, en un ambiente campestre y acogedor. Estamos enfocados en alcanzar la sostenibilidad, comprometidos responsablemente con el medio ambiente.

4.2.6 Visión

Armijo (2009), afirma que la visión corresponde al futuro deseado de la organización. Se refiere a cómo quiere ser reconocida la entidad, representa los valores con los cuales se fundamentará su accionar público. (p. 38).

Visión de Zelaya House: Ser la mejor propuesta gastronómica de Managua, donde la creatividad, el buen sabor, la atención personalizada y un ambiente acogedor se combinan para brindar a nuestros clientes una experiencia distinta, inolvidable y única.

4.2.7 Valores

Respeto: Comprometidos a tomar en cuenta diferentes puntos de vistas y sobre todo a escuchar a proveedores, colaboradores y clientes.

Confianza: comprometidos a que nuestras acciones cuenten para que las personas crean en nosotros.

Innovación: Comprometidos con el cambio y mejora continua en nuestros servicios y productos para el cliente, así como la constante capacitación para la creatividad y en los diferentes procesos y áreas del restaurante.

Liderazgo: Todos los colaboradores internos están en capacidad de atender las necesidades y resolver problemas que corresponden a su responsabilidad dentro de sus funciones, tomando decisiones y dirigiendo actividades en beneficio de la empresa y de nuestros clientes.

Disciplina: Obteniendo lo mejor de cada persona a favor de la empresa y mejorando constantemente, resulta una sinergia que se refleja en el servicio al cliente y la calidad en el producto.

Proactividad: Aspiración fundamental de tomar nuevas iniciativas con capacidad para el cambio.

Calidad: Tanto en la cocina como en el servicio de mesas, aplicamos siempre nuestra experiencia y conocimiento con el máximo rigor y precisión, pero también con la pasión e ilusión de quienes aman el trabajo que realizan. No se puede lograr el ambiente tan agradable de Zelaya House, sin nuestro equipo no estuviese involucrado e ilusionado con su trabajo.

Honestidad: Ser transparentes con nuestros clientes y colaboradores internos, otorgar lo que se ofrece; no prometer sino se puede cumplir lo acordado; este es un valor que nos compromete a ser conscientes de que lo ofrecido es compromiso y debe cumplirse sin buscar soluciones a medias, ni pretextos para ocultar los errores.

Responsabilidad social: Aportando al bienestar de la sociedad y cuidado del medio ambiente.

4.2.8 Ventajas competitivas

Atención al cliente: Mediante la búsqueda de excelencia en la prestación de servicio, se realizará un constante monitoreo y capacitación en el protocolo de atención al cliente, en los cuales, en el primer contacto de los interesados en asistir al negocio, será una experiencia satisfactoria, en donde se prestará el servicio a los clientes con trato adecuado, amable y en el tiempo oportuno.

Ubicación geográfica: Localizado en el distrito VI de Managua, considerándose el distrito más importante, por la concentración del mayor número de colonias populares, urbanizaciones progresivas del municipio y también por ser la primera cara que percibe el visitante internacional, dado que en esta localidad se encuentra el aeropuerto internacional del país y de igual forma por estar ubicado en la carretera panamericana norte, salida de la capital hacia los departamentos del norte y centro del país.

Valores: Nos sentimos identificados con el cuidado de nuestra integridad como empresa y como personas, dado que estamos comprometidos en ser ejemplo en el cumplimiento de los valores que profesamos como una forma de seguir adelante con nuestro negocio, reflejando un desarrollo moral y ético en nuestro quehacer diario.

4.3 Plan de mercado

De acuerdo con el Instituto Interamericano de cooperación para la Agricultura (2018) los mercados son:

...dicho de manera muy simple, el “espacio físico o virtual en el que se procede a comprar o vender diversos productos y servicios”. En este espacio participan, interactúan y se relacionan agentes varios, buscando cada uno de ellos cumplir sus necesidades, intereses y objetivos, vinculados a la venta o compra de productos y servicios. (pág. 4)

4.3.1 Descripción del restaurante, servicio y platillos

El restaurante contara con un espacio dedicado a la creación de platos tipos gourmet, su nombre es “Zelaya House”. Es un lugar ideal para los amantes de la elegancia y el confort, con un ambiente acogedor y campestre dedicado a las personas de la capital. Además de la tranquilidad, el lugar ofrecerá platos fuertes como churrascos, pollo jalapeño, entre otros. Se ofrecerán refrescos naturales que se ajustan de acuerdo a cada temporada de las diferentes frutas que ofrece el país

Además, contará con un área de juegos infantiles, para la recreación de los niños, en un lugar despejado y cerrado, que permitirá a los familiares estar relajados, junto a la decoración y el ambiente, será un lugar estratégico para cerrar negocios, estar con familiares o simplemente disfrutar de una velada romántica.

Los platos que el restaurante ofrecerá se detallan a continuación:

a. Carne asada



Figura 3: Carne de res asada

Carne de res asada: un corte ovalado de carne de res (4 onzas), asado a la parrilla en carbón. Como guarnición tajada frita, una porción de ensalada preparada con tomate, repollo, sal, vinagre blanco y gallo pinto, Figura 3.

b. Carne de cerdo asado



Figura 4: Carne de cerdo asado

Carne de cerdo asado: un corte de carne de cerdo (4 onzas), asada a la parrilla en carbón. Como guarnición tajada frita, una porción de ensalada preparada con tomate, repollo, sal, vinagre blanco y gallo pinto, Figura 4.

c. Carne de pollo asado.



Figura 5: Carne de pollo asado

Carne de pollo asado: pechuga de pollo deshuesada (8 onzas), asada a la parrilla en carbón. Como guarnición tajada frita, una porción de ensalada preparada con tomate, repollo, sal, vinagre blanco y gallo pinto, Figura 5.

d. Pollo en salsa jalapeña



Figura 6: Pollo Jalapeño

Pollo jalapeño: pechuga de pollo deshuesada (8 onzas), cocinada a la plancha. Como guarnición, arroz blanco, papas fritas, ensalada de lechuga, pepino y tomate, vinagre blanco, sal y limón, su respectiva salsa blanca, Figura 6.

e. Churrasco



Figura 7: Churrasco

Churrasco: una porción de carne de res (4 onzas), cocinada a la plancha. Como guarnición, arroz blanco, papas fritas, ensalada de lechuga, pepino, tomate, vinagre, sal, limón y su respectivo chimichurri, Figura 7.

f. Pollo empanizado.



Figura 8: Pollo empanizado

Pollo empanizado: un corte de carne de pollo (pechuga 8 onzas), cocinado en aceite caliente. Como guarnición, arroz blanco, papas fritas, ensalada de lechuga, pepino, tomate, vinagre, sal y limón, Figura 8.

g. Pollo a la plancha



Figura 9: Pollo al a plancha

Pollo a la plancha: un corte de carne de pollo (pechuga 8 onzas), cocinado a la plancha. Como guarnición, arroz blanco, tajadas fritas, ensalada de lechuga, pepino, tomate, vinagre, sal y limón, Figura 9.

h. Refrescos naturales



Figura 10: Refrescos naturales

Refrescos naturales: Se ofertarán refrescos naturales según frutos de la temporada, entre estos están cálala, limón, naranja, mandarina, melón con naranja, papaya con naranja, tamarindo, piña y guayaba, otros refrescos como linaza, chilla con tamarindo, Figura 10.

4.3.2 Delimitación geográfica del mercado

Zelaya House, se encontrará ubicado en el municipio de Managua, en el distrito VI, el cual limita al norte con el lago de Managua, al sur con el distrito VII, al este con el municipio de Tipitapa y Nindiri y al oeste con el distrito IV. El restaurante abarcará cinco barrios del distrito, estos son: El Rodeo, Monte Fresco, Escuela Quemada, Quince de Mayo y El Rodeíto, que conforman una población total de 5,218 habitantes.

4.3.3 Análisis de la demanda

Para el análisis de la demanda se aplicó una encuesta a una muestra de 235 personas en los barrios del perímetro de atención de “Zelaya House”. De acuerdo a los resultados, el 100% de

los encuestados respondió de manera positiva a la idea de establecer el restaurante en la localidad. Proyectando este dato a la población, los clientes potenciales del negocio serían la totalidad de habitantes de los barrios donde se hizo el estudio.

El 81% de los encuestados sugieren que las características primordiales del restaurante deberían ser calidad por precio, atención al cliente, higiene, menú variado y tiempo de espera. Mientras que un 12% agregó a las características anteriores, el ambiente acogedor.

a. Preferencias de comidas

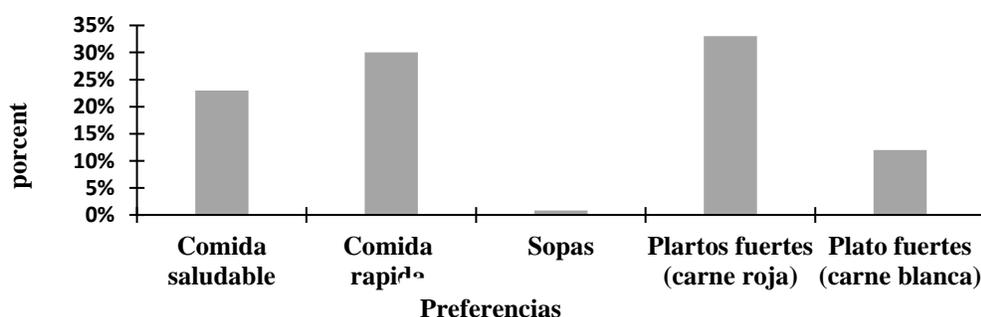


Figura 11: Preferencias de tipos de comidas, según ofrecerá el restaurante
Fuente: Elaborado con base de datos de encuesta aplicadas, en 5 barrios del distrito VI de Managua, 2020.

Con respecto a las preferencias del tipo comida los encuestados se decidieron principalmente por platos fuertes, 34%, comida rápida, 30% y comida saludable ,23%, Figura 11.

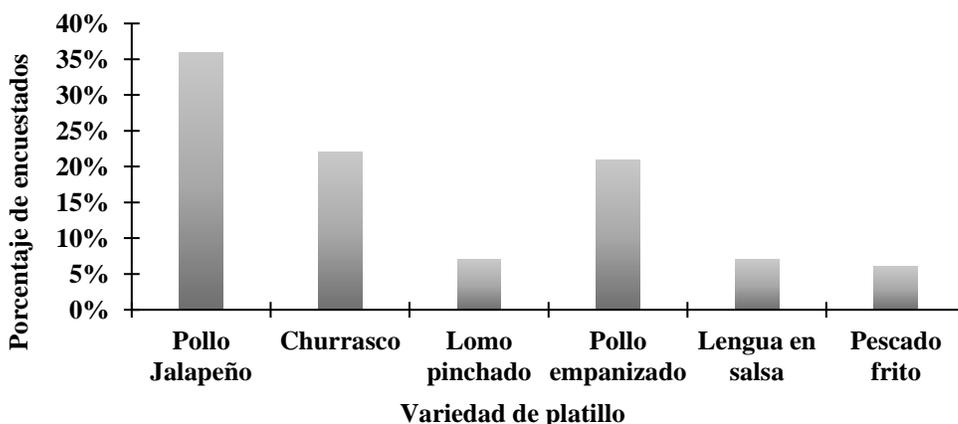


Figura 12: Preferencias en variedad de platillos, según ofrecerá el restaurante
Fuente: Elaborado con base de datos de encuesta aplicadas, en 5 barrios del distrito VI de Managua, 2020.

Al consultar sobre los platillos que el restaurante puede ofrecer a la comunidad, los encuestados prefirieron pollo jalapeño, churrasco y pollo empanizado, pero además sugirieron otros platillos, 22 en total, en los cuales la preferencia fue: carne de res asada, 17%, pollo a la plancha, 13%, y pollo asado 11.5%, Figura 12.

b. Frecuencia de consumo

Tomando en consideración la frecuencia de consumo se observa que el 35% de la muestra come en restaurantes dos veces al mes, 19% lo hace tres veces y 18% come cuatro veces, siendo esto una excelente oportunidad para la actividad productiva y comercial de “Zelaya House”.

c. Segmento de mercado

El segmento de mercado de “Zelaya House” está conformado por las siguientes variables:

- **Edad de los clientes potenciales:** De acuerdo a los resultados, 82% de las personas que visitarán el restaurante es una población joven, con edades entre 18 y 31 años, indicando que este es el principal segmento de mercado al que se dirigirá el servicio, Figura 13.

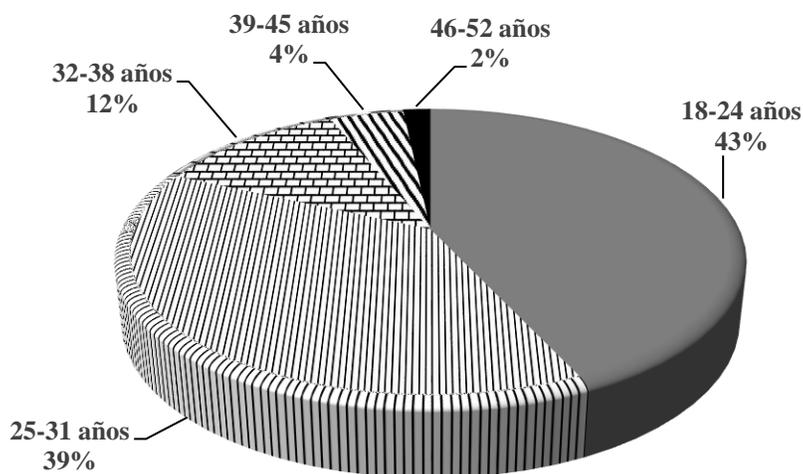


Figura 13: Rangos de edades de los encuestados

Fuente: elaborado con datos en base de encuestas aplicadas en 5 barrios del distrito Vi de Managua, 2020

- **Sexo:** En cuanto a la distribución por sexo, los clientes potenciales del restaurante están representados por una población femenina del 56% y 44% masculino.
- **Preferencia de acompañante:** El 77% de los encuestados manifestó visitar restaurantes principalmente en familia o con amigos, los demás lo hacen en pareja o con compañeros de trabajo.
- **Servicio adicional requerido por los clientes:** El 66% de los consumidores suele llevar niños a comer a restaurantes y 88% está de acuerdo en que el lugar acondicione un área de juegos infantiles para la recreación de los mismos. De igual manera, 99% le gustaría obtener el servicio delivery y 90% considera apropiado que el restaurante cuente con servicio wifi.

4.3.4 Análisis de la oferta

Según Vivas (2018), la oferta puede definirse como la cantidad de productos destinados a la comercialización, esta cantidad se incrementa directamente con el precio. (pág. 246).

a. Análisis de los precios

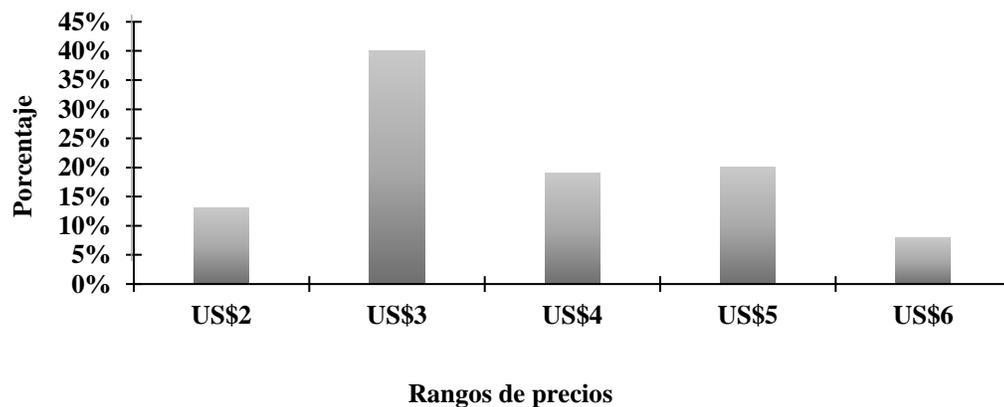


Figura 14: Estimación de precios según los encuestados

Fuente: elaborado con datos en base de encuestas aplicadas en 5 barrios del distrito Vi de Managua, 2020

En relación al precio de compra por platillo se observa que el 40% de los clientes potenciales estarían dispuestos a pagar por un plato de comida US\$3.00, Figura 5, no obstante, este valor podría variar en dependencia de los insumos y materiales de producción en la temporada. Por otro lado, existe una cantidad casi igual de clientes, 39%, que podría pagar entre US\$4.00 y US\$5.00 por plato, pudiendo hacerse ajustes a futuro en el precio, en el caso de que se incrementen los insumos y materiales de elaboración, Figura 14.

b. La competencia

En relación a la competencia que podría tener el negocio, se observa que solamente el 7% de los encuestados identificaron como único competidor al restaurante La Pérgola, ubicado dentro del hotel las Mercedes. Este restaurante ofrece platos a la carta, con precios que oscilan entre US\$6 y US\$10, sin embargo, para los propietarios de “Zelaya House”, esto no sería una competencia porque el restaurante ofrece el servicio solamente a personas que se hospedan en el hotel. Por otro lado, este local se encuentra temporalmente cerrado por efecto de la pandemia del COVID 19.

Pese a que los encuestados identificaron solamente al restaurante La Pérgola como competidor, la oferta de comidas rápidas y platos fuertes está experimentando un crecimiento por los negocios que se están estableciendo actualmente en los cinco barrios del estudio; estos son Comedor Marina, Fritanga Reyna y Fritanga Miranda, los que son una competencia significativa para el nuevo restaurante por su cercanía y precios bajos, ya que éstos se dirigen a segmento de mercado de bajos ingresos.

Dado al surgimiento de competencias alrededor del restaurante que se pretende establecer, se identificaron las características de los eventuales rivales, así como también las particularidades de los productos o servicios que estos ofrecen, de igual forma se valoró que tan apropiado es el lugar de dichos competidores para que los clientes tengan un lugar agradable de esparcimiento para compartir con la familia, también se valoró si éstos negocios ofrecen el servicio delivery y wifi como última tendencia de mercado.

En el Cuadro 4, se presentan los negocios que serían competencia para “Zelaya House”. Aquí se observa que el precios de los platos que ofertan son menores que el precio de venta de los platos que ofertará “Zelaya House”.

Cuadro 4: Potencial competencia para el restaurante

Nombre de la competencia	Platos que ofrece	Precios de los platos US\$
Comedor Marina	Lengua en salsa	2 .00
	Pollo empanizado	2 .00
	Desmenuzada de res	2 .00
	Pollo asado	2 .00
Fritanga Reyna	Pollo asado	2 .00
	Cerdo asado	2 .00
	Carne de res asada	2 .00
	Corazón asado	2 .00
Fritanga Miranda	Pollo asado	2 .00
	Cerdo asado	2 .00
	Carne de res asada	2 .00
	Corazón asado	2 .00
Comida rápida Bendición de Dios	Hamburguesas	1.73
	Tacos de pollo	1.73
	Nachos	1.73

Fuente: Elaborado con base en datos de observación en los locales de la competencia

En el Cuadro 5 se presenta una comparación de las ventajas y desventajas competitivas de los negocios competidores antes mencionados, los que teniendo precios más bajos, muestran condiciones de servicio menos favorables, poca variedad y menor calidad en los platos en relación con el nuevo restaurante que “Zelaya House” pretende establecer.

Cuadro 5: Ventajas y desventajas competitivas

Competidor	Ventaja competitiva	Desventaja competitiva
Zelaya House	<p>Lugar: en perfectas condiciones para disfrutar en familia y amigos de un buen servicio y platillos.</p> <p>Servicio: Ofrecerá servicio adicional como: delivery, empaques adecuados para el traslado de alimentos, servicio de wifi y juegos infantiles.</p> <p>Variedad: Se ofrecerán diferentes platos de comidas para satisfacer los diferentes gustos.</p>	<p>Precio: Entre US\$1 y US\$1.27 más que los precios de la competencia, Cuadro 4.</p>

Cuadro 5: Ventajas y desventajas competitivas (Continuación)

Competidor	Ventaja competitiva	Desventaja competitiva
Comedor Marina	Precios: Precios más económico, Cuadro 4.	Lugar: Mobiliario desactualizado, local sin mantenimiento y mejoras, poco acondicionado para la atención del cliente. Servicios: No ofrece ningún servicio adicional. Variedad: No hay variedad de platos.
Fritanga Reyna	Precios: Precios más económico, Cuadro 4.	Lugar: Mobiliario desactualizado, local sin mantenimiento y mejoras, poco acondicionado para la atención del cliente. Servicios: No ofrece ningún servicio adicional. Empaques de comida inadecuados. Variedad: Fritanga todo el tiempo.
Fritanga Miranda	Precios: Precios más económico, Cuadro 4.	Lugar: Con su pronta remodelación, no ofrecen un área de lavamanos, ni servicios higiénicos. Servicios: Atención lenta e inadecuada por falta de personal. Variedad: Fritanga todo el tiempo. Sazón poco agradable.
Comida rápida Bendición de Dios	Precios: Los mismos precios de los demás negocios, siendo esto una costumbre de los negocios por no ofrecer un buen servicio, ofrecen precios bajos.	Lugar: Carece de local para que el cliente deguste de la comida. Servicios: Ofrece servicio delivery a pocas cuadras del negocio por falta de transporte. Variedad: Comida rápida poca variedad.

De acuerdo a datos de la competencia, Cuadros 4 y 5, se aprecia una segmentación de mercado por ingresos económicos, ya que ofrecen comida con poca variedad a precios bajos y cuentan con pocas condiciones para ofrecer el servicio.

c. Canales de distribución



Figura 15: Canal de distribución de los productos de Zelaya House

La forma de comercialización del servicio de “Zelaya House” será a través de un canal directo, ya que el producto finalizado, platos de comida, será dirigido de manera directa del restaurante al consumidor final. La distribución se llevará a cabo al momento que el cliente llegue al establecimiento o bien se tomarán pedidos por servicio delivery, Figura 15.

El abastecimiento directo al consumidor garantiza la inocuidad y presentación del producto que será ofertado, lo que se hará por medio de un mecanismo de entrega con altos estándares de higiene y calidad a fin de lograr un servicio de máxima eficiencia y seguridad.

d. Publicidad

De acuerdo a los resultados, 83% de las encuestados usan Facebook para la búsqueda de servicios, por lo que el restaurante hará uso de este medio de publicidad para ofertar el servicio, esto permitirá brindar mayor información, de tal forma que se pueda tener más cerca al cliente. También se usará Instagram y WhatsApp para la publicidad y atención al cliente, Figura 16.

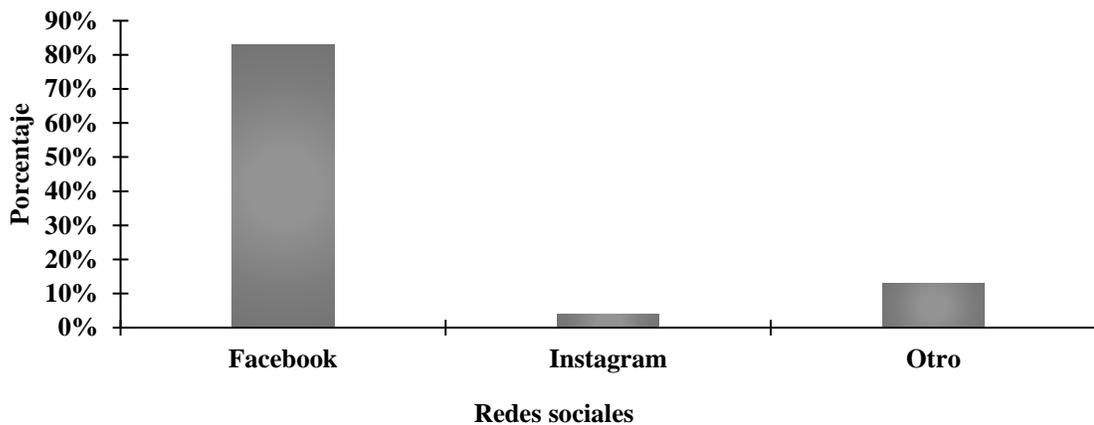


Figura 16: Redes sociales que más utilizan.

Fuente: Elaborado con base de datos de encuesta aplicadas, en 5 barrios del distrito VI de Managua, 2020.

El plan de publicidad estará basado en lo siguiente:

- **Segmentación:** Divulgación con un concepto creativo, moderno e interactivo orientado especialmente a jóvenes.
- **Diferenciación:** Se trabajará de la mano con el cliente, atendiendo críticas y sugerencias para la mejora continua y se hará uso de la tecnología interactiva de redes sociales para la eficiencia en el servicio.

Con el plan de publicidad se busca lograr la captación de clientes potenciales, fidelizar a quienes ya son consumidores, crear una identidad propia, consolidada fomentando la presencia de la marca en el distrito haciendo la diferencia; para esto se requerirá de:

- **Internet:** Actualizar la página web del restaurante en las redes sociales todos los días, para esto se contratará servicio de internet.
- **Mantas de vinil:** Se establecerán 5 mantas publicitarias, una en la entrada de cada barrio del Distrito VI de Managua, donde el estudio de mercado para el establecimiento del negocio.
- **Volantes:** Se elaborarán 1,000 volantes para entregar en las principales paradas de buses del Distrito VI de Managua.

A continuación, se presenta el plan de publicidad para dar a conocer los servicios del restaurante, (Cuadro 6).

Cuadro 6: Plan publicidad

Medio	Acciones específicas	Cantidad	Costo unitario US\$	Total año US\$
Internet	Página Web en redes sociales, Facebook, Instagram y WhatsApp, con información de interés de los platos y servicios del restaurante.	12	12.00	144.00
Mantas de vinil	Mantas publicitarias 6m x 1m	5	46.00	230.00
Volantes	Con información de la micro empresa, contactos y dirección de la misma, servicios y promociones.	1,000	0.05	50.00
Total				424.00

e. Estrategia comercial

- Crear un ambiente acogedor.
- Publicidad en Facebook e Instagram, la clave aquí es la calidad, enfocándose en publicar fotografías y videos, donde los platos publicados puedan verse atractivos y el lugar se vea agradable, con el fin de atraer al cliente para que visiten el restaurante.
- Crear una aplicación para la recepción de pedido online de acuerdo al menú ofertado. Con ésta el cliente tendrá la oportunidad de visualizar los platillos ofertados y hacer el pedido de manera fácil y rápida.

- Buena presentación, calidad del platillo y servicio eficiente, de manera que el cliente satisfecho recomiende el restaurante a otras personas.
- Dentro del local del restaurante se prestará el servicio de Wifi gratis.
- El restaurante dispondrá de un área de juegos infantiles con seguridad para la recreación de los niños y tranquilidad y disfrute de las familias.
- Se ofrecerá el servicio delivery, para que los clientes puedan degustar de los platillos del restaurante desde la comodidad de su hogar.

4.4 Plan de producción

Paredes (2001) plantea que:

El plan de producción está concentrado con el desarrollo específico de la acción que ejecutará el sistema de producción, a través del tiempo. En términos generales, esto obliga a hacer pronósticos para seleccionar la mayor combinación de recursos humanos, materiales y maquinaria para producir la demanda requerida eficientemente. En términos específicos, la cantidad de unidades de producción máxima que satisfaga los requerimientos impuestos por la demanda. (p. 5)

4.4.1 Macro localización

El negocio estará ubicado en el distrito VI del municipio de Managua, departamento de Managua. Éste cuenta con 167 barrios, de ellos 4 son residenciales, 31 barrios populares, 47 urbanizaciones progresivas, 85 asentamientos espontáneos y 4 comarcas. Además, se considera el distrito más importante por ser la primera cara que percibe el visitante internacional por el cual se encuentra el aeropuerto internacional del país y de igual forma por estar ubicado en la carretera panamericana norte. (Manfut, s.f)

4.4.2 Microlocalización

Zelaya House estará ubicado en el kilómetro 11½ de la carretera norte, en el barrio El Rodeo del distrito VI en Managua.

4.4.3 Requerimientos de insumos y materiales de elaboración de platos

- **Materia prima directa**

Los requerimientos de materia prima para los diferentes platos que se elaborarán en el restaurante son: Arroz, frijoles, plátanos verdes, plátanos maduros, carne de res, carne de cerdo,

carne de pollo, repollo, zanahoria, cebolla, tomate, lechuga, pepino, chiltoma, vinagre blanco, chile, aceite, salsa de tomate, crema, achiote, limón, sal, pimienta y especias, papas, naranja agria, naranja, harina, empanizador.

- **Materiales Directos**

Para el funcionamiento del servicio delivery se necesitarán contenedores descartables, cubiertos descartables (cucharas, tenedores, cuchillos), servilletas, bolsas de 1 libra y bolsas de gabachas, vasos descartables con tapadera de 8 onzas y pajillas.

- **Materiales indirectos**

Para mantener la higiene adecuada en el restaurante, de los materiales indirectos que se utilizaran son: Lava traste, detergentes, toalla de limpieza, desengrasantes, escobas, lampazos, mecha de lampazo, papel higiénico, pala, carbón, relleno de gas, basureros, cloro.

4.4.4 Maquinaria, herramientas y equipos de trabajo

a. Requerimientos de equipos

Cuadro 7: Requerimientos de Equipos

Descripción	Cantidad	Marca	Especificaciones técnicas	Precio de Mercado US\$
Cocina multifuncional industrial	1	Resto pan	4 quemadores a gas, con plancha de 12 cm, asador de 20 cm y 2 freidores de una canasta de hierro fundido	800.00
Licuada	1	TELLIER	Capacidad de 1,3 litros, motor de 3/8 Hp, 220-240 V - 300 w, peso de 3,63 Kg, cuchilla de acero inoxidable.	75.00
Lavamanos	1	Push	Lavamanos con pedal, sistema de válvula con agua fría, material de cerámica, con medidas de 1.50 X 50 cm	40.00
Freezer	1	MABE	capacidad de 224Lts, con altura de 87 cm, con 92 de ancho, profundidad de 70 cm.	300.00

Cuadro 7: Requerimientos de Equipos (continuación)

Descripción	Cantidad	Marca	Especificaciones técnicas	Precio de Mercado US\$
Lavadero	1	Resto pan	Artesanal, material cemento, 1400 mm de ancho, 850 mm de alto, 700 mm de fondo.	85.00
Asador al carbón	1	Artesanal	Capacidad de 20 lbs, con 1 m de alto, 1.50 metros de largo y 1 de ancho.	90.00
Horno de microonda	1	MABE	Capacidad de 0.7 pies cúbicos, potencia de 600 W, display digital, botón de inicio rápido, color blanco.	88.00
Baño Maria	1	Resto pan	4 módulos a gas, bandeja y tapadera de acero, iluminación LED, rodos giratorios y regulador de gas con manguera.	1,000.00
Mesas	20	Mueblería Enoc	Madera roble 180 mm x 80 mm	1,000.00
Silla	80	Mueblería Enoc	Madera Roble de 78,5 cm x 43.cm x 52.5 cm	1,600.00
Tanque	1	Plastitank	Tanque para agua de 1,100 lts, capa plastitank.	160,00
Total				5,238.00

Nota: Los precios de los equipos se obtuvieron, mediante cotizaciones realizadas en, Plastitank, Mueblería Enoc, Price Smart e IMISA. S.A

b. Requerimientos de utensilios

Cuadro 8: Requerimientos de utensilios

Descripción	Cantidad	Especificación técnica	Precio mercado US\$
Utensilios			
Pana grande	2	Plásticas de 20 lb	18.00
Pana pequeña	2	Plásticas de 5 lb	12.00
Balde plástico	2	Plástico de un galón	10.00
Cuchillo	2	De punta fina	12.00
Tasa de medida	2	Medida de 250 ml	8.00
Cuchara grande	2	Grande para escurrir	19.00
Cazuela	2	Inoxidable de 60 lb	175.00
Rallador	2	4 caras, acero inoxidable, 14 cm	10.00
Colador	2	Acero inoxidable, de 8 cm	6.00
Tajadero	2	Cuchilla de corte ajustable, de acero inoxidable, adherida a base de madera	10.00

Cuadro 8: Requerimientos de utensilios (continuación)

Descripción	Cantidad	Especificación técnica	Precio mercado US\$
Cristalería			
Platos	50	Ovalado de 12 cm, de vidrio color blanco.	72.50
Vasos	50	Altura 12.2 cm, de vidrio templado, capacidad de 355 cc	57.50
Cucharas	50	Para sopa, de acero inoxidable	17.50
Tenedores	50	Acero inoxidable	17.50
Cuchillos	50	Acero inoxidable	17.50
Tazas para café	50	Vidrio color blanco, capacidad 175 ml	100.00
Tazas para sopa	50	Vidrio color blanco, capacidad 20 x 5 cm	170.00
Cremeras	25	Vidrio de 10 oz	10.00
Azucareras	25	Vidrio color blanco, de 10 oz	10.00
Saleros	25	Vidrio color blanco, de 10 oz	10.00
Pimenteros	25	Vidrio color blanco, de 10 oz	10.00
Uniformes			
Para cocineros	4	camisa blanca y pantalón negro	70.00
personal de servicio	6	camisa blanca y pantalón negro	70.00
Mantelería			
Manteles	25	Color blancos de 1.40 m x 1.40 m.	65.00
Servilletas	100	Color blancos de 35 x 35 cm	65.00
Delantales	4	Color negros con 90 cm de alto y 76 cm de ancho	24.00
Total			1,066.50

Nota: Los precios de los utensilios se obtuvieron, mediante cotizaciones realizadas en diversas tiendas del mercado oriental.

c. Requerimiento de mobiliario y equipo de oficina**Cuadro 9: Requerimientos de mobiliario, equipos de oficina y sala de venta**

Descripción	Cantidad	Especificaciones técnicas	Precio de mercado US\$
Computadora (Laptop)	2	Marca HP, Sistema operativo Windows 7 Starte original 32 bit, con tamaño de 2.7 cm parte frontal x 33.6 x 22.8 cm, SATA de 320 GB, 1066 MH, pantalla de 14.0 p.	400.00
Escritorio	2	Marca Origami, 94 cm de alto, 135 cm de largo, profundidad de 55 cm, material, madera maciza de Roble.	200.00

Cuadro 9: Requerimientos de mobiliario, equipos de oficina y sala de venta (continuación)

Descripción	Cantidad	Especificaciones técnicas	Precio de mercado US\$
Silla	2	Marca Origami, estructura de acero, aluminio fundido y polipropileno, movimientos sincrónicos, asiento de 64 cm de ancho y 50 cm de profundidad, respaldo de 47 cm de ancho y 56 cm de profundidad, alto total de 130 cm.	400.00
Celular	2	Redmi 9A, almacenamiento de 32 GB, modelo M2006C3LG.	270.00
Caja registradora	1	Marca CASIO, con 18.8 cm de alto x 33 cm x 36 cm fondo, con velocidad de impresión 7 líneas por segundo en papel térmico, cajo pequeño de dinero (4/5 monedas), capacidad de registro hasta 1200 artículos diferentes.	260.00
Juegos de sofa	1		250.00
Total			1,780.00

Nota: Los precios de los mobiliarios y equipos de oficinas se obtuvieron, mediante cotizaciones realizadas en supermercado Price Smart y tienda celulares Ebenezer.

d. Equipo de reparto

Cuadro 10: Equipo de reparto

Descripción	Cantidad	Especificaciones técnicas	Precio de mercado US\$
Motocicleta	1	Yamaha FZ, 150	1,500
Total			1,500

Nota: El precio de equipo de reparto se obtuvo, mediante cotizaciones realizadas en el Dismac

4.4.5 Proceso operativo para la elaboración de platos

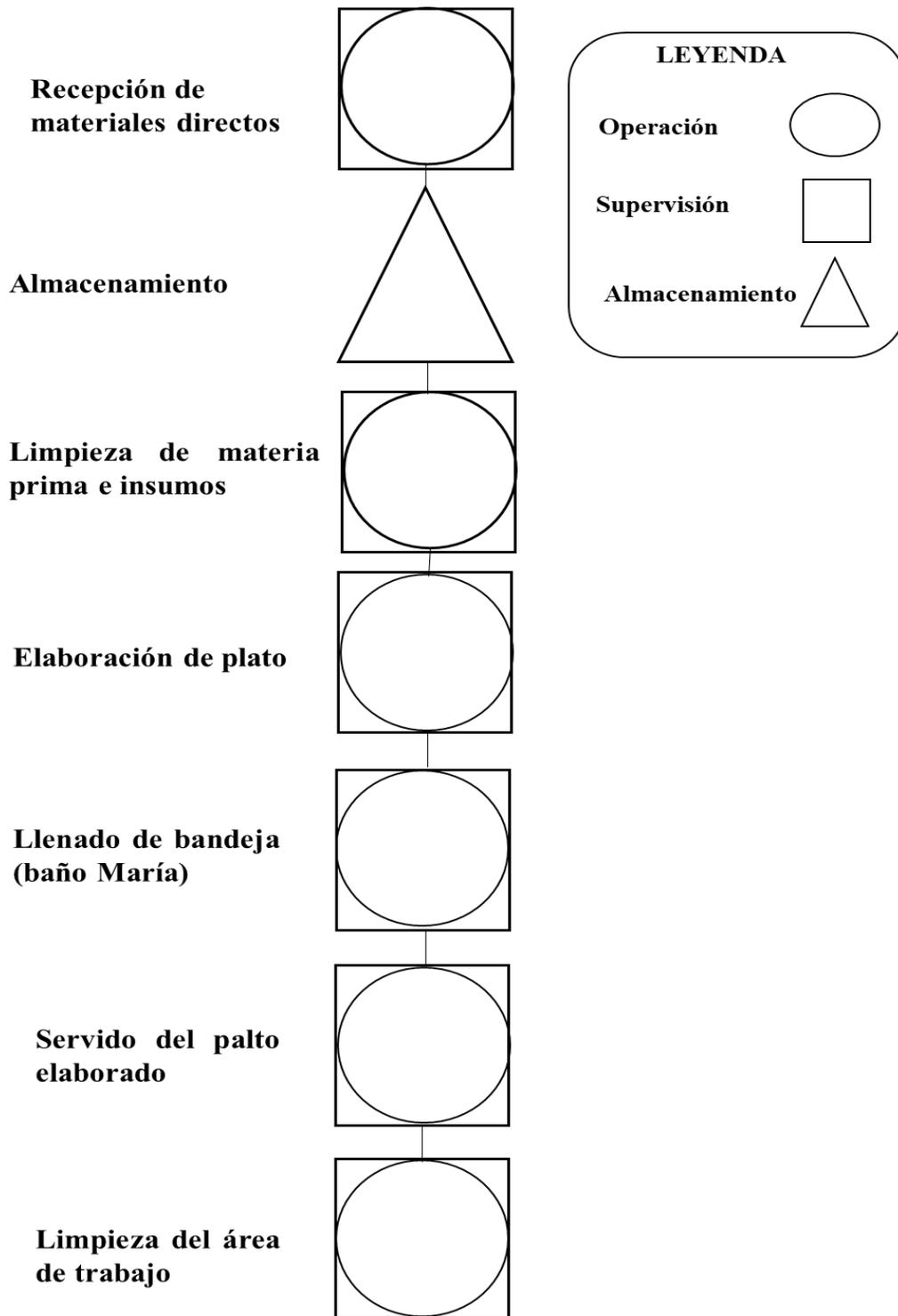


Figura 17: Flujograma del proceso operativo para la elaboración de platos

El proceso para la elaboración de los platos debe cumplir con las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).

Las Buenas Prácticas de Manufactura son un conjunto de principios y recomendaciones técnicas que se aplican en el procesamiento de alimentos para garantizar su inocuidad y su aptitud, y para evitar su adulteración. También se les conoce como las “Buenas Prácticas de Elaboración” (BPE) o las “Buenas Prácticas de Fabricación” (BPF). (IICA, 2009, p. 10).

El propósito de Zelaya House es proporcionarle al cliente un producto con el que pueda quedar satisfecho según lo señalado en la descripción del producto, para ello, se han enlazado las buenas prácticas de manufactura con la calidad del producto, cumpliendo con los requerimientos del Ministerio de Salud que es la institución encargada de verificar la higiene de los alimentos y del establecimiento.

A continuación, se describe el proceso operativo del restaurante que va desde la recepción de la materia prima e insumos hasta el servicio al cliente, en éste se detalla la aplicación de las BPM:

1) Recepción de materiales directos (materia prima e insumos):

La compra de materia prima se realizará de manera semanal, manteniendo siempre una rigurosa selección de los insumos ya que es indispensable que tanto verduras, como frutas se encuentren en buen estado y puedan reservarse para cubrir la demanda semanal de platillos. Para su recepción se llevarán a cabo las siguientes actividades:

- Al llegar los materiales directos será necesario verificar su olor, textura, sabor, color, apariencia general, fecha de capacidad y condiciones de empaque. Se exigirá que la recepción de la materia prima se realice en las primeras horas de la mañana, así se evitará el calor del medio día que genera la pronta descomposición de los alimentos.
- La inspección de los materiales directos se hará diario y de manera breve pero completa por personal de cocina que será capacitado para tal fin.

- No debe depositarse la mercadería en el suelo, sino en recipientes de conservación específicos para cada alimento.
- Deben registrarse cuidadosamente las fechas de expiración y los consejos de utilización.
- La materia prima proveniente del lugar de venta, deberá cambiarse de envase original y este será eliminado automáticamente, ya que pueden introducir agentes contaminantes al local.
- Se desecharán aquellas frutas, hortalizas y tubérculos que presenten daños por golpes o que estén en mal estado.
- Se desecharán aquellas carnes que presenten signos evidentes de descomposición.

2) Almacenamiento

Se respetará y aplicará la regla de almacenamiento, el insumo o materia prima que ingrese primero será el primero en ser utilizado, esto tiene por objetivo que el alimento no pierda su frescura o se eche a perder antes de usarlo.

- **Almacenamiento de alimentos secos**

Se dispondrá de un estante en un área seca, bien ventilada e iluminada para conservar enlatados y otros productos empacados.

Los alimentos como harinas, granos básicos, se almacenarán en recipientes que los protejan de la contaminación, en baldes de plásticos con tapa perfectamente etiquetado e identificados.

- **Almacenamiento de frutas y hortalizas**

Las frutas, hortalizas y verduras serán retiradas de su envase original y lavadas antes del almacenamiento, posteriormente se ubicarán en el refrigerador a temperaturas entre 7°C y 12°C para evitar que se deterioren. En el caso de hojas y hierbas aromáticas se guardarán en la parte media e inferior de la refrigeradora para que no se quemem con el frío.

- **Almacenamientos de carnes:**

Las carnes como (res, cerdo y pollo) por su alta dosis de agua y proteínas son los productos con más facilidad de descomposición, por lo tanto, estos se mantendrán refrigerados entre 0°C y 5°C, con el objetivo que se retrase la descomposición.

- Se almacenarán en depósitos plásticos reservado para este uso, con tapas para protegerlos de la contaminación cruzada y olores ajenos al producto.
- Se reducirá al máximo el tiempo de permanencia de estos productos en refrigeración, ya que la frescura y sabor se va perdiendo con los días.
- Se sacará del refrigerador únicamente la cantidad necesaria que se usará inmediatamente.

3) Limpieza de la materia prima e insumos antes de la elaboración de platos

- **Lavado:** todos los vegetales serán lavados cuidadosamente usando una solución de 160 litros de agua potable con 188.24 ml de cloro y esponja; cuando se trate de hojas como repollo, lechuga culantro, perejil, etc., se lavarán hoja por hoja para eliminar tierra y mugre. En el caso de las carnes, éstas serán lavadas con agua potable del grifo antes de ser almacena en el freezer.
- **Desinfección:** Durante el lavado se hará la desinfección de la materia prima e insumos para reducir bacterias y evitar posibles enfermedades gastrointestinales.

4) Elaboración de platos

- **Pelado y cortado:** se emplearán utensilios (cuchillos, tablas de picar, etc.) exclusivos para esta actividad, para evitar la contaminación cruzada, se lavará cuidadosamente el sitio de trabajo después del pelado de las verduras y particularmente luego de limpiar y preparar los diferentes tipos de carnes.

- **Descongelado:** por ningún motivo se congelará nuevamente un producto que ha sido descongelado, ni tampoco se cocinará un trozo de carne congelada, puede parecer exteriormente cocido y estar crudo por dentro.
- **Cocinado:** los utensilios utilizados para cocinar deberán estar debidamente lavados y desinfectados, en el caso de frituras, grasa y aceite que se usen para freír deberán renovarse cuando se observan evidentemente cambio de color, sabor y olor. El cocinado de alimentos puede ser a la plancha, hervido, horneado o asado.

No se incorporará a las preparaciones nuevas alimentos preparados del día anterior.

Para probar la sazón de las preparaciones directamente de la olla o fuentes principales, se emplearán utensilios (cucharas, tenedores, cucharones) los cuales no se volverán a introducir en la olla luego de ser utilizados si previamente no se lavan, ya que esto produciría contaminación.

- **Conservación:** se almacenarán en refrigeración los alimentos ya preparados, pero no más de tres días, siempre y cuando no se observe alteración alguna.
- **Mezclado:** los condimentos empleados deberán estar exentos de materias extrañas y guardados en recipientes limpios y lavados, cada condimento tendrá un cubierto exclusivo para su uso y por ningún motivo se empleará este para la mezcla.

5) Llenado de bandeja del mostrador de exhibición

Este proceso se realizará después de haber sido elaborados los alimentos los que serán vaciados en contenedores especiales de baño María, para preservar el calor y sabor de los alimentos. Siempre se tendrá en cuenta que estas bandejas no se encuentren vacías.

6) Servido del plato elaborado

Las personas que servirán a los clientes deben observar rigurosamente su higiene personal y vestimenta, en especial las manos. En el servido se emplearán utensilios exclusivos de esta actividad, previo lavado y desinfectado, en caso que estos se caigan al suelo, no se usarán nuevamente hasta que hayan sido lavados y desinfectados.

De igual forma no se servirán los alimentos directamente con las manos, la persona que sirve no podrá tomar dinero al mismo tiempo.

Los alimentos preparados que no se sirven de inmediato, se guardarán en refrigeración o se mantendrán calientes mediante baño María (mesa caliente), cuya temperatura será controlada, para que permanezca por encima de los 63°C.

7) Limpieza del área de trabajo

Finalizada la preparación de los alimentos el personal de cocina deberá limpiar el área y mueble de trabajo, también los utensilios utilizados, a fin de que estén limpios y disponibles para la siguiente preparación de comida. Este procedimiento será rápido y riguroso para garantizar la continuidad de la atención de los clientes y la inocuidad de los alimentos.

4.4.6 Proceso de atención al cliente

a. Consumo del cliente en el local del restaurante

El servicio del restaurante, inicia cuando el cliente ingresa al establecimiento. Si el cliente consume directamente en el establecimiento, el procedimiento es el siguiente:

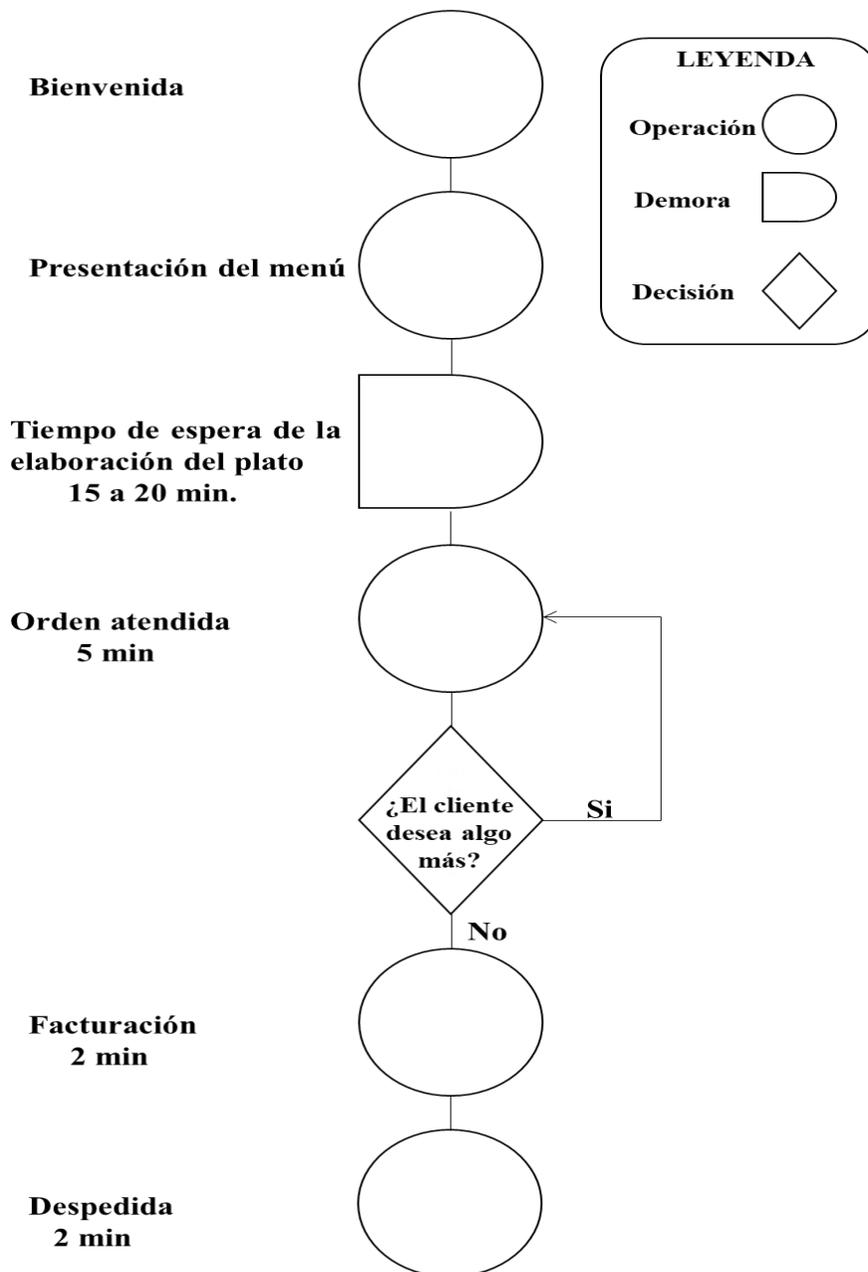


Figura 18: Flujo de proceso de servicio de atención al cliente en el restaurante

Descripción del proceso de atención al cliente en el restaurante, Figura 18:

- 1) Bienvenida:** Recibe la bienvenida del mesero de turno quien le sugiere una mesa y está listo para atenderlo.
- 2) Presentación del menú:** El mesero le presenta el menú del día y recibe la orden del cliente.
- 3) Elaboración del plato y tiempo de espera:** El tiempo estimado para la elaboración del plato es de 15 a 20 minutos, esto es para consumir en el local del restaurante.
- 4) Orden atendida:** Después de elaborado el plato, el mesero servirá la mesa en un tiempo aproximado de 5 minutos y queda atento a cualquier otro pedido.
- 5) Proceso de facturación:** Al terminar de consumir, el cliente recibirá su factura y procederá a pagar en un tiempo aproximado de 2 minutos.
- 6) Despedida:** Al retirarse del local, el cliente será amablemente despedido por el mesero en un tiempo máximo de 2 minutos.

b. Servicio delivery

Si el cliente ordena servicio delivery, el procedimiento es el siguiente:

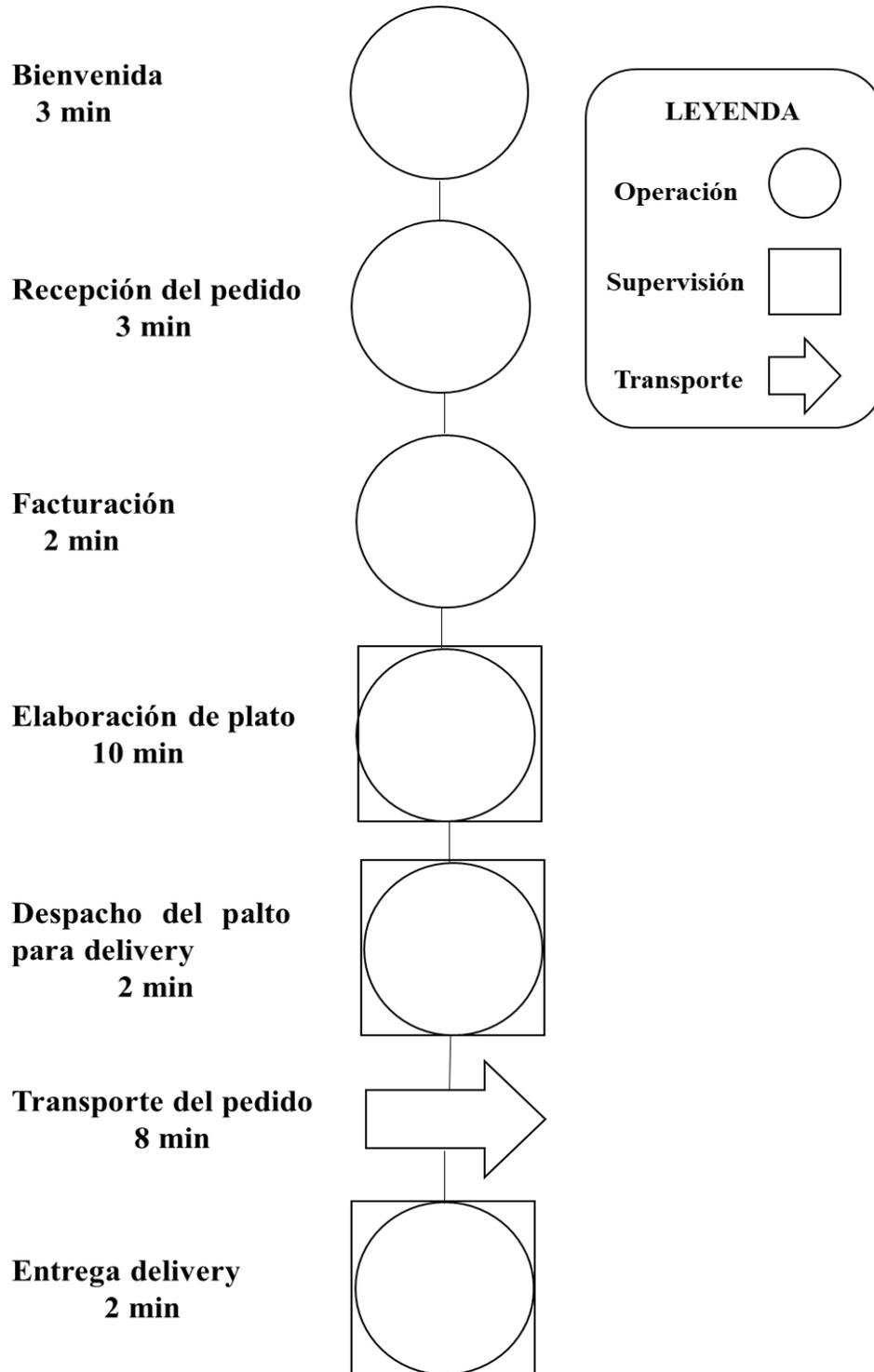


Figura 19: Flujograma de proceso de servicio delivery

- 1) **Bienvenida:** El cliente recibe la bienvenida a través de llamada telefónica o WhatsApp y se le da a conocer el menú del día, 3 minutos.
- 2) **Recepción del pedido:** La persona encargada recibe el pedido del cliente, este se encarga de tomarle los datos tales como: nombre completo, dirección y se le brinda el total a cancelar, 3 minutos.
- 3) **Facturación:** Estando de acuerdo el cliente con el monto se hace la factura, 2 minutos.
- 4) **Elaboración del plato:** Una vez obtenida la información del cliente se procede a preparar el o los platos del pedido. En promedio, la elaboración de un plato tarda 20 minutos, 10 minutos.
- 5) **Despacho del plato para delivery:** Una vez listos los platos, son entregados al repartidor quien hará la entrega delivery, 2 minutos.
- 6) **Transporte del pedido:** El motorizado trasladará los platos de comida, de acuerdo una ruta establecida según órdenes de pedido. El tiempo de entrega al cliente se estima en 8 minutos.
- 7) **Entrega delivery:** El cliente recibirá su pedido con la factura y pagará al repartidor, 2 minutos.

4.4.7 Capacidad instalada

De acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada en los cinco barrios que será el mercado a atender, la demanda anual del negocio es de 18, 720 platos, 1,560 al mes; para esto, los dueños del restaurante cuentan con una capacidad instalada de un local cuyas dimensiones son 13m x 11m x 3m el cual presta las condiciones necesarias para su funcionamiento, en éste se hará una serie de remodelaciones para mejorar los procesos operativos de elaboración de platos y servicio al cliente.

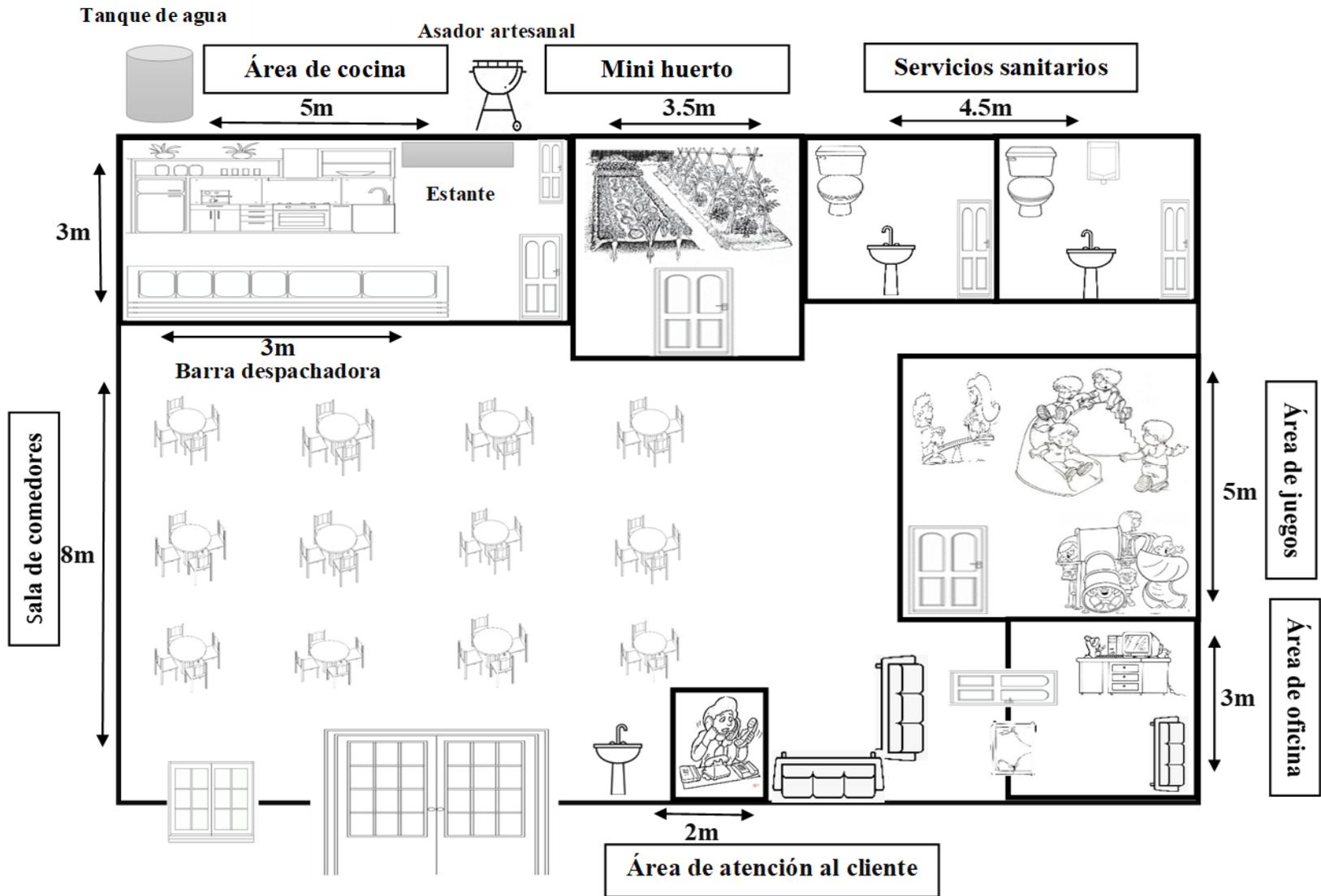


Figura 20: Distribución interna de Zelaya House
Fuente: Elaborado con base en dimensiones de módulos del restaurante

Las remodelaciones a realizar son: Área de juego, minihuerto, pintura del local, barra despachadora, mejoras en los servicios higiénicos. El presupuesto de esta inversión se detalla en él, Anexo 6.7, Además, el local cuenta con un área verde interna de 3.5m x 4m donde se dispondrá el minihuerto.

En la Figura 20 se observa la distribución del restaurante en diferentes áreas:

- **Entrada del restaurante:** en el cual dispondrá de una lava manos, para la seguridad higiénica de los clientes que ingresen a restaurante.
- **Área de atención al cliente:** Esta tiene una dimensión de 2m x 2m donde se recepcionarán los pedidos y se atenderán a los clientes que visiten el restaurante, de igual forma aquí se atenderán los pedidos que sean para servicio delivery por vía WhatsApp, Instagram y llamadas telefónicas.
- **Área de oficina:** Esta es una sala con dimensiones de 3m x 3m, del cual ser un lugar adecuado para que el gerente del restaurante se sienta cómodo y pueda realizar su trabajo eficientemente para el buen funcionamiento del restaurante.
- **Sala de comedores:** Es un área de 7m x 8m, donde se dispondrá de 20 mesas con sus cuatros sillas. Cada mesa con sus sillas tendrá disponible un área de 2.8 m² a fin de evitar el contagio por Covid19. Todo esto se dispondrá en un ambiente agradable para que el cliente se sienta cómodo y pueda disfrutar de los diferentes platillos que el restaurante ofrece.
- **Área de juegos infantiles:** Esta área es un espacio para la recreación de los niños, con el objetivo de ofrecer a nuestros clientes otra área el cual les permita llegar en familia y disfrutar todo lo que ofrece Zelaya House, cuenta con una dimensión de 4m x 5m.
- **Servicios sanitarios:** Esta área con dimensiones de 4,5m x 3m que estará acondicionada para que el cliente pueda realizar sus necesidades cómodamente si lo amerita.

- **Área de mini huerto:** Esta área cuenta con una dimensión de 3,5m x 4m donde se podrá sembrar diferentes tipos de hortalizas para darle un mejor ambiente al restaurante y de igual forma poder utilizarlos en la realización de los alimentos
- **Área de cocina:** esta tiene una dimensión de 5m x 3m, el cual estará acondicionada para poder realizar con eficiencia todos los platillos que puedan ser ordenados por los clientes, de igual forma dispondrá con una barra despachadora de 3m x 1m, para una mejor, fácil y rápida atención al cliente.

a. Ventajas de la ubicación del local

- Acceso a la materia prima, insumos y materiales directos para la elaboración de la comida. Existen en el mercado diversas empresas que proveerán de materia prima e insumos para la elaboración de los diferentes platos que ofrecerá el restaurante, por otro lado, se contará con mano de obra capacitada para la preparación de los mismos.
- Disponibilidad de agua: el local tiene acceso a la red de agua potable de buena calidad que permanecerá constante. De igual forma se instalará un tanque de almacenamiento de agua para previendo algún imprevisto.
- Cercanía a la población: se facilita la visión del restaurante, esto para el ingreso y de igual forma para la contratación de mano de obra.
- Fácil acceso: por el encontrarse ubicado a orillas la carretera panamericana norte, lo que permite la facilidad de ingreso de materias primas, así como la salida del producto, vehículos y personas.

4.4.8 Proveedores de materia prima

Cuadro 11: Análisis de los proveedores de “Zelaya House”

Materia prima directa					
Mercancía	Proveedor	Ubicación	Contacto	Plazo de entrega	
Arroz	Frijoles				
Aceite	Sal	Distribuidora	Mercado	Linea fija:	Entrega Inmediata
Harina	Empanizador	Imperial	Mayoreo		
Azúcar					
Tajadas fritas		Tajadas Enmanuel	Mercado Mayoreo	Celular: 76079262	Entrega Inmediata
Carne de Res		Nuevo Carnic	Km. 10 1/2 carretera N. 1000 mts al lago. Managua. Nicaragua	Linea fija: 22331184	Entrega Inmediata
Carne de cerdo		Matadero Cacique	km 10v1/2 carretera N. entrada nuevo Carnic	Linea fija: 22265810	Entrega inmediata
Carne de pollo	Papas	Maxi Pali	Pista el Mayoreo	Linea fija: 18007022	Entrega inmediata
Crema					
Repollo	Zanahoria				
Lechuga	Tomate				
Cebolla	Chile				
Limón	Vinagre blanco	Verdureria	Mercado Mayoreo	Linea fija:	Entrega inmediata
Achote	Naranja agria				
Pimienta	Especies				
Materiales directos					
Contenedores descartables	Servilletas				
Cuchillos descartables	Bolsas (1 lbs)	Distribuidora	Mercado Mayoreo	Linea fija: 22630285	Entrega inmediata
Cucharas descartables	Bolsa de gabacha (5 lbs)				
Materiales indirectos					
Lava traste	Desengrasantes				
Detergente	Escobas				
Lampazo	Pala	Distribuidora	Mercado	Linea fija: 22630285	Entrega inmediata
Papel Higienico	Carbón	Imperial	Mayoreo		
Basurero	Relleno de Gas				
Bolsas negras 10 lbs					

4.4.9 Mano de obra

Para el funcionamiento del negocio y satisfacción de la demanda de los diferentes platos que se ofrecerán, se necesitará de seis personas que atenderán el local

Cuadro 12: Descripción del personal de Zelaya House

Cargo	Cantidad
Gerente General	1
Chef	1
Ayudante de cocina	2
Cajero y responsable de atención al cliente	1
Mesero	2
Responsable de limpieza	1
Responsable de seguridad	1
Total	9

Fuente: Elaborado con base en organización del restaurante

4.5 Plan organizacional

Un plan organizacional hace el análisis de la estructura interna de una empresa, es decir, la forma de organizarse detallando cada departamento del organigrama, personal y sus funciones.

4.5.1 Estructura organizacional

a. Organigrama

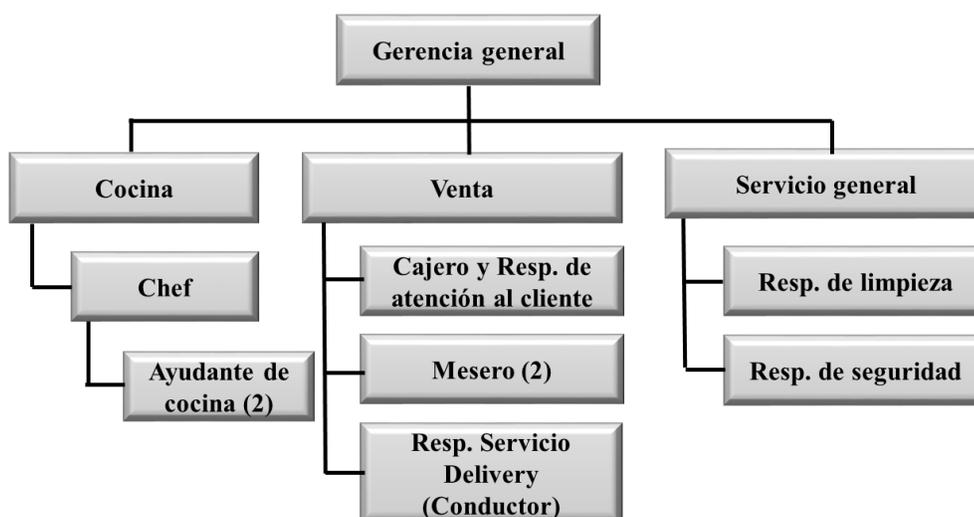


Figura 21: Organigrama del restaurante Zelaya House

La estructura organizacional es simple, debido a que se trata de un negocio nuevo, el cual cuenta con una estructura sencilla y con pocos niveles jerárquicos, incluyendo un soporte administrativo y nivel operacional pequeño. En la Figura 21, se observa la estructura organizativa del negocio con tres áreas funcionales en las cuales se desempeñarán 10 personas para el logro de los objetivos del mismo.

b. Fichas de cargo

De acuerdo al organigrama de la estructura organizativa del restaurante, las funciones de cada empleado se detallan en las fichas de cargo. Éstas ayudarán al personal a conocer cuáles serán las actividades a realizar según sus funciones y obligaciones del cargo; facilitará la supervisión de las actividades, que será realizada por el gerente general y también permitirá hacer el

reclutamiento del personal, dado que en las fichas se determinarán los requisitos que debe cumplir el aspirante a ocupar una plaza de trabajo.

Cuadro 13: Ficha de cargo del gerente general

Cargo	Gerente general
Área	Gerencia general
Personal a su cargo	9
Objetivos del cargo	Debe tener la capacidad de negocio en los diferentes niveles, administrador de recursos, planificador y metódico, detección de oportunidades y amenazas en el mercado, construcción de equipo de alto desempeño, liderazgo, comunicación afectiva.
Funciones del cargo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. 2. Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de esta. 3. Controlar las actividades planificadas, comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias. 4. Aumentar el número y calidad de clientes, hacer las compras de materiales, resolver sobre las reparaciones o desperfectos del negocio. 5. Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo. 6. Analizar los problemas de la empresa en los aspectos, financieros, administrativos, personal, contable, entre otros.
Salario mensual	US\$ 220

Cuadro 14: Ficha de cargo del Chef

Cargo	Chef
Área	Cocina
Jefe inmediato	Gerente general
Personal a su cargo	2
Objetivos del cargo	Encargado de manejar el personal de cocina, cumplir las normas y procedimientos de seguridad integral, controlar el tratamiento de los alimentos que son suministrados, garantizar el orden y limpieza del equipo y sitio de trabajo.
Funciones del cargo	<ol style="list-style-type: none">1. Preparar y cocinar los alimentos para la venta con ayuda del auxiliar.2. Verificar la existencia de las diferentes materias primas e insumos.3. Cocinar los alimentos según tiempo y cantidad.4. Verificar el buen estado de los alimentos y las existencias necesarias para cumplir con la venta diaria.5. Revisar diariamente la conservación de los alimentos.6. Verificar que se cumplan las normas de higiene y que el personal a su cargo desempeñe correctamente sus funciones.7. Colaborar en conjunto con el personal en mantener todo limpio y ordenado.
Salario mensual	US\$ 200

Cuadro 15: Ficha de cargo del ayudante de cocina (2)

Cargo	Ayudante de cocina
Área	Cocina
Jefe inmediato	Chef
Objetivos del cargo	Mantener comunicación efectiva con su jefe inmediato, tener conocimientos de cocina básica.
Funciones del cargo	<ol style="list-style-type: none">1. Limpiar, pelar y cortar los alimentos.2. Picar o pelar alimentos tales como: carnes o verduras.3. Pesar o medir los alimentos.4. Ayudar en la preparación de platos listos para servir.5. Mantener limpio el área de cocina y utensilios.6. Colaborar en la conservación de las materias primas e insumos y productos de uso en la cocina.7. Gestionar el control de los pedidos.
Salario mensual	US\$ 180

Cuadro 16: Ficha de cargo del cajero y responsable de atención al cliente

Cargo	Encargado de atención al cliente
Área	Venta
Jefe inmediato	Gerente general
Objetivos del cargo	El cajero y responsable de atención al cliente debe recepcionar, entregar y custodiar dinero en efectivo, cheques, giros y demás documentos de valor, a fin de lograr la recaudación de ingresos al negocio y la cancelación de pagos que correspondan a través de caja. De igual forma debe proporcionar a los clientes información relacionada a los productos o servicios que el restaurante ofrece, además se encarga de canalizar las quejas, críticas y sugerencias.
Funciones del cargo	<ol style="list-style-type: none">1. Recibir y tramitar pedidos, solicitudes y reclamaciones.2. Brindar información y resolver dudas.3. Impulsar las ventas.4. Detectar aspectos de mejora.5. Identificar oportunidades de mercado.6. Solucionar problemas de los clientes.7. Recibir y entregar cheques, dinero en efectivo, depósitos bancarios y otros documentos de valor8. Registrar directamente operando una computadora o caja los movimientos de entrada y salida de dinero.9. Realizar arqueos de caja.10. Suministrar a su superior los movimientos diarios de caja.11. Sellar, estampar recibos de ingresos por caja, planillas y otros documentos.12. Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la empresa.13. Mantener en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.14. Realiza cualquier otra tarea a fin que le sea asignada
Salario mensual	US\$ 177

Cuadro 17: Ficha de cargo del mesero (2)

Cargo	Mesero
Área	Venta
Jefe inmediato	Gerente general
Objetivos del cargo	Mesero es una figura principal en restaurante. Su tarea principal es la de servir alimentos y bebidas a los clientes que van en solicitud del servicio. Su objetivo principal es lograr que el cliente quede satisfecho y se sienta a gusto.
Funciones del cargo	<ol style="list-style-type: none">1. Presentar el menú: Conocer los ingredientes y las preparaciones, sugerir platos, presentar las recomendaciones del día y las bebidas disponibles.2. Ser enlace entre la cocina y el comensal: Anotar pedidos y entregarlos al comando de la cocina, cerciorarse que los platos hayan sido preparados de forma correcta, en caso de que el comensal haya hecho una petición especial.3. Mantener comunicación continua con los clientes: Prestar atención a las reacciones de los clientes y canalizar quejas o sugerencias que busquen mejorar el servicio.4. Velar que al cliente le facturen de manera correcta el consumo realizado5. Cumplir con las políticas sanitarias y de seguridad al manipular alimentos y bebidas
Salario mensual	US\$ 177

Cuadro 18: Ficha del responsable de servicio delivery (Conductor motorizado)

Cargo	Responsable de servicio delivery (Conductor)
Área	Venta
Jefe inmediato	Gerente general
Objetivos del cargo	Hacer entrega de servicio delivery de acuerdo a los pedidos realizados por los clientes del restaurante.
Funciones del cargo	<ol style="list-style-type: none">1. Elaborar en conjunto con el responsable de atención al cliente la ruta de entrega de órdenes delivery solicitadas por los clientes.2. Trasladar los alimentos hacia las direcciones indicadas por los clientes de acuerdo a la ruta de entrega de servicio delivery.3. Recibir el pago por el servicio delivery y entregar factura.4. Arquear ingreso por venta delivery junto con el cajero y responsable de atención al cliente.5. Hacer chequeos de control de la moto para valorar su estado y hacer el requerimiento de mantenimiento necesario.6. Hacer divulgación del servicio de restaurante con la entrega de volantes en los lugares donde hace entrega delivery.7. Cumplir con las normas y procedimientos de manejo de los productos que se entregan delivery.8. Realiza otras tareas a fin a su cargo.
Salario mensual	US\$ 177

Cuadro 19: Ficha de cargo del encargado de limpieza

Cargo	Encargado limpieza
Área	Servicio general
Jefe inmediato	Gerente general
Objetivos del cargo	Encargado en proveer un ambiente limpio en todo el área del restaurante.
Funciones del cargo	<ol style="list-style-type: none">1. Mantener los espacios ordenados y pulcros.2. Desechar la basura y demás desperdicios.3. Mantener la higiene y la organización.4. Reposición de materiales como, bolsas plásticas en los recipientes de basuras y papel higiénicos.
Salario mensual	US\$ 177

Cuadro 20: Ficha de cargo del guarda de seguridad

Cargo	Encargado de seguridad
Área	Servicio general
Jefe inmediato	Gerente general
Objetivos del cargo	Llevar a cabo su función, ejerciendo la vigilancia y protección de los bienes y del establecimiento.
Funciones del cargo	<ol style="list-style-type: none">1. Proteger tanto a las personas, como a la propiedad y toda clase de bienes.2. Prevenir robos, vandalismo y la violación de propiedad privada.3. Reportar al gerente general cualquier actividad inusual.
Salario mensual	US\$ 177

4.5.2 Aspectos relacionados a la figura legal y capital de trabajo del negocio

Zelaya House es una microempresa familiar creada por los socios Allan Zelaya, Paula Zelaya, Rodolfo Ramírez, Isabel Zelaya y Jolsin Zelaya, con la figura legal de sociedad anónima. El negocio cuenta con un capital propio de **US\$ 8,524.84** del cual cada uno de los socios aporta con el 20% para poner en marcha el restaurante.

4.5.3 Registro legal del negocio

Para la legalización del negocio se procederá a realizar las siguientes actividades:

a) Constitución legal

Natural House, es la marca con el cual se registrara la empresa para formalizarse como persona jurídica.

De acuerdo a Guía del Emprendedor, los pasos y los tiempos para el proceso de formalización se realizaran a través de la VUI (Ventanilla Única de Inversiones). (Nicaragua Creativa, s.f. pág. 19)

Paso 1. Ventanilla única de inversiones (VUI)

24 horas: tramites agilizados

5 días: trámites ordinarios

Paso 2. Dirección general de ingresos (DGI)

8 días: entrega de RUC para trámites jurídicos.

Paso 3. Alcaldía municipal.

Tiempo estimado de la gestión: 5 días.

b) Registro mercantil

Para el registro mercantil, la empresa elaborara sus estatutos y actas constitutivas ante un Notario Público Autorizado y registrara comercialmente la entidad en el Registro Mercantil, siendo una condición necesaria para proceder con la gestión de RUM, RUC y Matricula Municipal. El cual se debe presentar:

1. Estatutos y actas constitutivas.
2. Solicitud como comerciante bajo el formato establecido.
3. Fotocopias de cédulas.
4. Libros contables de la empresa.

Importante: Se debe tener en cuenta que para la realización de cualquier trámite, debemos portar en todo momento el documento oficial de identidad. (Cedula de Identificación Ciudadana).

c) Número de Registro Único de Contribuyente (RUC) ante la Dirección General de Ingreso (DGI)

La inscripción del Registro Único del contribuyente se realiza en línea, siendo estos los documentos que se deben de cumplir:

1. Fotocopia certificada del acta constitutiva y sus estatutos, debidamente inscritos en los respectivos libros que lleva el Registro correspondiente.
2. Documentos de identificación del Representante Legal de la persona jurídica que se inscribe, así como también, el documento que hace constar su domicilio fiscal, indicados en los numerales 2 y 3 de la Persona Natural Régimen General.

Importante señalar que las nuevas cédulas RUC en material PVC, serán revalidadas cada dos años, previa actualización de los datos por parte de los contribuyentes, lo que no implica el

cambio de tarjeta PVC. Según aviso número DAC/-55-/10-2017. Publicado en la página WEB de la DGI el 13 de octubre del 2017.

La Administración Tributaria no aplica ningún arancel, pero si es importante señalar que, para el proceso de la inscripción se completa el formulario DUR (Documento Único de Registro) con el cual simultáneamente se inscribe en DGI, Alcaldía e Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (INSS).

d) Matrícula de la alcaldía

El requerimiento de la matrícula del negocio como usualmente se le conoce, está establecido en los planes de arbitrio municipales, es necesario que el negocio tenga su Registro único de Contribuyente, esta matrícula se realizara en la alcaldía de Managua del distrito VI, para esto se presentará una serie de requisitos:

1. Original y copia del número RUC.
2. Original y Copia de la cedula de identidad.
3. Solvencia municipal o boleta de no contribuyente.
4. Especificar el barrio, teléfono y dirección exacta del negocio y del dueño de la actividad.
5. Completar el Formulario de apertura de matrícula de cuota fija debidamente.
6. Constancia de la Policía Nacional y permiso de la Dirección General de Medio Ambiente y Urbanismo.

El valor de la matrícula del negocio se establece según el tipo de actividad económica, entre US\$ 2.28 a US\$ 42.85 dólares.

e) Licencia Sanitaria

Para la licencia sanitaria, se visitará el Centro de salud – MINSA más cercano de acuerdo a la ubicación geográfica del restaurante, se Presentara:

1. La solicitud.
2. Se llenara Formulario de Solicitud de Tramite de Licencia Sanitaria
3. Se programará la inspección del local. (Se procede a realizar la inspección sanitaria, el tiempo aproximado desde que realizo la solicitud, hasta la fecha que se realizará la inspección es de 20 días máximo). Posterior a la inspección el interesado entrega los siguientes requisitos:
 - Certificación de Inspección de Bomberos.
 - Constancia de Fumigación.
 - Certificados de Salud (Art 5.2 NTON de la Norma de Manipulación de Alimentos).
 - Cédula RUC.
 - Ficha de Inspección Sanitaria.
 - Pago de arancel.

Los costos estimados en pago de la licencia sanitaria son de US\$ 157.14, detallados en US\$ 14.28 por inspección y US\$ 142.86 por Licencia.

f) Registro sanitario

1. Se realizara un pre solicitud del registro sanitario en línea, el cual se llenara un formulario, el cual se deberá completar con la información del negocio.
2. Se Recibirá una notificación al correo que proporciones, donde se indicará la fecha para presentar las muestras del producto a registrar.
3. Una vez notificada la fecha, se deberá acudir al Complejo Nacional de Salud Conchita Palacios, a la Dirección de Alimento. Del cual se debe presentar lo siguiente:
 - Licencia Sanitaria vigente.
 - Bosquejo de la etiqueta del producto.
 - Ficha técnica del producto.
 - En el caso de que el producto sea sólido, 3 muestras de 500 gramos cada uno.
 - En el caso de que sea líquido 3 muestras de 1 litro cada uno.

Pago de arancel, US\$ 1.42 dólares por la pre solicitud, US\$ 42.85 a US\$ 57.14 dólares por el análisis de laboratorio y US\$ 14.28 dólares del Registro Sanitario.

Los resultados de los análisis estarán disponibles en máximo de 20 días, esto se notificará mediante correo electrónico indicando la fecha para retirar el certificado de libre venta

g) Registro de la marca

Según Guía del Emprendedor: La marca es el símbolo que identifica tu producto o servicio en el mercado y los hace diferente al resto de los demás. (Nicaragua Creativa, pág. 32)

Para el registro de marca se visitará la Dirección General de Registro y Propiedad Intelectual (RPI) del Ministerio de Fomento Industria y Comercio, MIFIC, para realizar las siguientes actividades:

- Llenar el formulario con la información del negocio.
- Presentar el documento gráfico de la marca (grafía, forma o color especial, marca figurativa, mixta o tridimensional).
- Presentar examen de forma: Verificar que esta no tenga duplicidad y que todos sus detalles sean acorde a la descripción.
- Presentar publicación en La Gaceta Diario Oficial.
- Presentar período de oposición: Plazo menor de 2 meses con fundamentos y pruebas.
- Presentar examen de fondo: Es una verificación que se realiza con el auxilio del sistema informático y base de datos de marcas concedidas o en trámite.
- Presentar resolución: Hace constar la titularidad y vigencia de la marca registrada, la cual deberá ser publicada en el diario Oficial La Gaceta.
- Emisión del certificado.

Inversión para la inscripción de la marca:

- Tasa básica: US\$ 135 Dólares, se paga al solicitar el registro.
- Tasa complementaria: US\$ 65 dólares.

- Formulario: US\$ 2 dólares.
- Publicación en la Gaceta Diario Oficial: US\$ 22.85 dólares.

h) Apertura de cuenta en moneda nacional y extranjera

Se realizará apertura de cuenta del negocio en el Banco de América Central (BAC), para esto se presentarán los siguientes documentos en servicio bancario:

- Carta de solicitud de apertura de cuenta
- No. RUC
- Documento de constitución del negocio
- Documentos de representación legal y origen de fondo.
- Copia cédula del representante legal

4.5.4 Impuestos y otras obligaciones.

La Dirección General de Ingreso (DGI, 2016) establece que Las personas sean naturales o jurídicas que realizan una actividad económica, Inmediatamente se inscriben adquieren obligaciones con respecto al:

- **Impuestos que tiene que asumir una sociedad al inscribirse:**

1. **Impuesto sobre la Renta IR** por los ingresos que perciba o devengue en el periodo fiscal generados por las operaciones que realice. Este impuesto tiene dos formas de pago:

- a) **Anticipos del IR** (primeros tres años) y pasado este periodo su entero pasa a **Anticipo de Pago Mínimo Definido**, en ambos, es el 1% calculado sobre los ingresos brutos mensuales

- b) **Retenciones en la fuente**, por toda compra de bienes y/o prestación de servicios (estas se deducen en la declaración de Anticipo IR y de Pago Mínimo Definitivo según el caso)

2. Impuesto al Valor Agregado IVA es el que se calcula generalmente con una tasa del 15% y grava los actos realizados en el territorio nacional. Así mismo se obliga a efectuar Retenciones a sus trabajadores conforme sean sus ingresos.

Otras obligaciones que se adquieren a parte del IR, también se tienen obligaciones contables y obligaciones formales tales como:

- **Otras obligaciones:**

- a) Proporcionar los estados financieros, sus anexos, declaraciones y otros documentos de aplicación fiscal firmados por los representantes legales.
- b) Presentar declaraciones por medios electrónicos en los casos que determine la Administración Tributaria.
- c) Suministrar a la Administración Tributaria cuando lo requiera el detalle de los márgenes de comercialización y lista de precios que sustente sus rentas.
- d) Presentar detalle de tipo de crédito fiscal cuando sea requerido.

4.6 Plan económico del negocio

4.6.1 Plan global de inversión

Para la puesta en marcha de Zelaya House se requiere una inversión global de **US\$ 30,256.44** de tal forma que el 36% corresponde al capital de trabajo, la inversión fija es de 54% y la inversión diferida es de 10%. La mayor parte, 72%, se cubrirá con financiamiento de la banca comercial a una tasa de interés del 22% anual, Cuadro 21.

Cuadro 21. Plan global de inversión (US\$)

Descripción	Monto	Aporte propio	%	Financiamiento	%
Presupuesto de capital de trabajo	10,988.20	5,494.10	50%	5,494.10	50%
Presupuesto de inversión fija	16,237.50		0%	16,237.50	100%
Presupuesto de inversión diferida	3,030.74	3,030.74	100%		
Total	30,256.44	8,524.84	28%	21,731.60	72%

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

4.6.2 Flujo de efectivo

En el flujo de efectivo del Cuadro 22, se refleja la inversión en el año 2020 por un monto total de **US\$30,256.44**, considerándose la aportación privada de los socios, por **US\$ 8,524.84**, 28% de la inversión que cubre el 50% del capital y 100% de la inversión diferida.

El financiamiento tiene un monto de **US\$ 21,731.60**, 72% de la inversión, éste cubre 50% del capital de trabajo, **US\$ 5,494.10** y 100% de la inversión fija, **US\$ 16,237.50**, los que serán utilizados para la adquisición de equipos de trabajo, utensilios, mobiliario e inicio de operaciones del primer mes en el año 2021.

En el primer año de operaciones del restaurante, 2021, se estima un ingreso de **US\$ 153,682.29** por ventas de platillos y refrescos, así como otros ingresos, 2.79%, por las ventas de subproductos a granjas porcinas. Los egresos están constituidos por los costos directos, 65%, e indirectos, 35%, que la empresa estima en **US\$ 131,858.40** ver Anexos 8, 9 y 10.

En el flujo de efectivo se refleja también el pago del servicio a la deuda por el préstamo realizado para la inversión, éste tiene un monto anual de **US\$ 10,641.05** que incluye el pago del principal más intereses, que el restaurante asumirá en los primeros tres años de operación.

El pago de impuesto a la renta (IR) se iniciará a partir del cuarto año de operación del mismo, debido a que el negocio gozará del período de gracia otorgado por el gobierno a las MYPIMES.

El análisis financiero de la presente propuesta de negocio se realizó considerando que el funcionamiento del mismo ha estado estable a pesar de la crisis sociopolítica que atravesó el país y por consiguiente con la aparición de la pandemia Covid19, siendo este último el responsable de que muchos negocios hayan sufrido fuertes pérdidas económicas, e incluso muchos llegaron a cerrar, sin embargo, no está demás decir que la economía tanto del país como en todo el mundo ha sufrido cambios muy radicales, por lo tanto todos los negocios que lograron estar firmes hasta este momento se tendrán que seguir adaptando a los cambios para el éxito de los mismos.

Pese a la problemática sanitaria en el país como en todo el mundo, en los resultados se logra observar que el flujo neto de efectivo es positivo en todos los años proyectados para la operación del restaurante. Se hizo el descuento de los flujos y se observa que al final del período analizado se obtiene un flujo neto descontado acumulado positivo de **US\$ 44,805.74** que al restar la inversión realizada, da como resultado un valor positivo, lo que indica que a lo largo del período el negocio es rentable.

Cuadro 22. Flujo de efectivo (US\$)

Conceptos	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Total
INGRESOS		153,682.29	158,231.28	162,914.93	167,737.21	172,702.23	815,267.93
Ventas de contados		149,403.43	153,825.77	158,379.01	163,067.03	167,893.82	792,569.06
Otros ingresos		4,278.86	4,405.51	4,535.91	4,670.18	4,808.41	22,698.88
Inversión:	30,256.44						-
Aportación privada	8,524.84						-
Préstamo para capital de trabajo	5,494.10						-
Préstamo para inversión fija	16,237.50						-
EGRESOS	-	131,858.40	135,761.41	139,779.95	143,917.43	148,177.39	699,494.57
Inversión inicial	30,256.44						
Costos directos		86,204.48	88,756.13	91,383.31	94,088.26	96,873.27	457,305.46
Materia prima e insumos por plato y refresco		66,878.96	68,858.58	70,896.79	72,995.34	75,156.00	354,785.66
Materiales directos		9,245.52	9,519.19	9,800.96	10,091.06	10,389.76	49,046.49
Mano de obra directa		10,080.00	10,378.37	10,685.57	11,001.86	11,327.52	53,473.31
Costos indirectos		45,653.92	47,005.28	48,396.63	49,829.17	51,304.12	242,189.12
Costos materiales indirectos		10,543.72	10,855.81	11,177.15	11,507.99	11,848.63	55,933.30
MOI		9,558.00	9,840.92	10,132.21	10,432.12	10,740.91	50,704.16
Gtos de admón.		18,939.20	19,499.80	20,076.99	20,671.27	21,283.14	100,470.41
Gtos de comercialización		6,613.00	6,808.74	7,010.28	7,217.79	7,431.43	35,081.25
Disp. antes serv. deuda	-	21,823.89	22,469.87	23,134.98	23,819.78	24,524.84	115,773.36
Servicio de la deuda:		10,641.05	10,641.05	10,641.05			31,923.16
Principal		5,860.10	7,149.32	8,722.17			21,731.60
Intereses		4,780.95	3,491.73	1,918.88			10,191.56
Margen operativo		11,182.83	11,828.82	12,493.93	23,819.78	24,524.84	83,850.20
IR (30%)		-	-	-	7,145.93	7,357.45	14,503.39
Flujo neto	(30,256.44)	11,182.83	11,828.82	12,493.93	16,673.84	17,167.39	69,346.81
Flujos netos descontados:		18,186.57	15,604.08	13,388.30	11,487.16	9,855.98	68,522.10
Flujo neto descontado acumulado	(30,256.44)	(12,069.87)	3,534.21	16,922.51	28,409.67	38,265.66	44,805.74

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

4.6.3 Estado de resultado (Pérdidas y ganancias)

El estado de resultado del Cuadro 23 presenta la situación financiera del restaurante determinando la utilidad del ejercicio en los años analizados.

En el primer año de operaciones se observa pérdida, **(US\$1,299.47)**, en vez de utilidad pero esto se debe a la deuda asumida para el inicio del negocio, sin embargo, a partir del segundo año se observa una utilidad positiva. Tomando como año base el 2022, las utilidades se incrementan en 166%, 251% y 102% respectivamente en los siguientes tres años del período, demostrándose que pese al pago de la deuda el restaurante es rentable.

Cuadro 23. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectados (US\$)

Conceptos	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas Brutas	153,682.29	158,231.28	162,914.93	167,737.21	172,702.23
Costo Directo	86,204.48	88,756.13	91,383.31	94,088.26	96,873.27
Margen Bruto	67,477.81	69,475.15	71,531.61	73,648.95	75,828.96
Costo Indirecto	45,653.92	47,005.28	48,396.63	49,829.17	51,304.12
Margen Operativo	21,823.89	22,469.87	23,134.98	23,819.78	24,524.84
Gastos Financieros	10,641.05	10,641.05	10,641.05		
Utilidad de Operación	11,182.83	11,828.82	12,493.93	23,819.78	24,524.84
Depreciación	12,482.30	10,227.10	8,239.40	6,296.70	4,354.00
Utilidad antes de IR	(1,299.47)	1,601.72	4,254.53	17,523.08	20,170.84
Impuesto sobre la renta (30%)				5,256.92	6,051.25
Utilidad Neta	(1,299.47)	1,601.72	4,254.53	12,266.15	14,119.59

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

4.6.4 Balance general

El balance general del Cuadro 24, se proyecta por cinco años, presentando así la situación financiera del negocio. Está conformado por los activos que son los bienes con los que cuenta el restaurante, los pasivos, que son las obligaciones que tiene a corto y largo plazo con respecto al préstamo obtenido, el total del capital que corresponde a la aportación por parte de los emprendedores y las utilidades o pérdidas del negocio.

Cuadro 24. Balance General proyectado (US\$)

Conceptos	2020	2021	2022	2023	2024
ACTIVOS	27,420.33	28,066.32	28,731.43	32,911.34	33,404.89
Activo Circulante:	11,182.83	11,828.82	12,493.93	16,673.84	17,167.39
Caja	11,182.83	11,828.82	12,493.93	16,673.84	17,167.39
Activo Fijo:	16,237.50	16,237.50	16,237.50	16,237.50	16,237.50
Maquinaria, Utensilio, Mobiliario, Equipo y remodelación	14,457.50	14,457.50	14,457.50	14,457.50	14,457.50
Equipo de Oficina	1,780.00	1,780.00	1,780.00	1,780.00	1,780.00
PASIVOS	10,641.05	10,641.05	10,641.05	-	-
Pasivo Fijo:	10,641.05	10,641.05	10,641.05	-	-
Préstamos Bancarios L/P	10,641.05	10,641.05	10,641.05	-	-
CAPITAL:	16,779.28	17,425.27	18,090.37	32,911.34	33,404.89
Capital Inicial		8,524.84	10,126.56	14,381.09	26,647.24
Utilidad Neta	(1,299.47)	1,601.72	4,254.53	12,266.15	14,119.59
Capital Contable	8,524.84	10,126.56	14,381.09	26,647.24	40,766.83
Pasivo + Capital	27,420.33	28,066.32	28,731.43	32,911.34	33,404.89

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

4.6.5 Análisis de sensibilidad

En el Cuadro 25, se presenta el análisis de sensibilidad, con el propósito de identificar los diferentes panoramas a los que la empresa podría enfrentarse, se tomó en consideración el estado de resultado proyectado para el primer año de operación. Los escenarios que se presentaron en este análisis son los siguientes:

- **Escenario pesimista:** En éste, se consideró una disminución del 30% en las ventas, mientras que en los costos y gastos de operación se aumentan en 35%, en este caso los resultados generan una pérdida de US\$ 101,647.77
- **Escenario probable:** El cual corresponde al resultado proyectado en el primer año de operaciones del negocio, presenta pérdida de US\$ 1,299.47, sin embargo, esto se debe a la inversión del primer año, la cual será recuperada en tres años y un mes, cuando se empezarán a obtener utilidades.

- **Escenario optimista:** En éste, el restaurante supone un incremento del 25% en las ventas y disminución del 20% en los costos y gastos de operación, obteniéndose como resultado una utilidad de US\$ 68,117.45.

Cuadro 25. Analisis de sensibilidad

Concepto	Pesimista	Mas probable	Optimista
	Ventas bajan 30%		Ventas suben 25 %
	Costos suben 35%		Costos bajan 20%
Ventas brutas	107,577.60	153,682.29	192,102.86
Costo Directo	116,376.05	86,204.48	68,963.58
Margen bruto	(8,798.45)	67,477.81	123,139.27
Costos Indirectos	61,632.79	45,653.92	36,523.14
Margen Operativo	(70,431.24)	21,823.89	86,616.14
Gastos financieros	14,365.42	10,641.05	8,512.84
Utilidad de Operación	(84,796.66)	11,182.83	78,103.29
Depresiacion	16,851.11	12,482.30	9,985.84
Utilidad antes del IR	(101,647.77)	(1,299.47)	68,117.45
Impuestos sobre la renta (30%)			
Utilidad Neta o Perdida	(101,647.77)	(1,299.47)	68,117.45

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

4.6.6 Criterios de análisis económico-financiero

VAN: Los resultados del cálculo del valor actual neto, señalan que es mayor a uno con un valor de **US\$ 9,447.53**, lo que implica que las ganancias del restaurante superan el costo de producción, demostrando que la inversión que se realizará para el establecimiento del restaurante se recuperará. De tal forma que se puede establecer el negocio.

TIR: Se aprecia que la tasa de retorno es de **32%**, siendo este superior a la tasa de descuento del proyecto, **20%**, mostrando así que el negocio es rentable.

R B/C: Con relación al beneficio-costo, el resultado indica que por cada dólar invertido, se obtiene un beneficio de **U\$ 0.17** de ganancia, lo que conlleva que el negocio es aceptable.

PR: el período de recuperación de la inversión es de **3.09 años**, es decir que la inversión se recupera luego de tres años y un mes de operación del negocio.

En el cuadro 26 se encuentra un resumen de los principales indicadores del análisis económico de “Zelaya House”.

Cuadro 26. Indicadores económicos

Indicadores	
VAN (20%)	9,447.53
TIR	32%
Tasa de corte o TREMA	20%
Periodo de recuperación (años) $1 / TIR$	3.09
Relación B/C $\sum ID / CD$	1.17
<i>Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00</i>	

4.7 Plan de impacto ambiental

En el proceso de funcionamiento del restaurante se requerirá de la manipulación de alimentos, bebidas, manejo de desechos sólidos, líquidos y gaseosos que serán generados a causa de las actividades del negocio. Por lo tanto, es necesario identificar que impactos negativos surgirán a partir de cada una de las actividades desarrolladas por el empleado o producto y materiales utilizados.

Diseñar un plan de mitigación ambiental es necesario para contrarrestar o regular las acciones de impacto con el entorno. A continuación, en el Cuadro 27 se detallan las actividades que generarán impactos negativos al medio ambiente y se propone una serie de medidas de mitigación antes éstas.

Cuadro 27. Plan de mitigación ambiental de Zelaya House

Componentes de la actividad del negocio	Impactos negativos al medio ambiente	Medidas de mitigación ante el impacto
Selección de la materia prima.	<ul style="list-style-type: none"> • Desechos en la compra y limpieza de los productos e insumos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comercializar los residuos a granjas porcinas. • Elaboración de abono orgánico con los residuos que puedan utilizarse.
Elaboración de alimentos	<ul style="list-style-type: none"> • Residuos en el área del restaurante. 	
Consumo de agua	<ul style="list-style-type: none"> • Uso excesivo de este recurso en el proceso de lavado de los insumos, preparación de platillos, lavado de utensilios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Procurar la limpieza óptima de verduras en recipientes y no con agua en continuo. • Vertido de aguas residuales por las vías sanitarias. • Promover el uso racional en el lavado de utensilios.
Consumo de energía	Uso en las computadoras, refrigeradora, bombillos, licuadora, microondas y baño maría.	Promover entre el personal que labora el uso adecuado de los equipos de tal modo que sean usados sólo cuando sean requeridos.
Consumo de gas en la cocina industrial	Emisión de gases a la atmosfera, producto del humo emitido por la cocina y comidas al carbón.	Realizar un uso adecuado de los equipos de emisión y realizar una revisión anual del buen funcionamiento.

V CONCLUSIONES

Mediante la descripción de la naturaleza del negocio, se determinaron las características, productos que oferta, misión, visión, objetivos y ventajas competitivas que definen el giro de negocio del restaurante Zelaya House, con el fin de mostrarse ante la sociedad, dando a conocer su importancia, razón de ser y diferenciación ante la competencia.

El negocio es viable comercialmente porque existe una demanda potencial en la localidad, dispuesta a hacer uso del servicio de restaurante, especialmente delivery, también por estar estratégicamente ubicado en el distrito VI de Managua que es atravesado por la carretera panamericana norte, donde se ubican importantes negocios y empresas industriales, de servicio y zonas francas del país, además en este distrito se encuentra el aeropuerto internacional, cuyos empleados forman la mayor parte de la cartera de clientes del restaurante.

Técnica y operativamente el negocio es viable ya que existe mano de obra disponible en el mercado laboral, de igual forma se trabaja con poco personal. El proceso operativo es corto para realizar todas las actividades, desde el momento de la preparación de cada plato y el servicio. El mercado de proveedores que oferta la maquinaria, herramientas, equipos, materia prima e insumos, para realizar satisfactoriamente el proceso de producción, se encuentra cerca del negocio en una zona de crecimiento económico.

Organizacionalmente el talento humano está estructurado en tres niveles jerárquicos, partiendo de la gerencia general que se encarga de la administración y tiene el control sobre tres áreas operativas: Cocina, Venta y Servicio general.

El negocio es viable económicamente, pues se determinó que el valor actual neto es mayor a uno, con un monto de **US\$ 9,447.53**, la TIR es de 32%, siendo este indicador mayor que la Tasa de Retorno Mínima Aceptable (TREMA) de 20%, el período de recuperación es de 3.09, es decir, que la inversión inicial se recuperará totalmente en tres años y un mes. La Relación B/C, indica que por cada dólar invertido se genera 0.17 centavos de beneficio.

Finalmente, se diseñó un pequeño plan en el que determinaron las medidas y control de mitigación antes los impactos negativos que se generarán de las actividades del negocio, establecido de acuerdo a cada recurso tanto como aire, agua, energía y residuos sólidos.

VI LITERRATURA CITADA

- Álvarez, M. (2017). Plan de Negocios: Establecimiento de una cafetería, en el distrito VI, Managua 2017 - 2021. (Tesis de pregrado). Nicaragua. <https://repositorio.una.edu.ni/3616/1/tne20a473.pdf>
- Armijo M. (2009). Área de políticas presupuestarias y gestión pública ILPE/CEPAL. https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/3/38453/manual_planificacion_estrategica.pdf
- Dirección General de Ingresos [DGI] (2016). *Inscripciones, Modificaciones, Cierre*. https://www.dgi.gob.ni/FAQ/index.html?second_topic.htm
- Instituto Interamericano de cooperación para la Agricultura [IICA] (2018). Manual 5: El mercado y la comercialización. Costa Rica. <http://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf;jsessionid=1C98464C8824AA95A64728671B24C3DD?sequence=1>
- Instituto Nacional de Información de Desarrollo [INIDE] (2008). Managua en cifras. Nicaragua. <https://www.inide.gob.ni/docu/censos2005/CifrasMun/Managua/Managua.pdf>
- Manfut. Características distritales de Managua, distrito VI. <https://www.manfut.org/managua/barrios/Distrito6.html>
- Nicarágua Creativa. Guía del Emprendedor. https://www.nicaraguacreativa.com/wp-content/uploads/2021/03/Actualizacion-de-la-Guia-del-Emprendedor-2021_compressed.pdf
- Paredes, R. (2001). Planeación y Control de la Producción. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Ecuador/diuc-ucuenca/20121115114754/teoria.pdf>
- Programa Interamericano para la promoción del comercio, los Negocios Agrícolas y la Inocuidad de los Alimentos [IICA] (2018). Buenas Prácticas de Manufactura, una guía para pequeños y medianos productores. <http://orton.catie.ac.cr/repdoc/A5294e/A5294e.pdf>
- Ventanilla Única de Inversiones [VUI] (2019). *Registro Público Mercantil de Managua, Registro Único de Contribuyente en la Dirección General de Ingresos y Alcaldía de Managua*. <https://vui.mific.gob.ni/TRAMITES>
- Vianica. (15 de mayo 2020). Comida típica. https://vianica.com/sp/go/specials/2-comida_tipica.html

VII ANEXOS

Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables

Variable principal (Dimensión)	Definición Conceptual	Subvariables (Subdimensiones)	Indicadores	Items (Preguntas sobre los indicadores)	Fuente	Instrumento
Plan de mercado	Una guía es lo que se conoce como plan de mercadeo , y el mismo incluye un estudio de todo lo relacionado con la demanda, la competencia, la oferta existente, la comercialización y el financiamiento. (R. Araceli, 2018).	Demanda	Platos demandados	¿Qué platos demandan los clientes potenciales?	Pobladores encuestados en los barrios del estudio	Encuesta
			Gustos y preferencias	¿Qué gustos y preferencias tienen los clientes potenciales en relación al producto, servicio y ambiente que se ofrecerá en el restaurante?		
			Precio que puede pagar el cliente	¿Cuál es la capacidad de pago que tienen los clientes potenciales?		
			Servicio delivery	¿Los clientes potenciales requieren del servicio delivery?		
		Otros intereses de los clientes	¿Qué otros intereses tienen los clientes potenciales en cuanto a los productos y servicio que ofrecerá el restaurante?			
		Oferta	Restaurantes de la competencia	¿Cuál es la principal competencia del restaurante?		
			Platos que vende la competencia	¿Qué tipo de platos ofrece la competencia?		
Precios de la competencia	¿Cuáles son los precios (aproximados) de los productos de la competencia?					

Anexo 2: Modelo CANVAS de la empresa “Zelaya House”

Socios claves (2)	Actividades claves (4)	Propuesta de valor (3)	Relación con el cliente (9)	Segmento de clientes (1)
<ul style="list-style-type: none"> • Matadero Nuevo Carnic. • Matadero el Cacique. • Proveedores de granos básicos, hortalizas y frutas (Mercado Mayoreo) 	<ul style="list-style-type: none"> • Recepción de materia prima. • Almacenamiento (granos secos, frutas, hortalizas y carnes). • Limpieza de la materia prima e insumos antes de la elaboración de platos (lavado y desinfección). • Elaboración de platos (pelado, cortado, descongelado, cocinado, conservado y mezclado). • Llenado de bandeja (baño María) • Servido • Limpieza <p style="text-align: center;">Recursos claves (8)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Materia prima e insumos de buena calidad. • Equipos y utensilios adecuados, con material resistentes, de buena calidad. • Personal capacitado en BPM para el manejo de los alimentos (calidad e inocuidad). • Local con Infraestructura adecuada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comida a la carta y fritanga. • Seguridad en la calidad e inocuidad en el producto y servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores: comunicación directa en la compra de materia prima e insumos. • Compradores: interacción directa en el local y a través de las diferentes plataformas virtuales. <p style="text-align: center;">Canales de venta (5)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación de Publicidad (Redes sociales, mantas y brochurt). • Recepción de pedidos (Telefónica, WhatsApp, Facebook e Instagram) • Venta directa en el local del Restaurante. • Entrega directa del producto (servicio Delivery). 	<p>Habitantes del distrito IV del municipio de Managua.</p>
<p style="text-align: center;">Estructura de costos (7)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos de materia prima e insumos. • Costos de mano de obra directa. • Gastos de administración. • Gastos de comercialización. • Publicidad 		<p style="text-align: center;">Fuentes de ingresos (6)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crédito bancario para inversión inicial. • Forma de pago en el local: en efectivo. • Servicio Delivery: pago en efectivo. 		

Fuente: Elaborado con base al modelo del restaurante “Natural House”

Anexo 3: Calculo de la muestra

Barrio	C/Habitantes	%	Muestra
1	2,123	41%	122
2	1,018	20%	59
3	1,383	27%	80
4	429	8%	25
5	265	5%	15
TOTAL	5,218	100%	300

Anexo 4: Instrumento de encuesta

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA

Instrumento de encuesta dirigida a pobladores de 5 barrios del distrito VI de Managua, para la implementación de un restaurante temático NATURAL HOUSE

Objetivo: La realización de esta encuesta tiene como propósito valorar la viabilidad, para la implementación de un restaurante y de igual forma poder cubrir las necesidades de los clientes según los gustos y preferencias de cada uno. Toda la información es confidencial.

DATOS GENERALES:

Encuesta No: ____

Edad ____ Género V__ M__

Barrio: _____

Marque con una X dentro del cuadro su respuesta.

1. ¿Conoce restaurantes en su barrio o lugares aledaños?

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

2. Si conoce, mencione los nombres de los principales y el tipo de comida que vende

Nombre del restaurante	Tipo de comida que vende		
	A la carta	Criolla/ Típica	Casera
1			
2.			
3.			

3. Por favor, estime el precio por plato, según el tipo de comida que vende el restaurante.

Nombre del restaurante	Precio aproximado por plato		
	A la carta US\$	Criolla/ Típica US\$	Casera US\$
1			
2.			
3.			

4. ¿Estos restaurantes ofrecen servicio delivery?

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

5. ¿Considera importante el establecimiento de un restaurante en la localidad?

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

6. ¿Generalmente con quien va a un restaurante?

Amigos	<input type="checkbox"/>	Compañeros de trabajo	<input type="checkbox"/>	Compañeros de estudio	<input type="checkbox"/>	Familia	<input type="checkbox"/>	Pareja afectiva	<input type="checkbox"/>
--------	--------------------------	-----------------------	--------------------------	-----------------------	--------------------------	---------	--------------------------	-----------------	--------------------------

7. ¿Qué tipo de comida prefiere usted?

Comida saludable (ensaladas, dietas, otras)	<input type="checkbox"/>	Comida rápida (sándwiches, alitas, otras)	<input type="checkbox"/>	Sopas	<input type="checkbox"/>	Platos fuertes (carne rojas)	<input type="checkbox"/>	Platos fuertes (carne blanca, pesadcos)	<input type="checkbox"/>
---	--------------------------	---	--------------------------	-------	--------------------------	------------------------------	--------------------------	---	--------------------------

8. De esta variedad de platos ¿Cuál consumiría usted?

Pollo jalapeño	<input type="checkbox"/>	Churrasco	<input type="checkbox"/>	Lomo pinchado	<input type="checkbox"/>	Pollo Frito	<input type="checkbox"/>	Lengua en salsa	<input type="checkbox"/>	Pescado frito	<input type="checkbox"/>
----------------	--------------------------	-----------	--------------------------	---------------	--------------------------	-------------	--------------------------	-----------------	--------------------------	---------------	--------------------------

9. Mencione otros tipos de comidas que le gustaría consumir en un restaurante

1.
2.

10. De estos diferentes rangos de precios, ¿Cuál se acomoda mejor a su presupuesto?

US\$2.00	<input type="checkbox"/>	US\$3.00	<input type="checkbox"/>	US\$4.00	<input type="checkbox"/>	US\$5.00	<input type="checkbox"/>	US\$6.00	<input type="checkbox"/>
----------	--------------------------	----------	--------------------------	----------	--------------------------	----------	--------------------------	----------	--------------------------

11. ¿Cuántas veces al mes come en un restaurante?

1 Vez	<input type="checkbox"/>	2 Veces	<input type="checkbox"/>	3 Veces	<input type="checkbox"/>	4 Veces	<input type="checkbox"/>	5 a más veces	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------	---------	--------------------------	---------	--------------------------	---------	--------------------------	---------------	--------------------------

12. ¿Elija cuáles son las tres características que más valora usted en un restaurante?

Calidad x Precio Atención al cliente Menú variado		Calidad x Precio Atención al cliente Tiempo de espera		Calidad x Precio Menú variado Tiempo de espera	
• Calidad x Precio • Atención al cliente • Higiene		• Calidad x Precio • Atención al cliente • Ambiente acogedor		Calidad x Precio Atención al cliente Música viva	

13. ¿Suele llevar a niños a comer en restaurantes?

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

14. Si suele llevar a niños a un restaurante, ¿le gustaría que se establecieran juegos, para la recreación de los mismos?

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

15. ¿Le gustaría que el restaurante brinde servicio Delivery?

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

16. ¿Considera importante que se brinde el servicio de Wifi en el restaurante?

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

17. ¿Cuál de las redes sociales utiliza más?

Facebook	<input type="checkbox"/>	Twitter	<input type="checkbox"/>	Instagram	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>
----------	--------------------------	---------	--------------------------	-----------	--------------------------	------	--------------------------

18. ¿Si en la localidad se establece un restaurante con las características que ha señalado en esta encuesta, usted sería cliente?

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

¡Gracias por su tiempo y colaboración!!!

Anexo 5: Tabla de origen y destino de fondos (US\$)

Origen \ Destino	Financiamiento		
	Privado C\$	Préstamo C\$	Total C\$
Capital de trabajo	5,494.10	5,494.10	10,988.20
Inversión fija	-	16,237.50	16,237.50
Inversión diferida	3,030.74	-	3,030.74
Total	8,524.84	21,731.60	30,256.44

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

Anexo 6: Presupuesto de inversión fija (US\$)

Descripción	Total
Presupuesto de utensilios de trabajo	1,066.50
Presupuesto de equipo de trabajo	5,238.00
Mobiliario para el proceso productivo	310.00
Mobiliario y equipo de oficina Admon	885.00
Mobiliario y equipo de oficina Venta	895.00
Presupuesto de equipo de reparto	1,500.00
Presupuesto de remodelación	6,343.00
Inversión fija	16,237.50

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

Anexo 6.1: Presupuesto de utensilios de trabajo (US\$)

Descripción	Cantidad	Especificación técnica	Precio	Costo total
Utensilios				
Pana grande	2	Plásticas de 20lbs	9.00	18.00
Pana pequeña	2	Plásticas de 5lbs	6.00	12.00
Balde plástico	2	Plástico de un galón	5.00	10.00
Cuchillo	2	De punta fina	6.00	12.00
Tasa de medida	2	Medida de 250 ml	4.00	8.00
Cuchara grande	2	Grande para escurrir	9.50	19.00
Cazuela	2	Inoxidable de 60 lb	87.50	175.00
Rallador	2	Rallador de 4 caras, acero inoxidable, 14 cm	5.00	10.00
Colador	2	Colador de acero inoxidable, de 8 cm, con un agarradero	3.00	6.00
Tajadero	2	Cuchilla de corte ajustable, de acero inoxidable, adherida a base de madera	5.00	10.00
Cristalería				
Platos	50	Plato ovalado de 12 cm, material vidrio color blanco.	1.45	72.50
Vasos	50	Altura 12.2 cm, material vidrio templado, capacidad de 355 cc	1.15	57.50
Cucharas	50	Cuchara para sopa, de acero inoxidable	0.35	17.50
Tenedores	50	Tenedor de acero inoxidable	0.35	17.50
Cuchillos	50	Cuchillo de acero inoxidable	0.35	17.50
Tazas para café	50	Taza de vidrio color blanco, capacidad 175 ml	2.00	100.00
Tazas para sopa	50	Taza de vidrio color blanco, capacidad 20 x 5 cm	3.40	170.00
Cremeras	25	Cremera de vidrio de 10 oz	0.40	10.00
Azucareras	25	Vidrio color blanco, de 10 oz	0.40	10.00
Saleros	25	Vidrio color blanco, de 10 oz	0.40	10.00
Pimenteros	25	Vidrio color blanco, de 10 oz	0.40	10.00
Uniformes				
Para cocineros	4	Camisa blanca y pantalón negro	17.50	70.00
Para personal de servicio	6	Camisa blanca y pantalón negro	11.67	70.00
Mantelería				
Manteles	25	Color blancos de 1.40 m x 1.40 m.	2.60	65.00
Servilletas	100	Color blancos de 35 x 35 cm	0.65	65.00
Delantales	4	Color negros con 90 cm de alto y 76 cm de ancho	6.00	24.00
Total				1,066.50

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

Anexo 6.2: Presupuesto de maquinaria y equipo de trabajo (US\$)

Descripción	Cantidad	Precio	Costo total
Cocina multifuncional industrial	1	800.00	800.00
Licuada	1	75.00	75.00
Lavamanos de cerámica	1	40.00	40.00
Freezer	1	300.00	300.00
Lavadero artesanal	1	85.00	85.00
Asador al carbón	1	90.00	90.00
Horno de microonda	1	88.00	88.00
Mesas	20	50.00	1,000.00
Sillas	80	20.00	1,600.00
Tanque	1	160.00	160.00
Baño María	1	1,000.00	1,000.00
Total			5,238.00

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

Anexo 6.3 : Presupuesto de mobiliario para el proceso productivo (US\$)

Descripción	Cantidad	Precio	Costo total
Estante	2	85.00	170.00
Mesa de trabajo	1	140.00	140.00
Total			310.00

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

Anexo 6.4: Mobiliario y equipo de oficina Administracion (US\$)

Descripción	Cantidad	Precio	Costo total
Computadora	1	200.00	200.00
Escritorio	1	100.00	100.00
Silla	1	200.00	200.00
Celular	1	135.00	135.00
Juego de sofá	1	250.00	250.00
Total			885.00

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

Anexo 6.5: Presupuesto de mobiliario y equipo de sala de venta (US\$)

Descripción	Cantidad	Precio	Costo total
Computadora	1	200.00	200.00
Escritorio	1	100.00	100.00
Silla	1	200.00	200.00
Celular	1	135.00	135.00
Caja registradora	1	260.00	260.00
Total			895.00

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

Anexo 6.6: Presupuesto de equipo de reparto (US\$)

Descripción	Cantidad	Precio	Costo total
Motocicleta Yamaha NS 150	1	1,500.00	1,500.00
Total			1,500.00

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

Anexo 6.7: Infraestructura y remodelación (US\$)

Descripción	Cantidad	Precio	Costo total
Infraestructura del restaurante	1	80,000.00	80,000.00
Area de juego	1	4,825.00	4,825.00
Area de Minihuero	1	528.00	528.00
Mejora area de restaurante	1	990.00	990.00
			6,343.00

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

Anexo 7: Presupuesto de inversion diferida (US\$)

Descripción	Precio
Matrícula Municipal	1,296.26
Registro sanitario	157.14
Sellados de libro 200 paginas	2.86
Inscripcion de poder	8.57
Registro de la marca	225.00
Pago constitución de empresa	1,296.26
Total	2,986.10

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

Anexo 8: Proyeccion de ingreso anual por la venta de platos de comida y refrescos naturales (Ventas de contado) (US\$)

Platos	Cantidad	Costo	Precio	Ingreso mensual	1er. Año	2do. Año	3er. Año	4to. Año	5to Año
					Ingreso anual 2021	Ingreso anual 2022	Ingreso anual 2023	Ingreso anual 2024	Ingreso anual 2025
Carne de res asada	390	1.52	3.00	1,170.00	14,040.00	14,455.58	14,883.47	15,324.02	15,777.61
Carne de cerdo asado	390	1.35	3.00	1,170.00	14,040.00	14,455.58	14,883.47	15,324.02	15,777.61
Carne de pollo asado	390	1.37	3.00	1,170.00	14,040.00	14,455.58	14,883.47	15,324.02	15,777.61
Pollo jalapeño	520	1.67	3.00	1,560.00	18,720.00	19,274.11	19,844.63	20,432.03	21,036.81
Churrasco	650	1.77	3.00	1,950.00	23,400.00	24,092.64	24,805.78	25,540.03	26,296.02
Pollo empanizado	390	1.47	3.00	1,170.00	14,040.00	14,455.58	14,883.47	15,324.02	15,777.61
Pollo a la plancha	390	1.60	3.00	1,170.00	14,040.00	14,455.58	14,883.47	15,324.02	15,777.61
Refrescos naturales	5408	0.13	0.57	3,090.29	37,083.43	38,181.10	39,311.26	40,474.87	41,672.93
Total				12,450.29	149,403.43	153,825.77	158,379.01	163,067.03	167,893.82

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

Anexo 9: Ingreso por venta de subproductos (Otros ingresos) (US\$)

Descripción	Baldes por día (19 litros)	Baldes al mes	Precio Mensual	2021	2022	2023	2024	2025	
Subproductos	12	312	1.14	356.57	4,278.86	4,405.51	4,535.91	4,670.18	4,808.41
Total		312	1.14	356.57	4,278.86	4,405.51	4,535.91	4,670.18	4,808.41

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

Anexo 10: Presupuesto de capital de trabajo (US\$)

Descripción	Costo
Materia prima e insumos por plato y refresco	66,878.96
Materiales directos	9,245.52
Mano de obra directa	10,080.00
Total de costos directos	86,204.48
Materiales indirectos	10,543.72
Mano de obra indirecta	9,558.00
Gastos de administración	18,939.20
Gastos de comercialización	6,613.00
Total de costos indirectos	45,653.92
Capital de trabajo anual	131,858.40
Capital de trabajo mensual	10,988.20

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

Anexo 10.1: Presupuesto anual de costos directos de materia prima e insumos por plato y refrescos (US\$)

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Costo Unitario	Costo anual
Carne de res asada	4680	unidades	1.52	7,113.60
Carne de cerdo asado	4680	unidades	1.35	6,318.00
Carne de pollo asado	4680	unidades	1.37	6,411.60
Pollo jalapeño	6240	unidades	1.67	10,420.80
Churrasco	7800	unidades	1.77	13,806.00
Pollo empanizado	4680	unidades	1.47	6,879.60
Pollo a la plancha	4680	unidades	1.60	7,488.00
Refrescos naturales	64,896	unidades	0.13	8,441.36
Sub total				66,878.96
Imprevisto	6.5%			4,347.13
Gran total				71,226.09

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

Anexo 10.2: Presupuestos de materiales directos de fabricación (US\$)

Descripción	U/M	Cantidad	Costo unitario	Costo anual
Contenedores descartables	Paquete (500 unid)	3	34.26	411.12
Cucharas descartables	Paquete (1,500 unid)	1	17.00	204.00
Tenedores descartables	Paquete (1,500 unid)	1	17.00	204.00
Cuchillos descartables	Paquete (1,500 unid)	1	17.00	204.00
Servilletas	Bolsón (24 paquetes)	2	20.00	240.00
Bolsas de 1 libra	Paquete (500 unid)	2	4.60	55.20
bolsa de gabacha de 5 libras	Paquete (500 unid)	3	9.60	115.20
Basos descartables con tapadera	Paquete (25 unid)	217	607.60	7,291.20
Pajillas	Paquete (25 unid)	217	43.40	520.80
Total				9,245.52
Imprevisto 6.5%				600.96
Gran total				9,846.48

Tipo de cambio del dólar: 35.00

Anexo 10.3: Presupuesto de mano de obra directa (US\$)

Descripción	U/M	Cantidad	Costo Unitario	Costo Anual
Salario y prestación del chef	Unid	1	3,600.00	3,600.00
Salario y prestaciones de ayudantes de cocina	Unid	2	6,480.00	6,480.00
Total				10,080.00
Imprevistos 6.5 %				555.75
Gran total				10,635.75

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

Anexo 10.4: Presupuesto de materiales indirectos (US\$)

Descripción	U/M	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Palo de lampazo	Unidad	2	3.42		6.84
Mecha de lampazo	Unidad	1	1.42	1.42	17.04
Lava traste	Unidad	30	0.57	17.10	205.20
Detergente	Kg	4	1.14	4.56	54.72
Toalla de limpieza	Unidad	6	1.00	6.00	72.00
Desengrasante	Litro	2	5.00	10.00	120.00
Escoba	Unidad	4	2.28		9.12
Papel higiénico	Unidad	50	0.28	14.00	168.00
Jabón líquido de manos	Litro	4	52.00	208.00	2496.00
Alcohol	Litro	8	70.00	560.00	6720.00
Pala	Unidad	2	25.00		50.00
Basurero	Unidad	4	2.00		8.00
Cloro	Bolsa (200 ml)	60	0.14	8.40	100.80
Relleno de gas	Libras	100	0.43	43.00	516.00
Sub total					10,543.72
Imprevisto 6.5%					685.34
Gran total					11,229.06

Tipo de cambio del dólar: 35.00

Cuadro 10.5: Presupuesto de mano de obra indirecta (US\$)

Descripción	U/M	Cantid	Costo	Costo	Costo anual
Salario y prestaciones del cajero y resp de atención al Cl.		1			3,186.00
Salario y prestaciones del mesero		2			6,372.00
Total					9,558.00
Imprevisto 6.5%					621.27
Gran total					10,179.27

Tipo de cambio del dólar: 35.00

Cuadro 10.6: Presupuesto de gastos de administración (US\$)

Descripción	U/M	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Servicio de internet- Teléfono 50%		1	35.00	35.00	420.00
Gastos de papelería		1	56.00		56.00
Salario y prestaciones del guarda de seguridad		1			3,186.00
Salario y prestaciones del encargado de Limpieza		1			3,186.00
Salario y prestación del Gerente general	Moned	1			3,960.00
Servicio de electricidad	Kw	520	0.74	384.80	4,617.60
Sevicio de agua potable	m3	260	0.98	254.80	3,057.60
Mantenimiento de equipo rodante		2	228.00		456.00
Subtotal 1					18,939.20
Depreciacion de mobiliario y equipo de oficina					534.50
Depreciacion de infraestructura y remodelación					4,634.30
Depreciación de equipo de trabajo para proceso productivo					825.10
Depreciacion de mobiliario para el proceso productivo					48.00
Depreciación de blancos, utensilios, cristalería y cubertería					213.30
Depreciación de equipo rodante					150.00
Amortización de inversion diferida					606.15
Total depreciación y amortización					7,011.35
Sub Total 2					25,950.55
Imprevisto 6.5%					1,231.05
Gran Total					27,181.60

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

Anexo 10.7: Presupuesto de gasto de comercialización (US\$)

Descripción	U/M	Cantidad	Costo Unitario	Costo mensual	Costo Anual
Gasto de papelería		1	2,223.00	185.25	2,223.00
Servicio de internet- telefono 50%	Mes	1	35.00	35.00	420.00
Combustible	Litro	30	30.00		360.00
Salario y prestación del vendedor	Salario	1	3,186.00		3,186.00
Publicidad				35.33	424.00
Total					6,613.00

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

Anexo 10.8 Planilla de pago (US\$)

PUESTO - CARGO	Cantidad	Salario devengado unitario	INATEC 2%	INSS Patronal 23%	Vacaciones 2.5	Indemnizacion	Aguinaldo	Prestacion anual	Total
AREA DE ADMON									
Gerente general	1	\$ 190.00	\$ 3.80	\$ 43.70	\$ 15.83	\$ 15.83	\$ 15.83	\$ 1,140.00	\$3,420.00
AREA DE VENTA									
conductor	1	\$ 177.00	\$ 3.54	\$ 40.71	\$ 14.75	\$ 14.75	\$ 14.75	\$ 1,062.00	\$3,186.00
AREA DE COCINA									
Chef	1	\$ 175.00	\$ 3.50	\$ 40.25	\$ 14.58	\$ 14.58	\$ 14.58	\$ 1,050.00	\$3,150.00
Ayudante de cocina	2	\$ 177.00	\$ 3.54	\$ 40.71	\$ 14.75	\$ 14.75	\$ 14.75	\$ 2,124.00	\$6,372.00
AREA DE SERVICIO AL CLIENTE									
Responsable de atencion al cliente	1	\$ 177.00	\$ 3.54	\$ 40.71	\$ 14.75	\$ 14.75	\$ 14.75	\$ 1,062.00	\$3,186.00
Mesero	2	\$ 150.00	\$ 3.00	\$ 34.50	\$ 12.50	\$ 12.50	\$ 12.50	\$ 1,800.00	\$5,400.00
Cajero	1	\$ 180.00	\$ 3.60	\$ 41.40	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 1,080.00	\$3,240.00
SERVICIO GENERAL									
Responsable de limpieza	1	\$ 177.00	\$ 3.54	\$ 40.71	\$ 14.75	\$ 14.75	\$ 14.75	\$ 1,062.00	\$3,186.00
Seguridad	1	\$ 177.00	\$ 3.54	\$ 40.71	\$ 14.75	\$ 14.75	\$ 14.75	\$ 1,062.00	\$3,186.00

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

Anexo 11: Depreciación de mobiliario y equipo de oficina Administración (US\$)

Descripción	Cantidad	Precio	Costo total	Vida Útil	Depreciación	1	2	3	4	5
Computadora	1	200.00	200.00	2	100.00	100.00	-			
Escritorio	1	100.00	100.00	5	20.00	80.00	60.00	40.00	20.00	-
Silla	1	200.00	200.00	5	40.00	160.00	120.00	80.00	40.00	-
Celular	1	135.00	135.00	3	45.00	90.00	45.00	-		
Juego de sofá	1	250.00	250.00	5	50.00	200.00	150.00	100.00	50.00	-
Total			885.00		255.00	630.00	375.00	220.00	110.00	-

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

Anexo 11: Depreciación de mobiliario y equipo de sala de venta (US\$) (Continuación)

Descripción	Cantidad	Precio	Costo total	Vida Útil	Depreciación	1	2	3	4	5
Computadora	1	200.00	200.00	2	100.00	100.00	-	-	-	-
Escritorio	1	100.00	100.00	5	20.00	80.00	60.00	40.00	20.00	-
Silla	1	200.00	200.00	5	40.00	160.00	120.00	80.00	40.00	-
Celular	1	135.00	135.00	2	67.50	67.50	-			
Caja registradora	1	260.00	260.00	5	52.00	208.00	156.00	104.00	52.00	-
Total			895.00		279.50	615.50	336.00	224.00	112.00	-

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

Anexo 11: Depreciación de infraestructura y remodelación (US\$) (Continuación)

Descripción	Cantidad	Precio	Costo total	Vida Útil	Depreciación	1	2	3	4	5
Infraestructura del restaurante	1	80,000.00	80,000.00	20	4,000.00	76,000.00	72,000.00	68,000.00	64,000.00	60,000.00
Area de juego	1	4,825.00	4,825.00	10	482.50	4,342.50	3,860.00	3,377.50	2,895.00	2,412.50
Area de Minihuero	1	528.00	528.00	10	52.80	475.20	422.40	369.60	316.80	264.00
Mejora area de restaurante	1	990.00	990.00	10	99.00	891.00	792.00	693.00	594.00	495.00
			6,343.00		4,634.30	5,708.70	5,074.40	4,440.10	3,805.80	3,171.50

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

Anexo 11: Depreciación de equipo de trabajo para el proceso productivo (US\$) (Continuación)

Descripción	Cantidad	Precio	Costo total	Vida útil	Depreciación	1	2	3	4	5
Cocina multifuncional industrial	1	800.00	800.00	10	80.00	82.37	84.81	87.32	89.90	92.56
Licuada	1	75.00	75.00	5	15.00	15.44	15.90	16.37	16.86	17.36
Lavamanos de cerámica	1	40.00	40.00	10	4.00	4.12	4.24	4.37	4.50	4.63
Freezer	1	300.00	300.00	10	30.00	30.89	31.80	32.74	33.71	34.71
Lavadero artesanal	1	85.00	85.00	10	8.50	8.75	9.01	9.28	9.55	9.83
Asador al carbón	1	90.00	90.00	5	18.00	18.53	19.08	19.65	20.23	20.83
Horno de microonda	1	88.00	88.00	5	17.60	18.12	18.66	19.21	19.78	20.36
Mesas	20	50.00	1,000.00	5	200.00	205.92	212.02	218.29	224.75	231.40
Sillas	80	20.00	1,600.00	5	320.00	329.47	339.22	349.27	359.60	370.25
Tanque	1	160.00	160.00	5	32.00	32.95	33.92	34.93	35.96	37.02
Baño María	1	1,000.00	1,000.00	10	100.00	102.96	106.01	109.15	112.38	115.70
Total			5,238.00		825.10	849.52	874.67	900.56	927.22	954.66

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

Anexo 11 : Depreciación de Presupuesto de mobiliario para el proceso productivo (US\$)

Descripción	Cantidad	Precio	Costo total	Vida Útil	Depreciación	1	2	3	4	5
Estante	2	85.00	170.00	5	34.00	136.00	102.00	68.00	34.00	-
Mesa de trabajo	1	140.00	140.00	10	14.00	126.00	112.00	98.00	84.00	70.00
Total			310.00		48.00	262.00	214.00	166.00	118.00	70.00

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

Anexo 11: Depreciaciones de blancos, utensilios, cristalerías y cubertería (US\$) (continuación)

Descripción	Cantidad	Especificación técnica	Precio	Costo total	Vida útil	Depreciación	1	2	3	4	5
Utensilios											
Pana grande	2	Plásticas de 20lbs	9.00	18.00	5	3.60	3.71	3.82	3.93	4.05	4.17
Pana pequeña	2	Plásticas de 5lbs	6.00	12.00	5	2.40	2.47	2.54	2.62	2.70	2.78
Balde plástico	2	Plástico de un galón	5.00	10.00	5	2.00	2.06	2.12	2.18	2.25	2.31
Cuchillo	2	De punta fina	6.00	12.00	5	2.40	2.47	2.54	2.62	2.70	2.78
Tasa de medida	2	Medida de 250 ml	4.00	8.00	5	1.60	1.65	1.70	1.75	1.80	1.85
Cuchara grande	2	Grande para escurrir	9.50	19.00	5	3.80	3.91	4.03	4.15	4.27	4.40
Cazuela	2	Inoxidable de 60 lb	87.50	175.00	5	35.00	36.04	37.10	38.20	39.33	40.50
Rallador	2	Rallador de 4 caras, acero inoxidable, 14 cm	5.00	10.00	5	2.00	2.06	2.12	2.18	2.25	2.31
Colador	2	Colador de acero inoxidable, de 8 cm, con un agarradero	3.00	6.00	5	1.20	1.24	1.27	1.31	1.35	1.39
Tajadero	2	Cuchilla de corte ajustable, de acero inoxidable, adherida a base de madera	5.00	10.00	5	2.00	2.06	2.12	2.18	2.25	2.31
Cristalería											
Platos	50	Plato ovalado de 12 cm, material vidrio color blanco.	1.45	72.50	5	14.50	14.93	15.37	15.83	16.29	16.78
Vasos	50	Altura 12.2 cm, material vidrio templado, capacidad de 355 cc	1.15	57.50	5	11.50	11.84	12.19	12.55	12.92	13.31
Cucharas	50	Cuchara para sopa, de acero inoxidable	0.35	17.50	5	3.50	3.60	3.71	3.82	3.93	4.05
Tenedores	50	Tenedor de acero inoxidable	0.35	17.50	5	3.50	3.60	3.71	3.82	3.93	4.05
Cuchillos	50	Chucillo de acero inoxidable	0.35	17.50	5	3.50	3.60	3.71	3.82	3.93	4.05
Tazas para café	50	Taza de vidrio color blanco, capacidad 175 ml	2.00	100.00	5	20.00	20.59	21.20	21.83	22.48	23.14
Tazas para sopa	50	Taza de vidrio color blanco, capacidad 20 x 5 cm	3.40	170.00	5	34.00	35.01	36.04	37.11	38.21	39.34
Cremeras	25	Cremera de vidrio de 10 oz	0.40	10.00	5	2.00	2.06	2.12	2.18	2.25	2.31
Azucareras	25	Vidrio color blanco, de 10 oz	0.40	10.00	5	2.00	2.06	2.12	2.18	2.25	2.31
Saleros	25	Vidrio color blanco, de 10 oz	0.40	10.00	5	2.00	2.06	2.12	2.18	2.25	2.31
Pimenteros	25	Vidrio color blanco, de 10 oz	0.40	10.00	5	2.00	2.06	2.12	2.18	2.25	2.31
Uniformes											
Para cocineros	4	Camisa blanca y pantalón negro	17.50	70.00	5	14.00	14.41	14.84	15.28	15.73	16.20
Para personal de servicio	6	Camisa blanca y pantalón negro	11.67	70.00	5	14.00	14.41	14.84	15.28	15.73	16.20
Mantelería											
Manteles	25	Color blancos de 1.40 m x 1.40 m.	2.60	65.00	5	13.00	13.38	13.78	14.19	14.61	15.04
Servilletas	100	Color blancos de 35 x 35 cm	0.65	65.00	5	13.00	13.38	13.78	14.19	14.61	15.04
Delantales	4	Color negros con 90 cm de alto y 76 cm de ancho	6.00	24.00	5	4.80	4.94	5.09	5.24	5.39	5.55
Total				1,066.50		213.3	219.61368	226.114	232.8072	239.6983	246.793

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

Anexo 11: Depreciación de equipo de reparto (US\$) (Continuación)

Descripción	Cantidad	Precio	Costo total	Vida útil	Depreciación	1	2	3	4	5
Motocicleta Yamaha NS 150	1	1,500.00	1,500.00	10	150.00	1,350.00	1,200.00	1,050.00	900.00	750.00
Total			1,500.00		150.00	1,350.00	1,200.00	1,050.00	900.00	750.00

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

Anexo 11: Depreciación de inversión diferida (US\$) (Continuación)

Descripción	Precio	Costo total	Vida útil	Depreciación	1	2	3	4	5
Matrícula Municipal	1,330.28	1,330.28	5	266.06	1,064.23	798.17	532.11	266.06	-
Registro sanitario	157.14	157.14	5	31.43	125.71	94.29	62.86	31.43	-
Sellados de libro 200 paginas	2.86	2.86	5	0.57	2.29	1.71	1.14	0.57	-
Inscripción de poder	8.57	8.57	5	1.71	6.86	5.14	3.43	1.71	-
Registro de la marca	225.00	225.00	5	45.00	180.00	135.00	90.00	45.00	-
Pago constitución de empresa	1,330.28	1,330.28	5	266.06	1,064.23	798.17	532.11	266.06	-
Total	3,054.14			610.83					

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00

Anexo 12: Amortización de Capital (US\$)

Periodo	Pago	Intereses	Amortización	Deuda pendiente
0				21,731.60
1	10,641.05	4,780.95	5,860.10	15,871.50
2	10,641.05	3,491.73	7,149.32	8,722.17
3	10,641.05	1,918.88	8,722.17	(0.00)
Totales	31,923.16	10,191.56	21,731.60	

Tipo de cambio US\$1.00 = C\$ 35.00