

Plan de Negocios
Noviembre 2017

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE NICARAGUA.

Escuela de ciencias económicas y empresariales

Cafetería Temática Cristal



Sirviendo a la Comunidad

INTEGRANTES:

- **Fania María Almanza Avilés**
- **Marisela de Jesús Pérez Fuentes**
- **Elena Vanessa Leiva Corea**
- **Alejandro Castillo Lopez**
- **David Geovany González**

Tutor: Eduardo Soza

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

DEDICATORIA

Dedicamos este plan de negocios a Dios porque nos ha permitido culminar nuestra carrera con sabiduría y dedicación para superar los obstáculos que se nos han ido presentando en cada paso que dábamos al terminar nuestros estudios.

Nuestros padres por darnos apoyo incondicional que con mucho esfuerzo y sacrificios nos ayudaron a salir adelante, también a nuestros amigos y familia que han estado al lado de nosotros apoyándonos dando ánimos para seguir delante de no abandonar los estudios que tanto trabajo nos ha dado.

AGRADECIMIENTOS

Cada escalón que he pisado es una aventura más por seguir adelante, los estudios es una manera de aprender a ser algo más para un futuro incierto en lo cual cada sacrificio y cada intento se algo más para superarme y darle orgullo a mis Padres, mi abuela materna sobre todo a Dios por cada camino recorrido en esta labor importante para ser una profesional,

Fania Almanza Avilés

Agradezco primeramente a Dios y a mis padres, hermanos y mi esposo que me han apoyado, a lo largo de toda mi carrera, donde me he encontrado con retos que hay que, sobre pasar, y me han hecho crecer en madurez y entendimiento del campo de mi carrera.

Elena V. Leiva Corea

En agradecimiento a Dios por la experiencia, a mi familia por haberme apoyado, a mi mejor amiga por aconsejarme e inspirarme, a mi equipo por sus esfuerzos y a todos aquellos que nos apoyaron.

Alejandro Castillo

Agradezco a mis padres por ayudarme a emprender un nuevo camino, a mi esposo por motivarme en cada momento y a Dios por poner ángeles, para que se me hiciera más fácil mi vida universitaria.

Marisela Pérez

Agradezco a Dios por darme fuerzas en los momentos más difíciles de mi vida y por haberme puesto en mi vida a una mujer tan linda que siempre me ha apoyado, además agradezco a amigos

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

y compañeros que hicieron posible este logro apoyándome a lo largo de estos años de tanto esfuerzo y sacrificio. *David González*

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Contenido

Resumen Ejecutivo.....	9
1. OBJETIVOS.....	10
1.1. Objetivo General.....	10
2. APOORTE DEL PROYECTO A LA ECONOMÍA LOCAL/NACIONAL.....	11
3. PERFIL ESTRATÉGICO.....	12
3.1 Misión.....	12
3.2 Visión.....	12
3.3. Estrategia del Negocio.....	13
4. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR.....	13
4.1.1. Aspecto Económico.....	14
4.2. Aspecto Sociocultural.....	17
4.3. Aspecto Político Legal.....	21
4.4. Ambiente Tecnológico.....	25
4.5. Aspecto ambiental.....	26
5.1.1. Amenaza de nuevos ingresos.....	29
5.1.2. Poder de negociación de los proveedores.....	30
5.1.4. Poder de negociación de los compradores.....	31
5.1.5. Productos sustitutos.....	32
5.1.6. Rivalidad entre los competidores existentes.....	33
6. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	35
6.5. Metodología.....	37
6.5.8. Análisis de resultados.....	41
7.1. Descripción del producto/servicio.....	43
8. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	53
15.3. Activos fijos.....	79
15.4. Capacidad planificada y futura.....	85
16. MATERIA PRIMA NECESARIA Y COSTO DE LA MATERIA PRIMA.....	88

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

17.	MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA.....	90
18.	GASTOS GENERALES DE LA EMPRESA.....	92
	A continuación, se presentan los gastos generales de la empresa proyectados para cinco años.	92
19.	PLAN DE ORGANIZACIÓN.....	93
19.1.	Forma de la empresa	93
	Cafetería temática Cristal estará conformada por 5 socios Marisela Pérez, Fania Almanza , Elena Leiva, Alejandro Castillo y David González en lo cual aportaremos el 12.5% de nuestro capital para la realización de nuestra cafetería que da un total de 61%.	93
19.4.	Estructura organizacional.	103
21.	Referencias bibliográficas	117
22.	ANEXOS.....	118
23.	GLOSARIO.....	130

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Promedio de empleo anual.....	Pag. 13
Tabla 2. Análisis de Servicios 7P MIX.....	Pag. 47
(Competencia directa a la Casa del Café)	
Tabla 3. Análisis de servicios 7P MIXS.....	Pag. 49
(Competencia directa Café las Flores)	
Tabla 4. Datos Porcentuales de la demanda actual.....	Pag. 50
Tabla 6. Demanda actual en unidades monetarias.....	Pag. 51
Tabla 7. Demanda Porcentual en Und. Físicas.....	Pag. 52
Tabla 8. Demanda Potencial en UF.....	Pag. 53
Tabla 9. Demanda actual en unidades monetarias.....	Pag. 54
Tabla 10. Participación de Mercado.....	Pag. 55
Tabla 11. Proyecciones de Ventas.....	Pag. 56
Tabla 12. Estimación de Precios sin IVA.....	Pag. 57
Tabla 13. Estimación de Precios con IVA.....	Pag. 58
Tabla 14. Plan de Acción de Publicidad.....	Pag. 60
Tabla 15. Presupuesto Brochur.....	Pag. 61
Tabla 16. Presupuesto de Pag. Web.....	Pag. 62
Tabla 17. Presupuesto de Marketing.....	Pag. 62
Tabla 18. Simbología ASME.....	Pag. 63
Tabla 19. Costo Total Activos Fijos.....	Pag. 66
Tabla 20. Maquinaria de Producción.....	Pag. 67
Tabla 21. Equipo de Mobiliario.....	Pag. 67
Tabla 22. Equipo de Oficina.....	Pag. 68
Tabla 23. Equipo de cocina.....	Pag. 68
Tabla 24. Gastos Generales de Limpieza.....	Pag. 69
Tabla 25. Otros Activos.....	Pag. 69
Tabla 26. Vida Útil de los activos.....	Pag. 70

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Tabla 27. Gastos de Mantenimiento.....	Pag. 70
Tabla 28. Capacidad Planificada y Futura.....	Pag. 71
Tabla 29. Condiciones de compra y mobiliario.....	Pag. 72
Tabla 30. Condiciones de Compra y Oficina.....	Pag. 72
Tabla 31. Costo Unitario de Materia Prima.....	Pag. 73
(C U Mocca Cappuccino)	
Tabla 33. Costo Unitario de Café Morenito.....	Pag. 73
Tabla 34. Costo Unitario de Tostadas Nicas.....	Pag. 74
Tabla 35. Estimación Anual de inversión platillos nacatamal.....	Pag. 75
Tabla 36. Costos Totales Anuales.....	Pag. 75
Tabla 37. Mano de Obra Directa e Indirecta.....	Pag. 76
Tabla 38. Gastos Generales de la Empresa.....	Pag. 77
Tabla 39. Clasificación de tamaño de la empresa MIPYME.....	Pag. 78
Tabla 40. Actividades Pre operativas.....	Pag. 78
Tabla 41. Diagrama de Gantt.....	Pag. 88
Tabla 42. Gastos Pre operativos.....	Pag. 79
Tabla 43. Presupuesto de Inversión.....	Pag. 89
Tabla 44. Calculo de rentabilidad Proyectada.....	Pag. 90
Tabla 45. Presupuesto de Inversión.....	Pag. 89
Tabla 46. Calculo de Rentabilidad proyectada.....	Pag. 90
Tabla 47. Balance General.....	Pag. 91
Tabla 48. Flujo de Caja.....	Pag. 92
Tabla 49. Calculo de cuota de préstamo.....	Pag. 92
Tabla 50. Punto de Equilibrio.....	Pag. 94
Tabla 51. Razones Financieras.....	Pag. 95
Tabla 52. Flujo de Fondos.....	Pag. 96
Tabla 53. Flujos de Fondos descontados por un año.....	Pag. 97

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Resumen Ejecutivo

Este proyecto tiene como objetivo principal crear una cafetería diferente a las clásicas en el departamento de Managua. La cafetería cuyo nombre es Cristal tendrá una decoración acuática y estará ubicada en un punto estratégico de la ciudad de Managua, Galerías Santo domingo.

Cabe destacar que se realizaron 100 encuestas a distintas personas del departamento de Managua, Las preguntas principales de las encuestas fueron si apoyaban la idea de lanzar una cafetería temática, ingresos salariales, y las razones por que visitaban una cafetería, entre otras.

También se realizó un estudio de mercado para estudiar la viabilidad de este Plan de negocios y definir nuestra segmentación de mercado, la cual serán personas entre los 20 y 58 años de edad, clase media alta, al realizar todos estos estudios y análisis obtuvimos resultados positivos y aceptación de parte de la población.

El negocio está constituido bajo la figura de sociedad anónima, es una pequeña empresa que la conforman 10 personas asignadas en distintas áreas.

El Monto de la inversión para poner en marcha nuestro negocio es de \$ 84,783.71 de los cuales el 61% será invertido por fondos propios y el 39% lo financiará el banco con una tasa de interés anual del 20%.

En la evaluación financiera de nuestro plan de negocio observamos que la inversión se recuperara en 2 años y 8 días, es importante reflejar que la VAN dio como resultado \$ **50,777.34** y la TIR **50%**. De esta manera podemos concluir que nuestro plan de negocios es rentable.

1. OBJETIVOS

1.1. Objetivo General

Determinar la viabilidad en la creación del plan de negocio de un cafetín temático respecto al área de mercado, producción, organización y financiero en la ciudad de Managua para la población interesada al consumo del café durante el segundo semestre del año 2017.

1.2. Objetivos específicos

- ✚ Realizar un plan de marketing para analizar el entorno de la oferta y la demanda y así conocer el potencial del mercado (de cafetines temáticos) e identificar la demanda insatisfecha que este posee.
- ✚ Diseñar la creación de los procesos de producción, así como los requerimientos de materia prima, insumos y activos fijos necesarios para el funcionamiento del negocio.
- ✚ Realizar una estructura organizacional del negocio que permita operar adecuadamente y estableciendo las gestiones operativas de todas las actividades a ejecutarse en la empresa.
- ✚ Evaluar la inversión del plan d negocio y rendimiento financiero de los gastos, así como las utilidades que obtendrá en un periodo de tiempo determinado.

2. APORTE DEL PROYECTO A LA ECONOMÍA LOCAL/NACIONAL.

Las aportaciones tanto de los impuestos, como la generación de empleo al sector de Hoteles y Restaurantes del país, son de gran importancia ya que contribuyen al desarrollo de la economía del mismo. Cafetería Cristal será constituido legalmente por lo tanto se pagarán los impuestos tributarios y municipales establecidos en el país realizando los siguientes aportes: Prestaciones y seguridad, impuestos de alcaldía, pago de DGI.

La idea de este nuevo negocio pretende de manera funcional ser una vía de empleo. Al igual que la generación de oportunidades de crecimiento para los inversionistas.

Cabe destacar que en total se generan 8 empleos directo eh indirectos los cuales tendrán sus debidas prestaciones., encontrándonos dentro del 90% de las mipymes de la base empresarial, generando está más del 70% de empleos en el país.

Por lo tanto, la creación de este restaurante será una nueva opción para los habitantes del sector o del municipio ya que podrán consumir productos de calidad a un buen precio y con un ambiente cómodo.

3. PERFIL ESTRATÉGICO

3.1 Misión

Somos una cafetería temática, donde nuestro objetivo primordial es ofrecer a nuestros visitantes, un ambiente diferente, con el objetivo de que los clientes quieran regresar, por un servicio de calidad, llevándose una experiencia agradable acogedora.

3.2 Visión

Ser líder en el mercado local, reconocidos como la mejor cafetería temática, expandiéndonos dentro de cinco años en mercado nacional llevando nuevos diseños y sabores con el mejor café único y especializado por la casa, con un personal altamente calificado para el servicio de nuestro cliente.

3.3. Estrategia del Negocio

Las estrategias genéricas de Michael Porter son un conjunto de estrategias competitivas que tienen como principal objetivo el desarrollo general de una Empresa, promoviendo así la búsqueda de ventajas competitivas para la misma.

La estrategia del negocio que cafetería cristal utilizara será la diferenciación ya que se creará valor para el comprador mediante los atributos del producto en este caso de las que se ofertaran en el local, siendo la más adecuada para el segmento definido, donde los clientes van a satisfacer sus necesidades de alimentación y además se relajaran en un ambiente diferente.

La diferenciación del cafetín estará orientado a su diseño con acuarios, así como los atributos que le otorgaran mayor valor al producto, tales como la higiene de los mismos, el sabor, calidad del servicio, ambiente agradable y el espacio oportuno para la tranquilidad y comodidad de los clientes.

4. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR.

Por medio del análisis del entorno conoceremos los principales comportamientos y tendencias de variables económicas, socio-culturales, político-legales, tecnológicas y ambientales que componen el entorno en el que se desarrollará el actuar diario de la empresa y ante las cuales tendrá que adecuarse para continuar en el mercado. Así mismo a través del análisis de las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter se describirá el comportamiento de la industria en la que el negocio competirá.

4.1. Análisis externo.

4.1.1. Aspecto Económico.

Las variables que se describirán en el análisis económico serán:

- ✓ Producto Interno Bruto.
- ✓ Crecimiento de Inversión.
- ✓ Empleo y Salarios.
- ✓ Crecimiento de la inversión.
- ✓ Tasa de Interés.

4.1.2. Producto interno bruto (PIB).

Con lo que respecta al PIB en relación al plan de negocios mencionaremos el aporte del sector Hoteles y restaurantes al PIB, Según el BCN Nicaragua ha presentado un crecimiento porcentual año tras año en el sector Hoteles y restaurantes con respecto a su aportación al PIB, en el 2010 tuvo un aporte de 2.95%, en el 2011 presento un aporte inferior en relación al año pasado con 2.91% en ese año es el único en que el sector presento una disminución en su aporte al PIB en los siguientes años del 2012 - 2015 su aportación al PIB fue incrementando de 2.97% - 3.10% respectivamente, este aumento en la aportación es debido a una mayor promoción de INTUR sobre los centros turísticos, Hoteleros y restaurantes y las facilidades para ingresar al sector todo esto conlleva a un mayor consumo tanto nacional como extranjero de los servicios que ofrece este sector. Según datos obtenidos del BCN se pronostica que la aportación del sector al PIB siga en

aumento para el 2016 y 2017 del 3.13% y 3.17% respectivamente conforme al ritmo de crecimiento constate que presenta el sector restaurantes, lo cual indica la rentabilidad de invertir en el sector.

Aportación al PIB entre el periodo de 2010-2017*

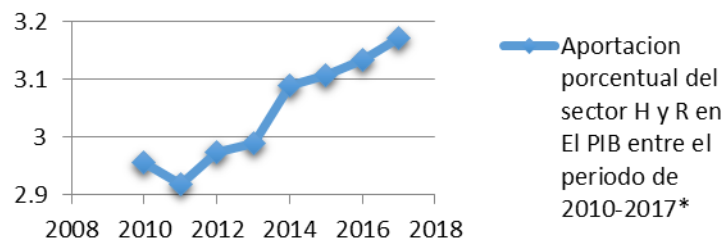


Grafico # 1 Aportación porcentual al PIB AÑO 2010-2017

Fuente: BCN

4.1.2.1. Crecimiento de la inversión.

Nicaragua ha experimentado un crecimiento sostenido en términos de inversión privada según cifras del BCN desde el año 2010 al 2015 Nicaragua presentó un crecimiento en inversión privada muy fluctuante durante los últimos años en el 2010 se registró un crecimiento del 26% con relación al 2009, al 2011 se registró un crecimiento del 35% con relación al 2010, (Ver figura 01), siendo este el año que presentó un mayor crecimiento, del 2012 al 2014 se presentó durante este periodo una baja porcentual de aproximadamente 3% cada año en relación del 2012-2013 de C\$ 36,093.80 (millones de córdobas) del 2012 a C\$ 35,118.3 (millones de córdobas) del 2013 presentando una baja del 2.7% y de igual manera del 2013-2014 presentó una baja del 3.18%, siendo estos los únicos años que ha presentado decremento, para el 2015 hubo un mayor dinamismo y promoción

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

de la inversión privada ya que su crecimiento con relación al 2014 presento un 31.41%, favoreciendo a la población ya que esto puede traducirse en creación de empleos tantos directos como indirectos.

4.1.3. Empleo y salarios.

Debido al consistente dinamismo económico el empleo formal que registró el INSS se observó un crecimiento en el periodo del 2015, en la cual en diciembre del 2016 se contabilizaron 878,019 trabajadores inscrito en seguridad social en lo que se tradujo en una tasa de crecimiento promedio anual de 10.8 por ciento mayor que en diciembre del año 2015 con un porcentaje de 8.9 con equivalencia de afiliados nuevos de 83,810. Las actividades con mayor afiliación en los últimos doce meses se encuentran en servicio comunal y personal, comercio, hoteles y restaurantes con 35,985 y 18,034 nuevos afiliados.

El INSS asegura que hubo aumento en los salarios promedios nominales y reales. El salario nominal se ubicó en 9,953.3 de córdobas en diciembre del 2016 y 9,952.2 córdobas en igual mes del 2015, mientras que el salario promedio real se situó en 4,763.7 córdobas y en el año 2015 fue de 4,565.1 córdobas.

Actividades económicas	dic-15	dic-16	Var. relativa	Var. absoluta
Comercio H Y R	147,936	165,970	1220.00%	18,034

Tabla # 1 Fuente: INSS empleo promedio anual 2015-2016

4.1.4. Tasas de interés.

Nicaragua según el BCN en términos de tasa activa tanto a corto como a largo plazo presenta bastante fluctuación. En la tasa activa a C/P en el año 2010 fue de 10.2%, al 2011 presento un incremento del 25.49% con relación al 2010 registrando un tasa de 12.8%, al 2012 experimento una disminución considerable del 5.46% con 12.1%, en el 2013 la tasa fue de 13.5% presentando un aumento del 11.57%, en los siguientes años tanto el 2014 como el 2015 presento decrementos del 12.60% y 12.64% con relación al 2013.

En lo que respecta a la tasa de interés a largo plazo es muy fluctuante con tendencia a incrementar durante el periodo del 2010 al 2015, presentando en el 2010 una tasa del 18.2%, en el 2011 se experimentó una baja del 20.88%, al 2012 la tasa activa se incrementó nuevamente del 14.4% del 2011 al 16.6% en el 2012 lo que con llevo un incremento del 15.27%, al 2013 se experimentó otro crecimiento de la tasa al 18.1% en la cual se ha mantenido 3 años seguidos estable registrando al 2014 y 2015 18.2% en ambos años, lo cual es muy importante de conocer debido a que como empresa nueva en el mercado necesitaremos analizar cuáles son las tasas existentes en el mercado ya que necesitaremos un préstamo a largo plazo para poder dar marcha al plan de negocios, es importante tener conocimiento del comportamiento de esta variable ya que tiene impacto directo en el análisis financiero sobre la rentabilidad de un plan o negocio.

4.2. Aspecto Sociocultural.

EL ambiente sociocultural es un entorno de análisis vital para toda empresa puesto que permite la evaluación del perfil de los consumidores existentes, así como también las tendencias de consumo

y acceso que posee la población siendo variables influenciadas en los niveles de oportunidades y amenazas que poseerá nuestra empresa; para un buen análisis se centraran en 3 aspectos claramente definidos y centralizados a los rasgos de interés para nosotros para la comprensión de la cultura, consumo y , como lo son:

- ✓ Variables Demográficas
- ✓ Tendencias Y estilo de vida
- ✓ Acceso y tendencias de Consumo.

4.2.1. Variables demográficas

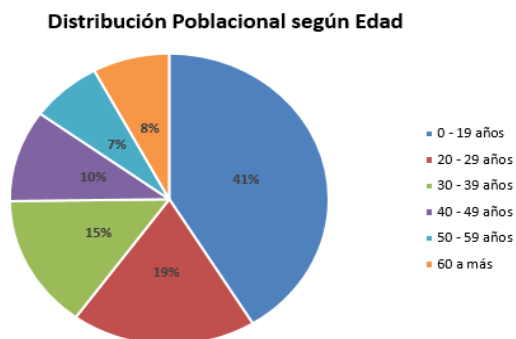


Gráfico # 2 Variables Demográficas

Fuente: <http://www.inide.gob.ni/censos2005/ResumenCensal>

La distribución de la población de Nicaragua está distribuida por edades de acuerdo por el INIDE que para el año 2017 es de 6.30 millones de habitantes donde el 51 por ciento corresponde al

género femenino y 49 por ciento al género masculino, la población de Managua se estima que para este año el total de la población de Managua es de 1, 507,330 personas.

4.2.2. Hábitos de consumo

Unos de los principales hábitos y consumos de la población de Managua es el café, cual ahora la población le gusta el café como bebida. Nicaragua cada vez crece más el consumo de café afirmó el directivo de Asociación de Cafés Especiales de Nicaragua, ACEN, durante la presentación de la competencia de baristas, conocida como “CoffeFest 2015. Sumándole a esto contamos con información que indica que: “Se ha manejado una cifra desde hace años de que el consumo interno andaba por los 200,000 quintales, ha habido un incremento en la calidad del café (que consumen los nicaragüenses)”, afirmó Ruiz. Mientras que Walter Navas, secretario ejecutivo de Conacafe destacó que este año la producción nacional del grano se ha visto impulsada por un crecimiento de la demanda de café para consumo interno, el cual pasó de 300 mil quintales, a más de 400 mil quintales, lo que se explica en que “la población se está acostumbrado a consumir más café de calidad”. (La Prensa, 2010)El presidente de la Cámara de Comercio y Servicios de Nicaragua (CCSN), Rosendo Mayorga, que las cafeterías se están convirtiendo en puntos de encuentro para hacer negocios. 'Nicaragua es un país de moda, que muchos están viniendo a ver por qué y cómo está creciendo y como (los inversionistas) no tienen sus oficinas y vienen a ver cómo está el país, el mejor lugar es una cafetería. Ellos aprovechan a probar una taza de café por la misma fama que tenemos con el café', agrega Mayorga." (Central América Data, 2017), mientras que cifras del

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Instituto de Turismo señalan que el número de establecimientos registrados pasó de 247 en 2010 a 461 en 2015.

Respaldando lo anterior dicho el país experimentó un crecimiento del 8.1% en cuanto al surgimiento de cafeterías en la capital para el año 2015 las cuales son altamente buscadas para reuniones planeadas por inversionistas quienes buscan el café de calidad de Nicaragua, mientras que para los capitalinos se vuelve cada vez más una costumbre el visitar cafeterías para tomar café en compañía de familiares, amigos o para leer algún libro.

Estos datos indican que el consumo de café está en su época dorada (es decir una etapa de auge exponencial) lo cual presenta beneficios y grandes oportunidades para la del desarrollo y crecimiento de nuestra empresa, asegurando la llega de clientes en busca de experiencias relacionadas con el café; pero a su vez representa una amenaza ya que estos datos están demuestran el crecimiento significativo de las cafeterías que ofertaran servicios similares al nuestro.

4.2.3. Estilos de vida

La ciudad de Managua tiene un estilo de vida característico ya que es una ciudad urbana en la cual tiene ha tenido cambios muy vertiginosos debido al rápido crecimiento de la población donde es un espacio que tiene una diversidad de intercambio cultural, político, social y económico.

El estilo de vida de la población nicaragüense va dependiendo de los gastos que tiende a tomarse en lo que respecta el consumo de la canasta básica, vivienda y a la vez gasto personal lo cual la canasta básica tiene un valor significativo mayor a C\$ 13,156 córdobas donde estos no incluye gastos de mantenimiento del hogar o gasto de transporte que cuesta 2.50 córdobas esto es efecto

negativo porque el aumento del salario mínimo y de la canasta básica no es al mismo tiempo provocando un desajuste en el equilibrio de la economía.

Encontrada en una etapa de transición demográfica moderada (donde las tasas de natalidad y mortalidad son moderadas o bajas, siendo la mayor parte de su población joven).

En cuanto a la relación de consumo del café con el estilo de vida del nicaragüense, se tiene registro histórico desde la época de 1820 (justo poco antes de la independencia), según el libro publicado por el comerciante y aventurero inglés Orlando Robert en Londres 1827 el café solía venderse en la casita de los indios, solía tomarse por las mañanas en el desayuno y por las tardes tras el almuerzo y antes de la cotidiana siesta (Asociación de Exportadores Nicaragua (FORUM CAFE 2017), 2015). Siendo hasta la fecha una tendencia en continuo crecimiento en el estilo de vida de los habitantes nicaragüenses. Demostrando que el café es también un elemento importante en el estilo de vida del día a día de los nicaragüenses desde hace casi dos siglos.

4.3. Aspecto Político Legal.

Para la puesta en marcha el negocio deberá cumplir con el proceso de registro adecuado ante las instancias correspondientes.

A continuación, reflejamos las regulaciones correspondiente que cada empresario debe de tomar en cuenta en el momento de empezar su negocio.

4.3.1. Regulaciones

Para constituir legalmente una empresa en Nicaragua es necesario poseer una escritura de constitución y número RUC, documentos solicitados en el registro público mercantil y de la

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

propiedad y en la Dirección General de Ingresos (DGI) respectivamente. Además de establecer un poder de Administración a su representante legal.

Nuestra empresa, una cafetería de rango de primera clase (valorada en 2 tazas) se registrará al modelo de Sociedad Anónima: Este tipo de Sociedad es la más común para operar en el comercio nicaragüense y está diseñada para negocios de mayor magnitud. Se establece mediante Escritura Pública de Constitución de Sociedad y Estatutos y para adquirir la personalidad jurídica se inscribe en el Registro Público del Departamento donde vaya a operar. El capital social está dividido e incorporado en Acciones que pueden ser transferidas de un socio a otro o a terceros, sin autorización de los demás, ni de los directores. Los accionistas no responden personal ni solidariamente por las deudas sociales, sino únicamente hasta la concurrencia de su capital incorporado en las Acciones.

Dentro de las leyes que podrían regular nuestro negocio haremos mención de:

La Ley 182: Ley de defensa de los consumidores, tiene por objeto garantizar a los Consumidores la adquisición de bienes o servicios de la mejor calidad, en sus relaciones comerciales, mediante un trato amable, justo y equitativo de parte de las empresas públicas o privadas individuales o colectivas.

Ley #306: Concesiones del Estado para la actividad turística (Construcción y Financiamiento).

Ley #495: Ley General de Turismo (PNDT Y ZEPDT).

4.3.2. Financieras

Esta Ley se encuentra bajo el régimen de cuota fija establecido por la Dirección General de Ingresos (DGI), Toda empresa deberá ajustarse especialmente a lo relacionado a la enajenación de bienes y servicios, ya que se tiene que declarar y pagar Impuestos al Valor Agregado (IVA), así como Impuesto sobre la Renta (IR).

4.3.3. Clima de inversión

“Nuestro país cuenta con un régimen jurídico fiscal que ofrece diversos incentivos a las personas que desarrollen inversiones en este rubro. Muestra de lo anterior, es el aumento de las actividades dentro de este sector, las cuales han sido sustanciales, teniendo un pico de crecimiento de hasta del 23% durante el año 2010 y manteniendo un porcentaje de crecimiento promedio anual significativo.

El Marco Legal actual favorece definitivamente el clima de inversión en Nicaragua. Dentro de estas leyes se destacan:

- El Código de Comercio, actualmente en proceso de revisión y reforma
- Ley de Promoción de Inversiones Extranjeras
- Ley de Incentivos para la Industria Turística
- Ley laboral de Nicaragua.

4.3.4. DoingBussiness

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Instituciones que apoyan los nuevos proyectos en Nicaragua es importante reflejar algunas instituciones que apoyan el emprendimiento e innovación de nuevos proyectos.

Conicyt es el Consejo Nicaragüense de Ciencia y Tecnología adscrito a la vicepresidencia de la República de Nicaragua, regula el ámbito de ciencia y tecnología en los diferentes sectores.

TechnoServe es una organización internacional sin fines de lucro. Su misión es ayudar a hombres y mujeres con espíritu empresarial en las áreas pobres de Nicaragua, a crear empresas rentables que contribuyan a generar crecimiento económico para sus familias y comunidades.

Emprendedores Juveniles de Nicaragua (EJN) es una organización educativa sin fines de lucro constituida en agosto de 1992, afiliada a Junior Achievement Worldwide, que ayuda a las nuevas generaciones a desarrollar su espíritu emprendedor, les educa y motiva a valorar la libre empresa, la economía y les proporciona las herramientas necesarias para su exitosa incorporación a la vida productiva.

Cabe destacar que cada año se incorporan nuevas estrategias de emprendimiento para seguir formando a jóvenes con ideas de negocios y proyectos sociales sostenibles. El reto de las universidades es desarrollar capacidades y habilidades emprendedoras en los estudiantes a fin de que estos, una vez finalizada su carrera, generen su propia empresa, contribuyan a la generación de empleo y fortalezcan el sector PYME, con un enfoque de productividad y calidad.

El CEI orienta a crear su negocio a través de la identificación de productos innovadores, así como la constitución de la empresa y elaboración de planes de negocios que fomenten el emprendedurismo.

4.4. Ambiente Tecnológico.

En lo que respecta al ambiente tecnológico es de alto grado de importancia para el previo conocimiento en base a las tecnologías y niveles de desarrollo existentes en el área de estudio para la correcta toma de decisiones para el ambiente laboral que se plantea generar en la empresa, por lo que se mencionará de los equipos a requerir y utilizar en la empresa.

4.4.1. TIC's vinculadas a la producción y la comercialización.

Nuestro país nos ha proporcionado las herramientas necesarias para el desarrollo de los negocios, la cafetería que estamos creando tiene equipos que nos ayuda en la realización de las tareas para los colaboradores que las elaboran de una manera ágil y rápida sin perder la calidad de las bebidas a base de café, así como los productos sustitutos que también se ofrecerán además los sistemas computarizados para llevar control de inventarios, etc.

Las herramientas necesarias para la operación del cafetín temático son cajas registradoras con sistema de informática para el control y análisis de las ventas como también de los inventarios para la agilización de la atención de los clientes.

Las máquinas de Café express en la cual será operada por un colaborador para la realización de servicios café a las personas.

Refrigeradora de hielo, refrigeradoras y mostradores para postres en la cual ayuda para la realización de bebidas frías en cafés.

Los muebles, sillas y mesas para que los clientes para que estén cómodos con el servicio.

Teléfono, sistemas de radio y máquinas de tarjetas de crédito estos sistemas agilizan la parte administrativa del cafetín donde el personal llevará a cabo un buen servicio, manteniendo la comunicación y la máquina de tarjeta servirá para llevar una cuenta de ingreso y un modo de pago que utilizan los clientes.

4.5. Aspecto ambiental

Es importante para el negocio conocer las regulaciones existentes en el campo medioambiental, ya que debido al giro del negocio se generarán desechos que deberán ser manejados adecuadamente, así mismo el uso racional de los recursos específicamente del recurso agua con el fin de asegurar el desarrollo sostenible de los mismos.

Se reflejará de los distintos ámbitos relacionados al manejo de los desechos y obtención de la materia prima, así como las tendencias ecológicas que se manejan o conocen en el país para poder guiarnos en el aspecto de las medidas (leyes), tendencias y tecnologías ambientales que aplican en Nicaragua para la regulación de los establecimientos.

El crecimiento en el poder adquisitivo de los nicaragüenses y la mayor sofisticación del consumo son parte de las razones detrás del incremento en el número de cafeterías en el país, principalmente en Managua y sus alrededores. Cifras del Instituto de Turismo señalan que el número de establecimientos registrados pasó de 247 en 2010 a 461 en 2015.

4.5.1. Producción más limpia

El (MIFIC) Ministerio de Fomento, Industria y Comercio han indicado la importancia de que todas las empresas debe implementar la (producción más limpia), como estrategia preventiva para la protección del medio ambiente; a la vez que permite una reducción en los costos de producción en las empresas.

Basándonos en la ley NO. 217 Ley General del Medio Ambiente y los Recursos Naturales y la que lo regula (MIFIC). Nos sujetaremos a los principios de las políticas de producción más limpias las cuales son las siguientes:

1. Principios de competitividad
2. Principios de concertación
3. Principio de Continuidad
4. Principio de Educación Ambiental
5. Principio de Equidad de Género
6. Principio de Enfoque Preventivo
7. Principio de Gradualidad
8. Principio de Integralidad
9. Principio de Minimización
10. Principio de Salud
11. Principio de Simplicidad y Dinamismo
12. Principio de uso Eficiente y Conservación de la Energía.

Lo cual también nos concentraremos de suma importancia en las implementaciones de nuevas tecnologías, tales como los paneles solares y todo lo que sea reciclable entre otras, previniendo la reducción y los impactos y riesgo generados a los seres humanos y el medio ambiente. Pero siempre garantizando el crecimiento económico del país y el bienestar social.

5. ANALISIS DEL SECTOR.

5.1. Las cinco fuerzas de Porter

Este modelo establece un marco para analizar el nivel de competencia dentro de una industria, y poder desarrollar una estrategia de negocio. Este análisis deriva en la respectiva articulación de las 5 fuerzas que determinan la intensidad de competencia y rivalidad en una industria, y, por lo tanto, en cuan atractiva es esta industria en relación a oportunidades de inversión y rentabilidad.

Las cinco fuerzas de Porter incluyen 3 fuerzas de competencia vertical:

- ✚ Amenaza de productos sustitutos.
- ✚ Amenaza de nuevos entrantes o competidores en la industria,
- ✚ La rivalidad entre competidores.

También comprende 2 fuerzas de competencia horizontal:

- ✚ El poder de negociación de los proveedores.
- ✚ El poder de negociación de los clientes.

5.1.1. Amenaza de nuevos ingresos.

La intensidad de amenaza de nuevos ingresos es media porque una de las barreras de entradas en accesibilidad de dinero o capital para invertir en un negocio, la tecnología necesaria para la elaboración de las bebidas y el abastecimiento de materia prima es accesible por lo tanto es media, los clientes tienen preferencia por algunos lugares, pero estos mismos están dispuestos a visitar una nueva oferta en el área Gastronómica. Es posible la entrada de inversores extranjeros en la capital más que nacionales sobre todo por las condiciones de financiamiento y capital. Las empresas nacionales pueden no presentar las medidas técnicas, maquinaria y capacitación adecuada para la producción de bebidas y lanzamiento de un ambiente de acuario. Sin embargo, los comercios con distintos tipos de conceptos han aflorado debido al supuesto de que en un sector en el que se conoce que el rendimiento del capital invertido es superior a su coste. El hecho de ser los primeros en llegar a un sector, unido a otros factores como el abastecimiento de una materia prima o las economías de aprendizaje, provocan que la empresa que ya está dentro del sector tenga ventajas en costes, lo que supone un impedimento importante para aquellas empresas que quieren formar parte de ese sector. Es muy difícil para una empresa que entra nueva en un sector competir contra otras que ya están asentadas en el mismo. Y es que estas empresas asentadas a las que nos referimos cuentan ya con una marca reconocida y una fiel clientela, lo que obliga a las empresas entrantes a realizar importantísimas inversiones en publicidad, un coste que habrían ahorrado si hubieran entrado antes que la que ya son su competencia en el sector.

5.1.2. Poder de negociación de los proveedores.

La negociación con los proveedores es la capacidad para imponer precios y condiciones esto depende de muchos factores que no son iguales para todos se trata de una de las fuerzas competitivas que analiza Michael Porter en su modelo de análisis de un sector industrial y de un aspecto que tiene gran impacto para las pymes, que no son compradoras de grandes volúmenes de Insumo, mercadería o materia prima.

El principal ingrediente de la producción en este caso es el café molido en los dos últimos años ha presentado constantes cambios respecto a su precio en el año 2017 -2018 se estima un precio de 160 dólares por cada quintal, esto se rige por los precios internacionales de este. Lo que obliga a las distribuidoras nacionales a reevaluar sus costos.

Se negoció con el proveedor Principal de Café el cual se comprometió a trabajar una normativa que regule los precios con su comprador potencial que somos nosotros. Es importante señalar que tenemos otro proveedor principal llamado Alicia Altamirano que nos ofrecerá el alimento de los nacatamales. Sabemos que los precios varían constantemente por sus ingredientes tales como arroz maíz etc., que es el principal factor que se puede incrementar en un futuro este hecho podría devenir en un eventual aumento en el precio que el consumidor.

Elegimos estos proveedores ya que en el caso de él café inciden en el cultivo propio incorporado en el menú. Además de eso poseen un gran conocimiento en el producto que están ofertando.

5.1.3. Cantidad de proveedores

Cafetería Cristal tendrá como proveedores: Agricultores de café el cual ofrece mejor precio para nuestra materia prima, Proveedores de azúcares, leches semidescremadas, chocolates en este rango nuestro principal proveedor será Pricemart el cual vende por altos volúmenes y costos accesibles.

Así mismo se debe tomar en cuenta algunas amenazas impuestas sobre la industria tales podrían ser los cambios en su precio y sobre todo adaptarnos a las temporadas en las que se cultivan dichos productos (El CAFÉ).

Para concluir podemos decir que el poder de negociación es alto, independientemente de los factores de negociación que involucran los demás ingredientes dado que hay un sin número de proveedores que nos podrían facilitar estos tipos de recursos sin embargo el café, los nacatamales que ofreceremos en nuestro local, representan un nivel alto de negociación.

5.1.4. Poder de negociación de los compradores.

En la actualidad hay un fuerte poder de negociación con los compradores, debido que hay variedad de cafetines que ofrece este servicio, pero nosotros nos enfocaremos en la fuerza que puede tener el consumidor sobre nuestro negocio, ofreciéndole el mejor café que puedan llegar a tomar, también le brindaremos el mejor servicio de atención a los clientes y un ambiente diferente.

También la imagen de nuestra empresa y el ambiente temático escogido nos diferenciara del resto de empresas, al ser nosotros los únicos que ofertaremos los servicios en un establecimiento original

manteniendo así la balanza de negociación con los consumidores a favor nuestro, proporcionando una mayor motivación y atracción de parte de los compradores.

5.1.4.1. Cantidad de compradores

En este aspecto la cantidad de compradores potenciales son las personas que consumen café con regularidad y que deleitan pasar un rato agradable con amigos, familiares fuera de casa, en sentido del entorno la cantidad de compradores está dado por la segmentación del mercado al cual nos dirigimos pues si bien es cierto el café es una bebida bastante aceptada por la población Managua no obstante es importante mencionar que los compradores más habituales son las personas que actualmente laboran o bien están iniciando en el ámbito laboral.

5.1.4.2. Comportamiento de compra

El comportamiento de compra como se ha dicho anteriormente depende de las necesidades de los consumidores es decir la calidad de las bebidas y alimentos que se están elaborando sin importar el precio que este posee también lo que implica en función a esto es la promoción que se le da al comprador sobre el negocio que está vendiendo productos prestando así al valor a las necesidades de compra.

5.1.5. Productos sustitutos

Los diferentes productos sustitutos es una amenaza alta ya que vendría siendo los distintos negocios de cafeterías que hay en la ciudad de Managua, de los negocios que son fijos o las pequeñas cafeterías que están dispersadas en la capital donde tienden a vender los distintos productos que se ofrecen en toda cafetería.

Los posibles productos sustitutos que también pueden ser las reposterías y diferentes bebidas a base de café que hay en las tiendas de servicios que existen en las gasolineras que venden las mismas experiencias que ofrecen las cafeterías con precios distintos para el público en general otro que tiene que ver con productos sustitutos es el consumo que tienden a tener en los hogares de los consumidores de café que tienen en sus casas en la cual tiene precios un poco más accesible por la disponibilidad.

5.1.5.1. Análisis de la oferta

Actualmente en el departamento de Managua no existe una cafetería con ambiente de acuario, siendo este de gran impacto para los consumidores porque generalmente las personas optan por experimentar ambientes diferentes a lo tradicional, ambientes acompañados con productos de excelente calidad como es el café.

5.1.6. Rivalidad entre los competidores existentes

Actualmente los competidores en la industria de cafetería son numerosos, existen competidores de cafeterías pequeñas, cafeterías fuertes e incluso la competencia también se encuentra en distintos puntos de gasolineras ya que ofrecen el producto de café lo que provoca que el consumidor tenga distintas opciones a preferir.

5.1.6.1. Cantidad de competidores

Con lo que respecta a nuestra competencia directa el mayor competidor de nuestra Cafetería Temática, es la casa del Café que tiene varias sucursales en el departamento de Managua como podemos observar este es el competidor directo ya que genera los mismos servicios, pero con diferentes enfoques poseen un enfoque industrial, mientras que nuestro enfoque es altamente natural y nos centramos en el cuidado del medio ambiente. Otro en carretera a Masaya muy cercanos a la ubicación geográfica de nuestro local, café las flores tiene una presencia bastante notable en el mercado nicaragüense, se destacan por su presencia en el ámbito corporativo ya que abastecen a empresas de café molido.

Nuestra organización tiene la responsabilidad social de la salud de las personas, es decir prefiere el café orgánico o artesanal y no el procesado. Sirviendo con un esmero y calidad de bebidas saludables con niveles bajos de azúcares.

5.1.6.2. Diferenciación de ofertas

Para concluir podemos decir que la cafetería temática ofrece bebidas tradicionales y de calidad, un ambiente agradable y una atención personalizada, además de ofrecer una variedad de líneas de bebidas y desayunos. Aun así la competencia es alta, ya que los principales rivales son las cafeterías aledañas al lugar, pero que no ofrecen la misma calidad de servicio, un ejemplo es la cafetería las flores, está cerca de nuestro local pero no ofrece la infraestructura, el ambiente natural, la seguridad y confort que nosotros ofrecemos para el cliente.

6. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

6.1. Antecedente y Definición del Problema

El presente trabajo investigativo surge como una propuesta seleccionada para la forma de culminación de estudios de los integrantes que conforman al grupo participativo de este documento; a su vez nace como una respuesta ante el problema existente de la carente variedad de estilos en la industria de los cafetines en el departamento de Managua lo cual puede y llega a generar en los clientes insatisfacción, al no encontrar diferencias experiencias que les sean ofrecidas en las diferentes cafeterías del país, a pesar del exponencial auge que han presentado en los últimos años. Por eso, con nuestra empresa se estará transformando así el concepto usual que posee la población nicaragüense sobre las cafeterías en el país.

Con relación a la idea de nuestro plan de negocios, este surge a partir de uno de sus integrantes, quien poseía ya una leve idea de cómo podría ser el diseño y estructura del negocio (sobre la experiencia de un cafetín distinto a los demás). En vista de la falta de cafeterías temáticas en el país se da la oportunidad de crear la cafetería: CRISTAL.

6.2. Justificación del Problema.

Los motivos de investigación surgen gracias a que Nicaragua es un país que es altamente comercial en el cual necesitaremos averiguar los diferentes niveles y ámbitos de expectativas insatisfechas en la población nicaragüense con respecto a las experiencias obtenidas en las cafeterías al utilizar sus productos y servicios.

A través de la investigación de los diferentes cafetines existentes en el país conoceremos sus categorías, status y así las preferencias que los consumidores tienen y que gustaría encontrar aplicados en una cafetería en la actualidad conociendo o encontrando por este medio a los consumidores meta para el negocio.

Se necesitará indagar sobre los niveles de ingresos que los consumidores potenciales poseen, para conocer la adaptación que deberán tener los precios del local para generar la accesibilidad económica para nuestros compradores meta.

6.3. Necesidades de la Información

Dentro de la investigación de mercado se buscará reunir información necesaria que nos ayudará a encontrar o estudiar durante la realización de este proyecto:

- ✚ Conocer las características de competencia directa e indirecta de la cafetería temática.
- ✚ Interpretar los hábitos y frecuencia de consumo de café en la población.
- ✚ Entender los gustos y preferencias del consumo de café.
- ✚ Ingresos económicos de la población nicaragüense.
- ✚ Entender los gustos y preferencias de la ambientación de la cafetería.

- ✚ Conocer la disposición de los consumidores para la vivencia de nuevas experiencias en el ámbito del consumo dentro de cafeterías nicaragüenses.

6.4. Objetivos de la Investigación (general y específicos)

6.4.1. Objetivo General:

- ✚ Conocer de manera importante las necesidades de la población nicaragüense, así como la viabilidad de la creación y niveles de aceptación de la cafetería temática en la ciudad de Managua en un periodo de inversión de 5 años.

6.4.2. Objetivos Específicos:

- ✚ Realizar un menú adecuado al tipo negocio que se realizara de acuerdo al tema en que se basara el cafetín.
- ✚ Conocer los diferentes tipos de cafeterías que frecuentan la población en general.
- ✚ Identificar las edades de la población que frecuentan este tipo de lugar.
- ✚ Determinar el tipo de ambiente del negocio de acuerdo a las encuestas que se realizará a la persona.
- ✚ Identificar el segmento que será dirigido el cafetín temático.

6.5. Metodología

6.5.1. Tipo de investigación

Nos enfocamos en este ámbito para obtener respuestas a nuestras interrogantes, llevando una planificación comprendida de lo que se debe de hacer para lograr los objetivos del estudio.

✚ **Investigación Exploratoria:** La tipología empleada en esta investigación es exploratoria ya que se realiza con el objetivo de investigar un fenómeno no estudiado, el cual no posee antecedente de investigación alguna; así mismo también se abarcara lo que es la tipología de investigación descriptiva ya que se mencionara, explicara, detallara los hechos que sean observados tal y como se desarrolla en la realidad a la vez se realizarán los cálculos económicos y financieros necesarios para la evaluación de toda esta investigación.

✚ **Concluyente:** Luego de terminar la Fase exploratoria, en nuestro análisis continuamos con la investigación concluyente ya que proporcionara información que nos ayudara en el proceso de investigación, a comprobar una hipótesis para tomar decisiones racionales es importante mencionar que mediante la investigación concluyente nos acercamos a la especificación o decisión que elegiremos en nuestro estudio de mercado.

6.5.2. Fuentes de datos utilizados

Para la obtención de información utilizaremos dos tipos de fuentes las cuales son:

✚ **Investigación cuantitativa**

Concluyente: La investigación será por fuentes primarias por la realización de encuestas estructuradas a las personas que visitan cafeterías y que consumen café.

✚ **Investigación cualitativa**

Concluyente: Se utilizará las fuentes secundarias debido a que nos servirá de apoyo para la investigación por medio de internet, libros que nos darán la información teórica necesaria para la

investigación del proyecto hechos por instituciones que lleva buenas referencias en dar información.

6.5.3. Población y muestra

Nuestro universo de estudios o estudio de mercado es finito puesto que hemos elegido la ciudad de Managua en centro comercial Galerías Santo Domingo por su valor adquisitivo por distintos kioscos de consumo de café de diferentes cafeterías de la ciudad capital.

6.5.4. Selección de la muestra

Nuestra selección de muestreo fue tomada en el centro comercial Galerías Santo Domingo puesto que se encuentran diversos locales de cafeterías conocidos por la población de Managua además de nivel adquisitivo ya que estaremos haciendo este proyecto en este centro de compras.

- ✚ Edades: 20-59 años.
- ✚ Universo de estudio: Ciudad de Managua.
- ✚ Población de interés: Upoli y personas que visitan centro comercial Galerías Santo Domingo.

6.5.5. Población de Interés

Según el (INIDE) la población estimada de la ciudad de Managua para el año 2017 es:

- ✚ Población de Managua: 1, 507,330 habitantes.
- ✚ Edades de interés: 20-59 años.
- ✚ Porcentaje de la población de Managua por edad: 26%.
- ✚ Total, de la población de interés: 391,906 habitantes.

6.5.6. Instrumentos de recolección de datos

El instrumento de recolección de datos que utilizaremos son encuestas basados en 12 preguntas, están clasificados por interrogantes donde las repuestas son de variación múltiples en las cuales la población que den respuestas sea de selección y preguntas cerradas donde den respuestas por escrito.

Se tomó en cuenta una investigación a diversas cafeterías para conocer la satisfacción de los clientes al tener un servicio de este ámbito, en una de las cafeterías más conocidas del país como es la Casa del Café.

6.5.7. Trabajo de campo

El trabajo de campo se realizó mediante encuestas a las personas que visitan el centro comercial Galerías Santo Domingo tomando en cuenta la frecuencia que visitan el lugar de compras así también el consumo de café en kiosco o cafeterías ubicadas en lugares de concurrencias en la ciudad de Managua, también a estudiantes del turno nocturno de UPOLI que de igual manera van a cafeterías diferentes.

Las encuestas fueron realizadas en línea a través de una herramienta llamada Typeform con un tiempo de dos semanas, luego se introdujeron los datos al programa de SPSS para la tabulación de los resultados obtenidos por medios de tablas y gráficos que nos proporciona el programa.

Selección de la muestra

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

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

La selección de la muestra está basada en un muestreo probabilístico a nuestro sujeto de interés, muestra fue de 100 personas en la zona de Galerías Santo Domingo y la UPOLI del turno nocturno. Cabe mencionar que nos enteramos que los encuestados visitan las cafeterías por motivo de comodidad, es por ello que tomamos en cuenta sus opiniones y así crear un ambiente distinto a las demás cafeterías y que también puedan degustar un servicio de calidad.

6.5.8. Análisis de resultados

- ✚ Se encuestaron a 100 personas de los cuales el 49% es del sexo femenino y el 48% del sexo masculino.
- ✚ Un 42.3% son personas que trabajan y un 10.9% pertenece a estudiantes.
- ✚ El 69% dijeron que si de que suelen visitar cafeterías y un 31% dijeron que no visitan cafeterías
- ✚ Las cafeterías que visitan son las siguientes: casa de café un 73.9%, Casa Las Flores un 15.9%, El cafecito el 1.4%, Café la finca el 4.3% y otros el 4.3%.
- ✚ Los motivos de visita a las cafeterías fueron: Comodidad del ambiente 23.2%, Cercanía 39.1%, Calidad de servicio 11.6%, Asuntos de negocios (trabajo) 8.7%, Calidad de servicio 7.2%, Precios módicos 5.8% y Estatus 4.3%.
- ✚ Las personas indicaron en las encuestas que las frecuencias que visitan las cafeterías fueron: Una vez por semana 34.8%, Una vez al mes 27.5%, Dos veces al mes un 17.4%, Una vez cada seis meses 7.2%, una vez al año 7.2% y otros 5.8%.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

- ✚ El 91% de los encuestados mencionaron de que si podrían visitar una cafetería con un ambiente temático de acuarios y 9% dijeron que no les gustaría.
- ✚ En las encuesta se mencionó los tipos de alimentos y bebidas que les gustaría consumir en una cafetería en la cual mencionaron al realizar las encuestas fue que les gustaría consumir todas las opciones puestas en la pregunta en la cual fue 52% también en las encuestas indicaron otras opciones como: Platos livianos 15%, Postres típicos 12%, Jugos y batidos naturales 9%, Ensaladas 7% y Platos fuertes 5%. Los horarios que destinan visitar a una cafetería en las encuestas fueron:
 - ✓ 6:00pm-8:00pm es de 43%.
 - ✓ 1:00pm-3:00pm es de 30%.
 - ✓ 8:00pm en adelante de 16%.
 - ✓ 11:30am-1:00pm de 9%.
 - ✓ Otro es de 2%.
- ✚ Los encuestados eligieron sus opciones de entretenimiento que les gustaría recibir al visitar la cafetería que estamos realizando en las cuales fueron: karaoke es de 44%, Música en vivo 34%, Concurso de barista y noches de poesía un 5%.
- ✚ Se mencionó una pregunta sobre si les gustaría probar bebidas de café con alcohol en la cual un 91% dijeron que si probarían el café y un 9% dijeron que no estaban de acuerdo en no probarlo.

7. PLAN DE MARKETING

7.1. Descripción del producto/servicio.

Nuestra Cafetería ofrece un servicio completamente distinto a la competencia empezando que nuestro servicio posee una alta gama de calidad ya que tendremos personal calificado para atención de nuestros clientes con un menú en la cual se enfocará en la variedad de bebidas a base de café sin dejar atrás el ambiente natural adornado por acuarios.

Nuestro menú está enfocado en bebidas y desayunos ligeros para el paladar de nuestros clientes, esto es con el objetivo de que la población tenga una opción diferente al menú tradicional. Además, contaremos con un diseño de Cafetería distinto a los demás con un ambiente sumamente natural y relajante para nuestros consumidores.

7.1.1. Categoría de tipo de producto y servicio

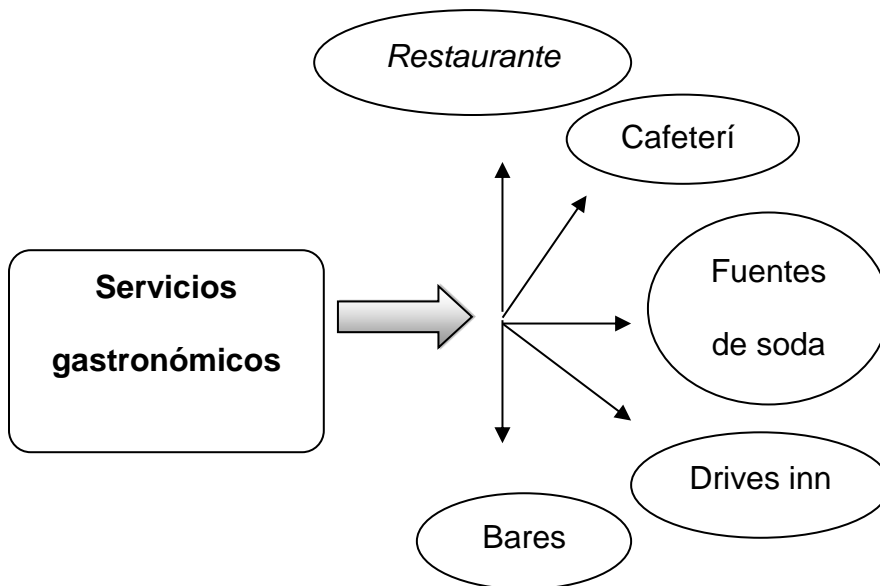


Figura # 1 categoría de la empresa

Fuente de elaboración propia

Nuestra empresa de servicio está dividida en la categoría de cafeterías por ser de elaboración de comida ligera y de bebidas sin alcohol en un establecimiento propio además que es durable y tangible debido al giro del negocio ya que brindamos productos para el consumo instantáneo de los clientes que posiblemente llegaran a deleitarse del nuestro menú.

7.1.2. Niveles de Servicio

Estas etapas permiten crear diferenciación y generar un mayor valor a la empresa. A continuación, mostramos los 4 tipos de beneficios que tomaremos en cuenta para nuestra cafetería.



Figura # 2 Niveles de servicio

Fuente de elaboración propia

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

- ✚ **Beneficio básico:** Cafetería Cristal brinda a sus clientes un servicio personalizado con un ambiente de acuario esto le proporciona al cliente un estado de ánimo relajante y único. Cabe destacar que nosotros estamos enfocados en entregar lo fundamental, es decir mantener nuestras promesas a largo plazo, usar el sentido común, escuchar a los clientes, mantenerlos informados y estar determinados a ofrecerles valor.
- ✚ **Beneficio real:** Nuestra cafetería Temática representa todos los atributos, donde el cliente se lleva una experiencia única, inesperada con excelente nivel de calidad y estilo.
- ✚ **Beneficio esperado:** De acuerdo a los estudios de mercados las personas visitan las cafeterías para salir de la rutina socializar con sus amigos al lado de una buena bebida. Cabe destacar que este factor es muy importante resaltarlo ya que los clientes están en un proceso de observación mediante la publicidad y distintas promociones. Es por ello que se le brindara al cliente diferentes beneficios mediante promociones y atenciones. Nos enfocaremos en brindar el servicio que percibe el cliente con una atención excelente, una línea de productos de calidad, para que no se muestre decepcionado y siempre muestre lealtad a nuestra marca.
- ✚ **Beneficio aumentado:** Cafetería Cristal se diferencia por ser un único lugar en la línea de comidas y bebidas donde hay acuarios, además oferta un servicio personalizado de nuestros colaboradores hacia nuestros clientes potenciales

7.1.3. Modelo de generación de valor para el cliente

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

El modelo de valor que nosotros como cafetería queremos implementar es el buen servicio hacia el cliente porque se valora las necesidades de compra de productos basados en la investigación de mercado a las personas que suelen visitar distintas cafeterías en diferentes lugares de Managua.

Para el cliente es importante la exclusividad, la marca y el posicionamiento del servicio que se está ofertando sin importar precio por ello se hizo distintas líneas de producto para su decisión de compra como valor en base a beneficios y costos.

El buen posicionamiento de servicio es la base para ser reconocidos como marca por lo que estaremos introduciéndonos en la mente de los clientes que nos visitaran con la experiencia de un concepto distinto a lo que es un negocio tradicional como una manera de diferenciación y siendo una estrategia de negocio atractivo para el cliente.

Otro modelo de diferenciación de valor es la seguridad con la que degustaran cualquier platillo puesto en el menú por la calidad que se manejara en su elaboración.

Las Características de dichos productos/servicio que ofreceremos deberán ser las Siguietes:

Cabe reflejar que nosotros ofreceremos al mercado un bien de consumo ya que proporcionaremos algunas necesidades alimenticias de las personas de manera directa con el objetivo de satisfacer sus necesidades.

Algunas características de nuestro servicio

- ✓ Contaremos con una excelente atención de parte de nuestros colaboradores.
- ✓ Las bebidas serán de calidad.
- ✓ La temática de la cafetería será diferente a las demás cafeterías tradicionales.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

- ✓ La línea de desayunos que ofreceremos será típica.

7.1.4. Flor del servicio

✚ Información

Tendremos la realización de folletos y pagina web e incluso contaremos con una plataforma de Facebook para dar la información pertinente con dirección del local y menú de la cafetería, así como las promociones que tendrá la cafetería cristal.

✚ Consultas

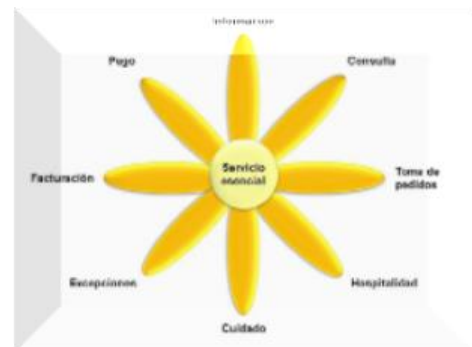
Se implementará las consultas atreves de llamadas telefónicas y correos electrónicos, WhatsApp; para los clientes que deseen información sobre nuestros productos y precios.

Mediante esta Técnica también tomaremos en cuenta las consultas y sugerencias de nuestros Clientes en base a algún tipo de problema que se presente al momento de recibir nuestro servicio.

✚ Toma de pedido

Figura # 3: Flor de Servicio

Fuente de elaboración propia



Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Para esta acción tendremos un sistema software que permitirá llevar el control de los pedidos que realizaran los clientes, manteniendo así una base de datos personalizada, también habilitaremos el servicio de reservación para los clientes que desean tener un ambiente más privado para trabajar tranquilamente o una reunión entre amigos.

Cortesía

Es de suma importancia hacer mención de este elemento tan Indispensable para las empresas una amabilidad Justa, cordialidad, comunicación, atención y respeto mostrado por el personal. Es Por ello que trabajemos constantemente en la capacitación del personal, de este modo lograremos fidelidad de parte de nuestros Clientes

Atención

Cabe destacar que nuestro personal estará debidamente capacitado y motivado para dar un excelente Servicio Clientes. Tomando en cuenta que la competencia es cada vez mayor por eso es necesario ofrecer un valor agregado, buscando una diferenciación de los demás. Es importante resaltar que Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado y un Servicio rápido.

Excepciones

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Tomaremos en cuenta como excepción los pedidos especiales con anticipación para los clientes que desean compartir algún evento especial dentro de la cafetería. También implementaremos un sistema personalizado de atención, con respecto a la compra del cliente, es decir si el cliente opta por un combo grande y solamente lo consumirán 2 personas se le puede reducir el tamaño del combo y cobrarle el precio justo.

Facturación

La facturación es un elemento clave para cualquier negocio ya que nos permite la realización de transacciones de los productos que ofrecemos. Se implementará facturas de transacción individual para los clientes que llegan acompañados y le gustaría tener cuentas por separado del producto que han consumido.

Pago

Se tendrá un sistema de pago en efectivo y por transferencia (POS).

7.1.5. Línea de productos

Cafetería Cristal ofrecerá bebidas a base de café, también comidas típicas de Nicaragua.

A continuación, detallamos la línea de productos que ofrecerá cafetería Cristal.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

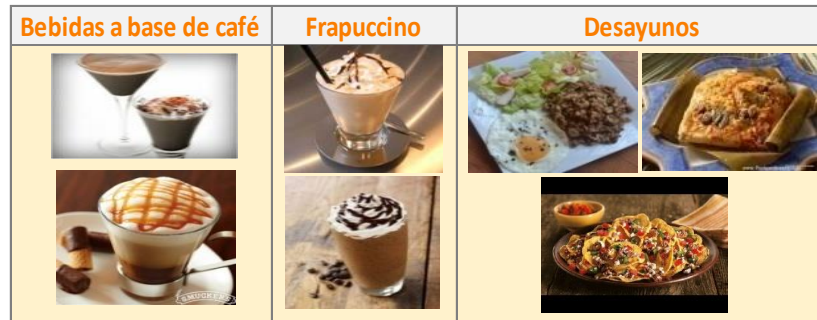


Figura # 4 Línea de productos

Fuente: Elaboración propia

La línea de productos que ofreceremos son las siguientes:

- + Moka cappuccino.
- + Café Morenito.
- + Nacatamal.
- + Tostadas nicas

Marca

A continuación, presentaremos el Logotipo de nuestra Cafetería.



Figura 5 Logo de la empresa

Fuente: Elaboración propia

Se estableció este logo para la cafetería ya que nuestro objetivo es reflejar que tipo de empresa queremos formar.

Se utilizaron colores que se asocian con nuestro lema natural:

- ✚ El color café representa la exquisita bebida que ofreceremos.
- ✚ Los pececitos reflejan el ambiente de acuarios que presentaremos.
- ✚ El color negro simboliza elegancia-

El logo es **IMAGOTIPO** debido a que es una imagen representativa del negocio en primer lugar tenemos la imagen y en segundo lugar el nombre de la cafetería.

Elegimos el nombre Cristal debido al ambiente temático que le daremos por la descripción de los acuarios que adornaran nuestra cafetería.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

El nombre del slogan lo plasmamos con el objetivo de atraer clientes nuevos, debido a que le daremos una experiencia única en cafetería en la ciudad de Managua, debido a que no existe otra cafetería con ambiente de acuario.

7.2. Ciclo de Vida del Servicio

✚ Introducción:

Cafetería Cristal se encuentra en este ciclo de vida de introducción debido a que apenas se está introduciendo el servicio al mercado.

Cabe mencionar que la etapa de introducción es la etapa más arriesgada y costosa de un producto o servicio porque se tiene que invertir una considerable cantidad de dinero no solo en desarrollar el servicio sino también en procurar la aceptación de la oferta por el consumidor.



Figura # 6 Ciclo de vida del servicio

Fuente: [wwwliderazgoempresa](http://wwwliderazgoempresa.com)

✚ Crecimiento:

En cuanto a la industria de cafeterías cabe destacar que han tenido un énfasis de crecimiento, donde las diversas cafeterías tienen las aceptaciones del mercado la cual responde a una necesidad.

Se realizará énfasis en esta etapa ya que la demanda es grande y no solo se pretenderá satisfacer una necesidad sino también en crear una nueva necesidad.

Madurez:






Las cafeterías han llegado a un nivel de madurez porque los consumidores han aceptado notablemente este mercado competitivo por su crecimiento a la calidad del café que está cosechando en el país y sobre todo porque es una costumbre del nicaragüense el consumo del café a través de los años.

Decadencia:

Para evitar esta etapa estaremos al pendiente del gusto y la preferencia de los consumidores y nuevas competencias que puedan llegar. Para eso sostendremos una buena fidelidad hacia los clientes y a la vez darle publicidad a nuestro servicio.

8. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Según investigaciones realizadas por medio de redes sociales, detallamos las 5 cafeterías más demandadas en la ciudad de Managua las cuales son:

-  Casa del café.
-  Casa las flores.
-  Diosa del café.
-  Café la finca.
-  El cafecito.

Realizamos encuestas a diferentes personas para investigar los puntos de vista respecto a la competencia y a la vez procedimos a identificar el área geográfica que se cubrirá. Con esta

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

información se podrá determinar la estrategia de posicionamiento que deberá seguir cafetería Cristal.

Mediante dichas encuestas identificamos que existen dos competidores fuertes.

A continuación, presentamos el porcentaje final según encuestas de las cafeterías, que actualmente los clientes prefieren visitar. El 74% prefieren Casa del café y el 16% café las flores.

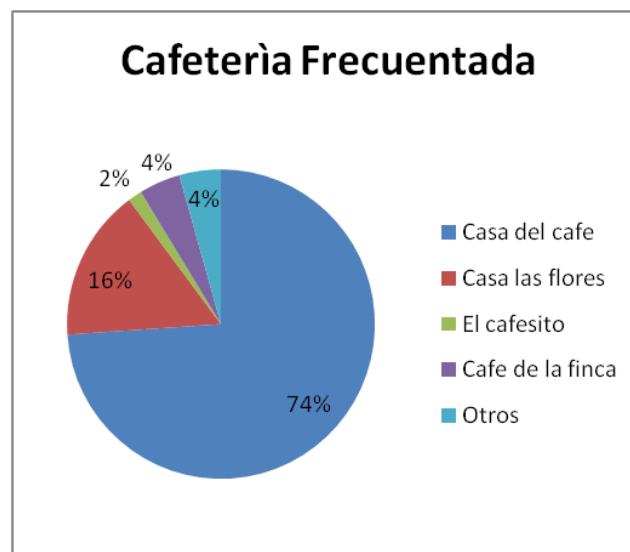


Gráfico # 3 Porcentaje de Competencia directa

Fuentes de elaboración propia.

A continuación, reflejamos el análisis de servicio de las 7P mix de marketing dirigida a la competencia.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

La casa del Café						
Personal	Precio	Plaza	Presentación	Proceso	Promoción	Producto
Casa del café cuenta con personales muy calificado y gran carisma. En cada sucursal se estima 3 meseros y uno encargado de caja	Los precios varían dependiendo del servicio, los precios oscilan por los \$ 4 hasta los \$ 12	La casa del Café es un lugar amplio , con 16 sucursales en Managua. Con una amplia línea de productos.	Casa del café presenta lugares cómodos y sofisticados. Enfocados a la comodidad del cliente.	Se observó que en la casa del café los trabajadores tienen bien distribuido sus roles y responsabilidades para logra una mejor atención al cliente	La casa del café a menudo realiza promociones del 2x 1 en productos como granizados y crema y galleta.	Ofrece la mayor parte de café, postre y ensaladas y cuenta con un menú especial para niños .

Tabla #2 Competencia la casa del café

Fuentes de elaboración propia.

Café las Flores						
Personal	Precio	Plaza	Presentación	Proceso	Promoción	Producto
Café las Flores cuenta con un personal amable, excelente carisma y muy atentos para la necesidad del cliente, según indagaciones en cada sucursal atiende 2 meseros y el encargado de caja.	Los precios varían dependiendo de la bebida y comida (los rangos del precio van por los \$3 y \$ 12	En café las flores se aprecia su ambiente natural arborizado con toques pintorescos, locales muy grandes. También ofrecen bebidas de temporadas como PUMPKIN "space". Cabe mencionar que tienen la campaña de apoyar la fundación contra el cáncer. Es decir el cliente compra un capuccino y de esa compra se realizará una donación del 20% a la fundación	Café las flores se caracteriza por su exquisito aroma a café desde que se está ingresando a los locales, esto atrae atención de los clientes.	Según investigaciones, café las flores posee roles sobrecargados es decir el mesero a la vez le puede ayudar al cajero o viceversa esto retrasa un poco la atención al cliente.	Generalmente las promociones de café las flores son dirigidas a descuentos de sus bebidas por medio de pagos con Payphone.	Está delimitado a una línea amplia de productos, entre ellos están: los desayunos las entradas, sopas, wraps y ensalada y un menú de niños.

Tabla # 3 Competencia café las flores

Fuente de elaboración propia.

En este caso nuestro mercado es atractivo porque no existen cafeterías con temática de acuarios, representando las bellezas que hay en nuestro lago y mares. Esto es un índice de fuerza para

nosotros porque muchas personas optan por experimentar nuevos ambientes, nuevas experiencias incluyendo los distintos sabores de las bebidas y platillos.

9. OBJETIVO DE MARKETING

9.1. Objetivos de Rentabilidad

- ✚ Aumentar la participación en el mercado.
- ✚ Innovar, diferenciar nuestro producto y posicionarnos.
- ✚ Crear mayor calidad relativa en el término de 2 años.

9.1 Objetivos de Ventas.

- ✚ Aumentar el 25% del volumen de las ventas en 1 año.
- ✚ Alcanzar el 50% de ganancias de los productos ofrecidos en 1 año.

9.2. Objetivos de Posicionamiento.

- ✚ Mostrar una imagen de servicio donde nuestro producto puedan entrar en la mente del consumidor.
- ✚ Incrementar el nivel de servicio al cliente.

10. DESCRIPCIÓN DE MERCADO META

Cafetería Cristal tiene como principal inclinación dirigirse a personas de ambos sexos entre las edades de 20 a 58 años, que habiten en la ciudad de Managua, de clase media alta. También tomamos en cuenta la segmentación socioeconómica con el objetivo de conocer más a fondo nuestro mercado meta. Según encuestas presentamos los siguientes resultados:

- ✓ El 79% de las personas trabajan y el 21% son estudiantes.

- ✓ La mayoría tienen un nivel de ingreso de C\$ 10000 a más.

11. DEMANDA Y PARTICIPACIÓN DE MERCADO

Cafetería Cristal tomará en cuenta todos los aspectos tangibles de producto, precio, promoción y distribución. Por eso la estrategia a utilizarse es de **posicionamiento de diferenciación**, lo que se pretende ofrecerles a los clientes potenciales es un ambiente relajante donde puedan realizar sus gestiones, y también disfrutar sus ratos libres con sus familiares o amigos ,se brindara tranquilidad y confort acompañados de una buena bebida, con precios accesibles, cuidado y delicadeza en la preparación, sin dejar atrás el diseño de acuario del local eso nos atraerá clientes que quieran experimentar diferentes ambientes, esto es con el fin de brindar algo innovador.

Demanda de consumo en porcentajes

Detalles	Brownie	Bow de frutas y granola	Frapuccino	Tresleches
% demandante	31.90%	18.80%	49.30%	12%
Frecuencia de consume	12	12	12	12
Cantidad de demanda	1	1	1	1

Tabla # 4 Datos porcentuales de la demanda actual

Fuente de elaboración propia.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Demanda actual en cafeterías locales en unidades físicas

Detalles	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Brownie	1,035,148.62	1,066,203.08	1,098,189.17	1,131,134.85	1,165,068.89
Bowl de frutas y granola	610,056.24	628,357.93	647,208.67	666,624.92	686,623.67
Frapuccino	1,599,775.14	1,647,768.39	1,697,201.45	1,748,117.49	1,800,561.01
Tresleche	389,397.60	401,079.53	409,191.98	421,467.74	434,111.77

Tabla # 5 Demanda actual en unidades Físicas
Fuente de elaboración propia

La demanda potencial se encontró mediante la demanda calcula de consumo de café en cafeterías en la cual es de 270,415 por el porcentaje de consumo de la línea de productos por la frecuencia de consumo tomando en cuenta la inflación del sector en que estamos ubicados de hoteles y restaurantes que es del 3%.

El frapuccino es la primera línea de producto de mayor unidad física 1,599,775.14 en la cual posee un aumento en el quinto año de posee de 1,800,561.01 en unidades físicas. Otro producto con mayor demanda física es el brownie con una unidad física de 1, 035,148.62 en el primer año y en el quinto año 1,165,068.89 en unidades físicas.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

El bowl de frutas y granolas dio como resultado de unidades físicas 610,056.24 en el primer año donde va aumentando cada año por medio del cálculo porcentual establecidos para que se reflejaran en unidades físicas donde el quinto año reflejo una cantidad en unidades físicas de 686,623.67 también otro producto se mencionó en las en cuenta la cual fue el tres leches en la cual se calculó las unidades físicas en la cual fue en el primer año de 389,397.60 y para el quinto año fue de 389,397.60 en unidades físicas.

Cada año proyectado fue calculado mediante la inflación elegida para nuestro sector que es de hoteles y restaurantes en la cual es del 3%.

Demanda actual en unidades monetarias

Demanda actual en unidades monetarias					
Detalles	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Brownie	3,623,020.17	3,731,710.78	3,843,662.10	3,958,971.96	4,077,741.12
Bowl de frutas y granola	2,440,224.96	2,513,431.71	2,588,834.66	2,666,499.70	2,746,494.69
Frapuccino	4,719,336.66	4,860,916.76	5,006,744.27	5,156,946.59	5,311,654.99
Tresleches	1,168,192.80	1,203,238.58	1,239,335.74	1,276,515.81	1,314,811.29

Tabla # 6 Demanda actual en unidades monetarias
Fuente de elaboración propia

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

La demanda actual en unidades monetaria es calculada por la demanda física por el precio sin iva de la línea de producto en la cual para los siguientes años proyectados se calculó igualmente con 3% de crecimiento del sector.

El frapuccino en el primer año es de \$4, 719,236.66 en unidades monetarias con una unidad monetaria de 5, 311,654.99 en el quinto año. El brownie en su primer año fue de \$3, 623,020.17 donde en el quinto año es de \$4, 077,741.12 en unidades monetarias.

El bow de frutas y granolas de que en el primer año es \$2, 440,224.96 en la cual tiene un respectivo crecimiento en los próximos en las proyecciones en los próximos años en la cual en el quinto año \$4,077,741.12 en unidades monetarias.

El tres leches en el primer año tiene resultado en unidades monetaria de \$1,168,192.80 que en las proyecciones en los cuatro años va en aumento donde el quinto año tiene en unidades monetarias de la demanda potencial de \$1,314,811.29.

Demanda Potencial en unidades Físicas.

Detalles	Café morenito	Tostadas nicas	Nacatamal	Moka cappuccino
% demandante	20%	15%	25%	19.40%
Frecuencia de consumo	12	12	12	12
Cantidaddemanda	1	1	1	1

**Tabla # 7 Demanda potencial en unidades Físicas
Fuente de elaboración propia**

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Demanda potencial en unidades físicas					
Detalles	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Café					
morenito	648,996.00	668,465.88	688,519.86	709,175.45	730,450.72
Tostadas					
nicas	486,747.00	501,349.41	516,389.89	531,881.59	547,838.04
Nacatamal					
	811,245.00	835,582.35	860,649.82	886,469.32	913,063.39
Mokacapuc					
cino	629,526.12	648,411.90	667,864.26	687,900.19	708,537.19

La demanda potencial física de las unidades físicas fue calculado mencionado anteriormente por las la demanda de consumo en cafeterías por el porcentaje de demanda por la frecuencia de producto y para el cálculo de los siguientes años se tomo la inflación de 3% del sector de hoteles y restaurantes.

El en el primer año el nacatamal en unidades físicas de 811,245 donde el crecimiento en 5 años en unidades físicas es de 913,063.39. El café morenito en su primer año fue de 648,996 y en el quinto año es de 730,450.72 en unidades monetarias.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

El moka capuccino de que en el primer año es de 629,526.12 en la cual tiene un respectivo crecimiento en los próximos en las proyecciones en los próximos años en la cual en el quinto año es de 708,537.19 en unidades físicas.

La tostada nica en el primer año tiene resultado en unidades monetaria de \$1,168,192.80 que en las proyecciones en los cuatro años va en aumento donde el quinto año tiene en unidades monetarias de la demanda potencial de \$1,314,811.29.

	Demanda potencial en unidades monetarias				
Detalles	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Café morenito	\$1.297.992,00	\$1.336.931,76	\$1.377.039,71	\$1.418.350,90	\$1.460.901,43
Tostadas nicas	\$2.433.735,00	\$2.506.747,05	\$2.581.949,46	\$2.659.407,95	\$2.739.190,18
Nacatamal	\$1.622.490,00	\$1.671.164,70	\$1.721.299,64	\$1.772.938,63	\$1.826.126,79
Moka capuccino	\$1.731.196,83	\$1.783.132,73	\$1.836.626,72	\$1.891.725,52	\$1.948.477,28

Tabla # 9 Demanda actual en unidades monetarias
Fuente de elaboración propia

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

La demanda potencial en unidades monetarias se calculó mediante la demanda física de la demanda potencial por el precio sin iva de la línea de productos encontrados en dependencia del mercado y que en las proyecciones siguientes fueron calculados mediante la inflación puesta en el sector de mercado que estamos ubicados que es del 3%.

El moka capuccino en su primer año fue de \$1,731,196.83 en unidades monetarias donde el quinto año es de \$1,948,477.28 en unidades monetarias. En segundo lugar, se encuentra el nacatamal que en el primer año dio un monto de \$1,622,490 en unidades monetarias y en el quinto año es de \$1,826,126,79 en unidades monetarias.

El café morenito tuvo en su primer año tuvo un monto en unidades monetarias de \$1,297,992 y en el quinto año un monto de \$1,460,901,43 en unidades monetarias, también esta las tostadas nicas en la cual en el primer año tomo en cuenta el monto de \$2,433,735 en unidades monetarias y en el quinto año un monto de \$2,739,190,18 en unidades monetarias.

En las proyecciones siguientes fueron calculados por la inflación del mercado que es del 3% en los últimos cinco años siguientes.

Participación de mercado

Detalles	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Café morenito	38,939.76	40,108	41,311	42,551	43,827
Tostadas nicas	73,012.05	75,202	77,458	79,782	82,176
Nacatamal	48,674.70	50,135	51,639	53,188	54,784
Moka capuccino	51,935.90	53,494	55,099	56,752	58,454
Total	212,562	218,939	225,507	232,273	239,241

Tabla # 10 Participación de mercado **Fuente de elaboración propia**

La participación de mercado es calculada mediante la demanda potencial en unidades monetarias por la inflación de mercado que se encuentra en propuesto por el tipo de sector que estamos ubicados de hoteles y restaurantes donde la participación de mercado de morenito fue de 38,939.76 en el primer año y el quinto año 43,827.

La tostada nica tuvo una participación de mercado en el primer año fue 73,012.05 en la cual en el quinto año tuvo un crecimiento en la participación de mercado de 82,176. El nacatamal tuvo en el primer año una participación de mercado de 48,674.70 y en el quinto año tiene una participación de mercado de 54,784.

EL moka cappuccino en el primer año de participación de mercado obtiene un resultado de 51,935.90 y en el quinto año resulta una cantidad de 58,454 en participación de mercado dando un total en los años anualmente donde el primer año dio un total de 212,562, segundo años 218,939, tercer año 225,507, cuarto año 232,273 y en el quinto año fue de 239.241.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

12. PROYECCIONES DE VENTAS

Detalles	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Café morenito	\$77,879.52	\$82,622.38	\$87,654.09	\$92,992.22	\$98,655.45
Tostadas nicas	\$365,060.25	\$387,292.42	\$410,878.53	\$435,901.03	\$462,447.40
Nacatamal	\$97,349.40	\$103,277.98	\$109,567.61	\$116,240.27	\$123,319.31
Moka capuccino	\$142,823.73	\$151,521.69	\$160,749.36	\$170,539.00	\$180,924.82
Total	\$683,112.90	\$724,714.47	\$768.849,58	\$815.672,52	\$865,346.98

Tabla # 11 Proyecciones de ventas
Fuente de elaboración propia

En las proyecciones de venta se calculó mediante la participación de mercado por los precios sin IVA de la línea de producto que se ofertaran en la cafetería donde hay una aceptación por parte de las personas encuestas lo cual el café morenito en su primer en proyecciones de venta del café morenito es de \$77,819.52 para su segundo año de \$82,622.38 tercer año \$87,654.09 cuarto año \$92,992.22 y su ultimo año proyectado \$98,655.45 en utilidades ganadas.

La tostada nica en su primer año de \$365,060.25 en utilidad en ventas para su segundo año es de \$387,292.42 tercer año \$410,878.53 cuarto año \$435,901.03 y el quinto año de \$462,447.40.

El moka capuccino en sus proyecciones de venta para su primer año \$142,823.73 para su segundo año \$151,521.69, tercer año \$160,749.36, cuarto año \$170,539.00 y para su quinto año

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

\$180,924.82. Por otra parte, el nacatamal en su primer año da una proyección de venta de \$97,349.40 en el segundo año \$103,277.98 tercer año \$109,567.61 cuarto año \$116,240.27 y el quinto año respectivamente \$123,319.31.

Las proyecciones de venta totales de la venta líneas de productos tienen un estimado positivo por parte de ellos en sus ventas anuales los cinco años proyectados en la cual en el primer año resulto en manera monetaria \$683,112.90 el segundo año \$724,714.47 tercer año \$768.849,58 cuarto año \$815.672,52 y el quinto año \$865,346.98 respectivamente.

13. ESTRATEGIAS DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO

La segmentación de mercados se define como aquella que trata de cumplir y profundizar el conocimiento de mercados y sus segmentos con el objetivo de adaptar su oferta de productos o servicios.

La estrategia que Cafetería Cristal utilizará será estrategia de diferenciación debido a que crearemos algo que sea percibido como diferente en toda la industria de servicios de cafeterías.

Cafetería Cristal se diferencia del resto de servicios de esta industria por ser el único servicio con un ambiente de acuario.

13.1. Estrategia de Precio

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Cafetería Cristal se registrará por la estrategia del precio orientado a la competencia este es un precio habitual ya que nos encontramos en una industria donde existen muchos competidores para ser exacto a nivel departamental Managua existen 163 cafeterías.

13.1.1. Objetivo de Precio:

Al utilizar este tipo de estrategia de precio nuestro mayor objetivo es: Lograr una gran participación en el mercado meta.

Precios sin IVA

Las proyecciones de los precios a partir del segundo año tienen un incremento debido a la inflación acumulada determinada por el BCN, del 3.13% en la rama de alimentos y bebidas considerada para el año 2017.

Precios sin iva					
Detalles	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Moka capuccino	\$2,75	\$2,84	\$2,92	\$3,02	\$3,11
Café morenito	\$2,00	\$2,06	\$2,13	\$2,19	\$2,26
Tostadas nicas	\$5,00	\$5,16	\$5,32	\$5,48	\$5,66
Nacatamal	\$2,00	\$2,06	\$2,13	\$2,19	\$2,26

Tabla # 12 Estimación de Precios sin IVA

Fuente de elaboración propia

Precios Con Iva

Es importante reflejar los precios con IVA porque son los que tomaremos en cuenta para ofrecer a nuestros clientes mediante el menú.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Precios con iva					
Detalles	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Moka capuccino	\$3,16	\$3,26	\$3,36	\$3,47	\$3,58
Café morenito	\$2,30	\$2,37	\$2,45	\$2,52	\$2,60
Tostadas nicas	\$5,75	\$5,93	\$6,12	\$6,31	\$6,50
Nacatamal	\$2,30	\$2,37	\$2,45	\$2,52	\$2,60

Tabla # 13 Estimación de Precios con IVA
Fuente de elaboración propia

14. ACCIÓN DE PROMOCIÓN

La estrategia de promoción de Cafetería Cristal será estrategia para atraer dado que ofreceremos incentivos a los consumidores para promover nuestro producto.

Se realizará una campaña publicitaria de introducción en nuestro local ubicado en Galerías Santo Domingo Modulo 3 A

1. **Muestras:** Esta promoción está orientada a nuestros clientes para dar a conocer nuestro producto ofreciéndole una pequeña cantidad de bebida de forma gratuita. Esto lo llevaremos a cabo en el momento en que empecemos a abrir nuestro local con el propósito de que nuestros futuros clientes se acerquen a degustar de nuestra línea de productos y claro está que conozcan nuestras instalaciones.
2. **Premios canjeables en nuestra sucursal,** Estos premios los rifaremos mediante la red social FB cuya finalidad es que nuestros clientes se beneficien de nuestros productos.
3. En los días con mayor actividad como semana santa, navidad, año nuevo realizaremos la promoción de 2X1 por la compra nuestro producto más demandado por el cliente.

14.1. Acción de publicidad

- ❖ Afiches: se realizarán 250 afiches con un tamaño 11x 17 pulgadas (cabe mencionar que los afiches los realizaremos nosotros y solo los mandaremos a imprimir). Estos se le entregaran al consumidor final para crear nuevas expectativas de una temática de cafetería diferente, todo esto se proveerá en los alrededores del Galerías Santo domingo El afiche utilizara la imagen creativa de la cafetería, como encabezado el nombre.
- ❖ Como empresa actualizada sabemos que la mayoría de publicidad de centra mediante internet y la mayoría de veces es más interesante poder compartirla sin ningún costo es por ello que diseñaremos las siguientes páginas web:
 - ✓ Facebook
 - ✓ Twiter
 - ✓ Instagram
- ❖ Brochur: Diseñaremos un brochur con el objetivo de presentar las características, beneficios, accesibilidad, junto con el nombre logo de nuestra cafetería.

Se realizarán alrededor de 130 brochures de y se estarán entregando en lugares públicos como centros comerciales, el puerto salvador allende, escogimos estas ubicaciones porque generalmente las personas visitan este tipo de lugares en sus ratos libres.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

A continuación, presentamos más detallado nuestro plan de acción de la publicidad que utilizaremos en el negocio de nuestra cafetería.

Accion	Objetivo	Actividades	Responsable	Duración y frecuencia
A	Presentar los productos que estamos ofertando en el mercado Nicaragüense	Entrega de afiches en los alrededores de la ubicación del local	Ayudante	1 año, frecuencia 2 veces al año
B	Divulgar mediante de medios de publicidad masivos los productos que ofrecemos para lograr una mayor participación en el mercado	Diseño de pagina web, plataformas sociales (Facebook, Instagram, Twitter)	Encargado de Marketing y publicidad	Tiempo indefinido
C	Presentar los datos y características de la cafetería	Entrega de Brochures en diferentes puntos de la capital	Encargado de Marketing y publicidad	2 meses, frecuencia 2

Tabla # 14 Plan de acción de Publicidad Fuente de elaboración propia

14.2. Presupuesto de Publicidad.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Según sondeos en distintas imprentas encontramos un Local O&G Publicidad donde realizan el servicio de impresiones de afiches y brochur en nuestra moneda nacional imprimir cada afiche cuesta C\$ 22 convertido en dólares nos da un monto de \$ 0.7. Con respecto a la impresión de cada brochur.

Afiches					
Año	P.U	Cantidad a entregar	Tiempo	Frecuencia	Costo
1	\$ 0.70	500	1 año	2 veces al año	\$ 350.00
2	\$ 0.70	430	1 año	1 vez al año	\$ 301.00
3	\$ 0.70	360	1 año	1 vez al año	\$ 252.00
4	\$ 0.70	290	1 año	1 vez al año	\$ 203.00
5	\$ 0.70	220	1 año	1 vez al año	\$ 154.00
Total		1800			\$ 1,260.00

Tabla # 15 Presupuesto de Afiches
Fuente de elaboración propia

Brouchur

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Año	P.U	Cantidad a entregar	Tiempo	Frecuencia	Costo
1	\$ 1.18	1000	1 año	1 vez al año	\$ 1,180.00
2	\$ 1.18	800	1 año	1 vez al año	\$ 944.00
3	\$ 1.18	600	1 año	1 vez al año	\$ 708.00
4	\$ 1.18	400	1 año	1 vez al año	\$ 472.00
5	\$ 1.18	200	1 año	1 vez al año	\$ 236.00
Total		3000			\$ 3,540.00

Tabla # 16 Presupuesto de Brochur
Fuente de elaboración propia

Tendremos un sistema de páginas web para interactuar con las personas

Página Web					
Año	P.U	Cantidad a entregar	Tiempo	Frecuencia	Costo
1	\$ 300.00	N/A	Indefinido	Indefinido	\$ 300.00

Tabla # 17 Presupuesto de pagina Web
Fuente de elaboración propia

Convenios

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Se realizará un convenio con *QueenSalon*, la mecánica será la siguiente: Se entregará certificado de cortesía las clientas de *QueenSalon* que paguen un mínimo de 50 dólares, esto es con el fin de darle publicidad a nuestra cafetería, cabe señalar que nos orientamos a esta rama de negocio porque la mayoría del tiempo las damas llegan acompañadas, y esto nos beneficiaría con clientela por volumen.

A continuación, mostramos con detalles nuestro convenio:

Convenios con Queen Salon						
Año	Concepto	PU	Cantidad de certificados	Tiempo	Frecuencia	Costo Total
Año 1	Certificados	5	10	3 mes	2 veces cada mes	50
Año 2	Certificados	5	8	3 mes	2 veces cada mes	40
Año 3	Certificados	5	6	3 mes	2 veces cada mes	30
Año 4	Certificados	5	5	3 mes	2 veces cada mes	25
Año 5	Certificados	5	4	3 mes	2 veces cada mes	20
		25	33	15		165

Tabla # 18 Presupuesto de Convenio
Fuente de elaboración propia

14.3. Presupuesto de Marketing

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Luego de detallar acción de Publicidad presentamos el presupuesto de marketing pronosticado para los próximos 5 años.

Total presupuesto de Marketing					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	\$ 350.00	\$ 301.00	\$ 252.00	\$ 203.00	\$ 154.00
	\$ 1,180.00	\$ 944.00	\$ 708.00	\$ 472.00	\$ 236.00
	\$ 300.00				
	\$ 50	\$ 40	\$ 30	\$ 25	\$ 20
Total	\$ 1,880.00	\$ 1,285.00	\$ 990.00	\$ 700.00	\$ 410.00

Tabla # 19 Presupuesto deMK
Fuente de elaboración propia

15. PLAN DE PRODUCCIÓN

15.1. Curso grama de servicio

El curso grama de servicio fue elaborado con la simbología Asme donde se identifica la atención al cliente en la Cafetería Cristal donde cada uno de los pasos a seguir que el personal dará al cliente potencial que llegue a consumir los productos que estamos ofreciendo dentro del negocio en la cual se espera dar una atención de calidad a los clientes que frecuente el lugar y deguste nuestros

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

productos En el siguiente cuadro presentamos cada uno de las simbologías utilizadas y su significado.






Simbología	Significado	Fase
	Operación	Indica la frase del producto.
	Inspección	Verificación de cantidad o calidad.
	Desplazamiento o Transporte	Movimiento de empleados.
	Deposito o espera	Indica demora En el desarrollo de los hechos.
	Almacenamiento permanente	Indica depósito de algún documento o información.

Tabla # 20 Simbología ASME

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Fuente de elaboración propia

El Curso grama de servicio representa un conjunto de actividades requeridas para ofrecer el servicio al cliente en el punto de venta, proceso que inicia desde que el cliente ingresa al local, hasta que se retira.

A continuación, presentamos el curso grama de servicio más detallado:

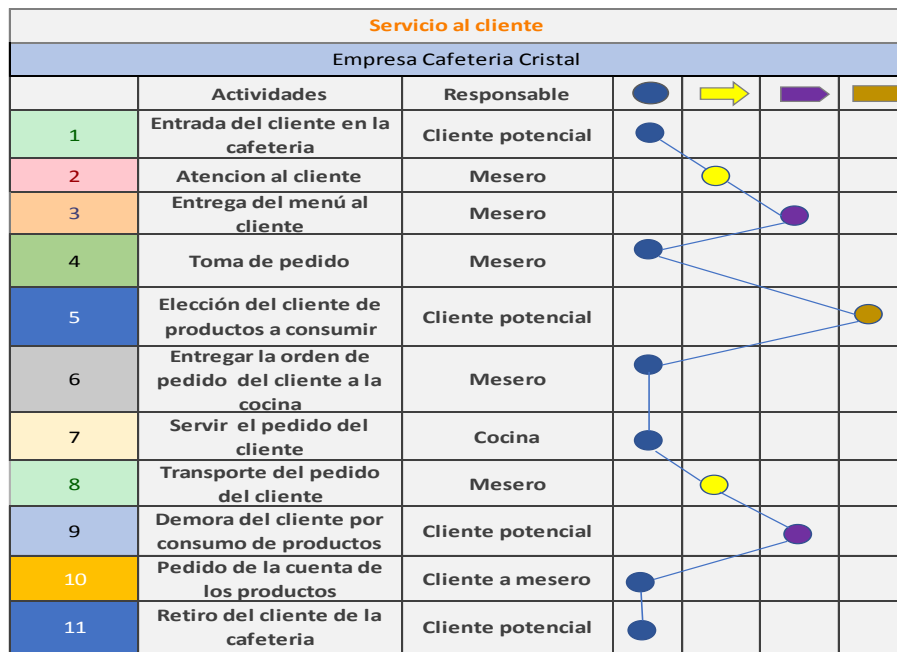


Figura # 7flujo grama de servicio
Fuente: Elaboración propia.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

El proceso de atención al cliente se desarrolla en 11 actividades, este proceso inicia con el apropiado recibimiento de cliente cuando llega a la cafetería. En el curso grama existe un procedimiento que indica demora y corresponde el tiempo de espera de la respuesta del cliente sobre el servicio que desea obtener.

Cuando el cliente decide lo que va a ordenar se continua con el proceso atreves del recibimiento de pedido y verificación de lo ordenado, se envía el pedido a la cocina luego se sirve el pedido del cliente en la mesa.

Luego se procede a brindar la cuenta si el cliente así lo desea. Finalmente se le da la despedida al cliente y se le insta a que vuelva a visitarnos.

15.2. Flujo grama de producción.

Realizamos este curso grama de producción, con el objetivo de mostrar cada uno de los procedimientos de la bebida más cotizada, reflejada en las encuestas.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Bebida: Café Morenito										
Empresa cafetería Cristal										
	Actividades	Tiempo	Responsable	Herramientas	●	→	→	→	→	→
1	Extraer del almacén la materia prima.	20 seg	Ayudante de Cocina	N/A	●	→	→	→	→	→
2	Adquisición y comprobación de materia prima.	20 Seg	Ayudante de Cocina	N/A						●
3	Preparación de los ingredientes del café.	20 seg	Ayudante de Cocina	Utencilios de Cocina	●					
4	Mezclamos el café instantaneo con leche.	3 min	Ayudante de Cocina	Licuadora	●					
5	Se procede a mezclar el ron.	2 min	Ayudante de Cocina	Utencilios de Cocina	●					
6	Se agrega hielo y azúcar y procedemos a licuar nuevamente.	3 min	Ayudante de Cocina	Licuadora	●					
7	Se agrega cyrope de chocolate a la copa que se servirá.	2 minutos	Ayudante de Cocina	Rallador	●					
7	Se procede a servir la bebida en una copa.	5 min	Ayudante de Cocina	Copa						●
8	Se traslada al stand donde el mesero lo retirará	3 Min	Ayudante de concina-Mesero	Copa						●
9	Se sirve la bebida al cliente.	20 Seg	Mesero	Copa						●

Figura ·# 8 curso grama de producción
Fuente: Elaboración propia.

El grafico de proceso productivo de la elaboración de la bebida de café morenito determina sus actividades e involucrados al realizarlo. Los cuales son el ayudante de cocina y el mesero, es de vital importancia la coordinación y comunicación de ambos para cumplir con un proceso productivo eficiente, todas las actividades poseen puntos críticos, ya que si cada una de ellas no se realiza en tiempo y forma esta no podría culminarse en el tiempo correcto.

Esto proporcionaría una demora al cliente, por lo tanto para que el proceso productivo sea eficiente se acondicionarán las instalaciones del área de trabajo para que surja con tranquilidad el proceso

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

del mismo; la elaboración de las bebidas únicamente difiere en el uso de la materia prima y el proceso de todas se realiza similar.

15.3. Activos fijos.

Cafetería Cristal muestra el monto total de los activos fijos que se requiere para iniciar operaciones.

Concepto	Costo
Activos de Produccion	\$ 4.125,00
Equipo de Oficina	\$ 8.074,57
Equipo Mobiliario	\$ 8.637,44
Equipo de Cocina	\$ 9.224,50
Activos de Repocicion	\$ 968,04
Mantenimiento de Equipos	\$ 2.010,00
Otros activos	\$ 2.656,69
Total	\$ 35.696,24

Tabla # 21 Total Activos
Fuente de elaboración propia

A continuación, presentamos los activos que necesitaremos para el lanzamiento de nuestra cafetería, con su valor unitario y monto total.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Maquinaria de Produccion			
Descripcion	Numero de Unidades	Precio Unitario	Costo Total
Licadora Industrial	2	\$ 50.00	\$ 100.00
Hoya para Nacatamal	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Portafiltros	2	\$ 50.00	\$ 100.00
Estufa de Gas	1	\$ 450.00	\$ 450.00
Horno Microondas	1	\$ 79.00	\$ 79.00
Expositore de Postres	1	\$ 480.00	\$ 480.00
Maquina de Café Espresso	2	\$ 1,000.00	\$ 2,000.00
Mantenedora	1	\$ 686.00	\$ 686.00
Dispensador de crema batida	1	\$ 180.00	\$ 180.00
Total			\$ 4,125.00

Tabla # 22 Maquinaria de Producción
Fuente de elaboración propia

Equipo de Mobiliario			
Descripcion	Numero de Unidades	Precio Unitario	Costo Total
Escritorio de Oficina	1	\$ 220.70	\$ 220.70
Silla de Oficina	1	\$ 80.00	\$ 80.00
Mueble de Cocina	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Vitrina	1	\$ 206.74	\$ 206.74
Set de Sillas y Mesas	25	\$ 300.00	\$ 7,500.00
Bancos de Barra	6	\$ 80.00	\$ 480.00
Total			\$ 8,637.44

Tabla # 23 Equipos de Mobiliario
Fuente de elaboración propia

✚ A continuación, se detallan los activos de oficina requeridos para la ejecución del plan de negocios.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

- Es importante mencionar que se requerirán 4 computadoras, las cuales se utilizarán para el área caja administración, contabilidad, administración y área de mercadeo.

Equipo de Oficina			
Descripción	Numero de Unidades	Precio Unitario	Costo Total
Aire Acondicionado	2	\$ 943.00	\$ 1,886.00
Caja Registradora	1	\$ 300.00	\$ 300.00
Telefono	1	\$ 80.00	\$ 80.00
Computadora	4	\$ 600.00	\$ 2,400.00
Calculadora	3	\$ 4.90	\$ 14.70
Libreta	8	\$ 346.00	\$ 2,768.00
Lapiceros (1 CAJA DE 6 U)	2	\$ 3.00	\$ 6.00
Facturas Membretadas	20 Paquetes de 12	\$ 5.00	\$ 100.00
Impresora	1	\$ 350.00	\$ 350.00
Resmas de Papel	3 Resmas (100 hojas c/u)	\$ 3.29	\$ 9.87
Cartuchos de Impresora	4	\$ 40.00	\$ 160.00
Total			\$ 8,074.57

Tabla # 24 Equipos de oficina
Fuente de elaboración propia

- Aquí se les presenta todos los elementos que se necesitan en el área de cocina, cada uno con su valor unitario, cantidad y valor total de gastos en ellos:

Equipo de Cocina			
Descripción	Numero de Unidades	Precio Unitario	Costo Total
Empaques de descartables(Vasos, Platos, cubiertos)	50 Unidades	\$ 10	\$ 500.00
Platos	13 Cajas de 12 platos	\$ 15	\$ 195.00
Bandejas Plasticas	25 Unidades	\$ 5.99	\$ 149.75
Cuchillos de Mesa	50 Unidades	\$ 2.00	\$ 100.00
Cuchillos de Cocina	5 Unidades	\$ 2	\$ 10.00
Cucharas y Tenedores	200(100 Cuharas y 100 Tenedores)	\$ 0.8	\$ 160.00
Tazas para café	12 cajas de 12 Unidades	\$ 12 C/ Caja	\$ 144.00
Copas	10 cajas de 12 U	\$ 15 C/ Caja	\$ 150.00
Vasos	250 Cajas de 12 U	\$ 13.75/ Caja	\$ 3,437.50
Tabla para Picar	4 Unidades	\$ 4 C/ Uno	\$ 16.00
Total			\$ 4,862.25
			\$ 9,224.50

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Tabla # 25 Equipos de cocina

Fuente de elaboración propia

- ✚ Los gastos que se asignaran a los materiales de limpieza se determinaran de la siguiente manera:

Gasto General Equipo de Limpieza				
Descripción	Numero de Unidades	Frecuencia de Compra	Precio Unitario	Costo Total
Dispensador de Papel Higienico	2 unidades	3 años	\$ 23.00	\$ 46.00
Papel Higienico	12 Rollos	1 Meses	\$ 3.92	\$ 47.04
Toallas secadoras de Mano	12 Bolsas	2Meses	\$ 1.48	\$ 106.56
Bolsa de Basura	5 Paquetes de 20	2 Meses	\$ 4.70	\$ 141.00
Guantes para Limpieza	6 Paquetes de 12	2 Meses	\$ 1.31	\$ 47.16
Jabon Liquido para manos	6 Unidades	2 Meses	\$ 3.00	\$ 108.00
Jabon de lavar traste	12 Paquetes	2 Meses	\$ 1.50	\$ 108.00
Laysol Desinfectante	2 Unidades	2 Meses	\$ 6.57	\$ 78.84
Glade Aerosol	4 Unidades	4 Meses	\$ 2.56	\$ 30.72
Palo de lampazo y Pala	2 Juegos	6 Meses	\$ 3.99	\$ 15.96
Galon Aromatizante	6 Galones	6 Meses	\$ 3.94	\$ 47.28
Mecha de Lampazo	2 Unidades	6 Meses	\$ 1.87	\$ 7.48
Descalcificador de Agua	1 Frasco (30 tabletas)	4 años	\$ 30.00	\$ 30.00
Escoba	2 unidades	6 Meses	\$ 50.00	\$ 200.00
Total				\$ 968.04

Tabla # 26 Equipos de cocina Fuente de elaboración propia

- ✚ Cafetería Cristal necesitará de otros activos que no pertenecen a maquinarias ni muebles y enseres pero que si son necesarios para la puesta en marcha del negocio. A continuación, se presentan detalladamente.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Otros Activos				
Concepto	Frecuencia de Compra	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Sanitario y lavamanos	5 años	1	\$ 135.00	\$ 135.00
Reloj	2 Años	1	\$ 3.49	\$ 3.49
Maceteras	1 año	5	\$ 4.00	\$ 20.00
Pecera	5 años	2	\$ 650.00	\$ 1,300.00
Camaras de Seguridad	5 años	4	\$ 30.40	\$ 121.60
TV	5 años	3	\$ 332.60	\$ 997.80
Parlantes	5años	4	\$ 19.70	\$ 78.80
Total				\$ 2,656.69

Tabla # 27 Otros Activos
Fuente de elaboración propia

Vida útil de los activos Fijos

A continuación, presentamos la vida útil de los activos fijos que se deprecian

Cabe mencionar que los activos fijos se deprecian utilizando como informe la ley 822 de concertación tributaria: depreciación y amortización, se realizan los cálculos con el porcentaje correspondiente para cada acción.

Depreciación de los activos						
Concepto	Valor	Depreciacion anual	Año 1	Año 2	Año 4	Año 5
Equipo de produccion/ Maquinaria	\$ 4,125.00	20%	825	825	825	825
Equipo de oficina	\$ 8,074.57	20%	1614.914	1614.914	1614.914	1614.914
Mobiliario y equipo	\$ 8,637.44	20%	1727.488	1727.488	1727.488	1727.488
	\$ 20,837.01		4167.402	4167.402	4167.402	4167.402

Tabla # 28 Vida útil de los activos
Fuente de elaboración propia

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Gastos de mantenimiento.

Se detallará a continuación una tabla donde se especifiquen los gastos de mantenimiento por equipo de activos fijos, estos gastos son presupuestados para los siguientes 5 años.

Gastos de Mantenimiento							
Concepto	Tiempo	Costo mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mantenimiento de peceras	1 vez al mes	\$ 85.00	\$ 1,020.00	\$ 1,020.00	\$ 1,020.00	\$ 1,020.00	\$ 1,020.00
Maquina de cafe expreso	2 veces al año	\$ 55.00	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 110.00
Decalificacion de cafetera	2 veces al año	\$ 45.00	\$ 90.00	\$ 90.00	\$ 90.00	\$ 90.00	\$ 90.00
Limpieza Profunda de estufa de gas	Anual	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00
Mantenimiento de equipo de computo y seguridad	Anual	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00
Mantenimiento de aire acondicionado	Cada 6 meses	\$ 200.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00
							\$ 2,010.00

Tabla # 29 Gastos de mantenimiento
Fuente de elaboración propia

15.4. Capacidad planificada y futura.

Capacidad	Produccion/servicio	Participacion de mercado	Eficiencia del sistema	Capacidad ociosa
Año 1	326,976	212,562	65,01%	34,99%
Año 2	326,976	218,939	66,96%	33,04%
Año 3	326,976	225,507	68,97%	31,03%
Año 4	326,976	232,273	71,04%	28,96%
Año 5	326,976	239,243	73,17%	26,83%

Tabla # 31 Capacidad Planificada y Futura
Fuente de elaboración propia

Para la capacidad planificada y futura se determina mediante el espacio del local además del número de mesas y sillas que tendrá el local para satisfacer nuestra participación de mercado.

Se tomo en cuenta las horas trabajadas, los días que estaremos laborando así como los doce meses del año ya que se debe calcular de manera anual para los próximos 5 años en la cual la producción anual fue de 326,976 a demás se tomo en cuenta la participación total anual de cada año para el cálculo de la eficiencia del sistema en la cual resulta de la división de la participación de mercado con la producción anual por 100.

También se realizo el cálculo de la capacidad ociosa en producción en la cual se calcula por medio de la resta de la eficiencia del sistema y el 100 %.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

15.5. Términos y Condiciones de Compra de Activos

A continuación, se presenta cada una de las características de compra de los activos que utilizaremos.





Equipo Mobiliario				
Concepto	Proveedor	Características	Tipo de Compra	Uso
Escritorio y Silla de Oficina 	La curacao	Escritorio para computadora Madera fina 3 gabeteros	Al contado	Se utilizara como apoyo para realizar los trabajos administrativos
Mueble de Cocina 	La curacao	Madera Barnizada con detalles, 12 Diviciones	Al contado	Almacenara Trastes de Cocina y utensilios
Vitrina 	Vidreria Yara	Vitrina totalmente de vidrio, con 6 espacios de almacenamiento	Al contado	Almacenamiento de Comida e Ingredientes para las bebidas
Set d sillas y mesas 	Proveedor de Muebles Masaya	Cada Juego trae 5 Sillas de aluminio con un comodo cugin de cuero ajustado en la base, acompañado de su mesa	Al contado	Se utilizara este tipo de muebles para darle comodidad y confort al cliente

Tabla # 32 Condiciones de Compra E Mobiliario
Fuente de elaboración propia

Plan de negocios Cafetería temática Cristal











Equipo de oficina				
Concepto	Proveedor	Características	Tipo de Compra	Uso
Caja Registradora 	SELCOMP	Lectora de código de barra Lectora de tarjeta magnética Impresión de recibos.	Al contado	Perfecta para transacciones de pago
Telefono 	SELCOMP	Telefono Inalambrico, identificador de llamadas, altavoz.	Al contado	Ideal para recibir y realizar llamadas
Computadora 	SEVASA	Windows 10 Home 64,8 GB memory; 1 TB HDD storage.	Al contado	Realizar de manera eficaz y ordenada las estadísticas y proyecciones de las ventas.
Calculadora 	LIBRERÍA JARDIN	Realización de calculos.	Al contado	Realizar calculos rapidos de cuentas
Libreta 	LIBRERÍA JARDIN	Libreta tapadura formada 80 hojas con líneas, elastico para guardar lapicero.	Al contado	Realización de apuntes y correos electronicos de clientes y proveedores
Lapiceros (1 CAJA DE 6 U) 	LIBRERÍA JARDIN	6 Unidades de Lapices , color negro y azul.	Al contado	
Facturas Membretadas 	IMPRESIONES LACAYO	100 Unidades de facturas con el logo de la empresa numero telefonico y direccion de correo electronico.	Al contado	Comprobante legal para poder demostrar transacciones monetarias
Impresora 	SEVASA	Impresora HP, Con conectividad a Wifi compatible con PC, CD Instalacion manual.	Al contado	Transformacion de un documento digital en una forma fisica
Cartuchos de Impresora 	SEVASA	Cartuchos HP. Alta calidad en sus colores , compatibles con la mayoría de impresoras	Al contado	Proyecta tinta en el papel durante la impresion
Resma de papel 	Librería Jardin	Resma de papael tamaño carta	Al contado	Intrumento para generar diversos documentos

Tabla # 33 Condiciones de Compra E Oficina
Fuente de elaboración propia




Otros activos				
Concepto	Proveedor	Características	Tipo de Compra	Uso
Reloj 	Gran Moll	Reloj de pared	Al contado	
Maceteras 	Proveedor de Masaya	Hermosas maseteras de barro	Al contado	Almacenamiento de plantas
Pecera 	ECCO JOBY	Acuario de 50 galones ,Peces Filtro, tapa y esperas de madera.	Al contado	Adorno para la cafeteria

Tabla # 34 Condiciones de Compra E Oficina
Fuente de elaboración propia

16. MATERIA PRIMA NECESARIA Y COSTO DE LA MATERIA PRIMA.

Luego de realizar el detalle los activos fijos requeridos de Cafetería Cristal presentamos el costo unitario de materia prima en cada producto, con su unidad de medida y el precio unitario.

Costo Unitario de Materia Prima

Bebidas

Moka Capuccino			
Concepto	Cantidad por copa	Unidad Medida	Precio Unitario
<i>Café en polvo</i>	18	Gr	\$ 0.08
<i>Leche</i>	150	MI	\$ 0.14
<i>Canela</i>	1	Gr	\$ 0.36
<i>Azucar</i>	20	Gr	\$ 0.02
Total			\$ 0.59

Tabla # 34 Costo unitario Moka Cappuccino
Fuente de elaboración propia

Café Morenito			
Concepto	Cantidad por copa	Unidad Medida	Precio Unitario
<i>café</i>	18	Gr	\$ 0.08
<i>Ron</i>	15	MI	\$ 0.17
<i>Chocolate duro</i>	10	Gr	\$ 0.33
<i>Azucar</i>	10	Gr	\$ 0.01
Total			\$ 0.58

Tabla # 35 Costo unitario Café Morenito
Fuente de elaboración propia

Desayunos.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Cabe destacar que ofreceremos 2 líneas de productos en el desayuno, Uno de ellos es nacatamal tendremos un proveedor que nos brindara un precio accesible. Y serán ofertados los días viernes, sábados y domingos.

Respecto a las tostadas nicas será elaborada por nuestro personal.

A continuación, presentamos el costo unitario de este producto:

Concepto	Cantidad por plato	Unidad Medida	Precio Unitario
Tortillas	6	Gr	0.59
Filete Pollo Cocido	200	Gr	1.30
Frijoles molidos	60	Gr	0.35
Huevos Cocidos	2	Unds	0.39
Queso parmesano	113	Gr	0.82
Salsa ranchera	15	MI	0.27
Total			3.71

Tabla # 36 Costo unitario de tostadas nicas
Fuente de elaboración propia

Respecto al desayuno integrado por nacatamal estimamos una inversión de \$ 2496. Puesto que son 3 días a la semana que venderemos este plato típico, en el año hay 52 sábados, domingos y 52 viernes nos da un total de 156 días, por cada día estimamos vender 20 nacatamales.

A continuación, presentamos una estimación de inversión anual de dicho platillo

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Total días anual	Pedido del producto por día	Total producto anual	Precio unitario del producto	Total Invertido
156	20	3120	\$0.80	\$2,496.00

Tabla # 37 Estimación anual de inversión platillo nacatamal.
Fuente de elaboración propia.

Costos totales

COSTO BRUTO										
Líneas de productos	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Unidades	Total	Unidades	Total	Unidades	Total	Unidades	Total	Unidades	Total
café morenito	53542.17	\$31,589.88	55148.4351	\$33,513.70	56802.8882	\$35,554.69	58506.9748	\$37,719.97	60262.184	\$40,017.12
tostadas Nicas	29204.82	\$108,641.93	30080.9646	\$115,258.22	30983.3935	\$122,277.45	31912.8953	\$129,724.15	32870.2822	\$137,624.35
Nacatamal	121686.75	\$97,349.40	125337.353	\$103,277.98	129097.473	\$109,567.61	132970.397	\$116,240.27	136959.509	\$123,319.31
Mocca capuccino	37771.57	\$22,662.94	38904.7171	\$24,043.12	40071.8586	\$25,507.34	41274.0144	\$27,060.74	42512.2348	\$28,708.74
Total	242205.31	\$260,244.15	249471.469	\$276,093.02	256955.613	\$292,907.09	264664.282	\$310,745.13	272604.21	\$329,669.51

Tabla 38 Costos totales anuales de cada línea de producto Fuente de elaboración propia.

17. MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA

Cafetería Cristal requerirá de un total de 10 trabajadores: 5 serán parte de la mano de obra directa y 5 serán de la mano de obra indirecta.

Por consiguiente, se mostrará en la tabla el costo total de mano de obra directa, en la tabla costo total de la mano de obra indirecta, se presentan los montos en concepto a los salarios proyectados para los 5 años con un crecimiento anual de 8.25%.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

17.1. Mano de Obra Directa

Tabla # 39 Mano de obra directa
Fuente de elaboración propia.

Mano de OBRA DIRECTA	Año 1 / Mes		Año 2 / Mes		Año 3 / Mes		Año 4 / Mes		Año 5 / Mes	
	Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario
Cocineros	2	\$220,00	2	\$238,15	2	\$257,80	2	\$279,07	2	\$302,09
Barista	1	\$240,00	1	\$259,80	1	\$281,23	1	\$304,44	1	\$329,55
Meseros	2	\$240,00	2	\$259,80	2	\$281,23	2	\$304,44	2	\$329,55
Total	5	\$1.160,00	5	\$1.255,70	5	\$1.359,30	5	\$1.471,44	5	\$1.592,83
Total por año	\$13.920,00		\$15.068,40		\$16.311,54		\$17.657,25		\$19.113,97	

17.2. Mano De Obra Indirecta

Mano de Obra Indirecta	Año 1 / Mes		Año 2 / Mes		Año 3 / Mes		Año 4 / Mes		Año 5 / Mes	
	Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario	Cant	Salario
Aux Contable	1	\$ 295.00	1	\$ 319.34	1	\$ 345.68	1	\$ 374.20	1	\$ 405.07
Cajero	1	\$ 250.00	1	\$ 270.63	1	\$ 292.95	1	\$ 317.12	1	\$ 343.28
Administrator	1	\$ 500.00	1	\$ 541.25	1	\$ 585.90	1	\$ 634.24	1	\$ 686.56
Mercadeo	1	\$ 550.00	1	\$ 595.38	1	\$ 644.49	1	\$ 697.66	1	\$ 755.22
Contador	1	\$ 600.00	1	\$ 649.50	1	\$ 703.08	1	\$ 761.09	1	\$ 823.88
Total	5	\$ 2,195.00	5	\$ 2,376.09	5	\$ 2,572.11	5	\$ 2,784.31	5	\$ 3,014.02
Total anual	\$ 26,340.00		\$ 28,513.05		\$ 30,865.38		\$ 33,411.77		\$ 36,168.24	

Tabla # 40 Mano de obra indirecta.
Fuente de elaboración propia.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

18. GASTOS GENERALES DE LA EMPRESA.

A continuación, se presentan los gastos generales de la empresa proyectados para cinco años.

Es importante reflejar que el módulo que rentaremos se encuentra ubicado en Galerías Santo Domingo y según investigaciones internas el precio del alquiler de los módulos es dependiendo los metros cuadrados a utilizar. Se estima que cada metro cuadrado vale 34 dólares. Nosotros rentaremos 200mts cuadrados y esto equivale el alquiler a \$144,000 mensual.

Gastos generales

Gastos Generales					
Detalles	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Presupuesto de Mercadeo	\$1.880,00	\$1.898,80	\$1.917,79	\$1.936,97	\$1.956,34
Depreciación	\$ 3.442,96	\$3.442,96	\$3.442,96	\$3.442,96	\$3.442,96
Servicios básicos (agua, luz teléf., internet)	\$24.772,36	\$24.772,36	\$24.772,36	\$24.772,36	\$24.772,36
Alquiler	\$144.000,00	\$144.000,00	\$144.000,00	\$144.000,00	\$144.000,00
Gasto equipo de limpieza	\$968,04	\$ 968,04	\$968,04	\$968,04	\$968,04
Materiales de reposición	\$275,85	\$275,85	\$275,85	\$275,85	\$275,85
Mantenimiento	\$2.010,00	\$ 2.010,00	\$2.010,00	\$2.010,00	\$2.010,00
Artículos de oficina	\$ 6.188,57	\$6.188,57	\$6.188,57	\$6.188,57	\$6.188,57
1% sobre ventas	\$ 6.831,13	\$7.247,14	\$7.688,50	\$8.156,73	\$8.653,47
Matricula alcaldía (2%)	\$ -	\$13.662,26	\$14.494,29	\$15.376,99	\$16.313,45
Gastos Generales	\$190.368,91	\$204.465,98	\$ 205.758,35	\$207.128,46	\$208.581,04
Gastos Generales sin depreciación	\$186.925,95	\$201.023,02	\$202.315,39	\$203.685,50	\$205.138,08

Tabla # 41 Gastos generales
Fuente de elaboración propia

19. PLAN DE ORGANIZACIÓN.

19.1. Forma de la empresa

Cafetería temática Cristal estará conformada por 5 socios Marisela Pérez, Fania Almanza, , Elena Leiva, Alejandro Castillo y David González en lo cual aportaremos el 12.5% de nuestro capital para la realización de nuestra cafetería que da un total de 61%.

Esta cafetería es de sociedad anónima que mediante el registro de público mercantil de Nicaragua por lo cual para la inscripción de la sociedad se necesita una estructura organizacional para su validación.

La sociedad anónima para la constitución de una empresa tiene sus ventajas debido a que nos favorecen como empresa que está iniciando por que los accionistas no responden personal ni solidariamente por las deudas sociales, sino únicamente hasta la concurrencia de su capital incorporado en las acciones, así mismo los socios están obligados únicamente al pago de sus acciones, se tiene responsabilidad limitada, también si uno de los socios desea retirarse la sociedad no se disolvería y la empresa seguiría funcionando. Otra de las ventajas es que las deudas de la empresa se solventan con las utilidades de la empresa y no con el capital de los socios.

19.2. Tamaño de la empresa

El tamaño de la empresa está conformado en la ley 645 de acuerdo a la clasificación de MIPYMES:

Variables	Micro empresa	Pequeña empresa	Mediana empresa
Número total de trabajadores	1 a 5	6 a 30	31-100
Activos totales (córdobas)	Hasta 200 mil	Hasta 1.500 millones	Hasta 6 millones
Ventas totales anuales (córdobas)	Hasta 1 millon	Hasta 9 millones	Hasta 40 millones

Tabla # 42 Clasificación de tamaño de la empresa MIPYME

Fuente: Reglamento de MIPYME de Ley 645 Decreto no. 17-2008.

En este aspecto cafetería Cristales es una mediana empresa, debido a la cantidad de personal que la conforma, esta cafetería contara con 10 personas en la cual se va a contratar además de la cantidad de ventas anuales por parte de la empresa.

19.3. Tramites, licencia y operación de la empresa

A continuación, presentaremos cada uno de los trámites para el planteamiento de nuestra empresa.

- **Institución:** Instituto Nicaragüense de Turismo
- **Tramite:** *Registro Para Prestadores de servicios Turísticos (Se obtendrá: Licencia de OP. Intur).*
 - **Requisitos:**
 - Formulario de Solicitud de licencia de titulo.
 - Constancia de Inspeccion.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

- Documento de Identidad.
- Recibo Oficial de Caja INTUR.

Institución: INTUR

Solicitar Título de Lic. De O.P.

-
- **Institución:** INTUR (Oficina de registro y calidad turística)
 - **Requisitos:** Formulario de solicitud de título licencia (original + copia)
 - **Duración:** T.A: 50min. + E.P.S: 10 días

-
- **Institución:** INTUR (Oficina De Registro Y Calidad Turística).

No hay requisitos.

- **Duración:** T.A: 5hrs. + E.P.S: 1 día

-
- **Institución:** INTUR
 - **Tramite:** Pagar tarifa de la emisión del título licencia
 - **Institución** Caja INTUR
 - **Tramite:** Pagar tarifa de la emisión del título licencia.

-
- **Institución** Caja INTUR

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

- **Tramite:** Pagar tarifa de la licencia (Recibo Oficial de Caja INTUR).
- **Requisitos:** * Constancia de inspección (copia simple)
*Documento de Identidad (Original)
- **Duración:** 10 Minutos

-
- **Institución:**INTUR
 - **Tramite:** Emisión del título licencia de operación
-

- **Institución:** INTUR (Oficina De Registro Y Calidad Turística)
 - **Tramite:** - Retirar la licencia De O.P. (Lic. O.P.)
 - **Requisitos:** Recibo Oficial INTUR
 - **Tiempo:** 10 min.
-

Registro mercantil

Institución: Registro Mercantil y Bancos Autorizados (BAMPRO Y BDF)

Requisitos:

- Escritura de constitución
- Solicitud de inscripción como comerciante y sellado de libro

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

- Poder general de administración
 - Libros mercantiles (Diario, mayor, actas y acciones)
 - Documento de identidad
 - Poder especial de representación
 - Colilla de cotización de inscripción como comerciante y sellado de libros
 - Colilla de cotización de inscripción de poder
 - Comprobante de pago de inscripción como comerciante y sellado de libros
 - Comprobante de pago de inscripción del poder
 - Colilla de orden de pago para inscripción como comerciante y sellado de libros
 - Colilla de orden de pago de inscripción de poder
- “Todo este proceso tiene una duración de 7 días”

Institución: *Registro Mercantil (Ventanillas Registrales)*

Tramite: Tasar inscripciones registrales (Se Obtendrá: Colilla de cotización de inscripción.

Requisitos:

- Escritura de constitución (original)
- Solicitud de inscripción como comerciante y sellado de libro (original)
- Poder general de administración (original)
- Libros mercantiles (original)
- Documento de identidad (copia simple)

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

- Poder especial de representación (copia simple)

“Todo el proceso tiene una duración de 10 minutos “

Institución: Bancos Autorizados (BAMPRO Y BDF)

Tramites: Pago de Inscripciones Registrales (Se Obtendrá: Comprobante de Pago de Inscripción)

- **Requisitos:**
 - Colilla de cotización de inscripción como comerciante y sellado de libros (copia simple)
 - Colilla de cotización de inscripción de poder (copia simple)
 - Documento de identidad y copia.
 - **Duración: 15 Minutos**
-

Institución: Registro Mercantil (Ventanillas Registrales)

Tramites: Solicitud de Inscripciones Registrales (Se obtendrá: Colilla de orden de pago para inscripción.

- **Requisitos**
- Escritura de constitución (original)
- Solicitud de inscripción como comerciante y sellado de libro (original)
- Poder general de administración (original)
- Libros mercantiles (original)
- Comprobante de pago de inscripción como comerciante y sellado de libros (original)

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

- Comprobante de pago de inscripción del poder (original)
- Colilla de cotización de inscripción como comerciante y sellado de libros (original)
- Colilla de cotización de inscripción de poder (original)
- Poder especial de representación (original)
- Documento de identidad (original)
- **Duración:** T.A: 5min. + E.P.S: 6 días

Institución: Dirección General de Ingresos

Tramite: Registro del Contribuyente (Se obtendrá: Cedula RUC)

- **Requisitos**
- Documento de ID
- Carta de Poder
- Título o Carta Egresado
- Poder Especial Representación
- Escritura de Constitución
- Hoja de Inscripción de la sociedad de Registro Mercantil
- Licencias y Certificaciones
- Poder de Representante Legal
- Cedula Ruc Provisional.

Duración: 6 días

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Institución: Administraciones de Rentas (DGI)

Tramite: Solicitar Formulario de Inscripción

Requisitos: No hay requisitos.

Tiempo: 10 minutos

Institución: Administraciones de Rentas (DGI)

Tramite: Verificar Documentos (Se obtendrá: Asignación de Código CIU + Orden de pago de Matricula Municipal)

- **Requisitos:**
- **Documento de identidad (copia simple)**
- **Documentos para hacer constar el domicilio tributario (agua, luz, telefono, contrato de arriendo)**
- **Carta poder en escrito simple**
- **Título o carta de egresado**
- **Poder especial de representación**

Tiempo: 20 minutos

Instituciones: Administraciones de Rentas (DGI)

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Tramite: Solicitar Inscripción de registro del contribuyente (Se obtendrá: Constancia de Incripción+Cedula RUC Provicional+DUR+Recibo de pago)

- **Tramites**
- **Documentos para hacer constar el domicilio tributario (agua, luz, telefono, contrato de arriendo)**
- **Carta poder en escrito simple**
- **Título o carta de egresado**
- **Poder especial de representación**

Tiempo: T.A: 50min. + E.P.S: 5 días

Institución: Administraciones de Rentas (DGI)

Tramite: Retirar Cedula RUC

- **Requisitos**
- **Cédula RUC provisional (original)**
- **Documento de identidad (copia simple)**

Duración: 10 minutos

Institución: Alcaldía de Managua

Tramite: Matricula Municipal

- **Requisitos:**

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

- **Documento de Identidad**
- **Cedula Ruc**
- **Escritura Pública de Constitución y Estatuto de la Empresa**
- **Poder Especial para Representación ante Intur**
- **Permisos Especiales**
- **Orden de Pago**

Duración: 1 día.

Institución: Alcaldía de Managua (Depto. De Impuesto Municipal sobre Ingresos y Tasas)

Tramite: Solicitar inscripción del contribuyente (Se Obtendrá: Orden de pago para pago de matrícula)

- **Requisitos:** Documento de identidad (copia simple)
- Cédula RUC (Copia Simple)
- Poder especial para representación ante INTUR (copia simple)
- Permisos especiales (copia simple)
- (Policía Nacional y Medio Ambiente) Tiempo 10 minutos

Institución: Alcaldía de Managua (Depto. Alma)

Tramite: Pagar inscripción del contribuyente y constancia de matrícula (Se Obtendrá: Recibo de pago de matrícula municipal)

- **Requisitos:**

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

- Orden de pago (original)

Duración: 10 minutos.

Institución: Alcaldía de Managua (Depto. De Impuesto Municipal sobre Ingresos y Tasas)

Tramite: Retirar Formulario de Inscripción (Se Obtendrá: Formulario de matrícula para cuota fija mas Formulario de matrícula para registro contable)

- **Requisitos:**
- Documento de identidad (copia simple)
- Poder de representante legal (copia simple)

Tiempo: T.A: 20min. + E.P.S: 3 días

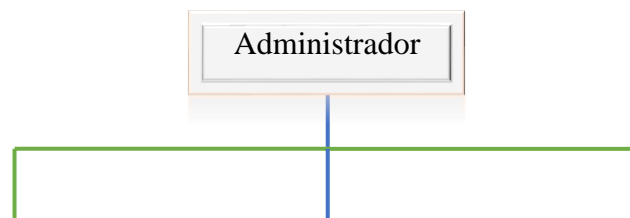
Institución: Alcaldía de Managua (Depto. De Impuesto Municipal sobre Ingresos y Tasas)

Tramite: Retirar la Solvencia municipal

Requisitos: Colilla Para Retirar Solvencia

Tiempo: 15 minutos.

19.4. Estructura organizacional.



Plan de negocios Cafetería temática Cristal

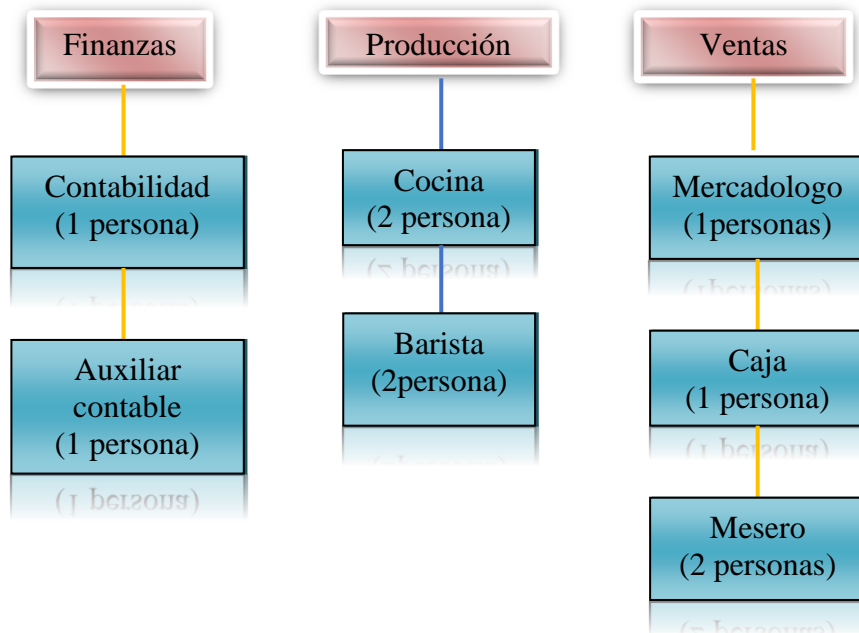


Figura # 9 Estructura organizacional
Fuente elaboración propia
Funciones generales de los colaboradores

Administrador: Después de planear y organizar, el administrador debe establecer la dirección de otros en la organización seguirán. Dirigir a las personas dentro de la empresa para lograr un grupo eficiente.

Contador: El contador llevara un registro de entradas y salidas de dinero e inventario, presupuesto, balance general y estados de resultados que determine el futuro y presente de las condiciones operacionales de la cafetería.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Auxiliar contable: Es importante la presencia de un auxiliar contable en nuestra empresa ya que es este se hace cargo de muchas funciones, las cuales deben estar relacionadas con las tareas propias de la contabilidad

La función de nuestro auxiliar contable serán las siguientes: Recibirá, examinará, y efectuará el registro contable de los documentos el registro contable de documentos.

- ✓ Revisará y comparará la lista de pagos, comprobantes, cheques y otros registros con las cuentas respectivas.
- ✓ Archivará documentos contables para uso y control interno.
- ✓ Elabora y verifica relaciones de gastos e ingresos.
- ✓ Transcribe información contable en un microcomputador.
- ✓ Revisa y verifica planillas de retención de impuestos.
- ✓ Revisa y realiza la codificación de las diferentes cuentas bancarias.
- ✓ Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

Meseros: Son los primeros en representar a la cafetería ya que de inicio a fin ellos acompañaran y guiaran a los clientes en su experiencia con nosotros.

Cajero: El cajero trabajara en colaboración con el barista, será el responsable de recibir pagos por los productos pedidos al barista por parte de los consumidores del local, entregara facturas a los clientes, arqueo de caja y entrega de dinero al área contable al final del día.

Mercadeo: Responsable de la creación y modificación de la paginas web, afiches, brochur y promociones de nuestra cafetería.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Barista: Responsable de la elaboración de las distintas bebidas a base de café

Cocinero: Encargado de la realización de los platillos.

19.5. Actividades pre operativas

Antes de la poner en marcha el negocio, se deben llevar a cabo las siguientes actividades pre – operativas:

Concepto	Duración
Elaboración de Plan de Negocio	4 semanas
Registrar la empresa	2 semanas
Alquiler del local	2 semanas
Contratación de proveedores	3 semanas
Remodelación del lugar	4 semanas
Compra de equipos	2 semanas
Contratación de Personal	2 semanas
Capacitación de personal	2 semanas
Compra de M/P	3 semanas
Darle publicidad al lugar	3 semanas
Realizar el lanzamiento	1 semana

Tabla # 43 Actividades pre operativas
Fuente Elaboración Propia

Cada una de las actividades se planificó, para llevar un control de las mismas y así cumplir con el tiempo establecido, se muestra el diagrama y el tiempo a realizarse las actividades.

19.5.1. Diagrama de Gantt

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

MESES	NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO			
SEMANAS	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elaboración de Plan de Negocio	■	■	■	■																								
Registrar la empresa				■	■																							
Alquiler de local						■	■																					
Remodelación del lugar									■	■	■																	
Compra de equipos												■	■	■														
Contratación de Personal														■	■													
Capacitación de personal															■	■												
Compra de M/P																			■	■	■							
Darle publicidad al lugar																						■	■					
Realizar el lanzamiento																												■

Tabla #44 Diagrama de Gantt
Fuente de elaboración propia

19.5.1.1.1. Gastos pre operativos

Gastos Pre operativas		
Actividad	Duración	Valor
Elaboración de Plan de Negocio	4 semanas	500
Registrar la empresa	2 semanas	300
Compra de M/P	3 semanas	400
Contacto con los proveedores	2 semanas	0
Total		1200

Tabla #45 Gastos Pre operativos
Fuente de elaboración propia

20. PLAN DE FINANZAS

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

20.1. Presupuesto de Inversión

El costo de inversión total de la cafetería Cristal es \$84,783.71 en la cada socio aportara el 61% como aporte de fondo propios con un valor de \$51,065.51 que corresponde a gastos de oficina y de producción además de los gastos pre-operativos de la empresa. El 39% será asumido por BANPRO en la cual financiará el proyecto el cual dará un financiamiento de \$32,718.20.

Concepto	Inversión total	Financiamiento	
	Monto	Fondos Propios	Préstamos
Equipo mobiliario, de cocina y otros activos	\$20,518.63		\$20,518.63
Equipo mobiliario	\$8,637.44		\$8,637.44
Equipo de cocina + otros activos	\$11,881.19		\$11,881.19
Equipo de Oficina y Producción	\$12,199.57		\$12,199.57
Equipo de Oficina	\$8,074.57		\$8,074.57
Equipo de producción	\$4,125.00		\$4,125.00
Capital de Trabajo:	\$50,865.51	\$50,865.51	
Capital Trabajo	\$50,865.51	\$50,865.51	
Gastos pre operativos	\$1,200.00	\$1,200.00	
Gastos pre operativos	\$1,200.00	\$1,200.00	
Totales:	\$84,783.71	\$52,065.51	\$32,718.20
	Total	Aporte	Financiamiento
	100%	61%	39%

**Tabla #46 supuesto de Inversión
Fuente de elaboración propia**

20.2. Estado de pérdidas y ganancias

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

En el estado de pérdida y ganancia refleja los cálculos proyectados de utilidades netas obtenidas de la inversión dando como resultado en el primer año una utilidad neta de **\$44,278.67**, siendo la utilidad neta del quinto año de **\$79,995.02**.

Calculo de Rentabilidad Proyectada					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 683,112.90	\$ 724,714.47	\$ 768,849.58	\$ 815,672.52	\$ 865,346.98
Costo de los bienes vendidos	\$ 385,003.78	\$ 408,738.81	\$ 434,102.95	\$ 461,050.69	\$ 489,681.71
Utilidad Bruta	\$ 298,109.11	\$ 315,975.66	\$ 334,746.63	\$ 354,621.83	\$ 375,665.27
Gastos Generales (sin depreciación)	\$ 186,925.95	\$ 201,023.02	\$ 202,315.39	\$ 203,685.50	\$ 205,138.08
Gastos Administración	\$ 38,456.40	\$ 41,629.05	\$ 45,063.45	\$ 48,781.18	\$ 52,805.63
Depreciación	\$ 3,442.96	\$ 3,442.96	\$ 3,442.96	\$ 3,442.96	\$ 3,442.96
Total Gastos de Operación	\$ 228,825.31	\$ 246,095.04	\$ 250,821.80	\$ 255,909.65	\$ 261,386.67
Utilidad de Operación	\$ 69,283.80	\$ 69,880.62	\$ 83,924.83	\$ 98,712.18	\$ 114,278.60
Intereses pagados	\$ 6,028.56	\$ 4,721.14	\$ 3,135.73	\$ 1,202.51	
Utilidad antes de impuestos	\$ 63,255.24	\$ 65,159.48	\$ 80,789.10	\$ 97,509.67	\$ 114,278.60
Impuestos 30% IR	\$ 18,976.57	\$ 19,547.85	\$ 24,236.73	\$ 29,252.90	\$ 34,283.58
Utilidad neta	\$ 44,278.67	\$ 45,611.64	\$ 56,552.37	\$ 68,256.77	\$ 79,995.02

**Tabla # 47 Calculo de rentabilidad proyectada.
Fuente de elaboración propia**

20.3. Balance general

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Balance general						
ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos circulantes	\$ 50,865.51	\$ 92,668.18	\$ 134,496.40	\$ 185,679.94	\$ 246,618.60	\$ 330,056.59
Caja y bancos	\$ 50,865.51	\$ 92,668.18	\$ 134,496.40	\$ 185,679.94	\$ 246,618.60	\$ 330,056.59
Activo fijo	\$ 32,718.20	\$ 29,275.24	\$ 25,832.28	\$ 22,389.31	\$ 18,946.35	\$ 15,503.39
Equipo de Oficina	\$ 8,074.57	\$ 8,074.57	\$ 8,074.57	\$ 8,074.57	\$ 8,074.57	\$ 8,074.57
Equipo mobiliario, de cocina y	\$ 20,518.63	\$ 20,518.63	\$ 20,518.63	\$ 20,518.63	\$ 20,518.63	\$ 20,518.63
Otros Equipos y Utensilios	\$ 4,125.00	\$ 4,125.00	\$ 4,125.00	\$ 4,125.00	\$ 4,125.00	\$ 4,125.00
Depreciación acumulada		\$ (3,442.96)	\$ (6,885.92)	\$ (10,328.89)	\$ (13,771.85)	\$ (17,214.81)
Pre-Operativos (Constitución	\$ 1,200.00	\$ -	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
Amortización Diferidos		\$ 240.00	\$ 480.00	\$ 720.00	\$ 960.00	\$ 1,200.00
Total de activos diferidos	\$ -	\$ 960.00	\$ 720.00	\$ 480.00	\$ 240.00	\$ -
Total de activos	\$ 84,783.71	\$ 123,143.42	\$ 161,528.67	\$ 209,269.25	\$ 266,764.96	\$ 346,759.98
PASIVOS	\$ 32,718.20	\$ 26,799.24	\$ 19,572.86	\$ 10,761.07	\$ -	\$ -
Pasivo largo plazo	\$ 32,718.20	\$ 26,799.24	\$ 19,572.86	\$ 10,761.07	\$ -	\$ -
Prestamo largo plazo	\$ 32,718.20	\$ 26,799.24	\$ 19,572.86	\$ 10,761.07	\$ -	\$ -
CAPITAL	\$ 52,065.51	\$ 96,344.18	\$ 141,955.82	\$ 198,508.19	\$ 266,764.96	\$ 346,759.98
Capital social	\$ 52,065.51	\$ 52,065.51	\$ 52,065.51	\$ 52,065.51	\$ 52,065.51	\$ 52,065.51
Utilidad acumulada			\$ 44,278.67	\$ 89,890.31	\$ 146,442.67	\$ 214,699.44
Utilidad del periodo		\$ 44,278.67	\$ 45,611.64	\$ 56,552.37	\$ 68,256.77	\$ 79,995.02
Total pasivo mas capital	\$ 84,783.71	\$ 123,143.42	\$ 161,528.67	\$ 209,269.25	\$ 266,764.96	\$ 346,759.98

Tabla # 48 Balance general
Fuente de elaboración propia

20.4. Estado Flujo de Caja

Los datos presentados muestran un saldo final del flujo de caja de \$50,865.51 en el año inicial hasta culminar el quinto año con un monto total de \$330,056.59. Reflejando un poco lo que tiene el inversionista, debiéndose esto a la acumulación de dividendos en cada periodo.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Flujo de caja						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo inicial		\$ 50,865.51	\$ 92,668.18	\$ 134,496.40	\$ 185,679.94	\$ 246,618.60
Ingresos (Utilidad contable)	\$ 84,783.71	\$ 44,278.67	\$ 45,611.64	\$ 56,552.37	\$ 68,256.77	\$ 79,995.02
Egresos	\$ 33,918.20					
Amortización		\$ 5,918.96	\$ 7,226.38	\$ 8,811.79	\$ 10,761.07	
Depreciación		\$ 3,442.96	\$ 3,442.96	\$ 3,442.96	\$ 3,442.96	\$ 3,442.96
Saldo final	\$ 50,865.51	\$ 92,668.18	\$ 134,496.40	\$ 185,679.94	\$ 246,618.60	\$ 330,056.59

Tabla 49 Flujo de Caja
Fuente de elaboración propia

20.4.1. Calculo de Cuota de préstamo

El préstamo se realizará mediante el Banco BANPRO, el cual presta una tasa de interés anual del 20% sobre el saldo, con un plazo de pago del financiamiento de 48 meses, dando como resultados cuotas de \$965,63.

El Financiamiento necesario para la cafetería Cristal se ponga en marcha, será gestionado por uno de los integrantes de la sociedad siendo un monto de **\$20,000** en lo cual pondremos en garantía el negocio es decir un salón de belleza puesta por uno de los socios por aparte.

Cálculo Cuota Préstamo	
Monto	\$32.718,20
Interés Anual	20%
Plazo en Meses	48
Cuota	(\$995,63)
Seguros	0%
Cuota Total	\$995,63

Tabla # 50 Calculo Cuota de Préstamo
Fuente de elaboración propia

20.5. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es aquel en donde la empresa no obtiene utilidades, pero tampoco pierde cuando llega a un nivel donde el beneficio es 0.

La fórmula que se plantea para la realización del punto de equilibrio es la siguiente:

$$\text{Punto de Equilibrio en U\$} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{COSTOS VARIABLES/VENTAS}}$$

En el cuadro se puede apreciar que en el año uno se deberá vender al menos el 86%, prosiguiendo con el año 2 un 86%, posteriormente al año 3 un 84%, luego al año 4 un 82% y finalmente el año 5 un 80% indicándonos que lograremos alcanzar un punto de equilibrio a medida que pasa el tiempo los porcentajes disminuyen ya que cada año, el flujo de efectivo es mayor y la empresa se va adaptando al mercado.

Es importante destacar, que la empresa deberá vender poco más del 80% proyectado para así poder cubrir sus gastos fijos y variables, recuperando la inversión.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Punto de equilibrio (U\$)					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Porcentaje sobre ventas %	86%	86%	84%	82%	80%
Punto de Equilibrio	\$ 588,124.64	\$ 626,866.68	\$ 647,531.33	\$ 669,245.55	\$ 693,738.67
Ventas	\$ 683,112.90	\$ 724,714.47	\$ 768,849.58	\$ 815,672.52	\$ 865,346.98
Porcentaje sobre ventas %	40%	40%	39%	38%	37%
Costos Fijos	\$ 274,153.64	\$ 292,213.20	\$ 301,846.00	\$ 311,968.06	\$ 323,385.50
Mano de Obra Directa	\$ 20,323.20	\$ 21,849.18	\$ 23,651.74	\$ 25,603.01	\$ 27,715.25
Gastos Generales (sin depreciación)	\$ 186,925.95	\$ 201,023.02	\$ 202,315.39	\$ 203,685.50	\$ 205,138.08
Gastos Administración	\$ 38,456.40	\$ 41,629.05	\$ 45,063.45	\$ 48,781.18	\$ 52,805.63
Depreciación	\$ 3,442.96	\$ 3,442.96	\$ 3,442.96	\$ 3,442.96	\$ 3,442.96
Intereses pagados	\$ 6,028.56	\$ 4,721.14	\$ 3,135.73	\$ 1,202.51	\$ 0.00
Impuestos	\$ 18,976.57	\$ 19,547.85	\$ 24,236.73	\$ 29,252.90	\$ 34,283.58
Porcentaje sobre ventas %	53.39%	53.39%	53.39%	53.39%	53.39%
Costos Variables	\$ 364,680.58	\$ 386,889.63	\$ 410,451.21	\$ 435,447.69	\$ 461,966.45
Costo de Venta (sin M.O.D.)	\$ 364,680.58	\$ 386,889.63	\$ 410,451.21	\$ 435,447.69	\$ 461,966.45

Tabla # 51 Punto Equilibrio
Fuente de elaboración propia

Punto de equilibrio en unidades físicas

A continuación, se presenta el punto de equilibrio en unidades físicas:

<i>Línea de servicios</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
café morenito	10,511.16	10,877.16	10,908.66	10,946.04	11,016.18
tostadas Nicas	12,513.29	12,949.00	12,986.50	13,031.00	13,114.50
Nacatamal	10,010.63	10,359.20	10,389.20	10,424.80	10,491.60
Mocca capuccino	17,018.07	17,610.64	17,661.64	17,722.16	17,835.72
Total anual	50,053	51,796	51,946	52,124	52,458

20.6. Razones Financieras.

Podemos determinar que la empresa presenta una rentabilidad sobre ventas del quiere decir que es rentable la puesta en marcha del proyecto ya que en el año 1 es de 6%, año 2 6%, año 3 7%, año 4 8% y año 5 9% donde el dato obtenido fue encontrado mediante la división de las utilidades netas y las ventas totales lo cual quiere decir que es rentable el proyecto.

Así mismo podemos observar que la rentabilidad sobre la inversión para el año 1 es de 52% mientras que para el año 5 es de 94% permitiéndonos ver que es viable la inversión en la cual los datos obtenidos fue de la división de la utilidad neta y la inversión total en la cual la utilidad será recuperada mediante lo proyectado.

Razones Financieras					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rentabilidad sobre ventas	6%	6%	7%	8%	9%
Rentabilidad sobre inversion	52%	54%	67%	81%	94%

Tabla # 52 Razones Financieras
Fuente de elaboración propia

20.7. Valor Actual Neto

Para la toma de decisiones del plan de negocios, necesitaremos la VAN, ya que representa el valor del dinero en el tiempo, siendo de \$507,77.34, siendo mayor que cero esto indica que el Plan de Negocios es rentable y aceptable en su implementación.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

20.8. Tasa interna de retorno

La TIR Obtenida fue de 50% mayor a la tasa de Descuento de 26%, lo cual indica que el proyecto puede implementarse con buena aceptabilidad.

Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de retorno TIR

Flujo de fondos						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad contable		\$44,278.6 7	\$45,611.6 4	\$56,552.3 7	\$68,256.7 7	\$79,995.0 2
Depreciación		\$3,442.96	\$3,442.96	\$3,442.96	\$3,442.96	\$3,442.96
Amortización		\$5,918.96	\$7,226.38	\$8,811.79	\$10,761.0 7	
Flujo de fondos	(\$84,783.71)	\$41,802.6 7	\$41,828.2 2	\$51,183.5 4	\$60,938.6 6	\$83,437.9 8
VAN al 26%	507,77.34					
TIR	50%					
Tasa de descuento	0.26					

Tabla # 53 flujo de fondos
Fuente de elaboración propia.

20.9. Flujo de Fondos descontados por un año y periodo de recuperación.

FLUJO DE FONDOS DESCONTADOS POR AÑO						
		1	2	3	4	5
RELACION BENEFICIO COSTO	1.60	33176.72	26346.82	25586.96	24177.46	26273.08

Tabla # 54 flujo de fondos
Fuente de elaboración propia

La Relación Beneficio Costo del plan de negocios es de \$1.60 siendo mayor a uno lo que nos indica que por cada unidad monetaria invertida se obtiene \$ 0.60 de beneficio.

20.10. Periodo de Recuperación

El Período de Recuperación es el tiempo en el cual, la empresa luego de recibir ingresos va recuperando poco a poco la inversión que se utilizó para la puesta en marcha del proyecto. La fórmula que se utiliza para el cálculo del Periodo de Recuperación es la sumatoria de los beneficios totales menos la inversión. Luego de haber calculado el flujo de caja por año que simbolizan los beneficios totales, se procedió a sumar cada año hasta llegar al punto donde recuperamos la inversión en nuestro caso, la inversión es de U\$84,783.71 de la cual se recupera en 2 años y 8 días.

21. Referencias bibliográficas

- Fundamentos de marketing de Stanton.

<file:///C:/Users/reyna/Downloads/02-Fundamentos%20De%20Marketing%20Stanton%2014edi.pdf>

- Fundamentos de marketing de Armstrong.

<file:///C:/Users/reyna/Downloads/03-Fundamentos%20del%20Marketing%20-%20Kotler%20&%20Armstrong.pdf>

- Marketing de pymes.

<file:///C:/Users/reyna/Downloads/06-Marketing%20y%20Pymes.pdf>

- Administracion de Marketing de Mullins.

<file:///C:/Users/reyna/Downloads/08-Administracion%20de%20Marketing-Mullins%20et%20al.pdf>

- Leyes inmutables de Marketing.

<file:///C:/Users/reyna/Downloads/10-AI%20Ries%20y%20Jack%20Trout%20-%20Las%2022%20Leyes%20Inmutables%20del%20Marketing.pdf>

- Investigacion de mercados de Kinnear.

<file:///C:/Users/reyna/Downloads/116197465-Investigacion-de-Mercados-de-Kinnear.pdf>

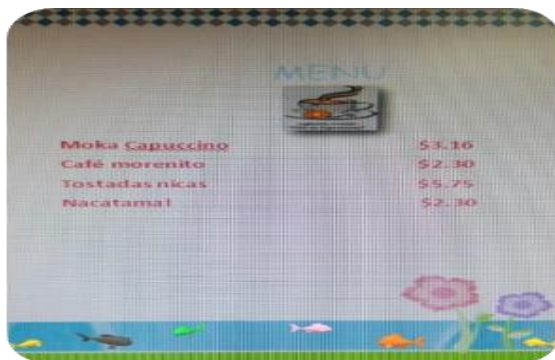
- Modulo de Gerencia y operaciones de producción.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

<file:///C:/Users/reyna/Downloads/COMPENDIO%20DELM%20C3%93DULO%20GERENCIA%20DE%20OPERACIONES%20Y%20PRODUCCI%20C3%93N.pdf>

22. ANEXOS.

- ✓ A continuación, presentamos el menú que brindaremos a nuestros clientes potenciales
- ✓ También presentamos los medios de publicidad que entregaremos a nuestros posibles clientes



Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Anexo

Anexo N°1: Formato de la Encuesta

Encuesta de investigación para el lanzamiento de una cafetería con un diseño subterráneo ubicado en Carretera Masaya.

Somos estudiantes de la Universidad Politécnica de Nicaragua y estamos realizando una encuesta con la finalidad de saber el tipo de preferencia que tiene la población de Managua al momento de adquirir un servicio de cafetería. Su opinión es importante y será tratada de manera confidencial.

Por favor Marque con una **X** su respuesta.

1. Tipo de Sexo.

Femenino

Masculino

3. Profesión u Oficio

2. Edad

1. ¿Ha visitado establecimientos de consumo de café en el centro comercial de Galerías Santo Domingo?

A-SI B- NO

2. ¿Le gusta el Café?

A- Si

B- No

2.1.Si su respuesta anterior fue no: Explique ¿Por qué no lo consume?

3. ¿Usted visita establecimientos de la zona de Galerías Santo Domingo?

Sí No

4. ¿Cuáles son las 2 que suele visitar más?

1

2

5. ¿Suele visitar cafeterías? Si su respuesta es no explique por qué y pase a la pregunta 6

A- Sí B- No

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

A-Casa del Café C- El cafecito E- Otro

B-Café las Flores D- Café las Fincas

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

a) Por la cercanía ecios módicos c)P egocios

d) Por el servicio) Productos

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

- A- Una vez por semana. F- Otro
- B-Dos veces al mes.
- C-Una vez al mes.
- D-Una vez cada seis meses
- E-Una vez al año.

5.1.3. ¿Con cuantas personas suele visitar la cafetería?

5.1.4. ¿Qué suele consumir con frecuencia? Mencione 3 de los que más consume

- A-Variedad de café* *B- Alimento* *c- Otras Bebidas*

<i>A-Variedad de café</i>	<i>B- Alimentos</i>	<i>c- Otras Bebidas</i>

5.1.5. (Selección Múltiple) Del 1 al 5 que tan satisfecho se siente. Si sus respuestas fueron 1 o 2 explique

- 1-nada satisfecho 2-poco satisfecho 3-satisfecho 4-Muy satisfecho 5-
Sumamente satisfecho
-
-

5.2. ¿Qué factor o factores considera usted más importantes en el servicio?

a- Rapidez b- variedad de menú c- ambiente - seguridad e- Precio

6. ¿Visitaría usted una cafetería construida bajo tierra (Subterráneo)? Si su respuesta es no explique:

A-Sí B-No

7. ¿Qué tipo de alimentos les gustaría consumir más en una cafetería?

a) Postres típicos b) platos fuertes c) ensaladas batidos o jugos naturales
platos livianos todo lo anterior

8. ¿Sería de su agrado el consumo de café mezclado con alcohol?

A- B- No

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

A- Cultural B- Empresarial C- Romántico D- Familiar o de amigos

10. ¿Qué otros servicios o forma de entretenimiento le gustaría recibir?

A- Karaoke B- Música en vivo C- Concursos de Barista
D- Noches de Poesía

11. ¿Qué horario destina usted para visitar una cafetería?

A) DE 11.30 – 1 pm B) 1pm-3pm 6pm-8pm pm en adelante

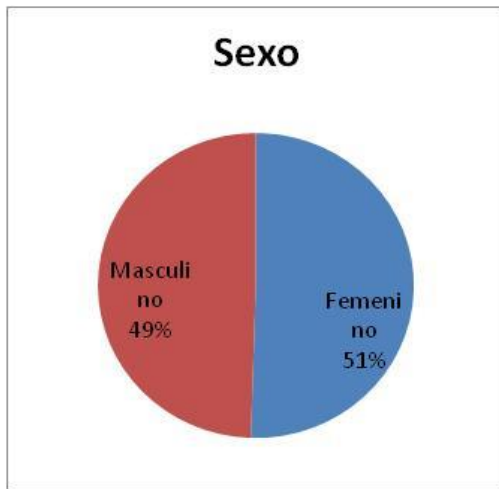
Plan de negocios Cafetería temática Cristal

¿Cuál es su nivel de ingreso mensual aproximado?

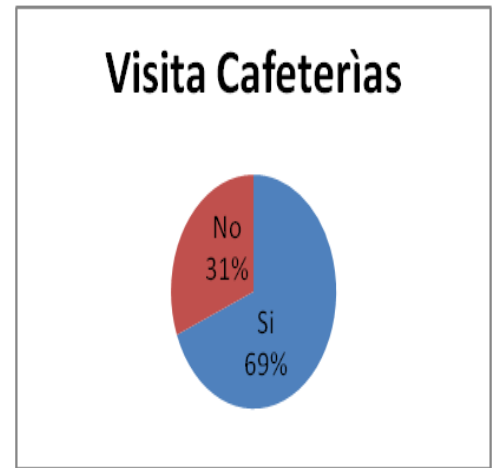
a)- 6500 – 7000 b) 8,000 – 90000 c) 10,0000 – mas

Anexo 2º: Graficas de las Encuestas

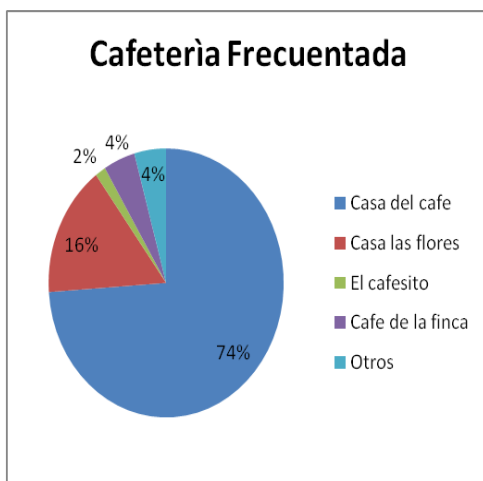
Anexo 2.1: Sexo de los Encuestados:



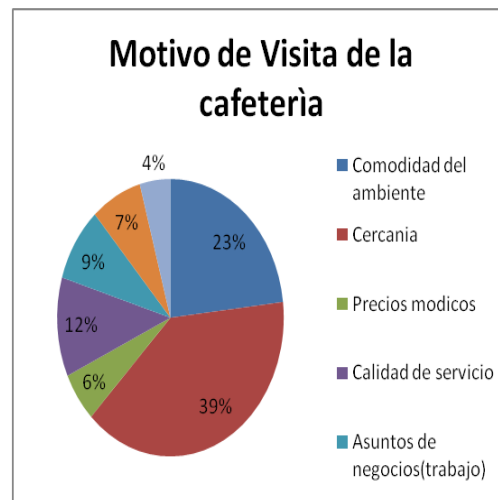
Anexo 2.2: Visitan Cafeterías



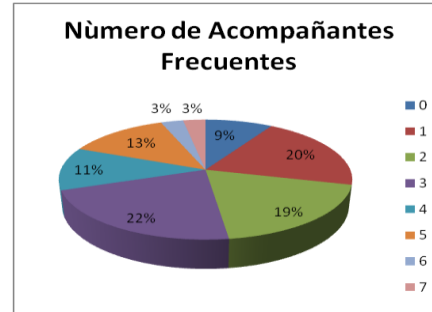
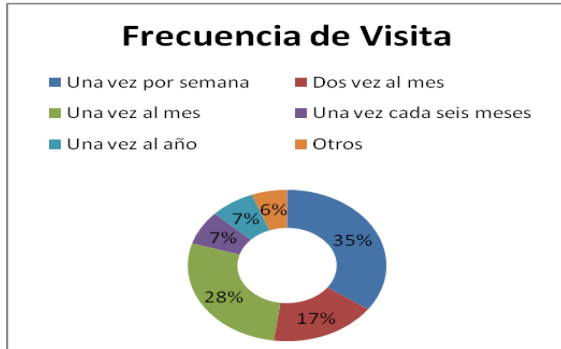
Anexo 2.3: Cafeterías Frecuentadas cafeterías de su preferencia



Anexo 2.4º: Motivo Por el cual visita las

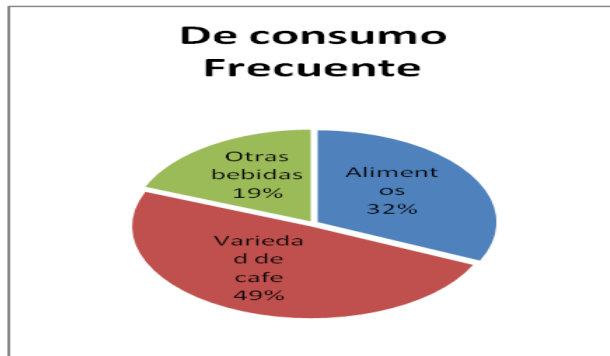


Anexo 2.5: Frecuencia con que visita una cafetería **Anexo 2.5: Cantidad de acompañantes**



pescaras.

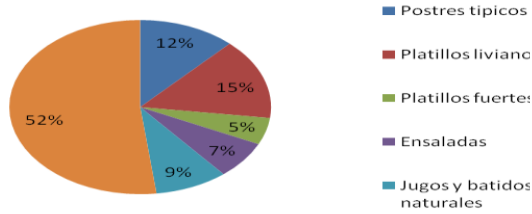
Anexo 2.7: ¿Qué suele consumir con frecuencia?



Anexo 2.8: Porcentajes de quienes visitarían una cafetería con temática de

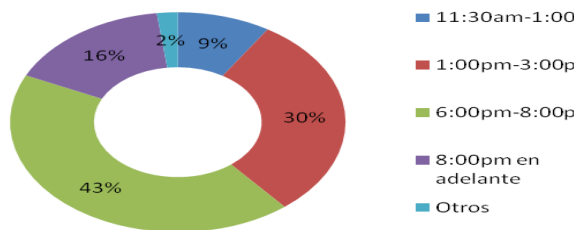
Anexo 2.9: Preferencias alimenticias de los comensales en la cafetería.

Nivel de preferencia alimenticia por los comensales



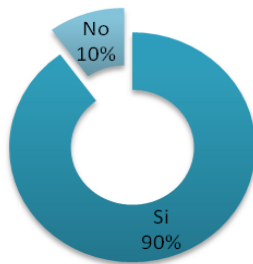
Anexo 2.10: Disposición de horarios de los clientes para visitar la cafetería

Disposición de horarios



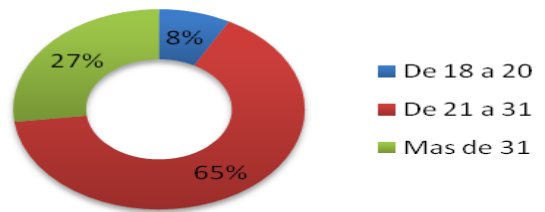
Anexo 2.11: Preferencias de consumo de café con alcohol

Consumo de Café con alcohol



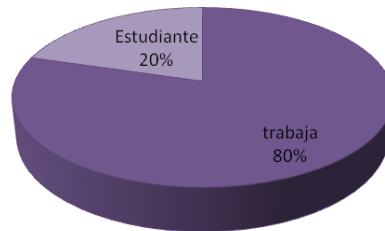
Anexo 2.12: Edades de los encuestados

Rangos de Edades



Anexo 2.13: Gráfica de encuestados que laboran o no

Profesión



Anexo N°3: Formatos de Licencias según

Trámite

Anexo N°3.1: Licencia del Intur

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Instituto Nicaragüense de Turismo
INTUR
 En uso de sus facultades otorga la presente
Título - Licencia Nº _____
 N° único: _____ Expira: _____
 Nombre del Establecimiento: _____
 Dirección: _____
 Actividad: _____
 Por el cumplimiento en el Control de Calidad por Servicios y Productos Turísticos en la Categoría de: _____
 Nombre del Propietario o Razón Social: _____
 Dado en la ciudad de _____ Nicaragua a los _____ días del mes de _____ del año _____
 Firma Autorizada
INTUR
COLOCAR EN LUGAR VISIBLE

Anexo N°3.2: Formatos Finales de trámite de Matricula Municipal

ALCALDIA DE MANAGUA
DIRECCION GENERAL DE RECAUDACION
CONSTANCIA DE MATRICULA
COLOCAR EN LUGAR VISIBLE 000005
 REGIMEN: _____ AÑO: _____
 LA DIRECCION GENERAL DE RECAUDACION, HACE CONSTAR QUE EL CONTRIBUYENTE:
 ESTA MATRICULADO CON No. RUC: _____ CTA. FISCAL: _____
 DIRECCION: _____
 DIST. No.: _____ ACTIVIDAD ECONOMICA: _____
 R.O.C. No.: _____ FESHA: _____ F. EMISION CONSTANCIA: _____
 FIRMA Y SELLO
 O y M-RE.03

B- Matricula Municipal
Anexo N°3.3: Solvencia Municipal

ALCALDIA DE MANAGUA
DIRECCION GENERAL DE RECAUDACION
SOLVENCIA MUNICIPAL SERIE "S" No.0023414
 Según verificación en Registros y Archivos de la Dirección General de Recaudación se hace constar que:
 El Contribuyente: _____ RUC No. _____
 Cédula de Identidad No. _____ esta solvente hasta la fecha en lo que se refiere a sus impuestos y tasas municipales.
 Esta Solvencia Municipal no inhiere a la Alcaldía de Managua, en facultades señaladas conforme a los Artos. # 51 y 51 del Plan de Archivos.
 Managua, a los _____ del año _____
 Válida hasta: _____ del año _____
 Dirección de la Contribuyente: _____
 Válida para trámite del: _____
 NOTA: Esta Solvencia no debe presentar, manchones, roturas ni enmendaduras, de lo contrario no será válida.
 Dirección de Registro del Contribuyente Dirección General de Recaudación
 ORIGINAL CONTRIBUYENTE - VIA COPIA ARCHIVO D.G.S. FORMA FERRON

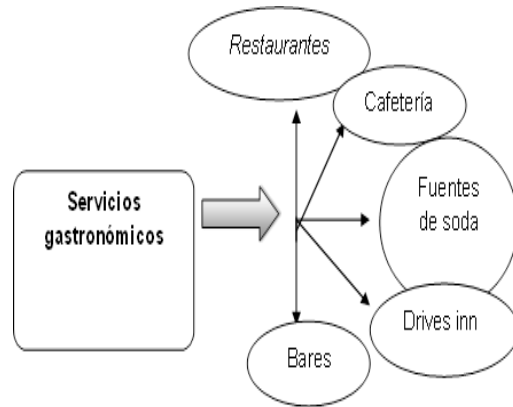
Anexo N°3.4 Formato Final del Registro del Contribuyente

REPUBLICA DE NICARAGUA
DIRECCION GENERAL DE INGRESOS
CEDULA - RUC
PERSONA NATURAL
REGIMEN GENERAL
 3620411740001A-3
NUMERO RUC: _____
NOMBRE O RAZON SOCIAL: _____
NOMBRE COMERCIAL: _____
 Para toda gestión o trámite relacionados con la Dirección General de Ingresos y demás organismos que señalan la ley y el reglamento de organización del RUC y Código Tributario de Nicaragua (Ley No.542) deberá presentar este documento.
22/06/2015 Emisión **22/06/2017** Expiración
DIRECTOR GENERAL DGI

Cedula Ruc
Solvencia Municipal

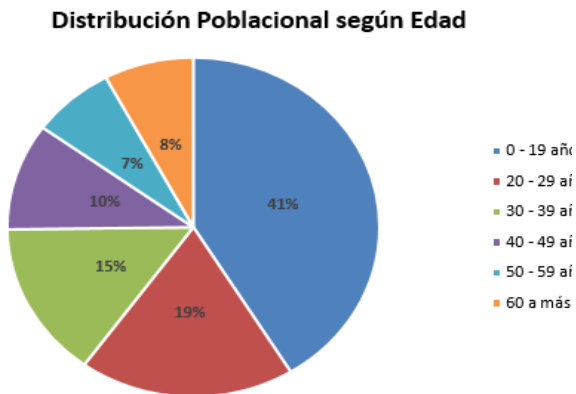
Anexo 5: Figuras

Anexo 5.1: Grafico # 1 Aportación porcentual al PIB AÑO 2010-2017



Anexo 5.4: Figura #2 Niveles de servicio

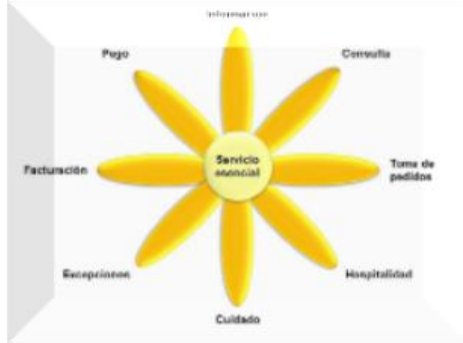
Anexo 5.2: Grafico # 2 Variables Demográficas



Anexo 5.3: Figura # 1 categoría de la empresa

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Anexo 5.5: Figura # 3: Flor de Servicio



Anexo 5.6: Figura # 4 Línea de productos

Bebidas a base de café	Frapuccino	Desa



Anexo 5.7: Figura # 5 Logo de la empresa

Anexo 5.8: Figura # 6 Ciclo de vida del servicio

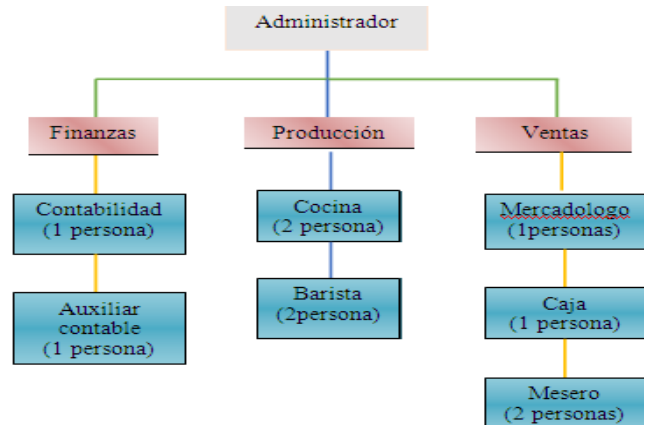


Anexo 5.9: Figura # 7 Flujograma de servicio

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Servicio al cliente				
Empresa Cafetería Cristal				
	Actividades	Responsable	●	→
1	Entrada del cliente en la cafetería	Cliente potencial	●	→
2	Atención al cliente	Mesero	●	→
3	Entrega del menú al cliente	Mesero	●	→
4	Toma de pedido	Mesero	●	→
5	Elección del cliente de productos a consumir	Cliente potencial	●	→
6	Entregar la orden de pedido del cliente a la cocina	Mesero	●	→
7	Servir el pedido del cliente	Cocina	●	→
8	Transporte del pedido del cliente	Mesero	●	→
9	Demora del cliente por consumo de productos	Cliente potencial	●	→
10	Pedido de la cuenta de los productos	Cliente a mesero	●	→
11	Retiro del cliente de la cafetería	Cliente potencial	●	→

Anexo 5.11: Figura # 9 Estructura Organizacional



Anexo 5.10: Figura # 8 Flujoograma de

Producción

Bebida: Café Morenito				
Empresa cafetería Cristal				
	Actividades	Tiempo	Responsable	Herramientas
1	Extraer del almacén la materia prima.	20 seg	Ayudante de Cocina	N/A
2	Adquisición y comprobación de materia prima.	20 Seg	Ayudante de Cocina	N/A
3	Preparación de los ingredientes del café.	20 seg	Ayudante de Cocina	Utencios de Cocina
4	Mezclamos el café instantaneo con leche.	3 min	Ayudante de Cocina	Licudadora
5	Se procede a mezclar el ron.	2 min	Ayudante de Cocina	Utencios de Cocina
6	Se agrega hielo y azúcar y procedemos a licuar nuevamente.	3 min	Ayudante de Cocina	Licudadora
7	Se agrega cyrope de chocolate a la copa que se servirá.	2 minutos	Ayudante de Cocina	Rallador
7	Se procede a servir la bebida en una copa.	5 min	Ayudante de Cocina	Copa
8	Se traslada al stand donde el mesero lo retirará	3 Min	Ayudante de concina- Mesero	Copa
9	Se sirve la bebida al cliente.	20 Seg	Mesero	Copa

23. GLOSARIO

Accionistas: Persona física o jurídica que posee acciones en sociedades anónimas, por lo que es propietaria de la misma en un porcentaje proporcional a su participación.

Actividad Comercial: Actividad productiva con el fin de satisfacer las necesidades y obtener beneficios.

Actividad Económica: Generación de riqueza dentro de una comunidad (ciudad, región y país) mediante la extracción, transformación y distribución de los recursos naturales o bien de algún tipo de servicio y recurso.

Actividad Productiva: Es el proceso a través del cual la actividad del hombre transforma los insumos tales como materias primas, recursos naturales y otros insumos, con el.

Actividades Pre Operativas: Todas aquellas que deben realizarse para iniciar las operaciones productivas.

Activos fijos: es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta.

Acuarios: es un recipiente de vidrio u otros materiales, generalmente transparentes, dotado de los componentes mecánicos que hacen posible la recreación.

Análisis del Sector: Una de las Etapas del Análisis Externo; Proporciona descripciones resumidas de la competencia que son útiles para la toma de decisiones estratégicas porque identifican los mercados relevantes que la empresa está sirviendo.

Barista: Especialista en el desarrollo de bebidas basadas en el café, combinando las semillas del cafeto con licores, leche y otros ingredientes.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Beneficio Aumentado: En este paso la marca incorpora al producto algo que va más allá de lo que ofrecen las marcas competidoras.

Beneficio Básico: Valor o utilidad de un producto que lo diferencia, fundamentalmente, de la competencia.

Beneficio Potencial: Valor o Utilidad que ofrece al anticipar los deseos del consumidor con el objetivo de mejorar el producto o incluso desarrollar un nuevo producto.

Bien de consumo: son los bienes finales en el proceso de producción de una economía.

Cafetería: Establecimiento con una barra de bar y mesas en el que se sirven café, bebidas y ciertos alimentos.

Cafetín temático: Cafetería con un Tema general o conjunto de temas de una obra.

Capital Social: es el importe monetario de una persona o un país, o el valor de

los bienes que los socios de una sociedad.

Centros turísticos: son localidades urbanas que dentro de su radio de influencia geográfico cuentan con atractivos turísticos, infraestructura y facilidades.

Ciclo de Vida del Servicio: se refiere al desarrollo que experimentan los productos y/o servicio de una empresa, desde su lanzamiento hasta su retirada del mercado.

Clima de inversión: Factores perceptibles para evaluar el grado de sostenibilidad de la inversión.

Competencia Directa: aquellas empresas que operan en nuestro mismo mercado, con idénticos canales de distribución, con iguales o parecidos productos/servicios o soluciones y que se dirigen al mismo perfil de potenciales clientes.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Consumidor: Persona u organización que demanda bienes o servicios a cambio de dinero proporcionados.

Crecimiento Sostenido: Punto en el que una economía mantiene una tasa de crecimiento continua.

Cursograma: Herramienta que permite representar gráficamente procedimientos administrativos.

Demanda Actual: describe a todos los vendedores y compradores que hacen transacciones sobre un bien o servicio.

Demanda Potencial: Volumen máximo que podría alcanzar un producto o servicio en unas condiciones y tiempo determinado, y se expresa en unidades físicas o monetarias.

Dirección General de Ingresos: es una institución descentralizada con autonomía administrativa y financiera, cuyo objeto es aplicar y hacer cumplir las Leyes, actos y disposiciones que

establecen o regulan ingresos a favor del Estado.

Escritura de constitución: Documento formalizado ante notario donde se describen y detallan los aspectos relacionados con la constitución legal de una entidad.

Flor de Servicio: Técnica de diferenciación del mercado, que consiste en la creación de una flor con sus cinco pétalos y en cada uno de ellos una técnica diferente.

Flujo de caja: Flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado

Flujo de Fondos: Método para valorar un proyecto o compañía.

Fuerzas de competencia Horizontal/ Vertical: Dentro del análisis Porter son algunas de las fuerzas que afectan el entorno externo de la empresa.

Gestión Operativa: puede definirse como un modelo de gestión compuesto por un

conjunto de tareas y procesos enfocados a la mejora de la institución.

Impuestos tributarios: Todo pago o erogación que deben cumplir los sujetos pasivos de la relación tributaria, en virtud de una ley formalmente sancionada pero originada de un acto imperante, obligatorio y unilateral, creada por el estado en uso de su potestad y soberanía.

Institución: Sistemas de índole social y cooperativa bajo imposiciones legales, que procuran ordenar y normalizar el comportamiento de un grupo de individuos (que puede ser de toda una sociedad).

Insumos: es todo aquello disponible para el uso y el desarrollo de la vida humana, desde lo que encontramos en la naturaleza, hasta lo que creamos nosotros mismos, es decir, la materia prima de una cosa.

Inversionista: personas o entidades que realizan inversiones en dinero y sobre las cuales esperan obtener algún rendimiento a futuro, ya sea por el cobro de algún interés, por el cobro de dividendos o por medio de la venta a un mayor valor que el del costo de adquisición.

Líneas de Producto: Grupo de productos relacionados entre sí que se ofrecen a la venta.

Logo: Elemento gráfico que identifica a una empresa, un proyecto, una institución, un producto.

Mano de Obra Indirecta: Mano de obra consumida en las áreas administrativas de la empresa que sirven de apoyo a la producción y al comercio.

Mano de Obra Directa: Mano de obra consumida en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Materia prima: materia extraída de la naturaleza y que se transforma para elaborar materiales que más tarde se convertirán en bienes.

Mercado Competitivo: es aquel en el que hay muchos compradores y muchos vendedores, por lo que cada uno ejerce una influencia insignificante en el precio del mercado.

Mercado Meta: segmento particular de una población total en el que el detallista enfoca su pericia de comercialización para satisfacer ese submercado, con la finalidad de lograr una determinada utilidad.

Muestreo probabilístico: muestreo que brinda a todos los individuos de la población las mismas oportunidades de ser seleccionados.

Niveles de Servicio: se define como el porcentaje de los pedidos que somos capaces de servir en el plazo adecuado.

Participación de Mercado: Porcentaje que se tiene en el mercado de la participación de un producto o servicio.

Plan de Organización: Plan en el que se trata de demostrar el equipo promotor del proyecto.

POS: tecnología que se adapta a los pagos a través de tarjetas de débito y de crédito

Posicionamiento de Diferenciación: Estrategias para elaborar un conjunto de diferencias significativas en la oferta a fin de conseguir una distinción de las ofertas de la competencia.

Potencial de Mercado: es el volumen de ventas totales que todas las empresas que venden un producto durante determinado periodo.

Producto Interno Bruto: es una magnitud macroeconómica que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios de demanda final de un país.

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

Productos de Consumo: Son aquellos bienes y servicios que un consumidor final adquiere para su consumo personal.

Proyecciones de Venta: proceso para calcular los volúmenes de venta de un producto o grupo de productos en un periodo específico.

Registro público mercantil: es un sistema de orden legal, dispuesto por el Gobierno Nacional, con el propósito de darle publicidad a ciertos actos, documentos o negocios de relevancia en el comercio.

Rentabilidad: Relación existente entre los beneficios que proporciona una determinada operación o cosa y la inversión o el esfuerzo que se ha hecho.

Salario promedio nominal: Es la cantidad de dinero que recibe un asalariado como remuneración por su trabajo.

Salario promedio reales: Es el salario nominal en relación a los precios.

Segmentación de Mercado: divide un mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos.

Tasa activa: aquella con la que la empresa se provee de fondos ajenos, mientras que la tasa Pasiva es el premio que recibe por sus depósitos en una institución financiera.

Tasa de Interés: es la cantidad que se abona en una unidad de tiempo por cada unidad de capital invertido.

TIC's: Tecnologías de Información y Comunicación.

TIR: La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad. Definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero.

VAN: Valor actual neto o valor presente neto. son calculados a partir del flujo de caja o cash flow anual, trayendo todas

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

las cantidades futuras -flujos negativos y positivos- al presente.

Viabilidad: Calidad o probabilidad que tiene de llevarse a cabo gracias a sus circunstancias.

24. WEBGRAFIA

- <http://www.expansion.com/diccionario-economico/accionista.html>
- <https://prezi.com/p4wrong16iam/la-actividad-comercial-de-las-empresas/>
- https://www.google.com.ni/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi4jsWC_q_XAhWmsVQKHAE6D7oQFggtMAI&url=https%3A%2F%2Fes.wikipedia.org%2Fwiki%2FActividad_econ%25C3%25B3mica&usg=AOvVaw36s6vvtiXiBm_fmwjul6Gb
- www.eco-finanzas.com/diccionario/A/ACTIVIDAD_PRODUCTIVA.htm
- <http://tareasuniversitarias.com/programa-de-produccion.html>
- <https://debitoor.es/glosario/activo-fijo>
- [https://es.wikipedia.org/wiki/Acuar_io_\(recipiente\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Acuar_io_(recipiente))
- <http://cursodemba.com/analisis-del-sector-y-definicion-del-mercado/>
- <https://definicion.de/barista/>
- <https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/beneficio-basico>
- <https://franciscotorreblanca.es/pr-oducto-basico-esperado-aumentado-y-potencial/>
- <http://economipedia.com/definiciones/bienes-de-consumo.html>
- https://es.wikipedia.org/wiki/Capital_social
- <http://www.entornoturistico.com/los-centros-turisticos-los-4-tipos-centros-turisticos/>
- <http://www.liderazgoyempresa.com/termino/ciclo-de-vida-del-producto-servicio>
- <https://www.development-finance.org/es/temas/flujos-de->

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

- [capital-privado/clima-de-inversion.html](https://laculturadelmarketing.com/plan-de-marketing-iv-la-competencia/)
- <https://laculturadelmarketing.com/plan-de-marketing-iv-la-competencia/>
- <https://es.wikipedia.org/wiki/Consunidor>
- <http://www.facso.unsj.edu.ar/catedras/ciencias-economicas/sistemas-de-informacion-II/documentos/cursog.pdf>
- <https://prezi.com/fkmtpg1vzu2p/demanda-actual-y-futura/>
- <https://es.slideshare.net/albertrubira/demanda-potencial-y-mercado-meta>
- <http://www.dgi.gob.ni/interna.php?sec=8>
- <http://www.mujeresdeempresa.com/glosario-de-terminos-de-contabilidad/3/>
- <http://www.todomktblog.com/2013/09/flor-servicio.html>
- <https://www.isotools.org/2015/03/26/que-es-la-gestion-operativa-de-una-empresa-y-como-mejorarla/>
- <https://es.scribd.com/doc/100982319/Impuestos-Tributarios>
- <https://es.wikipedia.org/wiki/Instituci%C3%B3n>
- <https://es.wikipedia.org/wiki/Insumo>
- <http://www.inversiones.com/inversionistas.html>
- <https://es.scribd.com/doc/54551232/Diferencia-Entre-Mano-de-Obra-Directa-e-Indirecta>
- [https://es.wikipedia.org/wiki/L%C3%ADnea de productos](https://es.wikipedia.org/wiki/L%C3%ADnea_de_productos)
- <https://metodomarketing.com/que-es-un-logo/>
- [https://es.wikipedia.org/wiki/Mano de obra](https://es.wikipedia.org/wiki/Mano_de_obra)
- <https://explorable.com/es/muestreo-probabilistico>
- <https://ciberconta.unizar.es/leccion/demanda/110.HTM>
- <https://www.promonegocios.net/mercado/meta-mercado.html>
- <https://www.lokad.com/es/definicion-nivel-de-servicio>

Plan de negocios Cafetería temática Cristal

- Definicion.mx:
<https://definicion.mx/maquina-pos/>
- http://www.megaconsulting.com/herramientas/plan_empresa/7_organizacion.htm
- <https://sites.google.com/site/analisisdeventa/participacion-de-mercado>
- <http://gustavoaraque.blogspot.com/2008/04/diferenciacion-y-posicionamiento-de-las.html>
- <http://www.cca.org.mx/cca/cursos/administracion/artra/comerc/planes/8.2.1/termin.htm>
- <http://www.ipm.com.pe/glosariomktg.htm>
- <https://larueding.com/2016/09/26/4-tipos-de-productos-de-consumo/>
- https://es.wikipedia.org/wiki/Producto_interno_bruto
- https://www.ccoa.org.co/contenidos/categorias/registro_publico_mercantil.php
- <https://es.wikipedia.org/wiki/Rentabilidad>
- <https://www.economiasimple.net/que-es-el-salario-nominal-y-el-salario-real.html>
- https://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_de_inter%C3%A9s
- https://es.wikipedia.org/wiki/Segmentaci%C3%B3n_de_mercado
- <http://www.elmundo.com.ve/diccionario/tasa-activa.aspx>
- <http://todoproductosfinancieros.com/tir-calculo-y-concepto/>