

**UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES
UCC – CAMPUS MANAGUA**



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

**Culminación de Proyecto de Investigación Para Optar al Título de Grado en
Licenciatura “Contaduría Pública Y Finanzas”**

Elaboración de Plan de Negocio Para la Puesta en Marcha del
Emprendimiento “Mi Tierra Azteca”, Ubicado en el Distrito V de la Ciudad de
Managua, Nicaragua Para el Periodo Julio 2023 – Julio 2026.

Autor(es):

Br. Génesis Edith Barberena.

Br. Roberto Alejandro Morales.

Br. Oscar Daniel Silva Galarza.

Tutor Técnico: Lic. Orlando José Gutiérrez Rojas.

Tutor Metodológico: Lic. Danelia Vanessa Arévalo.

Managua, Nicaragua

Junio 2023

*Por Nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad
¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*

**UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES
UCC – CAMPUS MANAGUA**



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

**Culminación de Proyecto de Investigación Para Optar al Título de Grado en
Licenciatura “Contaduría Pública Y Finanzas”**

AVAL DEL TUTOR

Lic. Orlando José Gutiérrez Rojas y Lic. Danelia Vanessa Arévalo, tienen a bien:

CERTIFICAR

Que: El Proyecto de Investigación con el título: **“Elaboración de Plan de Negocio Para la Puesta en Marcha del Emprendimiento “Mi Tierra Azteca” Ubicado en el Distrito V de la Ciudad de Managua, Nicaragua Para el Periodo Julio 2023 – Julio 2026.”**, elaborado por los estudiantes **Genesis Edith Barberena Santamaría, Roberto Alejandro Morales y Oscar Daniel Silva Galarza**, ha sido dirigida por los suscritos.

Al haber cumplido con los requisitos académicos y metodológicos del trabajo monográfico, damos de conformidad a la presentación de dicho trabajo de culminación de estudios para proceder a su lectura y defensa, de acuerdo con la normativa vigente del Reglamento de Régimen Académico Estudiantil y Reglamento de Investigación, Innovación y Transferencia.

Para que conste donde proceda, se firma la presente en UCC Campus Managua a los **25 días del mes de Junio del año 2023.**

Lic.: Orlando Gutiérrez Rojas
Tutor Técnico

Lic.: Danelia Vanessa Arévalo
Tutor Metodológico

DEDICATORIA

A Dios por guiarme en todo momento y ser mi motor para seguir adelante, por darme sabiduría y fuerzas para poder lograr con éxito mis objetivos.

A mis abuelos y mi madre por su apoyo incondicional, por el esfuerzo de haber invertido en mi educación y cada día creer en mí, por su amor y preocupación en cada una de las dificultades que se presentaron, por sus consejos sabios los cuales me ayudaron a culminar mis estudios.

A mis maestros por siempre educarme de la mejor manera, por compartir sus conocimientos y experiencias para que sea una mejor profesional y ser humano.

A mis compañeros por el apoyo y la hermandad que me demostraron a lo largo de estos años.

Br. Génesis Barberena

DEDICATORIA

Lleno de regocijo, afecto y esperanza, dedico esta Tesis Universitaria de manera muy especial:

A Dios por ser mi guía y ángel guardián, ***Filipense 4:13.***

A mi Madre por siempre estar a mi lado apoyándome a cumplir mis anhelos trazados y por aquellos consejos brindados que me han llenado de fortalezas para nunca dejarme vencer. *¡Por ser la mejor Mamá!*

A mi Familia por ser mi ejemplo en la vida de fé, lealtad y amor. *Los admiro.*

A mis docentes, por ser constantemente una gran fuente de reflexión, conocimientos e Inspiración.

De la misma forma dedico esta tesis a las personas más importantes e influyentes en mi vida y a las que me han dado las fuerzas necesarias y motivos para siempre seguir adelante cumpliendo cada uno de mis sueños.

Y finalmente a mí, por tanta dedicación, perseverancia, trabajo arduo y paciencia.

Los amo con todo mi corazón.

Br. Roberto Morales

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de investigación a Dios por darme la sabiduría y el discernimiento necesario para cumplir mi propósito, sueños y anhelos de poder culminar satisfactoriamente con mis estudios universitarios.

A mis padres y hermanas por su amor incondicional, por su esfuerzo y sacrificio que han aportado durante todo este proceso para alcanzar y cumplir con mi objetivo de terminar mi carrera universitaria, también agradezco toda la constancia y resiliencia que han tenido durante todo este tiempo.

A mis maestros por compartir sus conocimientos y guiarme e instruirme a lo largo de todo este transcurso de tiempo.

A todos los jóvenes emprendedores de la Universidad de Ciencias Comerciales (UCC), que siempre se han destacado en el proceso de superación, innovación y liderazgo.

Br. Oscar Silva

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser mi inspiración cada día para hacer las cosas como para él, por su amor incondicional y porque su gracia siempre estuvo conmigo.

A mi familia por alentarme cada día a ser mejor y enseñarme que debo esforzarme para lograr alcanzar mis sueños y por los valores que me han inculcado a lo largo de mi vida.

Agradezco a mi prometido por ayudarme cada día a tener seguridad en mi misma, por su amor y apoyo incondicional todos estos años.

A mis pastores por siempre guiarme por el camino del bien y por darme consejos sabios en cada una de mis decisiones.

Agradezco a mis compañeros y docentes por extender su mano siempre que lo necesitaba y por todo lo que me han enseñado.

Br. Génesis Barberena

AGRADECIMIENTO

Agradezco de manera afectiva:

A Dios por permitirme llegar hasta este punto de mi vida y haberme dado salud, fortaleza y valor para lograr mis objetivos además su infinita bondad y amor.

A mi Madre y familia por su apoyo incondicional, comprensión y consejos constante.

A mi casa de estudio por haberme abierto las puertas de su institución educativa para que ahí realizará mis estudios Universitarios.

A cada uno de mis docentes que me guiaron por un buen camino y compartieron su sabiduría en el desarrollo de mis conocimientos y talento, y por su gran responsabilidad con la sociedad.

A mis compañeros de clases por su hermandad y ser tan unidos conmigo.

A todas aquellas personas que de una u otra manera forman parte de mis proyectos y que han aportado a que me motive cada día más.

Tal cual, como en cada uno de mis logros, gracias por estar presentes. Quiero que siempre estén orgullosos de mí.

Sin ellos no fuera sido posible lo que soy hoy en día. Gracias infinitas por su granito de arena aportado, Se les quiere.

Br. Roberto Morales

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por darme las fuerzas y dedicación necesaria para poder culminar con este proyecto de investigación, por la salud y fortaleza que me dio durante todos estos años.

A mis padres por su apoyo incondicional e incentivar en mi un espíritu de superación, por ser perseverantes durante todo este proceso, por la educación y valores que han inculcado desde pequeño, pero sobre todo por demostrarme que a pesar de las adversidades de la vida siempre hay una razón y motivo para seguir adelante.

A mis hermanas por el respaldo y amor incondicional que me han brindado desde que empecé con mis estudios universitarios, gracias por demostrarme que todo es posible en la vida y por ser para mí un gran ejemplo de superación.

A mis abuelos y tía, por guiarme y enseñarme el camino del bien, por ayudarme y cuidarme durante todos estos años.

A mis docentes y compañeros, por contar con su apoyo durante todo este tiempo y así poder culminar con mucho éxito este proyecto de investigación.

Br. Oscar Silva

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	1
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	2
1.1.- Antecedentes	2
1.1.1. Historia del Emprendimiento	2
1.1.2. Emprender en Nicaragua	4
1.1.3. Un Nuevo Camino al Éxito - El Emprendimiento.....	5
1.1.4. Modelo Nacional - Tacos La Salle.....	6
1.1.5. Modelos Internacionales	6
1.2.- Objetivos	9
1.2.1. Objetivo General:	9
1.2.2. Objetivos Específicos:.....	9
1.3.- Descripción del Problema y Preguntas de Investigación.....	10
1.3.1. Preguntas de Investigación	11
1.4.- Justificación.....	12
1.5.- Limitaciones	14
1.6.- Variables	15
1.7.- Categorías, Temas y Patrones Emergentes de la Investigación	16
1.8.- Supuestos básicos	24
1.9.- Contexto de la investigación.....	25
CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL.....	26
2.1.- Estado del Arte.....	26
2.2.- Perspectivas Teóricas Asumidas	30
2.2.1 Método Lean Startup “Menos es más”	30
2.2.2 La Estrategia del Océano Azul.....	30

2.2.3 Misión Emprender	31
2.2.4 Manual Plan de Negocios para Jóvenes	32
2.2.5 Que es un Plan de Negocios	32
2.3.- Marco Contextual	33
CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLOGICO	34
3.1.- Tipo de Investigación.....	34
3.2.- Área de Estudio.....	36
3.3.- Unidades de Análisis: Población y Muestra.....	37
3.4.- Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	39
3.5.- Confiabilidad y Validez de los Instrumentos	40
Confiabilidad:.....	41
3.6.- Procesamiento de Datos y Análisis de la Información.....	42
3.7.- Operacionalización de las Variables	43
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS	46
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y POSIBLES LINEAS DE INVESTIGACION	157
CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES	158
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	159
ANEXOS O APENDICES	160

INDICE DE TABLAS

- Tabla 1 Estructura del Plan de Negocio Mi Tierra Azteca16
- Tabla 2 Gestión y Características de los Productos de Mi Tierra Azteca21
- Tabla 3 Publicaciones sobre PLAN DE NEGOCIO en Bases de Datos Científicas.26
- Tabla 4 Publicaciones sobre "Emprendimiento Mi Tierra Azteca" en Bases de Datos Científicas.....27
- Tabla 5 Principales Teorías, Aportes y Contribuyentes a la Líneas o Tema de Investigación Seleccionado28
- Tabla 6 Matriz F.O.D.A.....33
- Tabla 7 Formato para validar Instrumentos a Incluir.40
- Tabla 8 Operacionalización de las Variables.....43

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Menú Oficial de Mi Tierra Azteca.....	20
Ilustración 2 Collage de Foto - Evidencia de Encuesta de Campo	165

RESUMEN

La presente investigación tiene como finalidad presentar la elaboración de un plan de negocio para la puesta en marcha del emprendimiento "Mi Tierra Azteca", aplicando los conocimientos adquiridos durante los años de estudio, fundamentalmente diseñar la estructura de un plan de negocios como herramienta básica para validar la apertura del mismo mediante la realización del estudio de mercado desarrollando aspectos técnicos, organizativos y proyecciones financieras para dar a conocer la viabilidad y rentabilidad del negocio.

El estudio de mercado demuestra que un porcentaje significativo de la población encuestada está dispuesta a ser clientes de dicha idea de negocio.

Financieramente el proyecto es factible con una recuperación de la inversión de 2 años, 3 meses y un día dando una rentabilidad de 93.75% para dar marcha a MI TIERRA AZTECA.

Palabras claves: Emprendimiento, Estudio, Estructura, Negocios, Herramienta, Mercado, Proyecciones, Viabilidad, Rentabilidad, Análisis, Rentable.

ABSTRACT

The purpose of this research is to present the development of a business plan for the start-up of the enterprise "Mi Tierra Azteca", applying the knowledge acquired during the years of study, you will be able to design the structure of a business plan as a basic tool for Validate the opening of the same by carrying out the market study developing technical, organizational aspects and financial projections to publicize the viability and profitability of the business.

The market study shows that a significant percentage of the population surveyed is willing to be customers of said business idea.

Financially, the project is feasible with an investment recovery of 2 years, 3 months and one day, giving a return of 93.75% to start MI TIERRA AZTECA.

Keywords: Entrepreneurship, Study, Structure, Business, Tool, Market, Projections, Feasibility, Profitability, Analysis, Profitable.



INTRODUCCIÓN

Para la realización de este trabajo investigativo se ha observado que en la actualidad el consumo de comida rápida en la ciudadanía del distrito V de la capital ha tenido un incremento significativo en los últimos años, muchos compradores prefieren este tipo de alimento por motivos de economía y ahorro de tiempo o simplemente disfrutar un momento agradable en familia o entre amistades. Por esta razón se consideró la idea de introducir nuestra iniciativa de negocio al mercado de comida rápida mexicana en la zona.

Al realizar un plan de negocio para la creación del emprendimiento se obtiene una estrategia general para lograr los objetivos determinados, mediante un estudio de mercado, un estudio técnico y económico financiero, necesarios para la puesta en marcha de este permitiendo evidenciar la viabilidad y rentabilidad del proyecto; de la misma manera servirá de guía para aquellas personas que aspiren a crear su propio negocio de manera segura y ordenada.

El presente trabajo consta de 6 capítulos, el capítulo I consta del planteamiento de la investigación, el capítulo II contiene el marco referencial, el capítulo III todo lo referido al diseño metodológico, el capítulo IV consta de los análisis de resultados, el capítulo V las conclusiones y posibles líneas de investigación, el capítulo VI corresponde a las recomendaciones de la investigación. Dicha investigación contiene un plan de negocios en el apartado de anexos el cual lo integra la parte Organizacional, Operacional y Financiera de la Idea de Negocio MI TIERRA AZTECA.



CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.- Antecedentes

1.1.1. Historia del Emprendimiento

Los emprendimientos desde sus orígenes han gestado una historia constante de cambio progresivo en las relaciones materiales y sociales de la humanidad, evolución que tiene su origen hace menos de un millón de años, cuando el hombre buscando asegurar su supervivencia logra encontrar soluciones a sus necesidades elementales descubriendo que la misma naturaleza le proporciona los objetos primarios de trabajo que le permitirían rebasar sus expectativas, generando excedentes que posteriormente darían origen a la producción mercantil y con ello a la mercancía, el comercio y las diferentes formas de cambio y permuta basado en la división social del trabajo, lo que condujo al surgimiento de las clases y estratos sociales. (Burgos Castelo & Villar López, 2016).

Emprender, entendido como una actividad innovadora, no era aprobada en los siglos XIII y XIV y acarreó como consecuencia que muchos mercaderes medievales sobrellevaran condenas por parte de los nobles y religiosos (Gómez, A. 2009).

Más adelante, en el siglo XVI, según Cesar, C. y Viveros, H. (1996), el término emprendimiento hacía referencia a los viajeros que cruzaban hacia el Nuevo Mundo en busca de oportunidades, entre ellos se encontraban Cristóbal Colon, Francisco Pizarro, Blasco Núñez de Balboa, entre otros. Richar Cantillón, 1755, fue un economista que conceptualizó el término de emprendimiento como: “un individuo que asume riesgos en condiciones de incertidumbre”.

Según (Burgos Castelo & Villar López, 2016), El emprendimiento tiene sus orígenes desde que el hombre habita el planeta, esto es, hace alrededor de un millón de años, época desde la cual se ha presentado una evolución que se evidencia en el avance de la civilización.

Como tal hasta el momento actual, generando a través de su historia gran influencia en las relaciones materiales y sociales que han adoptado las diferentes economías a nivel mundial, presentando incesablemente soluciones cada vez más simples en su aplicación, pero complejas en su concepción, resultado de lo cual se evidencia en la actualidad un acelerado desarrollo tecnológico y científico que evoluciona de manera permanente los instrumentos de producción.

En Europa durante la edad media, especialmente a partir de los siglos XII y XIII, con la aparición de los oficios empieza una dinámica empresarial de exportación de materias primas y bienes manufacturados, en donde las fuerzas productivas de los ingleses y españoles se especializan en la elaboración de lana y prendas elaboradas, los holandeses producían arenques salados, Francia exportaba sal, el sur de Europa también destacaba por sus vinos, sus frutas y su aceite. El descubrimiento de América (1492) amplió una gama de nuevas posibilidades a través de la producción mercantil y el comercio de mercancías como el tabaco y la madera. La explotación española de las grandes minas de oro y plata mexicanas y de los países sudamericanos dominados por el imperio español, transformó por completo el comercio internacional. (Burgos Castelo & Villar López, 2016).

Desde la definición de Cantillón (1755) hasta el trabajo realizado por Shane y Venkataraman (2000), se ha relacionado el emprendimiento con la invención de oportunidades beneficiosas:

“Las oportunidades de emprendimiento son aquellas situaciones en las que nuevos bienes, servicios, materias primas y métodos de organización, pueden ser vendidos e introducidos a un precio mayor que sus costos de producción” (Shane y Venkataraman, 2000; p. 220).

Es por ello, que el emprendedor tiene unas características particulares, es quien:

“Descubre, evalúa y explota oportunidades rentables, tomando en cuenta el riesgo, alerta a las oportunidades y necesidad por la innovación” (Roberts y Woods 2005; p. 46).

1.1.2. Emprender en Nicaragua

(Fonseca Torrez, 2019) Explica los retos del emprendimiento en Nicaragua:

Los emprendimientos son una abundante fuente de empleos y producción para el país. Es de conocimiento que la mayoría de las empresas en Nicaragua son negocios familiares y que actualmente son el principal creador de nuevos trabajos. A nivel general, el emprendimiento continúa siendo una tendencia que permite dinamizar los sistemas financieros y crear una alternativa para enfrentar las tasas de desempleo.

Según el Instituto Global de Emprendimiento y Desarrollo, Nicaragua en temas de emprendimiento se encuentra posicionada en el puesto número 122. Dicho estudio hace un análisis de las capacidades de los ecosistemas emprendedores, las oportunidades que cada país posee para desarrollar emprendimientos y proyectos innovadores.

En Nicaragua, la Ley número 645 “Ley de Promoción, Fomento y Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa”, tiene como objetivo fomentar y desarrollar de manera integral a las Mipymes, propiciando la creación de un entorno competitivo para el buen funcionamiento de este sector económico de alta importancia para el país.

Sin embargo, Fonseca explica que aún con todos los beneficios que este sector económico ha aportado a la economía del país, éste posee una de las problemáticas fundamentales el cual es el alto grado de informalidad y dispersión que enfrentan. Este tema es de mucha importancia y trascendental para el buen desenvolvimiento del sector, y es una limitante para la obtención de créditos y generación de empleo formal de parte de las Mipymes. Es por ello que la Ley creó el Registro Único de Mipymes, cuyo objetivo primordial es identificar y categorizar a los emprendedores. (Fonseca Torrez, 2019).

1.1.3. Un Nuevo Camino al Éxito - El Emprendimiento

El significado de emprendimiento se deriva del francés entrepreneur (pionero), haciendo mención a aquella persona que tiene la capacidad y destreza de hacer un esfuerzo adicional para alcanzar un objetivo definido, se puede expresar también que es una persona que está lista para tomar decisiones o iniciar algún negocio (Rodríguez, 2010), siendo también utilizado para referirse a aquel individuo innovador que es capaz de generar proyectos nuevos o dar un valor agregado a los ya existentes.

Su definición se describe por primera vez en el Diccionario de las Autoridades de la Real Academia Española en el año 1732 como aquella persona que emprende, realiza y lleva a cabo una operación importante (Carmen & Viveros, 1996), más adelante el economista irlandés Richard Cantillon en 1755 describió al emprendimiento como la voluntad que tienen las personas para desarrollar nuevas formas de obtención de recursos, el cual implica un nivel de riesgo económico considerado al iniciar una nueva empresa (Minniti, 2012), adicionalmente el francés Jean-Baptiste en el año de 1804 brinda un aporte interesante al de Cantillon afirmando que: “el entrepreneur es un individuo líder, previsor, que asume riesgos, evalúa proyectos, además moviliza los recursos necesarios desde una zona en donde no son explotados en su totalidad a una zona de alto rendimiento y por ende de alta productividad” (Férrandez & De la Riva, 2014, pág. 2).

De igual forma Elliot (2017), hace hincapié a la versión de Schumpeter, señalando que los productos “innovadores” son competitivos y desplazan del mercado a los productos viejos.

En su libro de emprendimiento Cuervo, Ribeiro & Roig (2007), aportan un nuevo concepto de emprendimiento y lo describen como: “La existencia, la naturaleza y el descubrimiento de oportunidades como el núcleo real de la iniciativa empresarial” (pág. 2), ellos señalan que las personas que reconocen estas oportunidades, aprovechan y desarrollan emprendimientos de acuerdo a su potencial de creatividad.

1.1.4. Modelo Nacional - Tacos La Salle

Los Tacos La Salle constituyen el mejor referente para dar marcha algunas dilucidaciones con respecto al emprendimiento en Nicaragua.

Los famosos “Tacos La Salle” tienen su origen según la historia en los años 70 en la ciudad de León con la señora María Adilia Loaisiga de 84 años quien aún vive rodeada de sus hijos y nietos costado sur de la Iglesia de El Laborío.

Adilia Loaisiga (2017) afirma que inició este negocio gastronómico estilo mexicano con su familia, ubicados de colegio la Salle 1/2 cuadra al sur en la acera de la familia Pérez Delgadillo hace 45 años. Desde ese tiempo que llegó a la ciudad de León un platillo de origen mexicano de gran aceptación mundial conocido por muchos por “taco”, con una pequeña variante que lo convierte en un plato más para la cultura culinaria de los nicaragüenses.

Elaborados por la señora María Adilia Loaisiga fundadora y pionera de estos mismos quien a lo largo de este periodo se ha mantenido como una de las comerciantes más sobresalientes en la elaboración de estos tacos el deleite de los nacionales e internacionales que degustan a su paladar con estos deliciosos platillos.

1.1.5. Modelos Internacionales

1.1.5.1. Brenda Castellón

Según el diario estadounidense, El Nuevo Herald, una mujer nicaragüense chef llamada Brenda Castellón, está haciendo historia en una taquería de comida mexicana.

Castellón es chef de esa taquería, una de las más populares en Miami. Por eso a muchos les sorprende saber que la cocinera que tanto venera la gastronomía mexicana es de nacionalidad nicaragüense.

Su romance con la cocina mexicana nació hace casi 20 años en Costa Rica, a donde emigró desde Jalapa, Nicaragua, buscando mejores oportunidades. Allí trabajó en la cocina de un restaurante lujoso con un chef nicaragüense especializado en comida mexicana.

Ahora Castellón sueña con llevar la gastronomía mexicana a las calles de su país. Dijo que dentro de poco se mudará a Managua, donde comenzará con un camión de comida, o food truck.

En Nicaragua la comida mexicana es gourmet y para irte a sentar a un restaurante debes tener dinero, dijo Castellón, quien además sueña con ir a una escuela culinaria y recibir una educación formal. Me gustaría llevar la comida para la gente trabajadora, como yo, que se puede ir a comer tres tacos a la esquina y no tiene que ser tan elegante como ir a una fritanga y comerte una carne asada. El Nuevo Herald (2015).

1.1.5.2. Taco Bell

Taco Bell es una de las empresas de comida rápida especializada en comida mexicana con más fama en el mundo, su historia se remonta al año 1946 cuando el fundador Glen Bell comenzó su propio negocio de venta de perros calientes en San Bernardino, California, comenzó a practicar y mejorar sus productos por lo que en 1952 empezó a diversificar sus productos con nuevos ingredientes y alternativas para los comensales, con los años decidió expandirse para lo cual puso en alquiler su primer puesto en Barstow, los años siguientes abrió tres tiendas en San Bernardino, también en Redlands y en Riverside, oficialmente fundó Taco Bell en 1962 abriendo el primer restaurante con este nombre en Downey. Ángel (2016).

¡La cadena de restaurantes de tema mexicano de Yum! Brands Inc. abrirá 100 nuevos locales en China, Brasil, Canadá e India durante los próximos cinco años, según un comunicado. El plan ayudará a aumentar el número de restaurantes de Taco Bell a 9 mil en todo el mundo para 2022, de los 6.650 que tiene ahora.



“Realmente nos estamos concentrando en cuatro países grandes, son grandes economías, son poblaciones juveniles”. Dijo Melissa Lora, presidenta de Taco Bell International, en una entrevista.

Recientemente, abrió su primer local en Holanda, y ha dicho que continuará expandiéndose en España, Guatemala, Corea del Sur y el Reino Unido. Otros nuevos mercados incluyen a Perú, Rumanía, Finlandia y Sri Lanka, dijo Lora.

Taco Bell también está expandiéndose dentro de Estados Unidos, donde está remodelando restaurantes y generando entusiasmo con nuevos establecimientos urbanos, algunos de los cuales incluso sirven alcohol. Aunque solo tiene 11 de esos restaurantes por ahora, habrá más de 300 en 2022. Bloomberg (2017).



1.2.- Objetivos

1.2.1. Objetivo General:

Elaborar el plan de negocio para la puesta en marcha del emprendimiento “Mi Tierra Azteca” ubicado en el distrito V de la ciudad de Managua, Nicaragua.

1.2.2. Objetivos Específicos:

- ✓ Validar la puesta en marcha del emprendimiento mediante la descripción de la idea, realización del estudio de mercado y desarrollo de los aspectos técnicos y organizativos.
- ✓ Demostrar la viabilidad y rentabilidad de la idea de negocio mediante las proyecciones y el análisis financiero.
- ✓ Cumplir con la estructura para la elaboración y presentación de un plan de negocio.

1.3.- Descripción del Problema y Preguntas de Investigación.

Los seres humanos desde sus inicios ha alcanzado satisfacer sus necesidades primordiales propias de su naturaleza gracias a su entendimiento e imaginación, estas circunstancias de vida, su crecimiento y sus cambios son transmitidos desde sus antepasados hasta la actualidad, dando a la población los cimientos de su cultura y personalidad, de manera peculiar la forma de nutrirse se ha transformado hasta el punto de descubrir un estilo agradable de complacer una necesidad física primaria de tal forma lograr en la elaboración de los alimentos distintas maneras un camino agradable de exhibición originando que estos sean más atractivo, gustosos y apetitosos.

Mi Tierra Azteca es una iniciativa creada por jóvenes universitarios con la intención de venir a satisfacer una demanda en el mercado de comidas rápidas de la ciudad de Managua una opción nueva y diferente que cambiará la manera de ver y consumir la comida mexicana. Por lo general la población para poder gozar de una buena comida mexicana debe ir a sentarse a un restaurante los cuales comúnmente tienen precios poco accesibles, un servicio a la mesa que suele dilatar entre 40 minutos a 1 hora; este problema en cuestión hace que el consumir este tipo de platos sea poco práctico al llevar tanto tiempo y dinero para poder vivir esta experiencia.

La propuesta de este emprendimiento es dar una alternativa de reducir el tiempo de espera a máximo 20 minutos al ser un puesto de comida rápida, también a disminuir el precio en comparación a los de un restaurante común visionando ser un negocio de preferencia para las y los capitalinos.



1.3.1. Preguntas de Investigación

- ✓ ¿Qué características hacen de nuestro emprendimiento una idea innovadora?

- ✓ ¿Cuáles serán las herramientas para conocer la demanda potencial de la población del distrito V de la capital y si esta prefiere consumir en nuestro carrito de comida rápida a ir directamente a un restaurante?

- ✓ ¿De qué manera contribuye la elaboración del plan de negocio para el éxito de la puesta en marcha de la idea de este emprendimiento?

1.4.- Justificación

La sociedad cada día tiende a ser más acelerada por el tiempo, todo pasa más rápido lo que provoca que el tiempo no alcance, puesto a que se ha convertido en un factor limitante, las familias, los trabajadores, los estudiantes y hasta los mismos niños comen cada vez menos comidas caseras. La tendencia de hoy en día está en alimentarse fuera de casa y porque no a buscar opciones rápidas, deliciosas y económicas para poder satisfacer la última comida del día, buscando algo que les facilite la vida donde puedan socializar y a la vez ahorrar tiempo y esfuerzo.

Las personas en el contexto actual de nuestra sociedad buscan sitios diferentes, en los cuales puedan ir y tomarse una foto atractiva para redes sociales, donde ir y escuchar buena música mientras esperan la preparación de sus alimentos, conectar con otra cultura que es la cultura mexicana y a su misma vez consumir alimentos de calidad donde obtengan un servicio ameno y amable.

Al crear esta idea de plan de negocio se pondrá en práctica los conocimientos adquiridos en las diferentes áreas a lo largo de nuestra formación como profesionales integrales y competitivos, en el mismo se garantizará la viabilidad de poner en marcha dicho emprendimiento.

Este proyecto tiene como visión servir como un documento base para otros planes de negocio del mismo modo ser útil como guía para ideas emprendedoras.

La elaboración del plan de negocio nos permite identificar y planificar los objetivos y rentabilidad de una empresa al incluir información detallada sobre la identidad del negocio y su potencial de crecimiento. Nos permite planificar las estrategias ideales para alcanzar beneficios económicos, atraer inversionistas o solicitar financiamiento.



Por estas razones se asume que es el momento propicio para la incorporación de este emprendimiento de comida rápida Express en el mercado nicaragüense, cuyo producto principal es el taco mexicano, de esta manera se iniciará con un punto estratégico dentro de la ciudad de Managua para su desarrollo, este mismo se ubica en diferentes locaciones del distrito V de la capital.



1.5.- Limitaciones

Este proyecto de Estudio para la elaboración de un plan de negocios en particular no cuenta con ningún tipo de limitación.

1.6.- Variables

Las variables que se utilizaran para la realización de esta investigación y proyecto de negocio “Mi Tierra Azteca” son:

- ✓ Plan de Negocio;
- ✓ Estructura;
- ✓ Estudio de Mercado;
- ✓ Estudio Técnico;
- ✓ Estudio Organizativo;
- ✓ Estudio financiero;
- ✓ Proyecciones Financieras;
- ✓ Viabilidad;
- ✓ Rentabilidad; y
- ✓ Liquidez que obtendremos por medio de esta propuesta.

1.7.- Categorías, Temas y Patrones Emergentes de la Investigación

En este apartado presentamos las categorías, Temas y Patrones Emergentes que nos ayudan a darle orden a la información recolectada con fines exploratorios.

A continuación, se detalla estructura de plan de negocio para la puesta en marcha del emprendimiento **Mi Tierra Azteca**:

Tabla 1 Estructura del Plan de Negocio Mi Tierra Azteca

TEMATICA	CATEGORIAS	TEMAS	PATRONES
Elaboración De Plan De Negocio Para La Puesta En Marcha Del Emprendimiento “Mi Tierra Azteca” Ubicado En El Distrito V De La Ciudad De Managua, Nicaragua Para El Periodo Julio 2023 – Julio 2026.	I. Fundamentación y Descripción de la Idea del Negocio	1.1 Justificación de la Creación del Negocio	1.1.1 Razones y motivos de la Idea de Negocio
		1.2 Nombre, Tipo y Tamaño del Negocio	1.2.1 Nombre del Negocio
			1.2.2 Tipo de Negocio
			1.2.3 Tamaño de Negocio
		1.3 Misión y Visión del Negocio	1.3.1 Misión
			1.3.2 Visión
		1.4 Objetivos y Valores del Negocio	1.4.1 Objetivo General
1.4.2 Objetivos Específicos			
1.4.3 Valores de la Empresa			
1.5 Análisis de la Industria o Sector	1.5.1 Análisis De Las 5 Fuerzas De Porter		
1.6 Calificaciones Para Entrar al Área			
1.7 Apoyo Para Entrar al Área			

Continuación Tabla #1 Estructura del Plan de Negocio Mi Tierra Azteca

TEMATICA	CATEGORIAS	TEMAS	PATRONES
<p>Elaboración de Plan De Negocio Para la Puesta en Marcha del Emprendimiento “Mi Tierra Azteca” Ubicado en el Distrito V de la Ciudad de Managua, Nicaragua Para el Periodo Julio 2023 – Julio 2026.</p>	<p>II. Estudio Y Análisis de Mercado</p>	<p>2.1 Objetivos del Área del Mercado</p>	
		<p>2.2 Descripción del Producto y/o Servicio</p>	
		<p>2.3 Medición de la Demanda</p>	<p>2.3.1 Mercado Total</p> <p>2.3.2 Consumidores No Aptos</p> <p>2.3.3 Mercado Potencial</p>
		<p>2.4 Calculo de la Demanda del Mercado</p>	
		<p>2.5 Dimensionamiento del Mercado</p>	
		<p>2.6 Estrategias de Mercadeo</p>	<p>2.6.1 Estrategias de Productos</p> <p>2.6.2 Estrategias de Fijación de Precio</p> <p>2.6.3 Estrategia de Plaza o Distribución</p> <p>2.6.4 Estrategia de Promoción</p>
		<p>2.7 Riesgos Y Oportunidades Del Mercado</p>	

Continuación Tabla #1 Estructura del Plan de Negocio Mi Tierra Azteca

TEMATICA	CATEGORIAS	TEMAS	PATRONES
Elaboración de Plan De Negocio Para la Puesta en Marcha del Emprendimiento “Mi Tierra Azteca” Ubicado en el Distrito V de la Ciudad de Managua, Nicaragua Para el Periodo Julio 2023 – Julio 2026.	III. Operaciones	3.1 Objetivo del Área de Operaciones	
		3.2 Requerimientos Técnicos – Productivos	
		3.3 Plan de Producción	
		3.4 Diagrama del Proceso de Producción	
		3.5 Distribución Física de la Planta y del Negocio	
		3.6 Normativas del Área de Producción y/o Servicio	
	IV. Organización	4.1 Objetivos	
		4.2 Organigrama del Negocio	
		4.3 Funciones del Personal	
		4.4 Descripción del Proceso de Captación de Personal	4.4.1 Proceso de Regalamiento 4.4.2 Proceso de Selección 4.4.3 Proceso de Contratación
		4.5 Descripción de Programa de Inducción y Proceso de Evaluación de Desempeño	

Continuación Tabla #1 Estructura del Plan de Negocio Mi Tierra Azteca

TEMATICA	CATEGORIAS	TEMAS	PATRONES
Elaboración de Plan De Negocio Para la Puesta en Marcha del Emprendimiento “Mi Tierra Azteca” Ubicado en el Distrito V de la Ciudad de Managua, Nicaragua Para el Periodo Julio 2023 – Julio 2026.	V. Estudio económico – Financiero	5.1 Objetivos del Área	
		5.2 Definición del Plan de Inversión y las Fuentes de Financiamiento	
		5.3 Clasificación de los Costos y Gastos del Negocio	
		5.4 Estados Financieros	5.4.1 Estado de Flujo de Efectivo 5.4.2 Estado de Resultado 5.4.3 Balance General 5.4.4 Determinación del Punto de Equilibrio
		5.5 Evaluación Financiera	
		5.6 Obligaciones Jurídicas Y Fiscales	
	VI. Anexos		

Fuente: Elaboración de los Autores

A continuación, se detallan platillos a ofertar del emprendimiento **Mi Tierra Azteca**:



Ilustración 1 Menú Oficial de Mi Tierra Azteca

Tabla 2 Gestión y Características de los Productos de Mi Tierra Azteca

La gestión de productos radica fundamentalmente en el proceso de velar el progreso y el ciclo de vida del producto (De los distintos Tacos), desde su conceptualización hasta su lanzamiento y más allá. Es un trabajo múltiple y sustancial para el éxito de la Idea de Negocio Mi Tierra Azteca.

PRODUCTOS	INGREDIENTES	TIEMPO DE PREPARACIÓN	VALOR NUTRICIONAL
<p>Taco de Pollo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Tortillas de maíz. <input checked="" type="checkbox"/> Pollo. <input checked="" type="checkbox"/> Cebolla. <input checked="" type="checkbox"/> Tomate. <input checked="" type="checkbox"/> Vinagre. <input checked="" type="checkbox"/> Repollo. <input checked="" type="checkbox"/> Crema. <input checked="" type="checkbox"/> Salsa de tomate. <input checked="" type="checkbox"/> Mantequilla. <input checked="" type="checkbox"/> Aceite. <input checked="" type="checkbox"/> Sal. <input checked="" type="checkbox"/> Pimienta. 	<p align="center">15 Minutos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Energía - 738 kj • Calorías - 176 • Proteína - 10,43g • Carbohidratos - 13,69g • Fibra - 2,1g • Azúcar - 0,6g • Grasa - 9,09g • Grasa Saturada - 2,05g • Grasa Poliinsaturada - 2,817g • Grasa Monoinsaturada - 3,465g • Colesterol - 128mg • Sodio - 368mg • Potasio - 147mg

Continuación Tabla #2 Gestión y Características de los Productos de Mi Tierra Azteca

PRODUCTOS	INGREDIENTES	TIEMPO DE PREPARACIÓN	VALOR NUTRICIONAL
Taco de Res	<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Tortillas de maíz. <input checked="" type="checkbox"/> Carne de res tipo solomillo en bistec. <input checked="" type="checkbox"/> Aceite de oliva. <input checked="" type="checkbox"/> Orégano seco. <input checked="" type="checkbox"/> Sal al gusto. <input checked="" type="checkbox"/> Pimienta negra. <input checked="" type="checkbox"/> Tomate. <input checked="" type="checkbox"/> Cebolla. <input checked="" type="checkbox"/> Cilantro. <input checked="" type="checkbox"/> Jugo de lima. 	25 Minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Energía - 792 kj • Calorías - 189 • Proteína - 10,18g • Carbohidratos - 13,69g • Fibra - 2,1g • Azúcar - 0,6g • Grasa - 10,61g • Grasa Saturada - 3,1g • Grasa Poliinsaturada - 2,036g • Grasa Monoinsaturada - 4,45g • Colesterol - 29mg • Sodio - 269mg • Potasio - 189mg
Taco de Cerdo	<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Carne de cerdo. <input checked="" type="checkbox"/> Zumo de naranja natural. <input checked="" type="checkbox"/> Sal. <input checked="" type="checkbox"/> Cebolla. <input checked="" type="checkbox"/> Ajo <input checked="" type="checkbox"/> Orégano. <input checked="" type="checkbox"/> Pimienta. <input checked="" type="checkbox"/> Vinagre. <input checked="" type="checkbox"/> Aceite de oliva. <input checked="" type="checkbox"/> Cilantro. <input checked="" type="checkbox"/> Tortillas de maíz. 	18 Minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Energía - 1003,30 kcal • Grasas totales - 63,20g • Grasas saturadas - 27,65g • Carbohidratos - 59,25g • Azúcares - 15,80g • Fibra dietética - 3,95g • Proteínas - 51,35g • Sal - 3,95g

Continuación Tabla #2 Gestión y Características de los Productos de Mi Tierra Azteca

PRODUCTOS	INGREDIENTES	TIEMPO DE PREPARACIÓN	VALOR NUTRICIONAL
<p align="center">Taco Mixto</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Tortillas de maíz. <input checked="" type="checkbox"/> Pollo. <input checked="" type="checkbox"/> Carne de Res. <input checked="" type="checkbox"/> Carne de Cerdo. <input checked="" type="checkbox"/> Cebolla. <input checked="" type="checkbox"/> Tomate. <input checked="" type="checkbox"/> Vinagre. <input checked="" type="checkbox"/> Repollo. <input checked="" type="checkbox"/> Crema. <input checked="" type="checkbox"/> Salsa de tomate. <input checked="" type="checkbox"/> Mantequilla. <input checked="" type="checkbox"/> Aceite. <input checked="" type="checkbox"/> Sal. <input checked="" type="checkbox"/> Pimienta. <input checked="" type="checkbox"/> Cilantro. <input checked="" type="checkbox"/> Orégano. <input checked="" type="checkbox"/> Ajo. <input checked="" type="checkbox"/> Zumo de naranja Aceite de oliva. 	<p align="center">28 Minutos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Energía - 2,437.30kj • Calorías - 365 • Proteína - 71,96g • Carbohidratos 86.63g • Fibra - 8,15g • Azúcar - 17g • Grasa - 72.9g • Grasa Saturada - 32,80g • Grasa Poliinsaturada - 4,853g • Grasa Monoinsaturada - 3,469g • Colesterol – 157 mg • Sodio - 637mg • Potasio - 336mg • Sal - 3,95g

Fuente: Elaboración de los Autores



1.8.- Supuestos básicos

Con la realización de este plan de negocio se logrará identificar y conocer la demanda de los productos y así garantizar la funcionalidad del negocio.

Los productos del emprendimiento “Mi Tierra Azteca” serán competitivos en el mercado en virtud del precio, calidad, atención eficaz y personalizada.

1.9.- Contexto de la investigación

En los últimos años, el fomento al emprendimiento es un tema frecuente a nivel nacional por su repercusión en el incremento de empleo y desarrollo económico del país. Según el Banco Central en Nicaragua de enero a julio del 2021 se establecieron 7,600 nuevos emprendimientos esto según cifras oficiales por lo que hoy en día está en gran auge la opción de independizarte y emprender un negocio propio.

La creación de emprendimientos exitosos y de calidad depende de diferentes factores y aspectos personales de cada individuo así también de las condiciones del mercado y el acceso a recursos financieros; el emprendimiento en Nicaragua está mayormente dirigido hacia el área de comercio de productos y/o servicios.

El sector culinario en este país es uno de los más grandes y rentables para emprender, la oportunidad de innovar en este sector se aprovecha obteniendo, mayores ingresos, independencia económica y satisfacción de necesidades.

Construir un plan de negocios adecuado al proyecto es fundamental para llevar un orden correcto, medir cada paso que se requiera para avanzar, promover procesos que fluyan, analizar administrar y proyectar las medidas que cimientan el mejor camino para la empresa y ayudar a la permanencia, posicionamiento crecimiento y evolución del negocio.

CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL

2.1.- Estado del Arte

El estudio del estado del arte incluye los últimos análisis técnicos de investigaciones realizadas con anterioridad, teniendo en cuenta los resultados obtenidos en las bases de datos científicas utilizadas y las contribuciones más importantes a la investigación, también en varios puntos acerca del Estudio para la elaboración de plan de negocio para la puesta en marcha del emprendimiento “Mi Tierra Azteca” Ubicado en el distrito V de la ciudad de Managua, Nicaragua para el periodo Julio 2023 – Julio 2026, teniendo en cuenta sus principales limitaciones y propuestas para mejorar el acceso a las mismas.

Tabla 3 Publicaciones sobre PLAN DE NEGOCIO en Bases de Datos Científicas

Bases de Datos Científicas Utilizadas	No. de Publicaciones Relacionadas con la Investigación de Acuerdo a la Base de Datos	No. de Publicaciones con Mayor Reconocimiento Científico	Tipos de Publicaciones Identificadas
Google Académico	Aproximadamente 617,000 resultados (0.03 s)	11 publicaciones citados entre 38 a 169 veces.	Artículos de revisión Otros tipos de publicación
Scielo	Resultados: 59	58 publicaciones citables.	Colección Revista
Dialnet	2.283 documentos encontrados	1506 publicaciones citables.	<input checked="" type="checkbox"/> Artículo de revista (1.566) <input checked="" type="checkbox"/> Tesis (476) <input checked="" type="checkbox"/> Artículo de libro (136) <input checked="" type="checkbox"/> Libro (105)

Fuente: Elaboración de los Autores

Tabla 4 Publicaciones sobre "Emprendimiento Mi Tierra Azteca" en Bases de Datos Científicas

Bases de Datos Científicas Utilizadas	No. de Publicaciones Relacionadas con la Investigación de Acuerdo a la Base de Datos	No. de Publicaciones con Mayor Reconocimiento Científico	Tipos de Publicaciones Identificadas
Google Académico	Aproximadamente 3,480 resultados (0.03 s)	15 publicaciones citados entre 10 a 23 veces.	Artículos de revisión Otros tipos de publicación
Scielo	No se encontraron documentos	-	-
Dialnet	3 documentos encontrados	3 publicaciones citables.	<input checked="" type="checkbox"/> Tesis (2) <input checked="" type="checkbox"/> Artículo de libro (1)

Fuente: Elaboración de los Autores

Tabla 5 Principales Teorías, Aportes y Contribuyentes a la Líneas o Tema de Investigación Seleccionado

Autor(es) y año En orden Cronológico	Principales Teorías y Aporte al Tema de Investigación
<p>(Burgos Castelo & Villar López, 2016). Historia del Emprendimiento.</p>	<p>El espíritu empresarial ha creado una historia continua de progreso en las condiciones materiales y sociales del hombre desde el principio de los tiempos. Esta evolución se originó hace menos de un millón de años, cuando quienes buscaban asegurar su supervivencia lograron encontrar los medios para satisfacer sus necesidades básicas. Descubrir que la naturaleza misma le otorga el principal objeto de trabajo, le permite superar sus propias expectativas, obtiene una ganancia, que luego crea producción comercial y, por lo tanto, bienes, comercio y diversas formas de intercambio basadas en la división del trabajo, que conduce al surgimiento de clases y estratos sociales.</p>
<p>Ángel (2016). Historia de Taco Bell.</p>	<p>Taco Bell es una de las empresas de comida rápida más famosas del mundo especializada en comida mexicana. Su historia se remonta a 1946, cuando el fundador Glenn Bell inició su negocio de perritos calientes en San Bernardino, California, y comenzó a practicar y mejorar sus productos, por lo que en 1952 comenzó a diversificarse ofreciendo nuevos ingredientes a sus comensales. y alternativas, y con los años decidió expandirse, para lo cual alquiló su primer stand en Barstow, y en los años siguientes abrió tres tiendas en San Bernardino, Redlands y Riverside, y lanzó oficialmente Taco Bell en 1962, abriendo el primer restaurante del mismo nombre en Downey.</p>

<i>Continuación Tabla #5 Principales Teorías, Aportes y Contribuyentes a la Líneas o Tema de Investigación Seleccionado</i>	
Autor(es) y año En orden Cronológico	Principales Teorías y Aporte al Tema de Investigación
(Fonseca Torrez, 2019). El reto del emprendimiento en Nicaragua.	<p>Las empresas son la fuente de empleo y producción nacional. Es bien sabido que la mayoría de las empresas en Nicaragua son familiares y actualmente son las principales generadoras de empleo. En general, el emprendimiento sigue siendo una tendencia que permite revitalizar el sistema financiero y generar alternativas al desempleo. Según el Instituto Global de Emprendimiento y el Desarrollo, Nicaragua ocupa el puesto 122 en términos de emprendimiento. Este estudio analiza la capacidad del ecosistema empresarial, es decir, la capacidad de cada país para desarrollar empresas y proyectos innovadores.</p>

Fuente: Elaboración de los Autores

2.2.- Perspectivas Teóricas Asumidas

2.2.1 Método Lean Startup “Menos es más”

Método propuesto por Lean Startup este tiene como finalidad responder a los cambios que ocurren en el mercado satisfaciendo las demandas del consumidor utilizando el menor esfuerzo posible consiste en “llevar a cabo aquello que es necesario para entregar al cliente lo que este desea exactamente, en la cantidad que desea y al momento que lo desea a un precio competitivo”. Es decir, la filosofía de este tipo de gestión es lograr hacer más con menos tiempo, espacio, esfuerzo humano, maquinaria, materiales, entre otros.

Este método fue impulsado en sus inicios en el ámbito industrial por los ingenieros Taiichi Ohno, Eiyu Toyoda y Shigeo Shingo en Toyota, en la década de los 70 del siglo pasado, aunque sus orígenes se remontan al sistema fordista. De hecho, ya en 1920, Henry Ford sostenía que “todo lo que no añade valor es un desperdicio”.

2.2.2 La Estrategia del Océano Azul

Escrita por Renee Mauborgne y W. Chan Kim plantea que océanos azules son una representación de todas las industrias que aún no existen, del mercado desconocido, que hasta ahora no ha sido tocado por la competencia. En ellos la demanda se crea, así que no es necesario pelear por ella. Es un mercado en el que hay espacio para crecer de manera rápida y generando ganancias.

Estudiando la creación de más de 150 océanos azules en más de 30 industrias, usando datos que se remontaban más de cien años atrás. Analizaron a las compañías que crearon estos océanos y a sus competidores menos exitosos, que fueron devorados por el océano rojo. Observando estos datos encontraron un patrón de pensamiento estratégico que subyacía a la creación de nuevos mercados e industrias de forma exitosa.

Existen dos formas de crear océanos azules:

La primera de ellas es creando una industria nueva por completo, es decir, un espacio completamente nuevo que no tiene su origen en otra industria, ni replantea ninguna industria ya existente. Este es el caso de eBay y la industria de las subastas en línea, una industria completamente nueva que esta empresa creó y desarrolló.

Desde el principio las compañías tienen la posibilidad de crear nuevas industrias o expandir industrias existentes, lo cual se ha hecho desde siempre. Esto se evidencia en la necesidad constante que existe de realizar una reclasificación de las industrias o una revisión de las clasificaciones existentes.

2.2.3 Misión Emprender

Sergio Fernández su autor, propone 70 hábitos que nos convertirán en emprendedores de éxito y demuestran que ello depende más de la actitud, la mentalidad y, sobre todo, de los hábitos, que de los conocimientos adquiridos en cualquier universidad.

El mercado laboral vive una verdadera revolución. Los empleos estables están desapareciendo y esto nos obliga a reinventarnos y a adaptarnos. En este contexto, cada vez más personas optan por emprender. Sin embargo, con frecuencia lo hacen sin la actitud, el conocimiento y el compromiso necesarios. El resultado es bien conocido: alrededor del 85% de los proyectos emprendedores fracasan antes de los cinco años, algo que podría evitarse con la preparación adecuada. Emprender no es un objetivo en sí mismo, una forma de ganar dinero o una salida laboral; emprender es una misión que dota de sentido a la vida, una manera de ofrecer nuestro valor a otros seres humanos y una transformación personal.

Este libro nos empuja convertirnos en emprendedores de éxito de forma automática, simplemente incorporando los 70 hábitos imprescindibles para conducir nuestra vida al siguiente nivel tanto en el terreno personal como en el profesional. Una vez activados estos hábitos, sostiene que el éxito será inevitable.

2.2.4 Manual Plan de Negocios para Jóvenes

Este escrito realizado por Víctor Manuel García y Armando Enrique Juárez aplica que hoy en día la sociedad hace frente a muchos retos con un gran grado de importancia los cuales deben de ser retenidos con entretejías puntuales y completas que permitan crear un contexto donde toda la población tenga la misma oportunidad de poner en marcha y desarrollar sus habilidades.

El texto contempla una serie de actividades para establecer un plan de negocios para jóvenes que sea exitoso y de provecho.

2.2.5 Que es un Plan de Negocios

El artículo “Que es un plan de negocio” escrito por Pymehelp consultora y servicios; plantea, es un guion o memoria en sentido amplio que sirve como una base para la creación o punto de partida para un proyecto empresarial. El documento plantea ideas y como llevarlas a cabo así mismo estrategias para aplicar en el desarrollo de una empresa o una iniciativa empresarial.

Un plan de negocio es necesario para tener por escrito los diferentes aspectos de un negocio y discutir sobre ellos de manera objetiva y puntual abarcando los temas que a futuro puedan presentar alguna dificultad o recurrir de un análisis más exhaustivo como por ejemplo la responsabilidad de determinar que gastos son necesarios realizar. No todos los emprendedores cuentan con los recursos necesario e indispensables para iniciar una aventura emprendedora por lo que se debe buscar financiamiento o ayudas externas para su puesta en marcha.

2.3.- Marco Contextual

La unidad de análisis corresponde a los elementos que conforman el objeto de estudio y establecen los límites de inclusión y exclusión. La unidad es de tipo administrativa porque se expresa a los individuos de la población divididos en cuanto a su paladar.

Nicaragua cuenta con 6.851 millones ciudadanos y la población objeto de estudio son los habitantes de Managua específicamente el Distrito V, Altamira. Aproximadamente el 3.12% de la población local lo conforman, el equivalente a 213,845 ciudadanos, de los cuales el 70% corresponde a personas de entre 18 a 70 años, es decir 149,692 habitantes. De este segmento, se escogerá una muestra para ahorrar tiempo y recursos. Aunque no existen estudios suficientes que corroboren la realidad del paladar de la zona y su alimentación recae en comidas chatarras, la presente propuesta se llevará a cabo por dos razones: reducir tiempo y precio, y sobre todo satisfacer necesidades y deseos del apetito con alimentos sanos, dietéticos, ricos en vitaminas, hierros y proteínas.

Tabla 6 Matriz F.O.D.A.

	INTERNOS	EXTERNOS
POSITIVO	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Contamos con personal experto y capacitado. ✓ Exquisito sabor de nuestros platillos a través de recetas únicas. ✓ Servicio de calidad y personalizado. ✓ Buena ubicación geográfica del establecimiento. ✓ Materia prima de excelente calidad. ✓ Precios accesibles. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tendencia de los consumidores en buscar nuevas experiencias. ✓ Creación de nuevos platillos. ✓ Innovación del menú. ✓ Servicio a domicilio. ✓ Contratación de personal. ✓ Crecimiento en el uso de redes sociales.
NEGATIVO	DEBILIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dificultad de acceso a financiación. ✓ Capacidad del Food Truck reducida respecto a la demanda. ✓ Falta de estacionamiento. ✓ Falta de Local. ✓ Falta de publicidad y de posicionamiento en el público. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Alto nivel de competencia en la zona. ✓ Aparición de nuevos restaurantes de comida rápida en la zona. ✓ Aumento de precios en la materia prima. ✓ Cambios en los gustos de los clientes. ✓ Crisis económica.

Fuente: Elaboración de los Autores

CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLOGICO

3.1.- Tipo de Investigación

La siguiente sección describe los tipos de investigación relacionados con el tema específico, lo que brindara la oportunidad de identificar formas específicas de investigación y también determinar la conexión entre el propósito de la investigación y el tipo de investigación a usar.

3.1.1 En Función de su Propósito.

Esta investigación se diseñó utilizando el enfoque aplicado, porque tiene como objetivo el estudio específico del emprendimiento “Mi Tierra Azteca” en el Distrito V de la ciudad de Managua, pretendiendo la elaboración de un plan de negocio y la creación de una línea estratégica comercial para la puesta en marcha del mismo.

3.1.2 Por su Nivel de Profundidad.

Es de nivel exploratoria por su profundidad, no se ha realizado ninguna investigación previa sobre este emprendimiento, de igual manera este estudio indaga una perspectiva general acerca del alcance, la liquidez y viabilidad de la implementación del negocio “Mi Tierra Azteca”.

3.1.3 Por la Naturaleza de los Datos y la Información.

El enfoque de este estudio es mixto porque tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo.

Cuantitativo porque se recolectará y analizará datos numéricos a través de encuestas para identificar promedios y predicciones a futuro para comprobar y obtener resultados que respondan a las preguntas de investigación.

Cualitativo para comprender y explicar el comportamiento, motivaciones y características que experimenta la sociedad a la cual se realizará el estudio; para conocer lo que piensa un grupo en específico en torno a la idea de negocio y de esta manera identificar el nivel de aceptación del mismo.

3.1.4 Por los Medios para Obtener los Datos.

Para la realización de este plan de negocio se utilizará la investigación de campo, se recolectarán datos e información por medio de encuestas que serán realizadas a los habitantes del sector de Altamira y zonas aledañas del Distrito V del depto. de Managua.

3.1.5 Por la Mayor o Menor Manipulación de Variables, Diseño y de la Investigación.

En esta investigación el diseño elegido es no experimental porque la investigación se llevará a cabo sin variables manipuladas libremente y los eventos se muestrearán u observarán a medida que sucedan para su análisis y evaluación.

3.1.6 Según el Tipo de Inferencia.

El tipo de inferencia para el desarrollo de esta investigación es del tipo de razonamiento inductivo, porque según los resultados obtenidos por medio de la recolección de información, se llegará a la conclusión para determinar la rentabilidad del plan de negocio.

3.1.7 Según el Periodo Temporal en que se Realiza.

En términos de periodo y sucesión, el estudio es longitudinal, dado que se enfoca en la elaboración de un plan de negocio para la puesta en marcha del emprendimiento “Mi Tierra Azteca” para el periodo Julio 2023 – Julio 2026.

3.2.- Área de Estudio

La ciudad de Managua cuenta con más de 1,400.000 habitantes, de los cuales la mayoría se concentra en el departamento de Managua. Su territorio limita con la provincia de Matagalpa al norte, el Océano Pacífico al sur, la provincia de Boaco al este y la provincia de León al oeste. El clima cálido en el centro de la provincia varía entre 30 y 35 grados centígrados, mientras que las ciudades altas varían entre 24 y 32 grados centígrados dependiendo de las estaciones de invierno y verano del año.

El área de estudio de esta investigación se realizará en el Distrito V del departamento de Managua, La población de este distrito es de 213,845 con una densidad de población de 4.364,1 habitantes por kilómetro cuadrado. Este estudio se efectuará propiamente en el sector de Altamira ubicado en el Distrito V de la ciudad de Managua, se trabajará con los habitantes de este sector para la realización de encuestas y así conocer la aceptación de los productos del emprendimiento “Mi Tierra Azteca”.

3.3.- Unidades de Análisis: Población y Muestra

En este apartado se definirán las personas las cuales se analizarán para cumplir con los objetivos propuestos en el capítulo uno y que, darán respuesta al problema de investigación.

Población: El universo objeto de este estudio está basado en los consumidores (Clientes) del distrito V, dicho distrito cuenta con 213,845 habitantes.

Muestra: Se basa en los habitantes de Altamira - Managua, Nicaragua.

Para cumplir dicho propósito, se empleó la fórmula desarrollada por (Scheaffer 1987, citado por Parra, 2000):

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

En donde

N = tamaño de la población

Z = al cuadrado= nivel de confianza, cuyo valor es de 3.8416

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada el valor: 0.5

Q = probabilidad de fracaso, con valor de: 0.5

D = precisión al cuadrado (error máximo admisible en términos de proporción) con un valor de: 0.0025

- Realización de cálculo para la selección de la muestra tomando en cuenta la fórmula finita.



El cálculo de la muestra quedó de la siguiente manera:

$$n = \frac{213,845 * 3.8416 * 0.5 * 0.5}{0.0025 * 213,845 + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{205,376.74}{513.44}$$

$$n = 400.001$$

La muestra seleccionada será de **400**.

3.4.- Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

La encuesta es un procedimiento de investigación y recolección de datos que se utiliza para obtener información de personas sobre diversos temas como gustos y preferencias. Las encuestas tienen distintas finalidades y pueden llevarse a cabo dependiente al objetivo que se busque alcanzar.

Los datos suelen obtenerse mediante el uso de procedimientos personalizados adecuadamente a la información que se necesita obtener, esto tiene como finalidad que cada persona encuestada de una respuesta igualitaria para evitar opiniones sesgadas que puedan influir al resultado final.

Es por esta razón que se utilizará la encuesta como parte principal del estudio, mediante un cuestionario con preguntas objetivas que permitan conocer el paladar, gustos y preferencias de los consumidores de las zonas, centro comercial Managua, Altamira, las colinas y los robles; del sector distrito V de Managua. Estos datos serán de gran utilidad para el proyecto de estudio.

3.5.- Confiabilidad y Validez de los Instrumentos

Tabla 7 Formato para validar Instrumentos a Incluir.

ITEM	CRITERIOS POR EVALUAR										Observaciones: (si debe eliminarse o modificarse un ítem por favor indique)
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Leguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
1											
2											
3											
...											
N											
Aspectos generales									SÍ	NO	*****
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario.											
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación.											
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.											
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativo sugerir ítems a incluir.											
VALIDEZ											
APLICABLE						NO APLICABLE					
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES											
Validado por:						Fecha:					
Firma:						Email:					
Nota: Modificado de formato de la facultad de Ciencias Económicas, Empresariales de la Universidad de Ciencias Comerciales UCC (2023).											

Fuente: Elaboración de los Autores

Confiabilidad:

- ✓ Método de Kuder-Richarson: permite obtener la confiabilidad a partir de los datos obtenidos en una sola aplicación del test. La suposición básica es considerar que todos los ítems presentan igual varianza. Coeficiente de consistencia interna.

$$KR_{21} = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{M(n-M)}{nS_t^2} \right]$$

Donde:

n: número total de ítems.

M: media aritmética de las puntuaciones obtenidas por los individuos.

S_t² : Varianza de las puntuaciones totales.

3.6.- Procesamiento de Datos y Análisis de la Información

El uso de los instrumentos es con el propósito de lograr medir las variables objeto de estudio, de tal manera que permita la recolección de datos necesarios para realizar la investigación y comprobar la veracidad de la información proporcionada por las diferentes fuentes, en pocas palabras, luego de aplicarse la encuesta se analizara la información para poder llegar a ciertas conclusiones, y, establecerlas en gráficos tablas y otros. Se especificará la aplicación de los instrumentos y los sujetos a quienes estarán dirigidas, estas, se clasifican en encuestas que sirven para evaluar de manera general el área, las guías de revisión documental que servirán de pautas para obtener evidencia de que se necesita la propuesta de estrategias nuevas que se pretende definir, guía de observación de documentos y datos que sirven para desarrollar y ampliar la investigación en cuanto al análisis de proceso aplicados.

Para analizar dichas encuestas se tomarán en cuenta tres puntos para esta investigación y son:

1. Rendimiento de la encuesta: Una vez se obtuvieron las respuestas de la encuesta se sabe cuántas personas respondieron, si la encuesta cumplió con su objetivo o no.
2. Resumen del resultado de la encuesta: El análisis-interpretación de una encuesta es comenzar haciendo una descripción general, por ejemplo, de cuál fue el porcentaje de distribución entre parámetros como el sexo, la edad, las ubicaciones geográficas, la industria, etc. este es un punto de partida para desglosar los resultados de la encuesta y analizarlos.
3. Evaluación de resultados: en esta etapa, probablemente se ha obtenido algunos hallazgos esperados o inesperados, incluso algunos preocupantes o muy agradables. En este punto es importante profundizar y desglosar los resultados de tu encuesta.

3.7.- Operacionalización de las Variables

Tabla 8 Operacionalización de las Variables

Objetivo	Variable	Tipo de Variable	Definición Conceptual	Dimensión Operacional	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos
Elaborar el plan de negocio para la puesta en marcha del emprendimiento "Mi Tierra Azteca" ubicado en el distrito V de la ciudad de Managua, Nicaragua.	plan de negocio	Independiente	Un plan de negocios es una estrategia documentada sobre los objetivos y planes de una empresa. Describe el plan de comercialización, proyecciones financieras, investigación de mercado, propósito comercial y la declaración de misión.	identificar y planificar los objetivos y la viabilidad de una empresa. Incluye información detallada sobre la identidad del negocio, el funcionamiento, los costos y el potencial de crecimiento.	Encuesta

Objetivo	Variable	Tipo de Variable	Definición Conceptual	Dimensión Operacional	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos
Validar la puesta en marcha del emprendimiento mediante la descripción de la idea, realización del estudio de mercado y desarrollo de los aspectos técnicos y organizativos.	Estudio de mercado, técnico, organizativo y financiero.	Dependiente	validación de la idea de negocio es un proceso de confirmación de su potencial de éxito.	Este proceso es continuo donde comienza con una idea y generalmente termina con los clientes. El propósito de idea de la validación es asegurarse de que tenga una demanda real.	Encuesta
Demostrar la viabilidad y rentabilidad de la idea de negocio mediante las proyecciones y el análisis financiero.	Proyecciones financieras, viabilidad.	Dependiente	La rentabilidad de una empresa es la capacidad que tiene una organización para obtener ganancias.	Se usa para determinar el alcance de las ganancias en relación con el tamaño de la empresa. En pocas palabras: es una medida de la eficiencia que determina el éxito o fracaso de una inversión.	Encuesta

Continuación de tabla #8 Operacionalización de las variables.

Objetivo	Variable	Tipo de Variable	Definición Conceptual	Dimensión Operacional	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos
Cumplir con la estructura para la elaboración y presentación de un plan de negocio.	Estructura	Independiente	La estructura del plan de negocios es una descripción escrita de un proyecto, los montos y los términos de su ejecución.	Establecer objetivos, establecer presupuesto de apertura, operación y publicidad, definición de la cantidad a invertir.	Revisión de literatura

Continuación de tabla #8 Operacionalización de las variables.

Fuente: elaboración propia 2023.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

Resultados de la investigación

Considerando la información obtenida mediante las encuestas realizadas se plantean los siguientes resultados:

- ✓ El margen de genero se encuentra en balance con porcentajes cercanos entre hombres y mujeres. La edad de los clientes potenciales se encuentra en un rango de 18 a 30 años. El ingreso mensual de las personas encuestadas oscila entre C\$6,000.00 a C\$9,000.00.
- ✓ Los resultados demuestran que el mayor porcentaje de las personas encuestadas comen cada quincena comida rápida, en segundo lugar, reflejó que consumen de manera semanal. El horario en que la población consume más comida rápida es en la noche.
- ✓ Para los encuestados los factores más importantes para consumir en un food truck, regresar a consumir en un food truck y características para escoger donde consumir comida rápida son, calidad de comida, relación precio-calidad, la apariencia del negocio en cuanto a limpieza y estética, el ambiente del local y el sabor de los alimentos.
- ✓ El estudio reflejó que el mayor porcentaje de personas encuestadas les gusta la comida mexicana, la consume de manera recurrente y considera que el gasto de comer comida rápida es una experiencia y un encuentro social.
- ✓ El mayor medio de comunicación para hacer promoción son redes sociales.

- ✓ Las encuestas arrojaron que existe una demanda potencial de comida rápida mexicana en el sector del distrito V de la capital, también se comprobó que en los alrededores de la zona no existe un carro de comida rápida con el concepto de food truck.
- ✓ La recuperación de la inversión se realizará en 2 año 1 meses y tres días y la tasa interna de retorno del proyecto es de 59.50% lo que indica que el proyecto es financieramente rentable.
- ✓ Los resultados del análisis financiero realizado demuestran que la puesta en marcha del negocio es rentable. Teniendo una tasa interna de retorno del 59.50%.
- ✓ La inversión inicial será recuperada en un periodo de 2 años 1 meses y 3 días.
- ✓ Habiendo detectado dicha necesidad en el mercado se efectúa la creación del Food Truck de comida rápida mexicana específicamente tacos cuya inversión inicial asciende a \$45,568.41 valor que será financiado el 46% por aportación de socios y el 54% por instituciones financieras.

INDICADORES FINANCIEROS	
VAN	40,893.06
TIR	93.75%
TASA DE CORTE (%)	24.30
PRI	2 año, 1 meses y 3 días aproximadamente
FLUJO NETO ACUM	108,065.78

AÑO	ROI
1	20.14
2	89.79
3	147.44



Fuente: Elaboración Propia 2023

Guía de Plan de Negoci o

Managua, Junio del 2023



PLAN DE NEGOCIO

----- MI TIERRRA AZTECA -----

**¡PORQUE CREEMOS EN NUESTRA TIERRA Y SU GENTE, SOMOS MI
TIERRA AZTECA – HECHO EN NICARAGUA!**

CAPITULO I. FUNDAMENTACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DEL NEGOCIO

1.1. Justificación de la Creación del Negocio

Las personas hoy en día tienden a tener menos tiempo puesto a que esto se ha convertido en un factor limitante para los trabajadores, estudiantes y familia en general ocasionando que la población coma de manera recurrente fuera de sus casas, por lo que lo ideal es ir a un restaurante el cual pueda atenderlos a el menor tiempo posible.

La población actualmente está en busca de sitios diferentes a los demás que ya existen, que les brinde una atención de calidad ofreciendo un menú delicioso y versátil, un restaurante de comida rápida es la mejor opción para cumplir con estas características, un lugar con buen ambiente que convierta el comer tacos en toda una experiencia.

La creación de un negocio enfocado en comida rápida cumple con las necesidades de las personas que quieren degustar de una buena comida mexicana a un menor precio y con menor tiempo de espera y al mismo tiempo representa un área de oportunidad que puede ser aprovechada ya que aunque en la ciudad ya existen algunos establecimientos que ofrecen este tipo de alimentos, el mercado que consume estos alimentos ya sea por gusto o practicidad, cada día es más grande y atraído por conceptos de “restaurante” novedosos.

Con la elaboración de este emprendimiento se pretende presentar una idea de negocio que ha adquirido gran popularidad en el mercado nicaragüense como lo es la comida mexicana, con esto se busca crear una idea creativa e innovadora, tanto en la gastronomía como en el servicio al cliente y a su vez en el ambiente del food truck.

Se crea con el fin de beneficiar a los habitantes del sector mediante la excelencia del servicio, ofreciendo una atención al cliente agradable y a gusto que permita a las personas regresar a degustar la calidad de la comida y del ambiente.

Por estas razones se puede asumir que es el momento propicio para la incorporación de un food truck de comida mexicana en el mercado nicaragüense, cuyo producto estrella es el taco mexicano en sus diferentes sabores a preferencia del cliente; de esta manera, se iniciará en un punto estratégico dentro de la ciudad de Managua para su desarrollo.

1.2. Nombre, Tipo y Tamaño del Negocio

1.2.1. Nombre del Negocio

1.2.1.1. Razón Social

Barberena y Asociados, S.A.

1.2.1.2. Nombre comercial

Mi Tierra Azteca.

1.2.2. Tipo de Negocio

Establecimiento de comida rápida; camión de comida rápida mejor conocido como “food truck”. Perteneciente al sector de servicios.

1.2.3. Tamaño del Negocio

De acuerdo con el cuadro que presenta el artículo 3 de la ley 645 “Ley de promoción, fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (ley MIPYME). Iniciará operaciones con 3 colaboradores por lo que de acuerdo a esta ley “Tacos Mi Tierra Azteca” es una microempresa.

1.3. Misión y Visión del Negocio

1.3.1. Misión

Somos un restaurante comprometido en satisfacer el gusto y preferencia de nuestros clientes, ofreciendo platillos de la mejor calidad en cada uno de sus ingredientes; con el valor agregado de reducir el tiempo de espera en el servicio.

1.3.1. Visión

Expandir nuestro restaurante rodante a nivel nacional y ser reconocidos como los mejores en la elaboración de tacos mexicanos distinguiéndonos del resto de restaurantes por nuestro sabor, calidad de producto y servicio.

1.4 Objetivos y Valores del Negocio

1.4.1. Objetivo General

Ofrecer un producto y/o servicio donde nuestro compromiso principal sea crear experiencias agradables al paladar de nuestros clientes.

1.4.2. Objetivos Específicos

- ✓ Brindar calidad y frescura en cada producto para que nuestros clientes tengan siempre un producto fresco y de alto estándar.
- ✓ Categorizarnos como un negocio líder en el mercado de comida mexicana con el sabor de cada platillo, para darnos a conocer a nivel nacional por el sabor de nuestra comida.
- ✓ Reducir el tiempo de espera al despachar los alimentos para ser una opción primordial para aquellos que necesiten un servicio rápido y bueno.
- ✓ Crear un ambiente cómodo, agradable y actual para que nuestros clientes puedan disfrutar.

1.4.3. Valores de la Empresa

✓ **Calidad**

Elaborar cada uno de los productos con la mejor sazón e ingredientes del mejor nivel.

✓ **Responsabilidad**

Cumplimiento de las obligaciones en cada una de las decisiones a tomar en cuanto al negocio. Asegurar un servicio rápido y efectivo de alrededor de 20 min para despachar la comida.

✓ **Respeto**

Tratar a los clientes con dignidad y amabilidad en cada momento.

✓ **Integridad**

Velar por siempre hacer lo correcto a pesar de las circunstancias o inconvenientes que se presenten.

✓ **Pasión**

Comprometido con el corazón para promover la excelencia y el trabajo en equipo.

✓ **Empatía**

Nos ponemos en la piel del cliente para tratarles tal y como nos gustaría ser tratados.

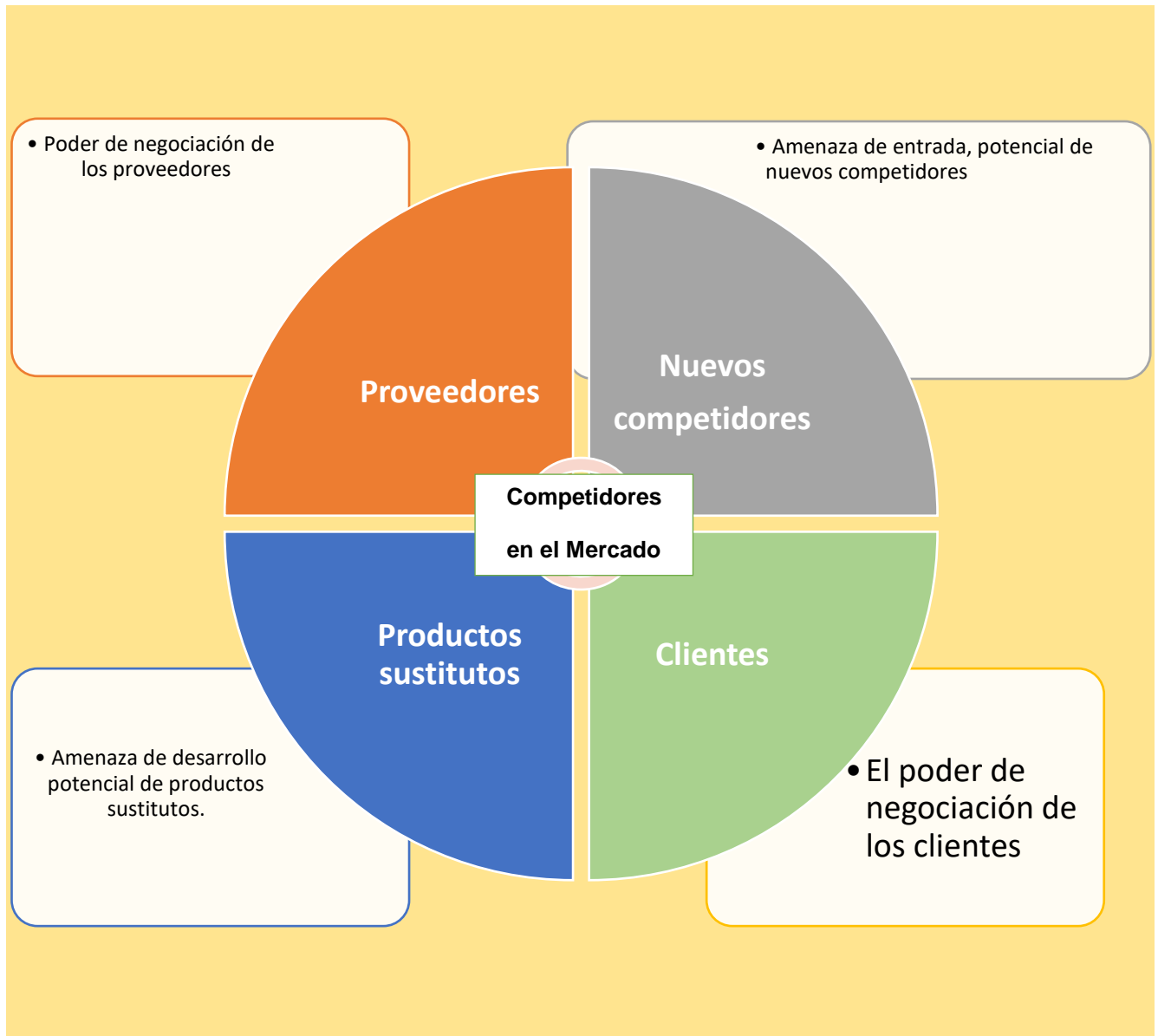
Los antes mencionados son los Valores que guían la forma de hacer las cosas

en **MI TIERRA AZTECA**, *¡Te invitamos a vivir nuestros valores!*

1.5. Análisis de la Industria o Sector

Cualquier negocio, a lo largo de su existencia, debe analizar su competitividad en el mercado, tanto en el momento en el que se lanza como cuando se crea un nuevo proyecto o se quiere entrar en un nuevo mercado. Este análisis y medición de la competitividad se puede realizar a través de las llamadas 5 fuerzas de Porter.

Grafico #1. DIAGRAMA DE LAS CINCO FUERZA DE PORTER



Fuente: Elaboración de los Autores

Las 5 fuerzas de Porter, definidas por Michael Porter en su libro Estrategia competitiva, son las siguientes con un análisis y énfasis a Mi Tierra Azteca:

Rivalidad entre las empresas

MI TIERRA AZTECA considera la intensidad de la rivalidad competitiva en la industria:

- La estructura competitiva de la industria.
- Las condiciones de la demanda (crecimiento o declinación) en la industria.
- El tamaño de las barreras de salida en la industria.

MI TIERRA AZTECA toma en consideración los siguientes factores:

- Crecimiento de la industria
- Costos fijos/ valor agregado
- Exceso de capacidad instalada
- Diferencias de producto
- Identidad de marca
- Diversidad de Competidores
- Costos de reemplazo

Poder de Negociación de los Proveedores

MI TIERRA AZTECA en lo que se refiere a la negociación cuenta con sólidos trazamientos estratégicos en cuentas acuerdos con proveedores, los cuales son:

- Diferenciación de insumos
- Concentración de proveedores
- Presencia de insumos sustitutos
- Amenazas de integración hacia adelante
- Importancia del volumen para los proveedores

Por lo que se dice, los proveedores tienen poder de negociación si y solo si ocurre:

- Sus productos tienen pocos sustitutos y son importantes para los compradores.
- La industria del comprador no es un cliente importante para el proveedor.
- La diferenciación hace costoso que los compradores cambien de proveedor.
- Los proveedores pueden integrarse hacia adelante y competir con los compradores, y estos no pueden integrarse hacia atrás para llenar sus necesidades.

Poder de negociación de los Clientes

MI TIERRA AZTECA en lo que se refiere a la negociación cuenta con sólidos trazamientos estratégicos de negociación en cuentas acuerdos con sus clientes , los cuales son:

- Volumen de compradores
- Información de comprador
- Capacidad de integración hacia atrás
- Productos sustitutos
- Concentración de productores vs Concentración de empresas

Por lo que se dice, los compradores tienen poder de negociación si y solo si ocurre:

- Los vendedores son pocos y pequeños y los compradores pocos y grandes.
- Los compradores adquieren grandes cantidades.
- Un comprador individual es un gran cliente.
- Los compradores pueden cambiar proveedores a bajo costo.
- Los compradores compran de múltiples vendedores a la vez.
- Los compradores pueden integrarse fácilmente hacia atrás.

Amenaza de Nuevos Entrantes

MI TIERRA AZTECA toma en consideración los siguientes aspectos en cuanto a los nuevos entrantes al sector:

- Economías de escala
- Diferencias de productos
- Identidad de marca
- Costo de reemplazo
- Requerimiento de capital
- Acceso a la distribución
- Ventaja de costo absoluto
- Acceso a insumos

Amenaza de Productos Sustitutos

La amenaza competitiva de los productos sustitutos incrementa conforme se acercan en su capacidad de llenar necesidades de los clientes. Por ello MI TIERRA AZTECA toma en cuenta que:

- Rendimiento del precio relativo de las sustituciones
- Costo por reemplazo
- Propensión de compradores a la sustitución

1.6. Calificaciones para Entrar al Área

Es fundamentalmente importante para dar marcha a todo proyecto que se tome en cuenta el constar con la capacitación y experiencia necesaria, registro sanitario, además tomar en consideración, las ventajas y problemas (Pro y contras) que pudieran surgir en el camino incursionado para este, por lo cual, se buscara demostrar de tal forma los componentes que califican al creador y desarrollador del proyecto de manera que este se pueda llevar a cabo exitosamente.

1.7. Apoyos para Entrar al Área

Siempre se requiere de localizar las fuentes de información, ayuda profesional, contactos claves, proveedores, Técnicos y expertos, que pudieran brindar su apoyo para:

- Desarrollar correctamente el plan de negocios.
- Prever y solucionar posibles dificultades que pudieran presentarse y enfrentarse en el transcurso del mismo.

Apoyo fundamental a tomar en cuenta sería el Financiamiento del Truck Food \$5,000.00 por medio de un préstamo bancario.

CAPITULO II. ESTUDIO Y ANÁLISIS DE MERCADO

2.1. Objetivos del Área de Mercado

2.1.1. Objetivo General

Crear las líneas de estrategia comercial para el emprendimiento “Mi Tierra Azteca” y posicionar los productos en el mercado nicaragüense.

2.1.2. Objetivos Específicos

Corto Plazo

1. Determinar la línea genética del producto a ofrecer a los consumidores.
2. Crear las condiciones para la promoción y presentación del producto por medio de los medios publicitarios como la televisión nacional, radio, redes sociales (Facebook, Tiktok e Instagram), mantas publicitarias y entrega de volantes.
3. Crear una estrategia de posicionamiento para el mercado objetivo.
4. Obtener reconocimientos de organismos acreditados que avalan la calidad de los productos de “Mi Tierra Azteca”.

Mediano Plazo

1. Aumentar las ventas en un 35% en el mercado empresarial y así obtener mayores beneficios económicos.
2. Contribuir en temas de preparación, en técnicas de gestión de producción para mantener la calidad de los productos de “Mi Tierra Azteca”.

Largo Plazo

1. Fortalecer el posicionamiento de “Mi Tierra Azteca” en los mercados municipal y nacional.
2. Ajustar las estrategias de marketing y comercialización de acuerdo a las nuevas demandas del mercado.

2.2. Descripción del Producto y/o Servicio

Mi Tierra Azteca, ofrece comida rápida para el mercado nicaragüense, así como tacos mexicanos (tacos de pollo, tacos de res, tacos de cerdo y tacos mixtos), con base en la más alta representación gastronómica mundial de México, lo cual crea un valor excepcional de nuestro producto que lo diferencie de la competencia.

Este se encuentra dirigido a consumidores que buscan platillos diferentes con sabores distintos a los de la competencia, clientes que estén abiertos a nuevos gustos y experiencias, y que están interesados en la gastronomía mexicana. El negocio desarrollara sus operaciones en el distrito V del dpto. Managua – Nca.

2.3. Medición de la Demanda

2.3.1. Mercado Total

El mercado total tiene la capacidad de adquirir nuestro producto, nuestro mercado total se compone por personas de 18 años a 70, esta sería nuestra población objetivo en la cual se encuentran estudiantes y trabajadores.

2.3.2. Consumidores no Aptos

Personas con las siguientes condiciones médicas:

- Personas con trastornos digestivos.
- Personas con enfermedades cardiovasculares.
- Personas con condición renal crónica.
- Personas con hipertensión.
- Personas con diabetes tipo 2.

2.3.3. Mercado Potencial

- Personas que residan en el sector del distrito cinco de la capital.
- Estudiantes a los cuales sus padres les provean de mesada.
- Trabajadores de empresas de la zona.
- Jóvenes universitarios.

2.4. Cálculo de la Demanda del Mercado

Para medir el Potencial del Mercado Total la fórmula generalmente utilizada para calcular este potencial es la siguiente:

$$Q = nqp$$

Q = Potencial del mercado total:

n = No de compradores en el mercado según hipótesis: 213,845 hbtes metas

q = Cantidad adquirida por un comprador promedio: C\$36,500

p = Precio de la unidad promedio: C\$100

MI TIERR AZTECA

En el Distrito V Altamira, Managua - Nicaragua, el consumo anual per cápita de Tacos es de C\$36.500 córdobas. Por consiguiente, el potencial del mercado total es de 213.845. De este conjunto esperado de demandantes tenemos que eliminar a los niños de 3 años (5%), las personas a dieta (7.5%) y personas que no les gusta los tacos mexicanos (7.5%). En total, el 20% del conjunto esperado no consume Comida rápida, por lo tanto, nos queda un conjunto esperado factible de 171.076.

$$Q = (171.076 \text{ hbtes}) (C\$36,500) (C\$100) = \mathbf{624.427.400.000 \text{ anual}}$$

2.5. Dimensionamiento del Mercado

Mi Tierra Azteca, se encuentra ubicado en el departamento de Managua en el distrito V de dicha capital donde estará establecido en la colonia Altamira, específicamente al lado del super express de Altamira, por el cual consideramos un lugar céntrico de Managua, con mucha afluencia y frecuencia de ciudadanos nicaragüenses.

Base	Variables	Operacionalización
<u>Geográfica</u>	❖ Ciudad.	✓ Managua
	❖ Densidad.	✓ 973 000 habitantes
	❖ Distrito.	✓ Distrito v
	❖ Densidad.	<ul style="list-style-type: none"> • 28 barrios. • 4,364 hab./km² • 49 km² extensión. • 213,845 poblaciones.
	❖ Tipo de población.	✓ Urbana
	❖ Colonia.	✓ Altamira
	❖ Local	✓ Al lado del Super Express

El perfil de los clientes para el negocio cubre a todas las personas mayores de 18 años ya que las de 18 años en adelante cuentan con los recursos para comprar nuestros tacos, sin importar el sexo, la religión ni el nivel de educación solo deben de tener el deseo de degustar comida mexicana la oferta está enfocada a personas con ingresos alto o bajo nivel estipulado.

Base	Variables	Operacionalización
<u>Demográfica</u>	❖ Edad.	✓ +18
	❖ Sexo.	✓ Unisex
	❖ Nivel socio económico.	✓ Ingreso mayor a 4000 Córdobas
	❖ Clase social.	✓ Baja – Alta
	❖ Nivel educación.	✓ IS
	❖ Religión.	✓ IS
	❖ Tamaño de la familia.	✓ IS
	❖ Ingreso.	✓ C\$4000 – C\$7000 SMMLV

<u>Psicográfica</u>	❖ Personalidad.	✓ Abiertos al cambio.
	❖ Estilo de vida.	✓ Personas habitantes de la zona, trabajadores de la zona, visitantes, interesado en la gastronomía mexicana, en un lugar que tenga buen servicio y capacidad de satisfacer sus necesidades.
<p>Son aquella personas que buscan probar una comida diferente y con otro toque, abierto a nuevos sabores y experiencia, interesados en la gastronomía mexicana.</p>		
<u>Conductual</u>	❖ Ocasión.	✓ Habitual.
	❖ Frecuencia de Uso	✓ Una vez por día.
	❖ Ocasión de uso.	✓ Uso frecuente.
	❖ Tasa de uso.	✓ Pequeño por lo general el consumidor lo adquiere en el almuerzo o cena.
	❖ Disposición de compra.	✓ Usuario dispuesto para satisfacer su necesidad alimenticia.
	❖ Lealtad.	✓ Alta por su calidad y servicio.
	❖ Benéficos.	✓ Cocina mexicana con sabores únicos, buen ambiente y servicio de calidad.
<p>Los clientes de Mi Tierra Azteca son fieles al negocio por la calidad y buen servicio por esto son frecuentes. Los usuarios están dispuestos a comprar por que tiene la capacidad de pagar un precio a su alcance y para satisfacer sus necesidades alimenticias disfrutando de un taco mexicano único, en un ambiente relajante y con una alta calidad.</p>		

2.6. Estrategias de Mercadeo

2.6.1. Estrategias del Producto

Producto: Cualquier cosa que sea posible ofrecer a un mercado para su atención, admisión, su empleo o consumo y que podría satisfacer un deseo o necesidad.

PRODUCTO BÁSICO

→ Beneficios de uso, psicológico y de reducción de problema.

Mi Tierra Azteca ofrece al mercado, productos de comida rápida (Tacos Mexicanos) basado en la máxima representación gastronómica de México a nivel mundial lo cual crea un valor excepcional de nuestro producto que lo diferencie de la competencia, por consiguiente, este brinda beneficios únicos entre los cuales pueden destacarse:

- ❖ Mejora el sistema inmune;
- ❖ Reducen el colesterol malo;
- ❖ Aliado contra la diabetes;
- ❖ Buena fuente de proteína y hierro; y
- ❖ Gran fuente de calcio

Las necesidades y deseos que cubre el producto fundamentalmente es la satisfacción del apetito con alimentos Sanos, dietéticos, ricos en fuentes de vitaminas, Proteínas, hierro, fibra debido a sus diversidades de ingredientes que contienen los mismos, los cuales los hacen un pilar esencial en la dieta de cualquier persona que lo consuma; es decir crear experiencias agradables al paladar de los clientes.

PRODUCTO REAL

Los productos cuentan con las siguientes características que los hacen ser grandes alimentos los cuales pueden llegar a cumplir las características del plato del bien comer:

- ✓ Facilidad en la preparación del alimento.
- ✓ Se ofrecen 2 diferentes tipos de carne para el taco una de ella es el pollo y la otra la res.
- ✓ Tacos blandos, debido a la deliciosa tortilla redonda de harina.
- ✓ Salsa de barbacoa con vinagre y perejil que complementa a nuestros tacos brindándole un toque extraordinario y alusivo a la cultura mexicana.

En cuanto a la calidad de los productos se hace referencia dado a las medidas que tenemos de control durante el proceso de los mismos, desde la etapa de iniciación hasta la finalización del producto, nuestros productos poseen una calidad total del 100% para la fiabilización de nuestros clientes y seguridad de los mismo.

El diseño del producto será básicamente alusivo a los tacos de la gastronomía de México. La Etiqueta y el envase del producto serán de manera personalizada logrando de esta manera diferenciación en el mercado.

La estrategia de marca será de marca única debido a que utilizaremos para todos nuestros productos la misma marca (Nombre y Logotipo) los cuales son:

- ★ Tacos de Pollo
- ★ Tacos de Res
- ★ Tacos de Cerdo
- ★ Tacos Mixto

PRODUCTO AUMENTADO

→ Servicios y beneficios adicionales

Los productos podrán ser adquirido únicamente en puntos de ventas (local), la condición de pago con la



que contamos es solamente de manera de efectivo y brindamos también promociones o porcentajes de descuentos a los clientes potenciales.

CLASE DEL PRODUCTO

Mi Tierra Azteca ofrecerá productos de clase de convivencia debido a que estos son adquiridos por el consumidor de forma frecuente y de fácil acceso, así como lo son los alimentos (Producto Ofertado).



2.6.2. Estrategias de Fijación de Precio

Precio: Es la manera en como el consumidor mira el producto en términos monetarios.

PRECIO EN FUNCIÓN DE UN MARGEN DE COSTE O COSTO-PLUS

Mi Tierra Azteca aplica este método ya que el precio de nuestro producto estará en dependencia de los costos de producción sumándole un porcentaje de un 25% para alentarlo como margen de ganancia y así poder fijar nuestro precio final. Este método nos permite asegurar las ganancias y nuestro criterio este método es transparente ante los clientes ya que les permite ver que el precio está totalmente justificado y puedan comprenderla mejor.

PRECIO EN FUNCIÓN DE LA COMPETENCIA.

Mi Tierra Azteca tomando en cuenta la zona de Altamira estaremos por debajo de la competencia en cuestión a nuestros precios estén más accesibles al consumidor y llevar a nuestro negocio a un equilibrio económico. De esta manera podemos cautivar a los clientes potenciales para que se vuelva clientes reales de nuestro producto y así valla creciendo económicamente.



ESTRATEGIA PARA PRODUCTOS NUEVOS: *PENETRACIÓN*

Mi Tierra Azteca pretende entrar al mercado mediante la penetración de precio ofreciendo un producto (tacos mexicanos) nuevo a precio inferior al de la competencia y una vez ya se encuentre presionado nuestro negocio y tengamos a nuestros clientes reales aumente el proceso del producto. Esta estrategia nos permite animar a los clientes a probar el producto. Es decir, recibir ganancias mínimas para luego tener un volumen alto en ventas en la fase de entrada y que nuestros clientes tengan la percepción que están probando un producto de alta calidad a un precio justo

2.6.3. Estrategia de Plaza o Distribución



Plaza: Distribución o lugar, son las actividades dirigidas a situar los productos al alcance de los consumidores. También son los medios de distribución o canales adecuados por los cuales el cliente podrá tener acceso a los productos que se ofrecen.

Para poder iniciar con el negocio se debe de pensar en qué zona estaría la mayor clientela para consumir nuestro producto alimenticio. Para ubicarnos e instalar nuestro puesto de venta hemos decidido instalar nuestro Food-Tuck en el distrito V de Altamira.

El medio en el que se distribuirá el producto es por medio en el cual lo vendamos el producto en este caso sería en la zona en donde la ofreceríamos al consumidor. Como iniciación, el producto lo venderemos o lo podrían obtener en nuestro food truck y la manera pago sería en efectivo.

1.6.4. Estrategia de Promoción

Las estrategias de promoción que tomará y pondrá en práctica MI TIERRA

AZTECA son las siguientes:



Promoción: Se usará la comunicación de marketing, su objetivo es informar, persuadir, y recordar al cliente la existencia de productos y servicios. Medio por el que se intenta influir en las actitudes y comportamientos del público objetivo a favor de los productos y la empresa que los ofrece.

REDES SOCIALES:

Adaptarse a las nuevas tendencias como son las redes sociales para lograr que el producto (Mi Tierra Azteca) sea conocido por el público, así como son Facebook, Gmail, entre otros. Los cuales son utilizados por las personas en su vida cotidiana.

RELACIONES PÚBLICAS:

En este punto se relacionará con las demás personas en dicho entorno o ambiente para que ellos comuniquen o corran la voz de nuestros productos y así dado por opinión y recomendación por las personas, el cual influiría en aumentar nuestra clientela por clientes potenciales.

IMAGEN CORPORATIVA Y MARCA:

Para esto se debe utilizar las imágenes de MI TIERRA AZTECA y en si la marca la cual ubicaremos el producto con etiquetas de calidad y en si en pancartas o afiches en donde nos comuniquen los clientes potenciales del producto e ubicación.

MARCHANDAISING:

Esto se hará para que en el mismo punto de venta de nuestro negocio (Distrito V, Altamira -MANAGUA) tendremos como objetivo llamar la atención del cliente como por medio de sistemas de sonido que anuncian el producto y carteles para estimular la compra del producto.

2.7. Riesgos y Oportunidades del Mercado

Es importante resaltar que en Nicaragua existe una gran variedad de restaurantes que ofrecen comida de gastronomía mexicana, estos representan una competencia directa, puesto que ellos abastecen y proveen este tipo de gastronomía, con volúmenes superiores a los que este negocio se encuentra en capacidad de vender.

Los negocios de comida mexicana más reconocidos en Nicaragua son:

- **Tacos Charro:** Restaurante de comida mexicana, con una gran variedad de platillos como tacos, burritos, chilaquiles, quesadillas y batidos. Es uno de los restaurantes con mayor demanda.

- **El Zocalo:** Restaurante mexicano, se especializa por tener el auténtico saber mexicano con una diversidad de platillos como burritos, sopa de tortilla, tacos, brochetas, etc. Este cuenta con 5 sucursales en la capital “Managua”.

- **Chiless:** Restaurante mexicano con auténtica cocina mexicana, la especialidad son los tablazos de jalapeño y los tablazos de tacos. Este actualmente cuenta con 2 sucursales en la capital una en Rubenia y otra en plaza Eclipse.

- **El Taco Loco:** Restaurante de comida mexicana con un toque nicaragüense, ofrece al público chilaquiles, tacos, tortas, fajitas, quesadillas, burritos, ensaladas, y una gran variedad de antojos mexicanos.

- **El Pastorcito:** Restaurante con autentico servicio mexicano de catering, este ofrece platillos como: tacos al pastor, gringas, tacos de alambre, chicharrón de queso, guacamole, tradicional, carne arrachera, ceviche Acapulco. El pastorcito cuenta con servicio a domicilio.

- **Don Taco:** Restaurante de comida con el auténtico sabor mexicano en Nicaragua, ofrece una gran variedad de tacos, burritos, quesadillas, salchipapas, sopa de tortilla, alas picantes, churrascos. Este cuenta con servicio a domicilio y está ubicado en Residencial Casa Real.

- **La Taquería:** Restaurante mexicano de casi 30 años de trayectoria, originario de Veracruz, ofrece taquería de plancha con recetas propias deliciosas y muy originales, también ofrece los tradicionales antojitos mexicanos y almuerzos ejecutivos.

Entre las oportunidades del mercado tenemos:

- El negocio se encuentra ubicado en una zona céntrica y de alta demanda.
- Los alimentos y bebidas se sirven rápidamente.
- Los productos son apetecibles para un amplio público.
- Los tacos mexicanos se realizan con productos de calidad.
- Precios accesibles y que están al alcance de los consumidores.

CAPITULO III. OPERACIONES

3.1. Objetivos del Área de Operaciones

La vitalidad del Área de Operaciones de una entidad radica en el hecho de que será la que determinará quiénes son sus clientes reales y le permitirá atraer a más compradores. Es decir, permite limitar las acciones de una compañía a un entorno determinado, que será donde se hallarán sus clientes potenciales. Esto permite una mejor y más eficiente gestión de los recursos con los que cuenta la empresa en cuestión.

- Lograr conseguir la infraestructura (FoodTrcuk) necesaria para llevar a cabo la producción en buenas condiciones.
- Descubrir innovaciones para una mayor eficiencia en las distintas etapas del proceso productivo.
- Supervisar y gestionar todo el proceso productivo, desde los insumos hasta el producto final.
- Determinar la cantidad de producto a producir teniendo en cuenta el inventario y los insumos disponibles (Maximización).
- Lograr una calidad óptima del producto final.

3.2. Requerimientos Técnicos – Productivos

Los requerimientos técnicos y los recursos materiales son importantes para cualquier empresa porque sin ellos no se puede desarrollar el proceso de producción.

Edificio e Instalación: Este emprendimiento no tendrá edificio, las instalaciones será un food truck (camión de comida).

Equipo rodante:

El camión de comida rápida será adquirido nuevo, se escogió la marca Hyundai modelo H-100 2.6 A/C 02 Ton MT año 2024, cotizado en la agencia de Excel Automotriz. El costo total de este vehículo es de U\$ 21,499.25 (Ya incluye impuestos).

También hay que agregar el valor del diseño, acondicionamiento, equipamiento y modificaciones, dando un total de U\$ 2,446.88

El costo total del camión de comida rápida sumando el valor del camión comprado en agencia con el coste del diseño y equipamiento, nos da un gran total de U\$ 23,946.13

El camión de comida rápida estará atendiendo en un área céntrica y espaciosa, iluminada y con los servicios básicos necesarios, y una estructura con diseño alusivo a la cultura mexicana.

Mobiliario

MOBILIARIO			
Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Mesas	C\$ 2,300.00	3	C\$ 6,900.00
Manteles	C\$ 80.00	6	C\$ 480.00
TOTAL			C\$ 7,380.00

Equipo

EQUIPO			
Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Equipo de Sonido	C\$ 5,000.00	1	C\$ 5,000.00
Laptop	C\$ 11,000.00	1	C\$ 11,000.00
Caja Registradora	C\$ 4,000.00	1	C\$ 4,000.00
TOTAL			C\$ 20,000.00

Maquinaria

MAQUINARIA			
Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Cocina	C\$ 11,000.00	1	C\$ 11,000.00
Refrigeradora	C\$ 16,000.00	1	C\$ 16,000.00
Microondas	C\$ 3,649.00	1	C\$ 3,649.00
Licuada	C\$ 2,300.00	1	C\$ 2,300.00
TOTAL			C\$ 32,949.00



Utensilios de Cocina

UTENSILIOS DE COCINA			
Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Cucharas	C\$ 30.00	50	C\$ 1,500.00
Cuchillos	C\$ 45.00	50	C\$ 2,250.00
Vasos	C\$ 40.00	50	C\$ 2,000.00
Platos	C\$ 42.00	50	C\$ 2,100.00
Tablas para carne	C\$ 60.00	2	C\$ 120.00
TOTAL			C\$ 7,970.00

Materia Prima

MATERIA PRIMA PARA LA ELABORACIÓN DE 150 TACOS – 1 DÍA				
Cantidad	Unidad de Medidas	Producto	Precio Unitario	Total
15	LBS	Cebolla	C\$ 10.00	C\$ 150.00
20	UNIDADES	Chiltoma	C\$ 8.00	C\$ 160.00
5	LBS	Chile jalapeño	C\$ 20.00	C\$ 100.00
6	LBS	Perejil	C\$ 25.00	C\$ 150.00
2	BOTELLAS	Vinagre	C\$ 27.00	C\$ 54.00
2	GALONES	Aceite	C\$ 96.00	C\$ 192.00
2	BOLSAS	Sal	C\$ 10.00	C\$ 20.00
12.5	LBS	Pollo	C\$ 70.00	C\$ 875.00
12.5	LBS	Carne de res	C\$ 146.00	C\$ 1,825.00
12.5	LBS	Carne de cerdo	C\$ 100.00	C\$ 1,250.00
2	BOTELLAS	Aceite de oliva	C\$ 95.00	C\$ 190.00
8	UNIDADES	Pimienta negra	C\$ 8.00	C\$ 64.00
5	UNIDADES	Orégano	C\$ 6.00	C\$ 30.00
2	GALONES	Zumo de naranja	C\$ 190	C\$ 380.00
10	LBS	Tomate	C\$ 17.00	C\$ 170.00
2	BOLSAS	Servilletas	C\$ 68.00	C\$ 136.00
150	UNIDADES	Tortillas	C\$ 1.00	C\$ 150.00
2	UNIDADES	Bandejas plasticas	C\$ 18.00	C\$ 36.00
150	UNIDADES	Limón	C\$ 5.00	C\$ 750.00
150	UNIDADES	Empaques para comida	C\$ 4.32	C\$ 648.00
TOTAL DE MP				C\$ 7,330.00

3.3. Plan de Producción

3.3.1 Incremento en la Producción trimestral (1er Año).

Producción (Unidad)	1er Trimestre	2do Trimestre	3er Trimestre	4to Trimestre
Tacos de Pollo	25%	25%	25%	25%
Tacos de Res	25%	25%	25%	25%

La producción en el año de manera trimestral se mantendrá de manera constante una producción del 25% en que se venderá y se producirá de manera porcentual en los productos.

3.3.1 Incremento en la Producción Anual.

Producción (Unidad)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tacos de Pollo	10%	15%	25%	25%	25%
Tacos de Res	10%	15%	25%	25%	25%

La producción de manera anual proyectada en 5 años va a ser que en el año 1 se producirá el 10% de los productos, en el año 2 se producirá el 15% de estos, en el año 3 el 25% y asimismo para el año el cuarto y quinto el 25% de producción de los productos en el mercado para la satisfacción de la demanda. El incremento de la producción anual surge a causa del reconocimiento, popularidad y trayectoria que estará obteniendo el emprendimiento “Mi Tierra Azteca”, todo esto se logrará a través de la puesta en marcha del plan de negocios.

Capacidad Producción	de	Cantidad	Unidad
Capacidad Producción hora	de máxima	1 hora: 15 Tacos. (por el número de personal de Cocineros en este caso 2 colaboradores) Jornada Diaria. Horas Trabajada del día: 10 hrs 10 Horas * 15 Tacos: 150.	Tacos de Pollo, Res, Cerdo y Mixtos.
Capacidad Producción mes	de máxima	28 días * 150 = 4,200.	Tacos de Pollo, Res, Cerdo y Mixtos.
Capacidad Producción año	de máxima	12 Meses = 50,400.	Tacos de Pollo, Res, Cerdo y Mixtos.

Fuente: Elaboración Propia 2023, Datos Obtenidos Según Resultados de Encuestas y Evaluación Financiera.



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES
CURSO DE CULMINACIÓN DE PENSUM PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

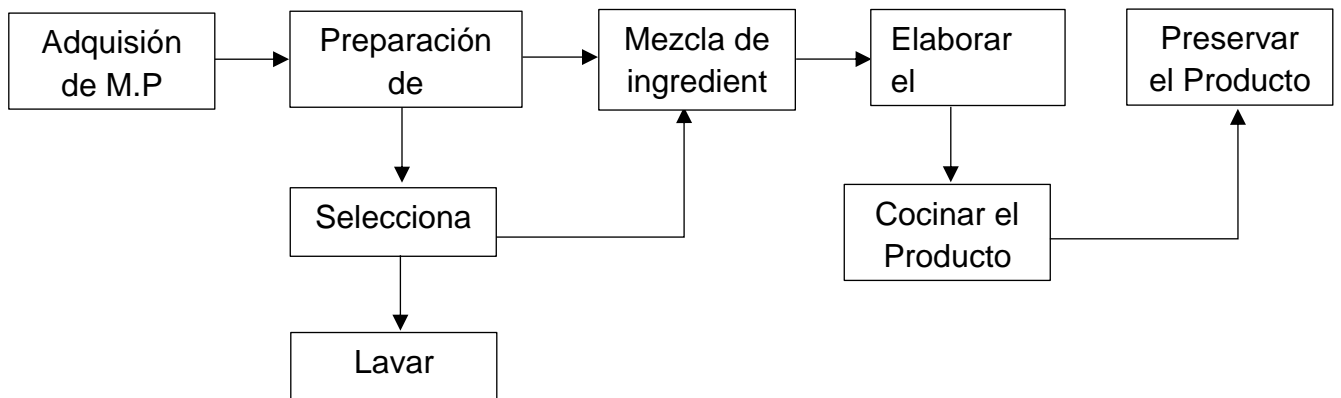
								<i>Prorrateo para tacos Mixto</i>			
Producto	Valor C\$	Lbs	Total C\$	Lbs	Total C\$	GRAN TOTAL MP	COSTO DE MP POR PRODUCTO				
Pollo	70	10	700	2.5	175.00	875.00	1,545.00				
Res	146	10	1460	2.5	365.00	1,825.00	2,305.00				
Cerdo	100	10	1000	2.5	250.00	1,250.00	1,845.00				
					790.00						
					1,635.00	+	5,695.00	=		TOTAL MP	7,330.00

Prorrateo MP							
2.5 lbs X CADA 10 TACOS							
2.5	Pollo		10	}			
2.5	Pollo		10				
2.5	Pollo		10				
2.5	Pollo		10				
2.5	Mixto		10				
12.5							
2.5	Res		10				
2.5	Res		10				
2.5	Res		10				
2.5	Res		10				
2.5	Mixto		10				
12.5							
2.5	Cerdo		10				
2.5	Cerdo		10				
2.5	Cerdo		10				
2.5	Cerdo		10				
2.5	Mixto		10				
12.5							
GRAN TOTAL	37.5		150				

Total de Tacos Producidos			
Pollo	40	10Lbs	
Res	40	10Lbs	
Cerdo	40	10Lbs	
Mixto	30	7.5Lbs	

3.4. Diagrama del Proceso de Producción

Procesos Operativos:



Procesos Comerciales:

- Entender las necesidades del Cliente.
- Desarrollar visión y estrategia de atención.
- Atención en puntos de Contactos.
- Producir y entregar productos y servicios.
- Medir calidad y satisfacción del Cliente.

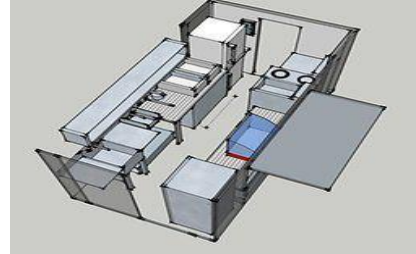
3.5- Flujograma de Procesos: A continuación, se presentará el proceso completo desde la elaboración del producto hasta el consumidor (Cliente).



3.5. Distribución Física de la Planta y del Negocio

La distribución física del Food Truck cuenta con las siguientes características:

- 3,10 largo m x 1,74 ancho m x 1,92 m alto.
- Carrocería monocasco en fibra de vidrio.
- Zócalo externo y detalles de terminación con chapa aluminio.
- Ventana lateral y Portón trasero de 3 hojas.
- Un eje rodado 14"
- Cubiertas y llantas 0 km
- Forrado interior en fibra de vidrio.
- Instalación eléctrica interior
- Barra mostradora
- Rueda de auxilio
- Bandas blancas de los neumáticos
- Piso forrado en goma.
- Paredes internas sin forrar.
- La unidad cuenta con la documentación para su planteamiento.
- Un tanque de agua de 78 litro, estructura de fijación al chasis, kit eléctrico que comprende: bomba 12v, transformador 220/12v, filtro, gabinete y conexión completa del sistema.
- Serpentina de iluminación bombillos color amarillo alrededor del zócalo externo.
- Spot de fotos en la parte trasera del food Truck.



La empresa el mobiliario para que los clientes puedan sentarse y disfrutar de comida. El mobiliario constará de 3 mesas de madera estilo picnic, cada una contiene una hilera de bancas de madera a cada lado.

3.6. Normativas del Área de Producción o Servicio

Las normativas para el área de producción serán las siguientes:

- El gerente de esta área deberá hacer un inventario de manera semanal.
- El área de compras tiene la obligación de revisar que el día que se estipulo la llegada de los productos sea la correcta y que no haya faltantes.
- El encargado de almacén deberá estar pendiente de dar salida con prioridad a los insumos con caducidad próxima.
- Ningún colaborador podrá ingerir alimentos dentro de su área de trabajo ni en horas de trabajo, solo en las áreas asignadas para colaboradores y en hora de comida.
- Cada vez que se entre al food truck se necesitará usar el uniforme especial, así como una limpieza total.
- Está prohibido que el colaborador hable acerca de nuestro plan de trabajo con proveedores y clientes.
- Todo el personal que desempeñe sus labores dentro de la cocina deberá usar los utensilios necesarios para evitar contacto con bacterias y contaminación.
- Queda estrictamente prohibido la entrada al área de producción a toda persona ajena a esta.
- Queda prohibido recibir llamadas a excepción de alguna emergencia.
- Si algún colaborador falta por tres días consecutivos sin previo aviso al gerente, causara despido.

Nota: De no cumplir con alguna o varias de estas reglas, causará despido sin excepción de persona.

CAPITULO IV. ORGANIZACIÓN

4.1 Objetivos

4.1.1. Objetivo General

Desarrollar una estructura óptima para que los trabajadores y asociados puedan desarrollar de manera efectiva el buen funcionamiento del negocio Mi Tierra Azteca.

4.1.2. Objetivos Específicos

Corto Plazo

- Elaborar las funciones y requisitos necesarios para cada puesto y cargo que integran la estructura corporativa de Mi Tierra Azteca.
- Identificar el proceso de integración del personal en relaciones que les permitan desempeñar sus funciones con eficacia.
- Crear una adecuada división de funciones y actividades para promover el trabajo en equipo y el logro de los objetivos del emprendimiento, fomentando el desarrollo en las áreas de producción y ventas.

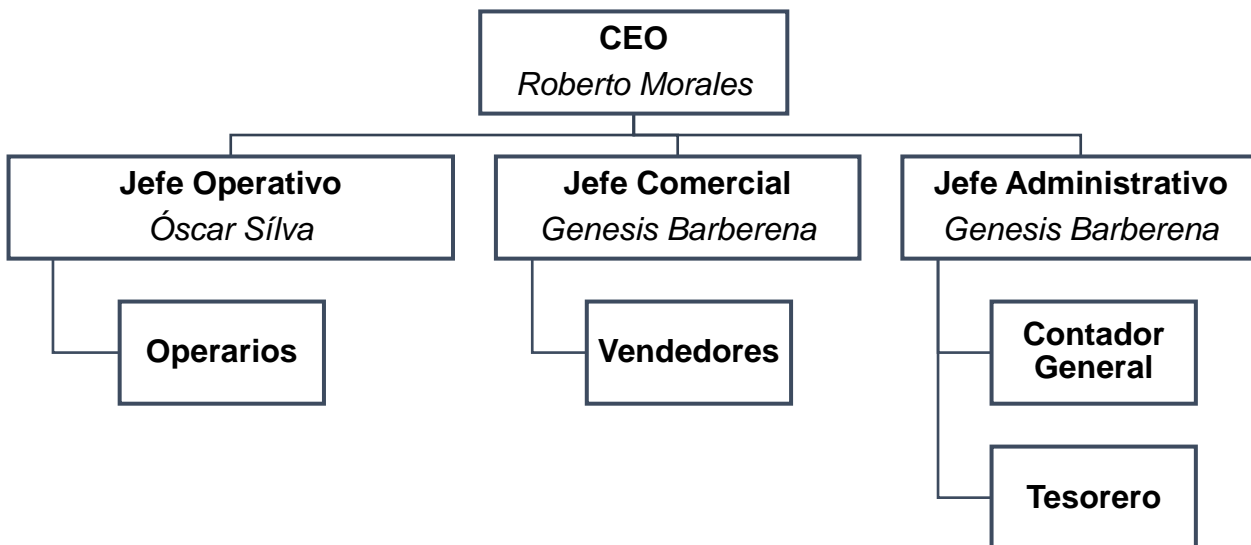
Mediano Plazo

- Evaluar la estructura organizacional del emprendimiento y fortalecerla cuando exista la necesidad de mejorar el buen funcionamiento del negocio.
- Revisar periódicamente la estructura organizativa del emprendimiento para mejorar la funcionalidad de la empresa.

Largo Plazo

- Conservar a todo el personal completamente capacitado para desempeñar con eficacia las funciones asignadas.
- Adaptar fácilmente la estructura organizacional de la empresa a las condiciones cambiantes, asegurando el crecimiento de Mi Tierra Azteca.

4.2 Organigrama del Negocio



4.3 Funciones del Personal

Fichas de cargo			
Puesto	Descripción	Funciones	Aptitudes
Cajero	El cajero del camión de comida rápida debe brindar un servicio de calidad a los comensales durante el proceso de cobro y facturación del servicio. Ser amable, educado y profesional al tratar con los clientes. La ejecución ágil hace que el proceso de cobro sea rápido y eficiente.	<p>Apertura y cierre de caja: esto es importante porque puede hacer que concilie el monto del pago durante su turno y registre todas las ventas.</p> <p>Proceso de cobro: Calcular el importe a pagar por cada mesa, gestionar todos los medios de pago que utiliza el restaurante, facturar pedidos, tramitar devoluciones.</p> <p>Facturación: Realizar un seguimiento de los pedidos o documentos del consumidor y preparar las facturas para los clientes que las necesiten.</p>	<p>-Buena presentación.</p> <p>-Excelentes Habilidades para hablar y escuchar.</p> <p>-Habilidades matemáticas básicas.</p> <p>-Saber manejar múltiples procesos simultáneamente y trabajar bajo presión.</p>

Fuente: Elaboración propia 2023

Fichas de cargo			
Puesto	Descripción	Funciones	Aptitudes
Cocineros	Los cocineros se encargan de la preparación, responsabilidad del uso de porciones establecidas para la preparación de los alimentos, orden y limpieza en el área.	Determinar la cantidad de ingredientes a comprar según la previsión de consumo hecha por la dirección, Control de cantidad y calidad de insumos, control de stock semanal e informe de este, Preparación de comida, cocción y entrega al cliente, Cumplimiento del tiempo de preparación establecido por dirección, Limpieza de zona de trabajo una vez concluida la tarea.	Responsable, comprometido, buena actitud, iniciativa, proactividad.

Fuente: Elaboración propia 2023

4.4 Descripción del Proceso de Captación de Personal

Análisis e identificación de las necesidades de la empresa:

La empresa requiere contratar la cantidad de 3 cocineros los cuales atenderán la parte de producción del negocio, recepción de pedido, cocina y entrega de pedidos. De igual manera se necesita una persona encargada de caja y facturación.

4.4.1. Proceso de Reclutamiento

- ✓ Reclutamiento del personal: El proceso de reclutamiento del personal de producción se hará por medio de una página llamada CompuTrabajo en la cual se publicará la oferta de empleo y en la misma el obtenemos el proceso de recepción de hojas de vida. Este tipo de reclutamiento es activo.

4.4.2. Proceso de Selección

- ✓ Recepción de vacantes: analizar el perfil de cada persona solicitante para posteriormente continuar con el proceso.
- ✓ Pruebas y trabajos de preselección: una vez seleccionados los candidatos estos deberán pasar una serie de pruebas con el objetivo de comprobar que reúnen las habilidades y competencias necesarias para el puesto que hay que cubrir. Estas pruebas pueden estar formadas por test psicotécnicos, role playings u otro tipo de técnicas.
- ✓ Entrevistas: en esta fase del proceso se expondrá el perfil del puesto también sus condiciones de trabajo y salario.

Descripción de puestos vacantes

Cocinero:

Nivel de estudio Mínimo: Secundaria aprobada.

Experiencia Mínima: de uno a dos años de experiencia en cocina.

Requisitos: Persona ordenada, comprometida, buen trato al cliente, capacidad de resolución de problemas, con disponibilidad de horario.

Tipo de contrato: de duración indeterminada.

Jornada Laboral: lunes a sábado de 11:00 am a 8:00 pm

Salario: C\$ 9,000.00

Descriptor de Puesto:

- Determinar la cantidad de ingredientes a comprar periódicamente, según la previsión de consumo hecha por la dirección.
- Control de cantidad y calidad de insumos, control de stock semanal e informe de este.
- Preparación de comida, cocción y entrega al cliente.
- Cumplimiento del tiempo de preparación establecido por dirección.
- Limpieza de zona de trabajo una vez concluida la tarea.
 - ✓ Decisión después de la valoración: al finalizar las entrevistas, es necesario hacer las valoraciones oportunas de todos los candidatos.
 - ✓ Contactar, informar y contratar al candidato elegido.
 - ✓ Incorporación del empleado: luego de firmar contrato se continuará con acompañamiento y seguimiento al empleado durante los primeros días, se le informará sobre el reglamento y valores de la empresa.



Cajero:

Nivel de estudio Mínimo: Secundaria aprobada.

Experiencia Mínima: dos a tres años en puestos similares

Requisitos: Persona ordenada, comprometida, buen trato al cliente, capacidad de resolución de problemas, con disponibilidad de horario.

Tipo de contrato: de duración indeterminada.

Jornada Laboral: lunes a sábado de 11:30 am a 8:00 pm

Salario: C\$10,000.00

Descriptor de puesto:

- Recibir órdenes de los clientes y posteriormente entregarlas a producción.
- Recepcionar, entregar y custodiar dinero en efectivo.
- Manejo de Excel avanzado (requerido).
- Facturación.
- Arqueo de caja una vez finalizadas las tareas.

4.4.3. Proceso de Contratación

La contratación de personal es el cierre de la fase de reclutamiento y selección y la formalización de la entrada del candidato como empleado. Se trata del momento final en el que firma el contrato y se aplican los ajustes legales necesarios.

Dicho lo cual, hay factores a tener en cuenta. No solo los aspectos legales, sino la negociación sobre el contrato de trabajo en sí mismo.

En el proceso de contratación de personal pueden firmar:

- El escogido tiene que ser mayor de edad 18 años o más.
- Una persona con menos de 18 años, pero emancipado legalmente.
- El mayor de 16 y menor de 18 pero que sus padres o su tutor legal se lo permitan.
- Extranjeros cuando su legislación sea aplicable.

Periodo de prueba (1 día).

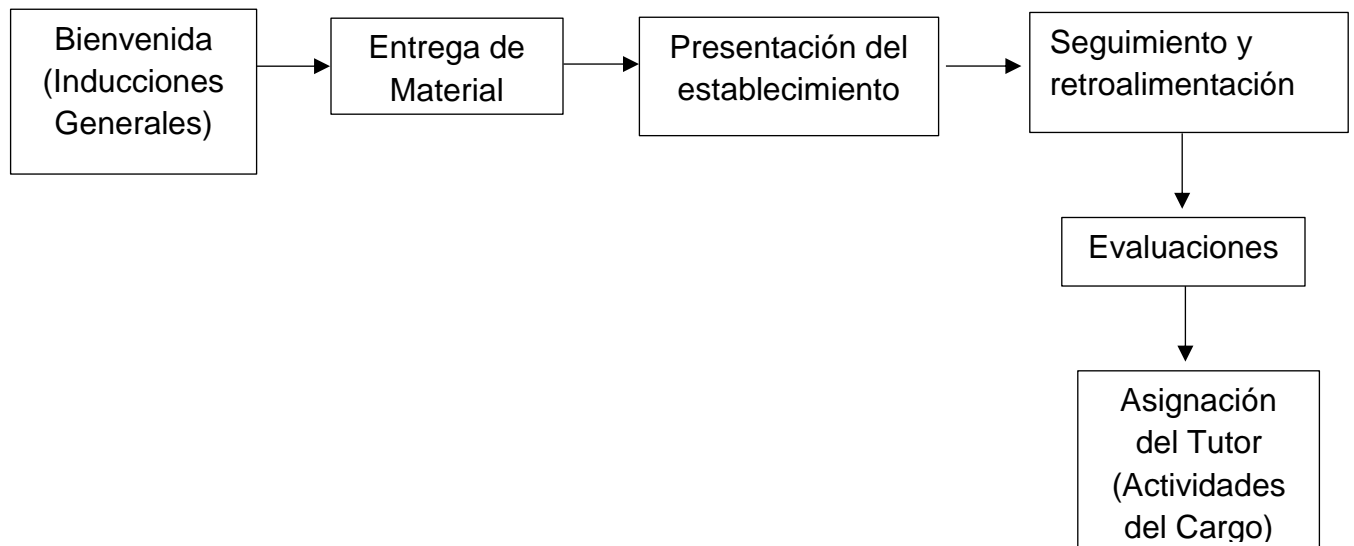
El objetivo del periodo de prueba es comprobar que, efectivamente, el personal que se va a incorporar durante los procesos de contratación de personal reúne las características idóneas para el puesto ofertado.

4.5. Descripción de Programa de Inducción y Proceso de Evaluación de Desempeño

En todo proceso selectivo la inducción y la capacitación deben marcar el inicio de una relación exitosa tanto en el ámbito trabajador y empleador como en el ámbito de la productividad y competitividad.

Como parte de la inducción que ofrece Mi Tierra Azteca esta brinda información y explicación amplia sobre la historia de la misma, objetivos, horarios, días de pago, entre otros datos. La Inducción tiene como propósito facilitar el ajuste del nuevo empleado a la organización tanto formal como informalmente. De una manera formal: la organización desea que el empleado se vuelva productivo con la mayor rapidez posible por eso el empleado necesita saber específicamente lo que significa el puesto; de una manera informal: el empleado es recibido de una manera amistosa con sus compañeros.

Proceso de Inducción:



La **evaluación de desempeño** se ha convertido en una herramienta estratégica dentro de las empresas. Beneficia al trabajador, que tiene la posibilidad de detectar sus fortalezas y debilidades para crecer como profesional. Y, por supuesto, a la organización que obtiene la información necesaria para realizar una mejor gestión de su capital humano y lograr, así, sus objetivos de negocio.

En el libro "La gestión de los Recursos Humanos" (2007) de S.L. Dolan, R. Valle Cabrera, S. E. Jackson y R.S. Schuler, la evaluación del rendimiento se define como: "un procedimiento estructural y sistemático para medir, evaluar e influir sobre los atributos, comportamientos y resultados relacionados con el trabajo, con el fin de descubrir en qué medida es productivo el empleado, y si podrá mejorar su rendimiento futuro".

Proceso de Evaluación de Desempeño:

- a.** Definir el Puesto: Asegurar que el supervisor y el subordinado estén de acuerdo en las responsabilidades y criterios de desempeño del puesto.

- b.** Evaluar el desempeño en función del puesto: Incluye algún tipo de calificación en relación con una escala definida previamente.
 - b.1 Definir qué ítems se van a evaluar
 - b.1 Medir competencias y objetivos

- c.** Retroalimentación: Comentar el desempeño y el progreso del subordinado.

No obstante, MI TIERRA AZTECA tiene en cuenta los siguientes elementos y/o Instrumento al momento de la Evaluación de desempeño de su personal:

Criterio	Definición
Habilidades y conocimientos	Capacidades manuales o intelectuales que tiene para realizar un procedimiento. Experiencia en el saber hacer y no de tiempo en el puesto.
Técnicas	Acciones ordenadas y sistematizadas dirigidas hacia el logro de objetivos concretos.
Estrategias	Capacidades intelectuales para establecer, dirigir y ordenar los conocimientos con el fin de llegar a determinadas metas.
Manejo de Tareas	Comprender interrelaciones complejas, entender sistemas, monitorear y corregir desempeños, mejorar o diseñar sistemas.
Competencia	Cómo es capaz de utilizar conocimientos para realizar tareas, y desarrollar sus propias habilidades.
Productividad	Cantidad de trabajo producido y al volumen de trabajo.
Calidad para el trabajo	Habilidades y conocimientos que el trabajador desarrolla en el área laboral.
Trabajo en equipo / Relaciones Interpersonales / Competencias colaborativas, interpersonales, administrativas	Solicita participación de todo nivel en el desarrollo de las acciones de la organización y desarrolla estrategias en relación con sus colegas y supervisados. Relación con el entorno donde cada individuo aprende más del que aprendería por sí solo, es capaz de iniciar y mantener relaciones y coordinarse con otras personas, enseñar, desplegar liderazgo y negociar.
Iniciativa - Autonomía	Capacidad para emprender acciones, crear oportunidades y mejorar resultados, con autorresponsabilidad y autodirección
Tolerancia a la presión	Habilidad para seguir trabajando con eficacia bajo presión de tiempo.
Liderazgo	La manera en que la persona consigue que un grupo haga lo que debe de hacer en la consecución de las metas establecidas.
Responsabilidad	Percepción que se tiene para decidir la alternativa más viable según la consideración de las personas en la organización.
Motivación	Percepción del personal para la consecución de las metas personales y laborales.
Comunicación	Capacidad de lograr transmitir información de manera clara.
Valores	Principios, virtudes o cualidades que caracterizan a la persona, que se consideran positivos o de gran importancia para la empresa porque favorece al logro de sus objetivos.

Fuente: Elaboración Propia 2023 – Extraída de Excel.

CAPITULO V. ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO

5.1 Objetivos del Área

5.1.1 Objetivo General

Crear un plan de inversión estratégico para alcanzar la finalidad económica de la empresa y generar resultados deseados.

5.1.2 Objetivos Específicos

Corto plazo

- Realizar proyecciones financieras a 3 años para demostrar la factibilidad, rentabilidad y viabilidad del proyecto.
- Efectuar estados financieros proyectados a 3 años para evaluar de manera cuantitativa el resultado de la ejecución de los propósitos planteados.
- Ejecutar la implementación de las obligaciones jurídicas y fiscales pertinentes para la apertura del negocio.

Mediano plazo

- Continuar con plan financiero según el estudio para mantener la rentabilidad del negocio.
- efectuar mensualmente con el correcto registro de los movimientos contables.
- Cumplir con las obligaciones jurídicas y fiscales en tiempo y forma.

Largo plazo

- Continuar con el buen funcionamiento de las finanzas del negocio con proyección al orden y crecimiento de este.

5.2 Definición del Plan de Inversión y las Fuentes de Financiamiento

Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A
Plan de Inversion
Unidad Monetaria : Dollar (U\$ 36.50)

Rubros	Monto	Fondos propios	Financiamiento
1. Inversion fija	22,975.97	1,476.72	21,499.25
1.1 Infraestructura	21,499.25		21,499.25
1.2 Mobiliario y equipo de oficina	736.99	736.99	
1.3 Mobiliario y equipo de ventas	739.73	739.73	
2. Inversion Diferida	6,288.99	6,288.99	
2.1 Estudio de preinversion	250.00	250.00	
2.2 Gastos de organización	200.00	200.00	
2.3 Herramientas y Accesorios	422.11	422.11	
2.4 Reclutamiento y capacitacion de personal	130.00	130.00	
2.5 Gastos de instalación	2,446.88	2,446.88	
2.6 Gastos de Publicidad	240.00	240.00	
2.7 Costos Imprevistos	500.00	500.00	
2.8 Depositos en Garantia	2,100.00	2,100.00	
3 Capital de Trabajo	16,303.46	13,317.28	2,986.18
3.1 Inventarios	9,303.46	6,317.28	2,986.18
3.2 Efectivo	7,000.00	7,000.00	
Inversion Total	45,568.42	21,082.99	24,485.43

Ver anexos **6.2.1 MEMO Plan de Inversión y Fuentes de Financiamientos**



5.3 Clasificación de los Costos y Gastos del Negocio

Mi Tierra Azteca incurrirá en costos y gastos (fijos y variables), los cuales serán destinados a la compra de activos necesarios para dar inicio al proyecto, así como inversiones para la compra de materia prima, garantizando así el inicio y puesta en marcha del emprendimiento.

El cálculo de estos costos y gastos incluye encontrar el punto de equilibrio del proyecto, logrando el volumen mínimo de

Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A

Costos de Venta - Año 1

Del 01 de enero al 31 de diciembre del 2023

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
Tacos de Pollo	2,016.00	2,016.00	2,016.00	2,016.00	2,016.00	2,016.00	2,016.00	2,016.00	2,016.00	2,016.00	2,016.00	2,016.00	24,192.00
Tacos de Res	2,609.60	2,609.60	2,609.60	2,609.60	2,609.60	2,609.60	2,609.60	2,609.60	2,609.60	2,609.60	2,609.60	2,609.60	31,315.20
Tacos de Cerdo	2,251.20	2,251.20	2,251.20	2,251.20	2,251.20	2,251.20	2,251.20	2,251.20	2,251.20	2,251.20	2,251.20	2,251.20	27,014.40
Tacos Mixto	2,370.41	2,370.41	2,370.41	2,370.41	2,370.41	2,370.41	2,370.41	2,370.41	2,370.41	2,370.41	2,370.41	2,370.41	28,444.92
Mano de Obra Directa	494.00	494.00	494.00	494.00	494.00	494.00	494.00	494.00	494.00	494.00	494.00	494.00	5,928.00
Prestaciones Sociales	212.42	212.42	212.42	212.42	212.42	212.42	212.42	212.42	212.42	212.42	212.42	212.42	2,549.04
Energia Electrica	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Agua Potable	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Combustible	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Depreciacion Eq Rodante 80%	179.16	179.16	179.16	179.16	179.16	179.16	179.16	179.16	179.16	179.16	179.16	179.16	2,149.93
Amortizacion de herramientas	11.73	11.73	11.73	11.73	11.73	11.73	11.73	11.73	11.73	11.73	11.73	11.73	140.70
Totales	10,144.52	10,144.52	10,144.52	10,144.52	10,144.52	10,144.52	10,144.52	10,144.52	10,144.52	10,144.52	10,144.52	10,144.52	121,734.19

producción y ventas que permita cubrir los costos fijos y variables.



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES
CURSO DE CULMINACIÓN DE PENSUM PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A

Gastos de Administración - Año 1

Del 01 de enero al 31 de diciembre del 2023

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
Salarios	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	12,600.00
Prestaciones Sociales	451.50	451.50	451.50	451.50	451.50	451.50	451.50	451.50	451.50	451.50	451.50	451.50	5,418.00
Servicios profesionales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Energía Eléctrica	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Agua Potable	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Telecomunicaciones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Papelera y útiles de oficina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Materiales de Limpieza	37.50	-	-	37.50	-	-	37.50	-	-	37.50	-	-	150.00
Mantenimiento	-	-	-	-	-	60.00	-	-	-	-	-	60.00	120.00
Alquiler	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Depreciación infraestructura 20%	44.79	44.79	44.79	44.79	44.79	44.79	44.79	44.79	44.79	44.79	44.79	44.79	537.48
Depreciación mobiliario y equipo de oficina	22.56	22.56	22.56	22.56	22.56	22.56	22.56	22.56	22.56	22.56	22.56	22.56	270.68
Amortización estudios preinversión	6.94	6.94	6.94	6.94	6.94	6.94	6.94	6.94	6.94	6.94	6.94	6.94	83.33
Amortización gastos de organización	5.56	5.56	5.56	5.56	5.56	5.56	5.56	5.56	5.56	5.56	5.56	5.56	66.67
Amortización gastos de reclutamiento	3.61	3.61	3.61	3.61	3.61	3.61	3.61	3.61	3.61	3.61	3.61	3.61	43.33
Amortización gastos de instalación	67.97	67.97	67.97	67.97	67.97	67.97	67.97	67.97	67.97	67.97	67.97	67.97	815.63
Amortización costos imprevistos	13.89	13.89	13.89	13.89	13.89	13.89	13.89	13.89	13.89	13.89	13.89	13.89	166.67
Totales	1,704.32	1,666.82	1,666.82	1,704.32	1,666.82	1,726.82	1,704.32	1,666.82	1,666.82	1,704.32	1,666.82	1,726.82	20,271.79

Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A

Gastos de Venta - Año 1

Del 01 de enero al 31 de diciembre del 2023

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
Salarios	274.00	274.00	274.00	274.00	274.00	274.00	274.00	274.00	274.00	274.00	274.00	274.00	3,288.00
Prestaciones Sociales	117.82	117.82	117.82	117.82	117.82	117.82	117.82	117.82	117.82	117.82	117.82	117.82	1,413.84
Energía Eléctrica	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Agua Potable	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Telecomunicaciones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Publicidad	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	240.00
Impuesto municipal - Cuota Fija	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	98.52
Depreciación mobiliario y equipo de ventas	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	105.68
Amortización gastos de publicidad	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	80.00
Totales	435.50	435.50	435.50	435.50	435.50	435.50	435.50	435.50	435.50	435.50	435.50	435.50	5,226.04

Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A

Gastos Financieros - Año 1

Del 01 de enero al 31 de diciembre del 2023

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
Intereses	489.71	480.29	470.68	460.88	450.89	440.69	430.30	419.69	408.87	397.83	386.58	375.10	5,211.52



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES
CURSO DE CULMINACIÓN DE PENSUM PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A

Costos de Venta - Año 2

Del 01 de enero al 31 de diciembre del 2024

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
Compra de repuestos	2,257.92	2,257.92	2,257.92	2,257.92	2,257.92	2,257.92	2,257.92	2,257.92	2,257.92	2,257.92	2,257.92	2,257.92	27,095.04
Compra de accesorios	2,922.75	2,922.75	2,922.75	2,922.75	2,922.75	2,922.75	2,922.75	2,922.75	2,922.75	2,922.75	2,922.75	2,922.75	35,073.02
Compra de insumos para servicios	2,521.34	2,521.34	2,521.34	2,521.34	2,521.34	2,521.34	2,521.34	2,521.34	2,521.34	2,521.34	2,521.34	2,521.34	30,256.13
Compra de Motos	2,091.60	1,814.40	1,814.40	1,814.40	1,814.40	1,814.40	1,814.40	1,814.40	1,814.40	1,814.40	1,814.40	1,814.40	22,050.00
Mano de Obra Directa	553.28	553.28	553.28	553.28	553.28	553.28	553.28	553.28	553.28	553.28	553.28	553.28	6,639.36
Prestaciones Sociales	237.91	237.91	237.91	237.91	237.91	237.91	237.91	237.91	237.91	237.91	237.91	237.91	2,854.92
Energia Electrica	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Agua Potable	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Combustible	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Depreciacion infraestructura 80%	179.16	179.16	179.16	179.16	179.16	179.16	179.16	179.16	179.16	179.16	179.16	179.16	2,149.93
Amortizacion de herramientas	11.73	11.73	11.73	11.73	11.73	11.73	11.73	11.73	11.73	11.73	11.73	11.73	140.70
Totales	10,775.69	10,498.49	10,498.49	10,498.49	10,498.49	10,498.49	10,498.49	10,498.49	10,498.49	10,498.49	10,498.49	10,498.49	126,259.10

Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A

Gastos de Administración - Año 2

Del 01 de enero al 31 de diciembre del 2024

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
Salarios	840.00	840.00	840.00	840.00	840.00	840.00	840.00	840.00	840.00	840.00	840.00	840.00	10,080.00
Prestaciones Sociales	361.20	361.20	361.20	361.20	361.20	361.20	361.20	361.20	361.20	361.20	361.20	361.20	4,334.40
Servicios profesionales	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Energia Electrica	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Agua Potable	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Combustible	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Papeleria y utiles de oficina	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Materiales de Limpieza	40.50	0.00	0.00	40.50	0.00	0.00	40.50	0.00	0.00	40.50	0.00	0.00	162.00
Mantenimiento	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	65.40	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	65.40	130.80
Alquiler	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Depreciacion infraestructura 20%	44.79	44.79	44.79	44.79	44.79	44.79	44.79	44.79	44.79	44.79	44.79	44.79	537.48
Depreciacion mobiliario y equipo de oficina	22.56	22.56	22.56	22.56	22.56	22.56	22.56	22.56	22.56	22.56	22.56	22.56	270.68
Amortizacion estudios preinversión	6.94	6.94	6.94	6.94	6.94	6.94	6.94	6.94	6.94	6.94	6.94	6.94	83.33
Amortización gastos de organización	5.56	5.56	5.56	5.56	5.56	5.56	5.56	5.56	5.56	5.56	5.56	5.56	66.67
Amortización gastos de reclutamiento	3.61	3.61	3.61	3.61	3.61	3.61	3.61	3.61	3.61	3.61	3.61	3.61	43.33
Amortizacion gastos de instalacion	67.97	67.97	67.97	67.97	67.97	67.97	67.97	67.97	67.97	67.97	67.97	67.97	815.63
Amortización costos imprevistos	13.89	13.89	13.89	13.89	13.89	13.89	13.89	13.89	13.89	13.89	13.89	13.89	166.67
Totales	1,407.02	1,366.52	1,366.52	1,407.02	1,366.52	1,431.92	1,407.02	1,366.52	1,366.52	1,407.02	1,366.52	1,431.92	16,690.99



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES
CURSO DE CULMINACIÓN DE PENSUM PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A

Gastos de Venta - Año 2

Del 01 de enero al 31 de diciembre del 2024

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
Salarios	306.88	306.88	306.88	306.88	306.88	306.88	306.88	306.88	306.88	306.88	306.88	306.88	3,682.56
Prestaciones Sociales	131.96	131.96	131.96	131.96	131.96	131.96	131.96	131.96	131.96	131.96	131.96	131.96	1,583.50
Energia Electrica	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Agua Potable	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Combustible	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Publicidad	610.40	21.80	21.80	21.80	21.80	21.80	21.80	21.80	21.80	21.80	21.80	43.60	872.00
Impuesto municipal - Cuota fija	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	98.52
Depreciacion mobiliario y equipo de ventas	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	105.68
Amortizacion gastos de publicidad	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	80.00
Totales	1,072.92	484.32	484.32	484.32	484.32	484.32	484.32	484.32	484.32	484.32	484.32	506.12	6,422.26

Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A

Gastos Financieros - Año 2

Del 01 de enero al 31 de diciembre del 2024

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
Intereses	363.39	351.44	339.26	326.83	314.15	301.23	288.04	274.58	260.86	246.87	232.59	218.03	3517.28



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES
CURSO DE CULMINACIÓN DE PENSUM PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A

Costos de Venta - Año 3

Del 01 de enero al 31 de diciembre del 2025

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
Compra de repuestos	2,528.87	2,528.87	2,528.87	2,528.87	2,528.87	2,528.87	2,528.87	2,528.87	2,528.87	2,528.87	2,528.87	2,528.87	30,346.44
Compra de accesorios	3,273.48	3,273.48	3,273.48	3,273.48	3,273.48	3,273.48	3,273.48	3,273.48	3,273.48	3,273.48	3,273.48	3,273.48	39,281.79
Compra de insumos para servicios	2,823.91	2,823.91	2,823.91	2,823.91	2,823.91	2,823.91	2,823.91	2,823.91	2,823.91	2,823.91	2,823.91	2,823.91	33,886.86
Compra de Motos	2,091.60	1,814.40	1,814.40	1,814.40	1,814.40	1,814.40	1,814.40	1,814.40	1,814.40	1,814.40	1,814.40	1,814.40	22,050.00
Mano de Obra Directa	619.67	619.67	619.67	619.67	619.67	619.67	619.67	619.67	619.67	619.67	619.67	619.67	7,436.08
Prestaciones Sociales	266.46	266.46	266.46	266.46	266.46	266.46	266.46	266.46	266.46	266.46	266.46	266.46	3,197.52
Energia Electrica (20%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Agua Potable (60%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Telecomunicaciones (10%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Depreciacion infraestructura 80%	179.16	179.16	179.16	179.16	179.16	179.16	179.16	179.16	179.16	179.16	179.16	179.16	2,149.93
Amortizacion de herramientas y accesorios	11.73	11.73	11.73	11.73	11.73	11.73	11.73	11.73	11.73	11.73	11.73	11.73	140.70
Totales	11,794.88	11,517.68	11,517.68	11,517.68	11,517.68	11,517.68	11,517.68	11,517.68	11,517.68	11,517.68	11,517.68	11,517.68	138,489.32

Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A

Gastos de Administración - Año 3

Del 01 de enero al 31 de diciembre del 2025

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
Salarios	940.80	940.80	940.80	940.80	940.80	940.80	940.80	940.80	940.80	940.80	940.80	940.80	11,289.60
Prestaciones Sociales	404.54	404.54	404.54	404.54	404.54	404.54	404.54	404.54	404.54	404.54	404.54	404.54	4,854.53
Servicios profesionales	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Energia Electrica (50%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Agua Potable (25%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Telecomunicaciones (50%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Papeleria y utiles de oficina	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Materiales de Limpieza	43.74	0.00	0.00	43.74	0.00	0.00	43.74	0.00	0.00	43.74	0.00	0.00	174.96
Mantenimiento	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	71.29	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	71.29	142.57
Alquiler	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Depreciacion infraestructura 20%	44.79	44.79	44.79	44.79	44.79	44.79	44.79	44.79	44.79	44.79	44.79	44.79	537.48
Depreciacion mobiliario y equipo de oficina	5.43	5.43	5.43	5.43	5.43	5.43	5.43	5.43	5.43	5.43	5.43	5.43	65.21
Amortizacion estudios preinversión	6.94	6.94	6.94	6.94	6.94	6.94	6.94	6.94	6.94	6.94	6.94	6.94	83.33
Amortización gastos de organización	5.56	5.56	5.56	5.56	5.56	5.56	5.56	5.56	5.56	5.56	5.56	5.56	66.67
Amortización gastos de reclutamiento	3.61	3.61	3.61	3.61	3.61	3.61	3.61	3.61	3.61	3.61	3.61	3.61	43.33
Amortizacion gastos de instalacion	67.97	67.97	67.97	67.97	67.97	67.97	67.97	67.97	67.97	67.97	67.97	67.97	815.63
Amortización costos imprevistos	13.89	13.89	13.89	13.89	13.89	13.89	13.89	13.89	13.89	13.89	13.89	13.89	166.67
Totales	1,537.28	1,493.54	1,493.54	1,537.28	1,493.54	1,564.82	1,537.28	1,493.54	1,493.54	1,537.28	1,493.54	1,564.82	18,239.97



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES
CURSO DE CULMINACIÓN DE PENSUM PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A

Gastos de Venta - Año 3

Del 01 de enero al 31 de diciembre del 2025

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
Salarios	343.71	343.71	343.71	343.71	343.71	343.71	343.71	343.71	343.71	343.71	343.71	343.71	4,124.47
Prestaciones Sociales	147.79	147.79	147.79	147.79	147.79	147.79	147.79	147.79	147.79	147.79	147.79	147.79	1,773.52
Energia Electrica (30%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Agua Potable (15%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Telecomunicaciones (40%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Publicidad	665.34	23.76	23.76	23.76	23.76	23.76	23.76	23.76	23.76	23.76	23.76	23.76	950.48
Impuesto municipal - cuota fija	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	98.52
Depreciacion mobiliario y equipo de ventas	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	8.81	105.68
Amortizacion gastos de publicidad	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	80.00
Totales	1,180.52	538.94	538.94	538.94	538.94	538.94	538.94	538.94	538.94	538.94	538.94	562.71	7,132.66

Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A

Gastos Financieros - Año 3

Del 01 de enero al 31 de diciembre del 2025

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
Intereses	203.18	188.03	172.58	156.82	140.74	124.34	107.62	90.56	73.16	55.41	37.30		1349.74



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES
CURSO DE CULMINACIÓN DE PENSUM PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

5.4 Estados Financiero

Los estados financieros son muy importantes porque permiten diagnosticar fortalezas y debilidades en el ámbito financiero, los estados financieros toman ese rol de mostrar toda la información necesaria para las tomas de dediciones a través de los rubros que integran estos informes financieros. Por lo que “Mi Tierra Azteca” ha elabora un pronóstico de estados financieros para un periodo de 3 años, el cual ayudará a determinar el desarrollo del proyecto. Al hacerlo, la empresa logra resultados económicos y financieros futuros para sus operaciones.

5.4.1 Flujo de Efectivo

Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A

Presupuesto de Caja (En dolares) - Año 1
Del 01 de enero al 31 de diciembre del 2023

Concepto	Mes 0	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
Ingresos														
Saldo inicial en caja		7,000.01	7,453.54	8,364.85	8,855.89	9,524.22	10,429.50	9,951.54	10,825.35	12,946.52	13,652.35	14,105.88	14,596.92	-
Fondos Propios	21,082.99													21,082.99
Financiamiento	24,485.43													24,485.43
Ingresos por ventas		12,872.33	13,292.60	12,872.33	13,087.12	13,286.58	12,872.33	13,292.60	14,502.47	13,087.12	12,872.33	12,872.33	16,830.82	161,740.96
Total de Ingresos	45,568.42	19,872.34	20,746.15	21,237.18	21,943.01	22,810.79	23,301.83	23,244.14	25,327.81	26,033.64	26,524.68	26,978.21	31,427.74	207,309.37
Egresos														
Inversion Fija	22,975.96													22,975.96
Inversion Diferida	6,288.99													6,288.99
Capital de Trabajo - Inventario Inicial	9,303.46													9,303.46
Tacos de Pollo		2,016.00	2,016.00	2,016.00	2,016.00	2,016.00	2,016.00	2,016.00	2,016.00	2,016.00	2,016.00	2,016.00	2,016.00	24,192.00
Tacos de Res		2,609.60	2,609.60	2,609.60	2,609.60	2,609.60	2,609.60	2,609.60	2,609.60	2,609.60	2,609.60	2,609.60	2,609.60	31,315.20
Tacos de Cerdo		2,251.20	2,251.20	2,251.20	2,251.20	2,251.20	2,251.20	2,251.20	2,251.20	2,251.20	2,251.20	2,251.20	2,251.20	27,014.40
Tacos Mixto		2,370.41	2,370.41	2,370.41	2,370.41	2,370.41	2,370.41	2,370.41	2,370.41	2,370.41	2,370.41	2,370.41	2,370.41	28,444.92
Salarios		1,818.00	1,818.00	1,818.00	1,818.00	1,818.00	1,818.00	1,818.00	1,818.00	1,818.00	1,818.00	1,818.00	1,818.00	21,816.00
Seguro social e INATEC		327.24	327.24	327.24	327.24	327.24	327.24	327.24	327.24	327.24	327.24	327.24	327.24	3,926.88
Vacaciones		-	-	-	-	-	909.00	-	-	-	-	-	-	909.00
Treceavo mes		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,666.50	1,666.50
Servicios profesionales		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Energia Electrica		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Agua Potable		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Combustible		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Papelera y utiles de oficina		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Materiales de Limpieza		37.50	-	-	37.50	-	-	37.50	-	-	37.50	-	-	150.00
Publicidad		20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	240.00
Mantenimiento		-	-	-	-	-	60.00	-	-	-	-	-	-	60.00
Alquiler		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Impuesto municipal - Cuota fija		8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	8.21	98.52
Amortizacion prestamo e intereses		960.63	960.63	960.63	960.63	960.63	960.63	960.63	960.63	960.63	960.63	960.63	960.63	11,527.60
Total de Egresos	38,568.41	12,418.79	12,381.29	12,381.29	12,418.79	12,381.29	13,350.29	12,418.79	12,381.29	12,381.29	12,418.79	12,381.29	15,016.79	190,898.43
Saldo Final Disponible	7,000.01	7,453.54	8,364.85	8,855.89	9,524.22	10,429.50	9,951.54	10,825.35	12,946.52	13,652.35	14,105.88	14,596.92	16,410.95	16,410.95



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES
CURSO DE CULMINACIÓN DE PENSUM PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A

Presupuesto de Caja (En dolares) - Año 2

Del 01 de enero al 31 de diciembre del 2024

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
Ingresos													
Saldo inicial en caja	\$16,410.95	\$18,304.36	\$21,728.94	\$24,649.62	\$27,787.33	\$31,204.69	\$33,209.88	\$36,593.96	\$41,469.17	\$44,647.38	\$47,527.56	\$50,448.23	\$16,410.95
Ingresos por ventas	\$15,433.92	\$15,937.83	\$15,433.92	\$15,691.46	\$15,930.60	\$15,433.92	\$15,937.83	\$17,388.46	\$15,691.46	\$15,433.92	\$15,433.92	\$20,180.16	\$193,927.41
Total de Ingresos	\$31,844.87	\$34,242.19	\$37,162.87	\$40,341.08	\$43,717.93	\$46,638.61	\$49,147.71	\$53,982.42	\$57,160.63	\$60,081.31	\$62,961.48	\$70,628.39	\$210,338.36
Egresos													
Compra de repuestos	\$2,257.92	\$2,257.92	\$2,257.92	\$2,257.92	\$2,257.92	\$2,257.92	\$2,257.92	\$2,257.92	\$2,257.92	\$2,257.92	\$2,257.92	\$2,257.92	\$27,095.04
Compra de accesorios	\$2,922.75	\$2,922.75	\$2,922.75	\$2,922.75	\$2,922.75	\$2,922.75	\$2,922.75	\$2,922.75	\$2,922.75	\$2,922.75	\$2,922.75	\$2,922.75	\$35,073.02
Compra de insumos para servicios	\$2,521.34	\$2,521.34	\$2,521.34	\$2,521.34	\$2,521.34	\$2,521.34	\$2,521.34	\$2,521.34	\$2,521.34	\$2,521.34	\$2,521.34	\$2,521.34	\$30,256.13
Compra de Motos	\$2,091.60	\$1,814.40	\$1,814.40	\$1,814.40	\$1,814.40	\$1,814.40	\$1,814.40	\$1,814.40	\$1,814.40	\$1,814.40	\$1,814.40	\$1,814.40	\$22,050.00
Salarios	\$1,700.16	\$1,700.16	\$1,700.16	\$1,700.16	\$1,700.16	\$1,700.16	\$1,700.16	\$1,700.16	\$1,700.16	\$1,700.16	\$1,700.16	\$1,700.16	\$20,401.92
Seguro social e INATEC	\$306.03	\$306.03	\$306.03	\$306.03	\$306.03	\$306.03	\$306.03	\$306.03	\$306.03	\$306.03	\$306.03	\$306.03	\$3,672.35
Vacaciones						\$850.08						\$850.08	\$1,700.16
Treceavo mes												\$1,709.98	\$1,709.98
Servicios profesionales	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Energia Electrica	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Agua Potable	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Combustible	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Papeleria y utiles de oficina	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Agua Potable	\$40.50	\$0.00	\$0.00	\$40.50	\$0.00	\$0.00	\$40.50	\$0.00	\$0.00	\$40.50	\$0.00	\$0.00	\$162.00
Publicidad	\$610.40	\$21.80	\$21.80	\$21.80	\$21.80	\$21.80	\$21.80	\$21.80	\$21.80	\$21.80	\$21.80	\$43.60	\$872.00
Mantenimiento	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$65.40	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$65.40	\$130.80
Alquiler	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Impuesto municipal - Cuota fija	\$8.21	\$8.21	\$8.21	\$8.21	\$8.21	\$8.21	\$8.21	\$8.21	\$8.21	\$8.21	\$8.21	\$8.21	\$98.52
Impuestos sobre la renta	\$120.96	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$120.96
Amortizacion prestamo e intereses	\$960.63	\$960.63	\$960.63	\$960.63	\$960.63	\$960.63	\$960.63	\$960.63	\$960.63	\$960.63	\$960.63	\$960.63	\$11,527.60
Total de Egresos	\$13,540.51	\$12,513.25	\$12,513.25	\$12,553.75	\$12,513.25	\$13,428.73	\$12,553.75	\$12,513.25	\$12,513.25	\$12,553.75	\$12,513.25	\$15,160.51	\$154,870.48
Saldo Final Disponible	\$18,304.36	\$21,728.94	\$24,649.62	\$27,787.33	\$31,204.69	\$33,209.88	\$36,593.96	\$41,469.17	\$44,647.38	\$47,527.56	\$50,448.23	\$55,467.88	\$55,467.88



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES
CURSO DE CULMINACIÓN DE PENSUM PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A

Presupuesto de Caja (En dolares) - Año 3

Del 01 de enero al 31 de diciembre del 2025

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
Ingresos													
Saldo inicial en caja	\$55,467.88	\$59,209.48	\$64,638.75	\$69,463.83	\$74,553.95	\$79,974.55	\$83,776.26	\$89,161.78	\$96,330.34	\$101,464.21	\$106,245.55	\$111,070.63	\$55,467.88
Ingresos por ventas	\$18,505.27	\$19,109.46	\$18,505.27	\$18,814.06	\$19,100.79	\$18,505.27	\$19,109.46	\$20,848.76	\$18,814.06	\$18,505.27	\$18,505.27	\$24,196.01	\$232,518.96
Total de Ingresos	\$73,973.15	\$78,318.94	\$83,144.02	\$88,277.89	\$93,654.75	\$98,479.83	\$102,885.71	\$110,010.54	\$115,144.41	\$119,969.48	\$124,750.82	\$135,266.63	\$287,986.84
Egresos													
Compra de repuestos	\$2,528.87	\$2,528.87	\$2,528.87	\$2,528.87	\$2,528.87	\$2,528.87	\$2,528.87	\$2,528.87	\$2,528.87	\$2,528.87	\$2,528.87	\$2,528.87	\$30,346.44
Compra de accesorios	\$3,273.48	\$3,273.48	\$3,273.48	\$3,273.48	\$3,273.48	\$3,273.48	\$3,273.48	\$3,273.48	\$3,273.48	\$3,273.48	\$3,273.48	\$3,273.48	\$39,281.79
Compra de insumos para servicios	\$2,823.91	\$2,823.91	\$2,823.91	\$2,823.91	\$2,823.91	\$2,823.91	\$2,823.91	\$2,823.91	\$2,823.91	\$2,823.91	\$2,823.91	\$2,823.91	\$33,886.86
Compra de Motos	\$2,091.60	\$1,814.40	\$1,814.40	\$1,814.40	\$1,814.40	\$1,814.40	\$1,814.40	\$1,814.40	\$1,814.40	\$1,814.40	\$1,814.40	\$1,814.40	\$22,050.00
Salarios	\$1,904.18	\$1,904.18	\$1,904.18	\$1,904.18	\$1,904.18	\$1,904.18	\$1,904.18	\$1,904.18	\$1,904.18	\$1,904.18	\$1,904.18	\$1,904.18	\$22,850.15
Seguro social e INATEC	\$342.75	\$342.75	\$342.75	\$342.75	\$342.75	\$342.75	\$342.75	\$342.75	\$342.75	\$342.75	\$342.75	\$342.75	\$4,113.03
Vacaciones						\$952.09						\$952.09	\$1,904.18
Treceavo mes												\$1,887.18	\$1,887.18
Servicios profesionales	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Energia Electrica	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Agua Potable	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Telecomunicaciones	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Papeleria y utiles de oficina	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Materiales de Limpieza	\$43.74	\$0.00	\$0.00	\$43.74	\$0.00	\$0.00	\$43.74	\$0.00	\$0.00	\$43.74	\$0.00	\$0.00	\$174.96
Publicidad	\$665.34	\$23.76	\$23.76	\$23.76	\$23.76	\$23.76	\$23.76	\$23.76	\$23.76	\$23.76	\$23.76	\$23.76	\$950.48
Mantenimiento	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$71.29	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$71.29	\$142.57
Alquiler	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Impuesto municipal - Cuota fija	\$8.21	\$8.21	\$8.21	\$8.21	\$8.21	\$8.21	\$8.21	\$8.21	\$8.21	\$8.21	\$8.21	\$8.21	\$98.52
Impuesto sobre la renta	\$120.96	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$120.96
Amortizacion prestamo e intereses	\$960.63	\$960.63	\$960.63	\$960.63	\$960.63	\$960.63	\$960.63	\$960.63	\$960.63	\$960.63	\$960.63	\$960.63	\$11,527.60
Total de Egresos	\$14,763.67	\$13,680.19	\$13,680.19	\$13,723.93	\$13,680.19	\$14,703.57	\$13,723.93	\$13,680.19	\$13,680.19	\$13,723.93	\$13,680.19	\$16,614.51	\$169,334.72
Saldo Final Disponible	\$59,209.48	\$64,638.75	\$69,463.83	\$74,553.95	\$79,974.55	\$83,776.26	\$89,161.78	\$96,330.34	\$101,464.21	\$106,245.55	\$111,070.63	\$118,652.12	\$118,652.12

5.4.2 Estado de Resultados

Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A

Estado de Resultados

Al 31 de diciembre del 2023

	Ingresos por ventas	161,740.96
Menos	<u>Costo de venta</u>	
	Costo de venta	121,734.19
	Total del Costo de venta	121,734.19
	Utilidad bruta	40,006.77
Menos	<u>Gastos de operación</u>	
	Gastos de administración	20,271.79
	Gastos de venta	5,226.04
	Gastos financieros	5,211.52
	Total de gastos de operación	30,709.34
	Utilidad antes del IR	9,297.43
Menos	Impuesto sobre la renta	120.96
	Utilidad del ejercicio	9,176.47

Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A

Estado de Resultados

Al 31 de diciembre del 2024

	Ingresos por ventas	193,927.41
Menos	<u>Costo de venta</u>	
	Costo de producción	126,259.10
	Total del Costo de venta	<u>126,259.10</u>
	Utilidad bruta	67,668.30
Menos	<u>Gastos de operación</u>	
	Gastos de administración	16,690.99
	Gastos de venta	6,422.26
	Gastos financieros	<u>3,517.28</u>
	Total de gastos de operación	<u>26,630.53</u>
	Utilidad antes del IR	41,037.78
Menos	Impuesto sobre la renta	<u>120.96</u>
	Utilidad del ejercicio	<u>40,916.82</u>

Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A

Estado de Resultados
Al 31 de diciembre del 2025

	Ingresos por ventas	232,518.96
Menos	<u>Costo de venta</u>	
	Costo de producción	<u>138,489.32</u>
	Total del Costo de venta	<u>138,489.32</u>
	Utilidad bruta	94,029.64
Menos	<u>Gastos de operación</u>	
	Gastos de administración	18,239.97
	Gastos de venta	7,132.66
	Gastos financieros	<u>1,349.74</u>
	Total de gastos de operación	<u>26,722.38</u>
	Utilidad antes del IR	<u>67,307.27</u>
Menos	Impuesto sobre la renta	<u>120.96</u>
	Utilidad del ejercicio	<u>67,186.31</u>



5.4.3 Balance General

Balance General Inicial

Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A
BALANCE INICIAL

Al 31 de Diciembre del 2023

ACTIVO		PASIVO	
Activo Circulante		Pasivo Circulante	
Efectivo en Caja	7,000.00	Prestamos por Pagar a C/P	6,316.08
Inventario	9,303.46		
Gastos pagados por anticipado	16,303.46		
ACTIVO FIJO		Pasivo Fijo	
Equipo Rodante	21,499.25	Préstamos por Pagar a L/P	18,169.35
Mobiliario y equipo de oficina	736.99		
Mobiliario y equipo de ventas	739.73		
	22,975.96	TOTAL PASIVO	24,485.43
ACTIVO DIFERIDO			
Gastos pagados por anticipado	4,188.99		
OTROS ACTIVOS		CAPITAL	
Deposito en Garantía	2,100.00	Capital Social	21,082.99
TOTAL ACTIVOS	45,568.41		45,568.41
Elaborado Por		Revisado Por	Autorizado Por



Año 1

Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A

Balance General
Al 31 de Diciembre del 2023

ACTIVO			PASIVO		
Activo Circulante			Pasivo Circulante		
Efectivo en Caja	16,410.95		Gastos acumulados por pagar	1,969.50	
Inventario	9,303.46	25,714.40	Prestamos por Pagar a C/P	8,010.32	
			Impuestos por pagar	120.96	10,100.78
ACTIVO FIJO			Pasivo Fijo		
Eq Rodante	21,499.25		Prestamos por Pagar a L/P	10,159.02	10,159.02
Mobiliario y equipo de oficina	736.99				
Mobiliario y equipo de ventas	739.73				
Menos: Depreciacion Acumulada	3,063.77	19,912.20			
			TOTAL PASIVO		20,259.81
ACTIVO DIFERIDO			CAPITAL		
Gastos pagados por anticipado		2,792.66	Capital Social	21,082.99	
			Utilidad del Ejercicio	9,176.47	
OTROS ACTIVOS			Total de Capital		30,259.45
Deposito en Garantía		2,100.00			
			TOTAL PASIVO Y CAPITAL		50,519.26
TOTAL ACTIVOS		50,519.26			
Elaborado Por			Revisado Por		Autorizado Por



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES
CURSO DE CULMINACIÓN DE PENSUM PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

Año 2

Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A

Balance General Año 2
Al 31 de Diciembre del 2024

ACTIVO			PASIVO		
Activo Circulante			Pasivo Circulante		
Efectivo en Caja	55,467.88		Gastos acumulados por pagar	3,659.84	
Inventario	9,303.46	64,771.34	Prestamos por Pagar a C/P	10,159.02	
			Impuestos por pagar	120.96	13,939.82
ACTIVO FIJO			Pasivo Fijo		
Eq Rodante	21,499.25		Prestamos por Pagar a L/P		-
Mobiliario y equipo de oficina	736.99				
Mobiliario y equipo de ventas	739.73				
Menos: Depreciacion Acumulada	6,127.53	16,848.43			
	-				
			TOTAL PASIVO		13,939.82
ACTIVO DIFERIDO			CAPITAL		
Gastos pagados por anticipado		1,396.33	Capital Social	21,082.99	
			Utilidad acumulada	9,176.47	
			Utilidad del Ejercicio	40,916.82	
			Total de Capital		71,176.27
OTROS ACTIVOS					
Deposito en Garantía		2,100.00			
TOTAL ACTIVOS		85,116.10	TOTAL PASIVO Y CAPITAL		85,116.10

Elaborado Por	Revisado Por	Autorizado Por
----------------------	---------------------	-----------------------



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES
CURSO DE CULMINACIÓN DE PENSUM PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

Año 3

Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A

Balance General Año 3
Al 31 de Diciembre del 2025

ACTIVO			PASIVO		
Activo Circulante			Pasivo Circulante		
Efectivo en Caja	118,652.12		Gastos acumulados por pagar	5,562.18	
Inventario	9,303.46	127,955.58	Prestamos por Pagar a C/P		
			Impuestos por pagar	120.96	5,683.14
 ACTIVO FIJO			 Pasivo Fijo		
Eq Rodante	21,499.25		Prestamos por Pagar a L/P	-	-
Mobiliario y equipo de oficina	736.99				
Mobiliario y equipo de ventas	739.73				
Menos: Depreciacion Acumulada	8,985.82	13,990.14			
	-		TOTAL PASIVO		5,683.14
 ACTIVO DIFERIDO			 CAPITAL		
Gastos pagados por anticipado		0.00	Capital Social	21,082.99	
 OTROS ACTIVOS			Utilidad acumulada	50,093.29	
Deposito en Garantía		2,100.00	Utilidad del Ejercicio	67,186.31	
			Total de Capital		138,362.58
TOTAL ACTIVOS		144,045.72	TOTAL PASIVO Y CAPITAL		144,045.72
Elaborado Por			Revisado Por		
			Autorizado Por		

5.4.4 Determinación del Punto de Equilibrio

El punto de Equilibrio es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio. Debido a que es aquel punto de actividad en donde no existe ganancia ni pérdidas.

INGRESOS = COSTOS

También llamado apalancamiento cero es una herramienta estratégica clave a la hora de determinar la solvencia de un Negocio y su nivel de rentabilidad.

Conocer el punto de Equilibrio de MI TIERRA AZTECA permite percibir el nivel o volumen de ventas en donde los ingresos son iguales a los costos y así, saber cuánto es lo que tenemos que vender para cubrir nuestros costos y cuanto es lo que tenemos que vender para obtener ganancias de dicha idea de negocio, a continuación, se presentara el Punto de Equilibrio proyectado a tres años conforme a la siguiente tabla de Resume:

Cedula de Resumen Punto de Equilibrio en Cuanto a Cantidad de Producto

Descripción	Año I	Año II	Año III
Tacos de Pollo	11	10	9
Tacos de Res	8	8	7
Tacos de Cerdo	10	9	8
Tacos Mixto	8	7	7

Cedula de Resumen Punto de Equilibrio en Cuanto a Precio de Producto

Descripción	Año I	Año II	Año III
Tacos de Pollo	28	28	28
Tacos de Res	28	28	28
Tacos de Cerdo	28	28	28
Tacos Mixto	28	28	28

Ver anexos **6.2.2 MEMO Punto de Equilibrio**

5.5 Evaluación Financiera

El plan de negocio del emprendimiento “Mi Tierra Azteca”, garantiza un flujo de liquidez positivo, obteniendo una utilidad neta acumulada de US\$ 117,279.60, lo que indica que al lograr esta liquidez obtenida se recupera la inversión inicial.

Calculando el VANF del emprendimiento “Mi Tierra Azteca”, de acuerdo al indicador de evaluación, se obtiene un flujo positivo de US\$ 33,846.03, lo cual indica que el plan de negocios es esencialmente viable y factible; de igual manera se obtiene una tasa interna de retorno (TIR) de 59.50%, la cual es ligeramente superior a la tasa de corte del 24.30%, resultando la viabilidad del proyecto.

Ver anexos **6.2.3 MEMO Evaluación Financiera**

5.6 Obligaciones Jurídicas y Fiscales

Apertura de matrícula de negocios.

Cualquier persona natural o jurídica que se dedique a una actividad económica (negocio) dentro del Municipio de Managua y por el cual lleve los registros contables correspondientes, está en la obligación de matricularse ante la Alcaldía, conforme lo establece el Arto. 3 del P.A.V. (Plan de Arbitrios Vigente).

Todo Contribuyente debe efectuar la apertura de matrícula de negocio por registro contable en el momento que inicie operaciones.

- **Puede realizar este trámite:**

Puede realizar este trámite cualquier persona natural o jurídica con cédula de identidad o poder notarial que lo facilite a realizar las gestiones pertinentes.

- **Requisitos para este trámite (Cuota Fija):**

- Estar solvente con sus tributos municipales (IBI, rodamiento, etc.).
- Fotocopia de No. RUC y/o Cédula de Identidad del Contribuyente
- Poder Especial Notariado y fotocopia de Cédula de Identidad (si actúa en representación del Contribuyente)
- Para las actividades de Bares, Restaurantes, Casinos, Billares, Servicios de diversión y esparcimiento, Pensión-Hospedaje, negocios que vendan licor servido y otras actividades similares, requieren presentar RESOLUCION de la Policía Nacional y Dictamen Ambiental.
- Talleres en general y actividades afines, requieren del Dictamen Ambiental, así como otra serie de actividades económicas según orientaciones de la Dirección General de Medio Ambiente y Urbanismo de la Alcaldía de Managua, conforme Tabla elaborada para tal fin.

- Las Farmacias y Laboratorios deben presentar la correspondiente Constancia del MINSA.
- Los negocios instalados en áreas verdes de la Alcaldía deben presentar el correspondiente Contrato de Arriendo.
- Monto a pagar de acuerdo a la actividad que ejerce.

Registro de Único Contribuyente (RUC) en la dirección general de ingreso

Registro Único de Contribuyente (RUC), es un registro que identifica a las empresas dentro del país en cuestión.

- **Requisitos Cédula RUC Persona Jurídica**

Toda Persona Jurídica para efectos de su inscripción debe acudir a la Administración de Renta más cercana al domicilio donde realizara su actividad económica, presentar carta de solicitud de inscripción dirigida al Administrador de Renta y completar el formulario de inscripción proporcionado gratuitamente, adjuntándole los siguientes requisitos:

1. Fotocopia certificada de acta constitutiva y estatus debidamente inscritos en el Registro mercantil.
2. Documentos de identificación del Representante Legal de la persona jurídica que se inscribe, considerando lo siguiente:
 - a. Nacionales: Cédula de Identidad Ciudadana, de acuerdo a lo establecido en el literal f) del artículo 4, de la Ley N° 152 Ley de Identificación Ciudadana.
 - b. Nacionales residentes en el exterior: Pasaporte y/o Cédula de Residencia en el extranjero, en base al artículo 1 de la Ley N° 514 Ley de Reforma a la Ley N° 152, Ley de Identificación Ciudadana.

- c. Extranjeros: Pasaporte extendido por la autoridad competente de su país de nacionalidad, de conformidad a lo establecido en Artos. 87, 89 y 213 de la Ley N° 761, Ley General de Migración y Extranjería; Arto. 65, inciso 2 y Arto. 69, inciso 1.3 de su reglamento. La Cédula de residencia permanente condición 1 (A TRABAJAR) queda de manera opcional, o sea si la persona solicita que la inscriban con dicho documento.
3. Documento que hace constar el domicilio fiscal del Representante Legal y de la Empresa que se inscribe pudiendo ser al menos una de las siguientes facturas de servicios básicos: agua, luz, teléfono o bien el contrato de arriendo del inmueble.

En caso de que las facturas mencionadas no estén a nombre del solicitante, debe presentar "Declaración Notarial", indicando las generales de ley (nombre, estado civil, oficio, dirección domiciliar, dirección del negocio o empresa y la dirección para oír notificaciones). Sobre manera.
4. Fotocopia de Cedula de Identidad de los Miembros de la Junta Directiva (si éstos fueran extranjeros presentar fotocopia de pasaporte y Cedula de Residencia categoría 1 emitida por Migración y Extranjería).
5. Cuando la inscripción es en el Dpto. de Managua, pagar un arancel de:
 - a. C\$ 505.00 córdobas cuando el monto del capital social sea menor a los cincuenta mil córdobas C\$ 50,000.00.
 - b. El 1% sobre el capital social mayor a los cincuenta mil córdobas netos.
6. Cuando la inscripción es en el resto de Dptos. Pagar un arancel de:
 - a. C\$ 500.00 córdobas cuando el monto del capital social sea menor a los cincuenta mil córdobas C\$ 50,000.00
 - b. El 1% sobre el capital social mayor a los cincuenta mil córdobas netos.
7. Si la inscripción la realiza una tercera persona, deberá presentar original y copia de Poder Especial y fotocopia de Cedula de Identidad.



Licencia Sanitaria

Requisitos

- Solicitud por escrito a la alcaldía (Unidad de Medio Ambiente).
- Carta de medio ambiente.
- Fotocopia de cedula.
- Numero de celular.
- Actividad comercial.
- Inspección técnica.
- Pago de aranceles.

CAPITULO VI. ANEXOS

6.1 Análisis e interpretación de los resultados.

Una vez aplicado los instrumentos de recolección de la información, se procedió a realizar el procedimiento correspondiente para el análisis de este respecto a la información que arrojará será la que indique las conclusiones a las cuales llega la investigación, por cuanto mostrará la percepción que poseen los habitantes del distrito cinco de la capital Managua, Nicaragua.

- **Datos personales.**

1. Genero

Genero
400 respuestas

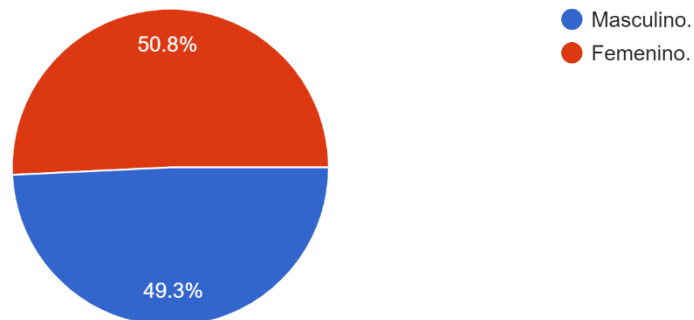
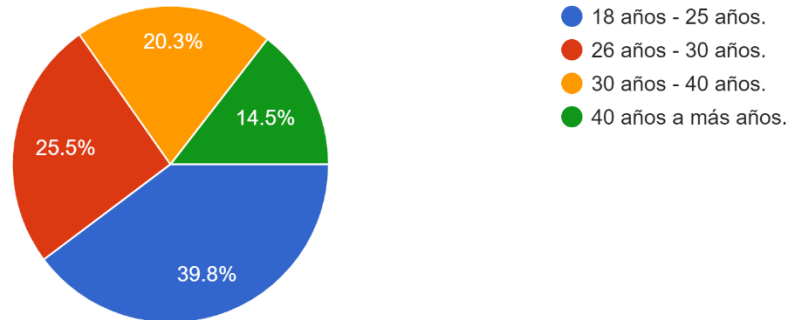


Gráfico No.1 porcentaje de genero de la población

El porcentaje que prevalece correspondiente al género de las personas encuestadas es femenino ocupando un 50.8% de la población encuestada.

2. Edad

Edad
400 respuestas



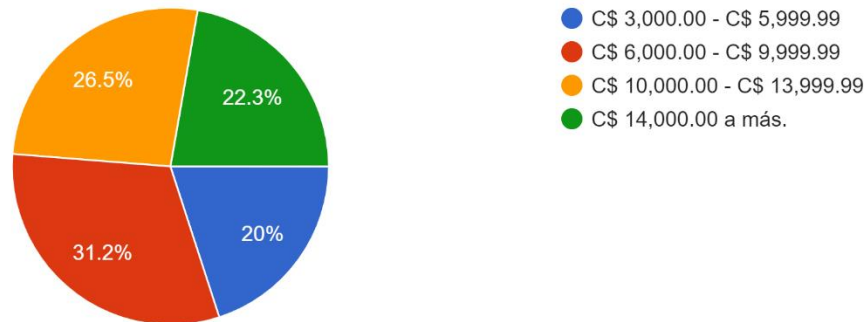
Con relación a la edad de las personas encuestadas, se aprecia que en las edades comprendidas de 18 – 25 años poseen un 39.8% donde se concentra la mayor cantidad de personas potenciales adquirientes del producto, en segundo lugar, se ubica con un 25.5% el segundo grupo de persona con más presencia en dicha encuesta de 26 – 30 años, en tercer punto se encuentra el grupo de personas que comprende a la edad de 30 – 40 años 20.3%.

Por último, encontramos el grupo de personas con más de 40 años, el cual tiene un 14.5% de la población de la investigación lo que representa el grupo con menor cantidad de integrantes.

3. Ingreso mensual

Ingreso mensual

400 respuestas



El porcentaje de ingresos que prevalece en encuesta es entre el rango de C\$ 6,000.00 – C\$ 9,999.99 ocupando un porcentaje del 31.2% de las personas encuestadas, se observa que en segundo plano se encuentra el rango de C\$ 10,000.00 – C\$ 13,999.99 ocupando un porcentaje del 26.5% de las personas encuestadas.

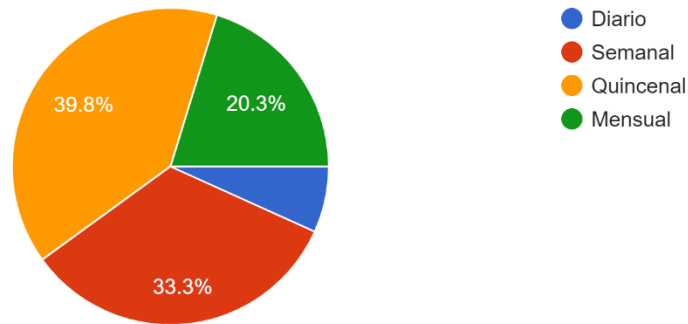
Los rangos con menor porcentaje son ingresos mensuales de C\$ 14,000 a más con 22.3% y de C\$ 3,000.00 – C\$ 5,999.99 con un porcentaje de 20% dentro de las personas encuestadas.

Estos resultados motivan a que buena parte de la población encuesta está dentro de la capacidad de adquisición para el producto ofertado.

- **Información**

1. ¿Con qué frecuencia sueles comer fuera de casa?. Restaurantes, establecimientos de comida rápida, puestos de comida, etc.

400 respuestas

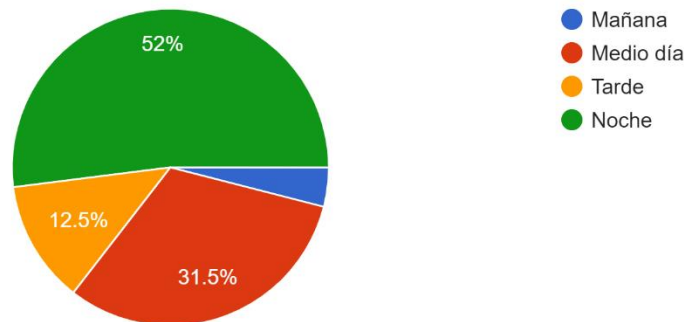


Siguiendo el análisis de los ítems en esta oportunidad se observa como un 39.8% de la población encuestada frecuenta comer fuera de casa de manera quincenal, quedando las demás opciones que son positivas con un rango de 33.3% este corresponde a las personas encuestadas que frecuentan comer fuera de casa de manera semanal.

Siendo los rangos más bajos según la población un 20.3% come fuera de casa mensualmente y 6.6% diariamente siendo el porcentaje minoritario un total del 26.9% de la población encuestada.

2. ¿En qué horario consume comida rápida?

400 respuestas

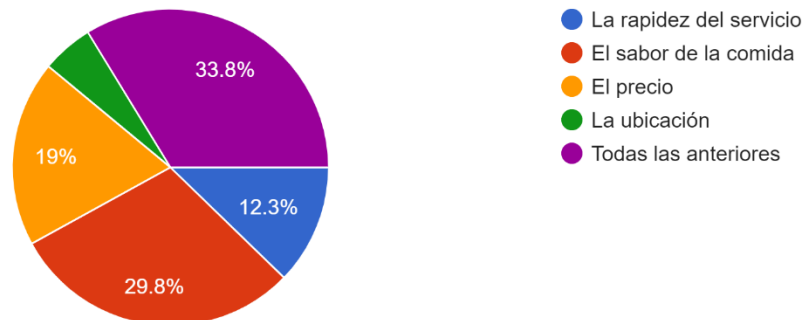


Un 52% de los encuestados respondió que consume comida rápida en horario nocturno y otro 31.5% consume a horas del mediodía, la percepción de este ítem nos avala el horario que se tiene estipulado para ejercer el servicio de comida rápida.

Siendo el índice más bajo de 4% de la población encuestada, estos consumen comida rápida por la mañana y el otro 12.5% en horario de la tarde.

3. ¿Qué elementos influyen en la elección de un establecimiento de comida rápida?

400 respuestas



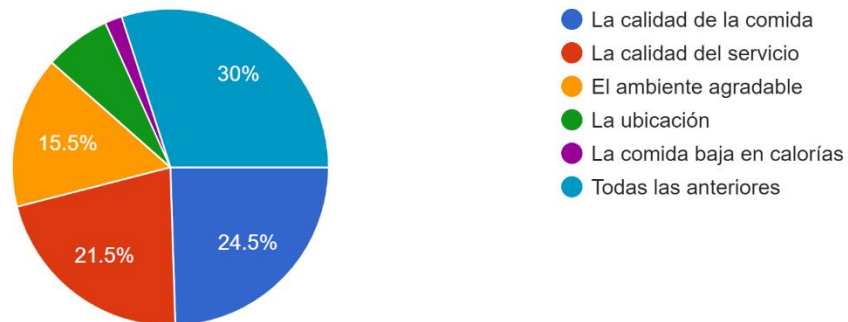
La apreciación obtenida en este ítem fue de que un 33.8% de las personas encuestadas están de acuerdo que las cuatro opciones manifestadas en la encuesta son influyentes para elegir donde consumir comida rápida, estas son: la rapidez del servicio, el sabor de la comida, el precio y la ubicación.

No obstante, un 29.8% piensa que la razón más importante para escoger donde consumir comida rápida es el sabor de la comida.

El 19% indica que lo más importante es el precio, 12.3% de las personas manifestó que lo más importante es la rapidez en el servicio y escasamente para un 5.1% la ubicación es lo más importante.

4. ¿Por qué regresaría usted a un food truck (carro de comida)?

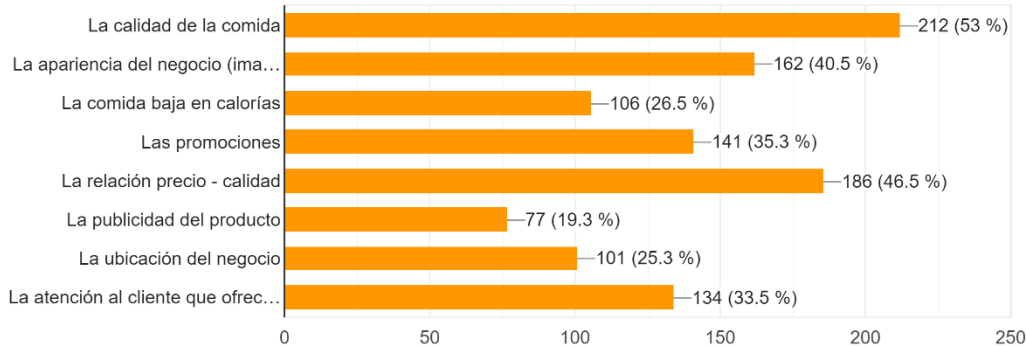
400 respuestas



El 30% de los encuestados indican que la razón por la que ellos regresarían a consumir en un food truck son las 5 razones propuestas en la encuesta estas son, la calidad de la comida, la calidad del servicio, el ambiente agradable, la ubicación y la comida baja en calorías por otra parte el 24.5% de la población indicó que la razón por la cual regresarían es la calidad de la comida teniendo este resultado semejanza con el punto anterior.

5. De las siguientes características seleccione las 3 más importantes para usted al momento de escoger un producto de comida rápida

400 respuestas

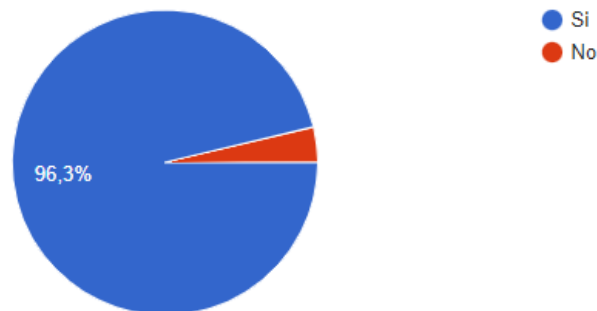


Luego de observar las diversas opciones que contiene el ítem se concluyó que las tres principales fueron:

- 1) La calidad de la comida (212 personas sobre la muestra).
- 2) La relación precio – calidad (186 personas sobre la muestra).
- 3) La apariencia del negocio (162 personas sobre la muestra).

6. ¿Le gusta la gastronomía mexicana?

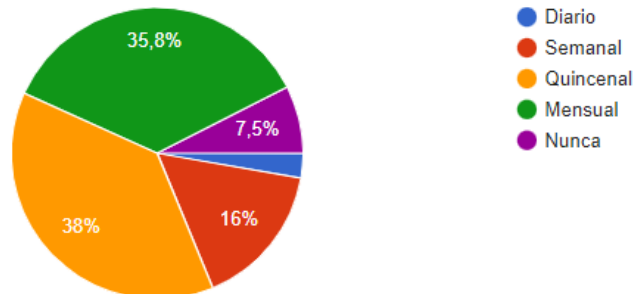
400 respuestas



El 96.3% de los encuestados indican y afirman que les gusta la gastronomía mexicana, mientras que el 3.7% aseguran que no tienen interés por la gastronomía mexicana.

7. ¿Con que frecuencia consume comida mexicana?

400 respuestas

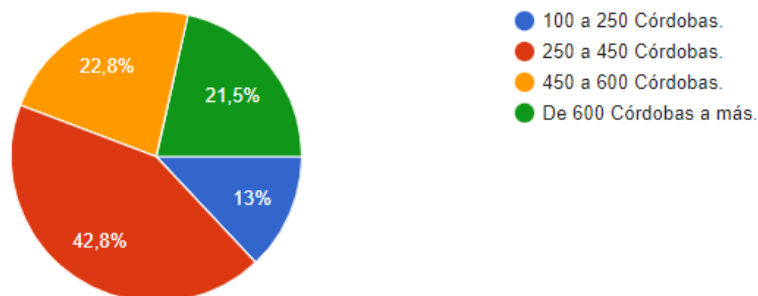


El 38% de los encuestados afirman que la frecuencia con la que consumen comida mexicana es de manera quincenal, por otra parte, el 35,8% consumen mensualmente, de igual manera el 16% indicó que consumen comida mexicana semanalmente.

Siendo los índices más bajos 2,8% personas que consumen comida mexicana diariamente y el 7,5% nunca han consumido comida mexicana.

8. ¿A cuánto asciende los gastos que realiza en estos establecimientos?

400 respuestas

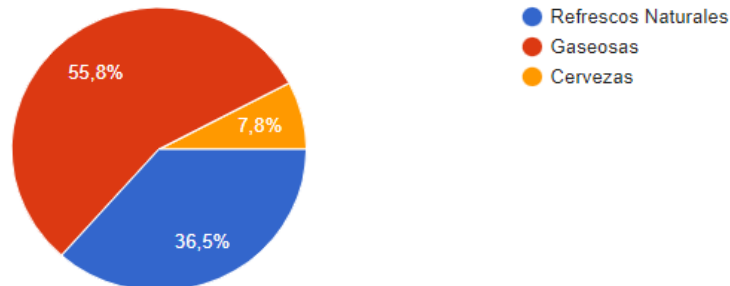


El 42,8% de los encuestados indican que los gastos que realizan en estos establecimientos ascienden de 250 a 450 córdobas, por otra parte, el 22,8% afirman que gastan de 450 a 600 córdobas.

Los rangos con menor porcentaje son gastos de 600 córdobas a más con el 21,5% y de 100 a 250 córdobas con el 13% de los encuestados.

9. ¿Cuándo consume comida rápida con que bebidas suele acompañarla?

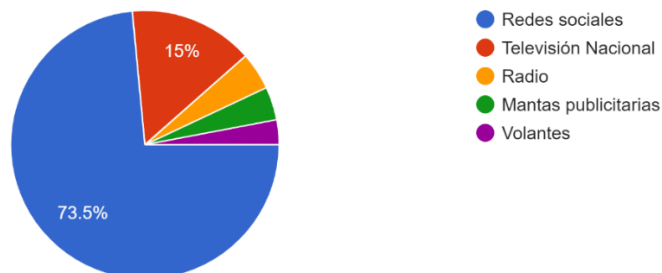
400 respuestas



El 55.8% de los encuestados indican que la bebida con la que acompañan su comida rápida es la gaseosa, por otro lado, el 36.5% seleccionaron la opción de refrescos naturales. La bebida que menos preferencia tiene son las cervezas, esto según lo refleja el grafico con el 7.8% de los encuestados.

10. ¿A través de qué medio de comunicación se informa o busca acerca de lanzamientos de nuevos locales de comidas?

400 respuestas

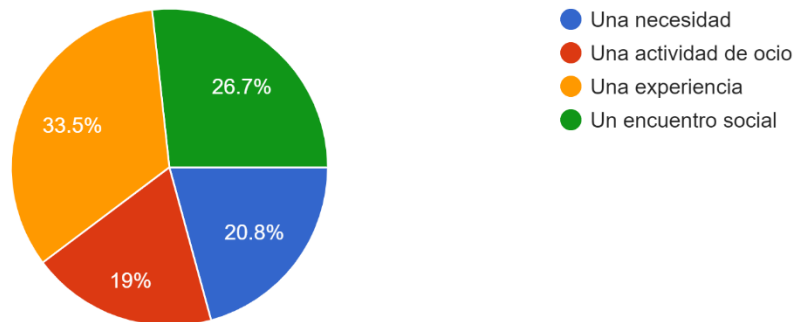


El 73.5% de la población encuestada demostró que el medio de comunicación con el que más empatizan son las redes sociales, dando a conocer cuál sería el canal principal para la promoción del negocio.

15% de los encuestados expresan que se enteran de nuevos lanzamientos de negocios a través de la televisión nacional.

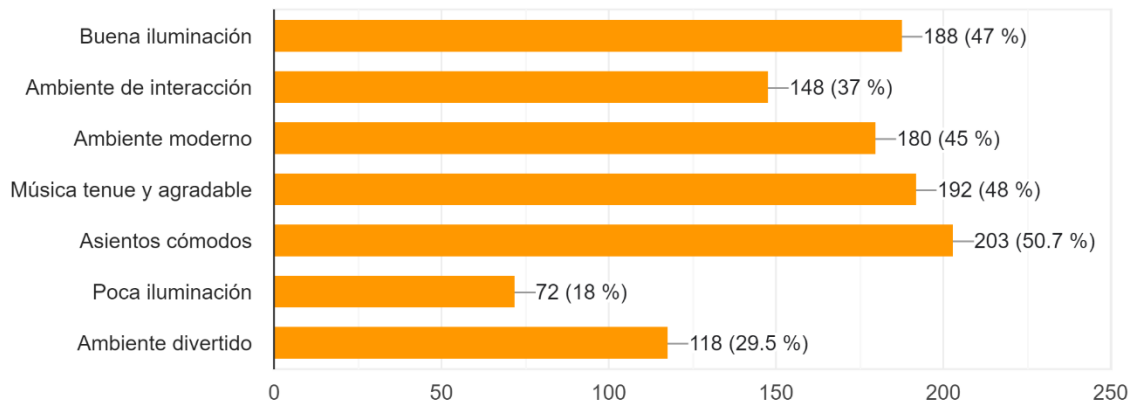
Siendo los porcentajes más bajos de este ítem 4.5% (radio), 4% (mantas publicitarias), y 3% (volantes).

11. Considera que sus salidas a comer a un food truck (camión de comida) son:
400 respuestas



Se observa que un 33.5% de los encuestados considera el comer en un food truck como una experiencia, el 26.7% lo considera como un encuentro social, el 20.8% considera esta actividad como una necesidad. Siendo el porcentaje del ítem menos favorables un 19% de la población encuestada.

12. Con respecto a las instalaciones, elija 3 opciones que le gustaría encontrar en un food truck (camión de comida) temático:
400 respuestas



Las tres opciones más elegidas en este ítem fueron:

- 4) Asientos cómodos (203 personas sobre la muestra).
- 5) Música tenue y agradables (192 personas sobre la muestra).
- 6) Buena iluminación (188 personas sobre la muestra).

6.2 Memorias de Cálculos de Estudio Económico – Financiero

6.2.1 MEMO Plan de Inversión y Fuentes de Financiamientos

1. Inversion Fija						
1.1 Equipos Rodantes						
Descripcion	U/M	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Tiempo de Depreciación	Amortizacion Anual
Food Truck	und	1	21,499.25	21,499.25	8	2,687.41
Sub-Total				\$ 21,499.25		2,687.41

1. Inversion Fija						
1.1 Mobiliario y Equipo						
Descripcion	U/M	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Tiempo de Depreciación	Depreciacion Anual
Mesas	und	3	63.01	189.04	5	37.81
Equipo de sonido	und	1	136.99	136.99	5	27.40
Laptop	und	1	301.37	301.37	2	150.68
Caja registradora	und	1	109.59	109.59	2	54.79
Sub-Total				\$ 736.99		270.68
						65.21

1. Inversion Fija						
1.2 Maquinaria						
Descripcion	U/M	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Tiempo de Depreciación	Amortizacion Anual
Cocina	und	1	301.37	301.37	7	43.05
Refrigeradora	und	1	438.36	438.36	7	62.62
Sub-Total				\$ 739.73		105.68

2. Inversion diferida			
2.1 Estudio de Preinversion			
Descripción	Valor	Tiempo de amortizacion	Amortizacion anual
Estudios	250.00	3	83.33
Total	250.00		83.33

2. Inversion Diferida			
2.2 Gastos de Organización			
Descripción	Valor	Tiempo de amortizacion	Amortizacion anual
Organización y constitucion legal	200.00	3	66.67
Total	200.00		66.67

2. Inversion Diferida			
2.3 Herramientas y accesorios			
Descripción	Valor	Tiempo de amortización	Amortización anual
Guantes	10.14	3	3.38
Licadora	63.00	3	21.00
Microondas	99.97	3	33.32
Gorros descartables	10.00	3	3.33
Tinas plásticas	24.00	3	8.00
Cuchillos	62.00	3	20.67
Cucharas	41.00	3	13.67
Platos	57.00	3	19.00
Vasos	55.00	3	18.33
Total	422.11		140.70

2. Inversion Diferida			
2.4 Reclutamiento y capacitacion de personal			
Descripción	Valor	Tiempo de amortizacion	Amortizacion anual
Gastos de reclutamiento y capacitación	130.00	3	43.33
Total	130.00		43.33

2. Inversion Diferida			
2.5 Gastos de instalacion			
Descripción	Valor	Tiempo de amortizacion	Amortizacion anual
Remodelacion y diseño del Food Truck	2,446.88	3	815.63
Total	2,446.88		815.63

2. Inversion Diferida			
2.6 Gastos de publicidad			
Descripción	Valor	Tiempo de amortizacion	Amortizacion anual
Publicidad	240.00	3	80.00
Total	240.00		80.00

2. Inversion Diferida			
2.7 Costos Imprevistos			
Descripción	Valor	Tiempo de amortizacion	Amortizacion anual
Inversion Fija : 3%	500.00	3	166.67
Total	500.00		166.67



2. Inversion Diferida	
2.8 Depositos en Garantia	
Descripción	Valor
Depositos	2,100.00
Total	2,100.00

6.2.2 MEMO Punto de Equilibrio

Determinación de Precio Unitario por Producto

✓ Tacos de Pollo

MATERIA PRIMA				\$ 42.33
Rubro	Unidad de medida	Precio/unid (A)	Cantidad (B)	Costo estandar (A*B)
MANO DE OBRA				
Cocinero 1	Hora	C\$ 30.00	10	\$ 8.22
Cocinero 2	Hora	C\$ 30.00	10	\$ 8.22
Total costo de mano de obra directa por unidad				\$ 16.44
Total costos por unidad de producto (MP + MO)				\$ 58.77
CIF (Asociado al Producto y N° de unidades)				
Gas				\$ 10.96
Dep. de maquinaria				\$ 0.27
Combustible (Mensual C\$2,100)				\$ 1.92
Impuestos municipales (Cuota Fija - Anual C\$3,600)				\$ 0.27
Total costos indirectos asociados al producto				\$ 13.42
N° de unidades producidas				\$ 40.00
Costo estandar por unidad del Producto				\$ 1.80

MARGEN DE GANANCIA

Descripción

Costo estandar por unidad del Taco

Importe

\$ 1.80

Margen Estimado de Ganancia (30%)

30% \$ 0.77

VALOR DE VENTA POR UNIDAD

\$ 2.58

APLICANDO TECNICA DE REDONDEO

\$ 2.60

- Año 1

PUNTO DE EQUILIBRIO - TACOS POLLO

Nombre servicio:

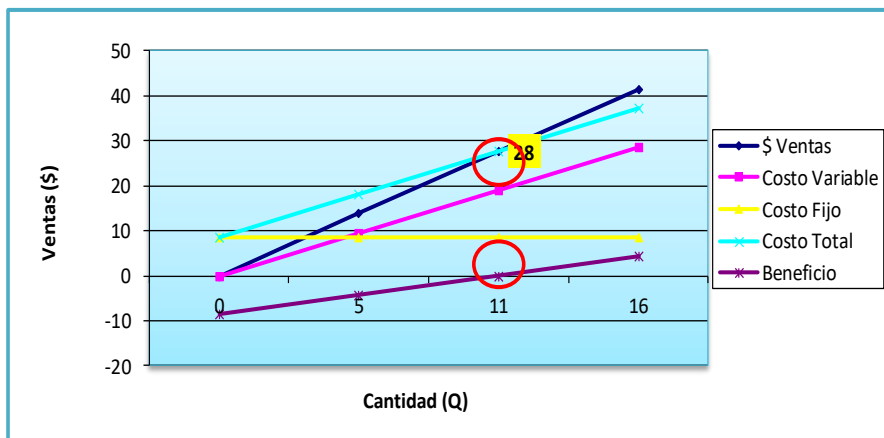
El punto de equilibrio es aquel punto donde los **Ingresos totales se igualan a los Costes totales**.
Vendiendo por encima de dicho punto se obtienen beneficios y vendiendo por debajo se obtienen pérdidas.

DATOS INICIALES	
Precio Venta	2.60
Coste Var. Unitario	1.80
Gastos Fijos	8.50
Pto. Equilibrio	11
\$ Ventas Equilibrio	28

< Completar
< Completar
< Completar
Q de Equilibrio
\$ de Equilibrio

DATOS PARA EL GRAFICO	PERDIDA	P.E.	UTILIDAD	
Q Ventas	0	5	11	16
\$ Ventas	0	14	28	41
Costo Variable	0	10	19	29
Costo Fijo	9	9	9	9
Costo Total	9	18	28	37
Beneficio	-9	-4	0	4

Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 10.625 unidades



Derivación de la fórmula:

Q = cantidad
 Qe = cantidad de equilibrio
 VT = ventas totales
 VT_e = ventas totales de equilibrio
 CT = costes totales
 Cu = coste unitario
 Pu = precio unitario
 Mu = margen unitario
 CV = costes variables
 CF = costes fijos

VT - CT = 0
 VT - CV - CF = 0
 Pu * Q - Cu * Q - CF = 0
 CF = Pu * Q - Cu * Q
 CF = Q * (Pu - Cu)
 CF = Q * Mu
Qe = CF / Mu

VT_e = Qe * Pu

ITe = Qe * (Pu

- Año 2

PUNTO DE EQUILIBRIO - TACOS POLLO

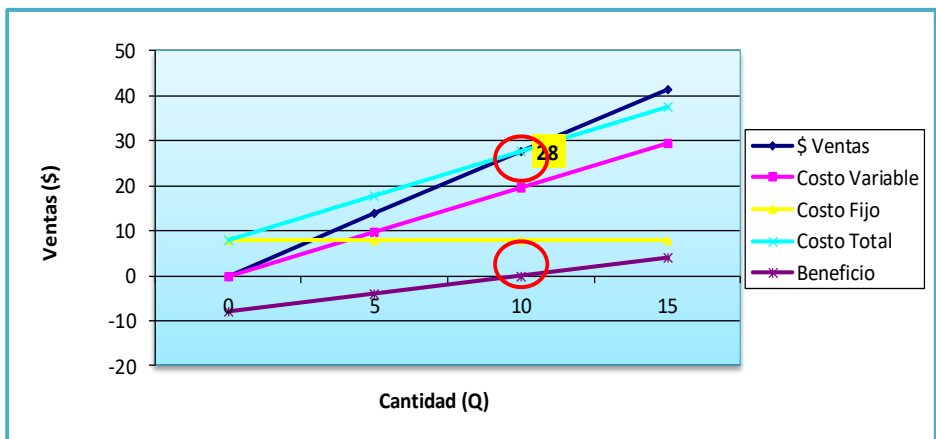
Nombre servicio: **Certificaciones**

El punto de equilibrio es aquel punto donde los **Ingresos totales se igualan a los Costes totales**.
Vendiendo por encima de dicho punto se obtienen beneficios y vendiendo por debajo se obtienen pérdidas.

DATOS INICIALES	
Precio Venta	2.84 < Completar
Coste Var. Unitario	2.02 < Completar
Gastos Fijos	8.00 < Completar
Pto. Equilibrio	10 Q de Equilibrio
\$ Ventas Equilibrio	28 \$ de Equilibrio

DATOS PARA EL GRAFICO	PERDIDA	P.E.	UTILIDAD
Q Ventas	0	10	15
\$ Ventas	0	28	42
Costo Variable	0	20	30
Costo Fijo	8	8	8
Costo Total	8	28	38
Beneficio	-8	-4	0

Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 9.756 unidades



Derivación de la fórmula:

Q = cantidad
 Qe = cantidad de equilibrio
 VT = ventas totales
 VTe = ventas totales de equilibrio
 CT = costes totales
 Cu = coste unitario
 Pu = precio unitario
 Mu = margen unitario
 CV = costes variables
 CF = costes fijos

$$VT - CT = 0$$

$$VT - CV - CF = 0$$

$$Pu * Q - Cu * Q - CF = 0$$

$$CF = Pu * Q - Cu * Q$$

$$CF = Q * (Pu - Cu)$$

$$CF = Q * Mu$$

$$Qe = CF / Mu$$

$$VTe = Qe * Pu$$

$$ITe = Qe * (Pu$$

- Año 3

PUNTO DE EQUILIBRIO - TACOS POLLO

Nombre servicio: **Certificaciones**

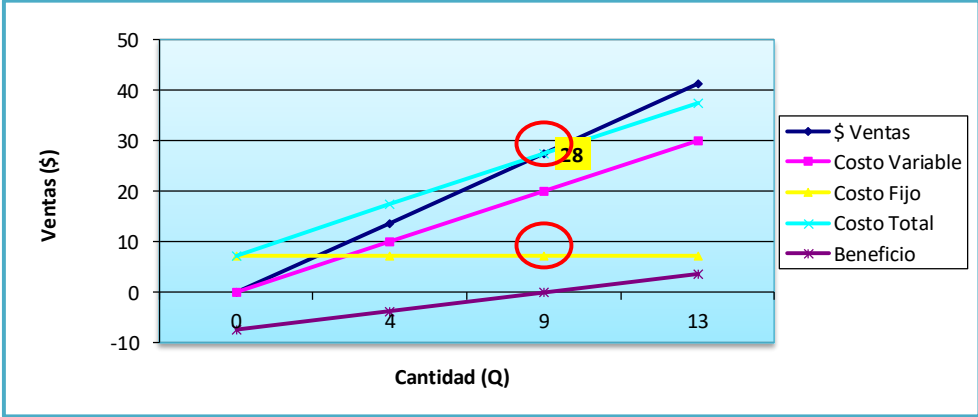
El punto de equilibrio es aquel punto donde los **Ingresos totales se igualan a los Costes totales**.
Vendiendo por encima de dicho punto se obtienen beneficios y vendiendo por debajo se obtienen pérdidas.

DATOS INICIALES	
Precio Venta	3.09
Coste Var. Unitario	2.26
Gastos Fijos	7.40
Pto. Equilibrio	9
\$ Ventas Equilibrio	28

< Completar
< Completar
< Completar
Q de Equilibrio
\$ de Equilibrio

DATOS PARA EL GRAFICO	PERDIDA	P.E.	UTILIDAD
Q Ventas	0	4	13
\$ Ventas	0	14	41
Costo Variable	0	10	30
Costo Fijo	7	7	7
Costo Total	7	17	38
Beneficio	-7	-4	0

Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 8.916 unidades



Derivación de la fórmula:

Q = cantidad
 Qe = cantidad de equilibrio
 VT = ventas totales
 VTe = ventas totales de equilibrio
 CT = costes totales
 Cu = coste unitario
 Pu = precio unitario
 Mu = margen unitario
 CV = costes variables
 CF = costes fijos

VT - CT = 0
 $VT - CV - CF = 0$
 $Pu * Q - Cu * Q - CF = 0$
 $CF = Pu * Q - Cu * Q$
 $CF = Q * (Pu - Cu)$
 $CF = Q * Mu$
Qe = CF / Mu

VTe = Qe * Pu
Ite = Qe * (Pu



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES

CURSO DE CULMINACIÓN DE PENSUM PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

✓ Tacos de Res

MATERIA PRIMA				\$	63.15
Rubro	Unidad de medida	Precio/unid (A)	Cantidad (B)	Costo estandar (A*B)	
MANO DE OBRA					
Cocinero 1	Hora	C\$ 30.00	10	\$	8.22
Cocinero 2	Hora	C\$ 30.00	10	\$	8.22
Total costo de mano de obra directa por unidad				\$	16.44
Total costos por unidad de producto (MP + MO)				\$	79.59
CIF (Asociado al Producto y N° de unidades)					
Gas				\$	10.96
Dep. de maquinaria				\$	0.27
Combustible (Mensual C\$2,100)				\$	1.92
Impuestos municipales (Cuota Fija - Anual C\$3,600)				\$	0.27
Total costos indirectos asociados al producto				\$	13.42
N° de unidades producidas				\$	40.00
Costo estandar por unidad del Producto				\$	2.33

MARGEN DE GANANCIA

Descripción

Costo estandar por unidad del Taco

Importe

\$ 2.33

Margen Estimado de Ganancia (30%)

30% \$ 1.00

VALOR DE VENTA POR UNIDAD

\$ 3.32

APLICANDO TECNICA DE REDONDEO

\$ 3.34

- Año 1

PUNTO DE EQUILIBRIO - TACOS DE RES

Nombre servicio: **Certificaciones**

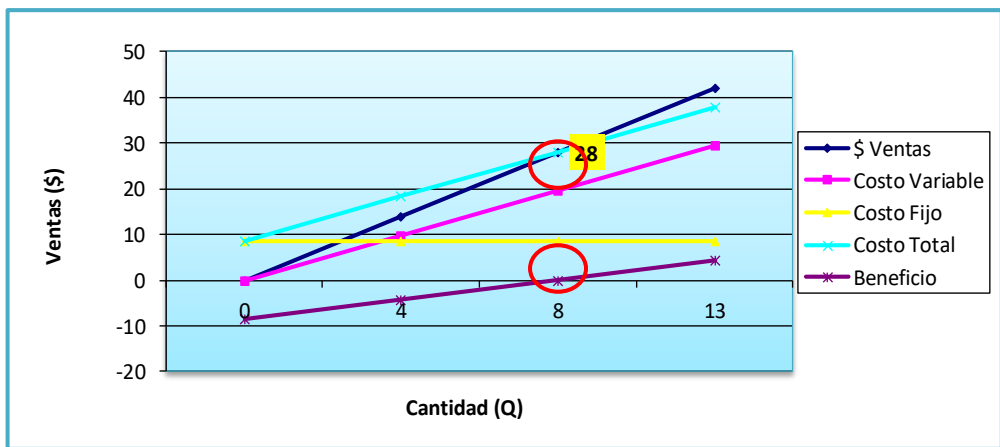
El punto de equilibrio es aquel punto donde los **Ingresos totales se igualan a los Costes totales**.
Vendiendo por encima de dicho punto se obtienen beneficios y vendiendo por debajo se obtienen pérdidas.

DATOS INICIALES	
Precio Venta	3.34
Coste Var. Unitario	2.33
Gastos Fijos	8.50
Pto. Equilibrio	8
\$ Ventas Equilibrio	28

< Completar
< Completar
< Completar
Q de Equilibrio
\$ de Equilibrio

DATOS PARA EL GRAFICO	PERDIDA	P.E.	UTILIDAD
Q Ventas	0	4	13
\$ Ventas	0	14	42
Costo Variable	0	10	29
Costo Fijo	9	9	9
Costo Total	9	18	38
Beneficio	-9	-4	4

Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 8.416 unidades



Derivación de la fórmula:

Q = cantidad
Qe = cantidad de equilibrio
VT = ventas totales
VTe = ventas totales de equilibrio
CT = costes totales
Cu = coste unitario
Pu = precio unitario
Mu = margen unitario
CV = costes variables
CF = costes fijos

VT - CT = 0
 $VT - CV - CF = 0$
 $Pu * Q - Cu * Q - CF = 0$
 $CF = Pu * Q - Cu * Q$
 $CF = Q * (Pu - Cu)$
 $CF = Q * Mu$
Qe = CF / Mu

VTe = Qe * Pu

ITe = Qe * (Pu)

- Año 2

PUNTO DE EQUILIBRIO - TACOS DE RES

Nombre servicio: Certificaciones

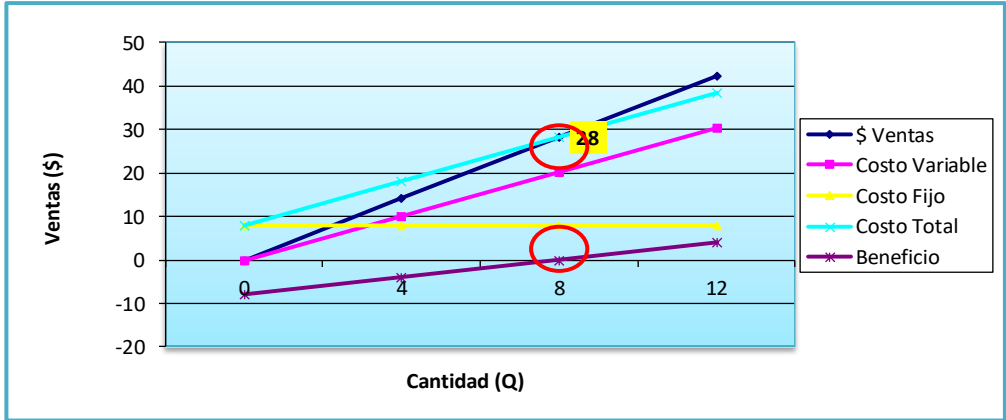
El punto de equilibrio es aquel punto donde los **Ingresos totales se igualan a los Costes totales**.
Vendiendo por encima de dicho punto se obtienen beneficios y vendiendo por debajo se obtienen pérdidas.

DATOS INICIALES	
Precio Venta	3.64 < Completar
Coste Var. Unitario	2.61 < Completar
Gastos Fijos	8.00 < Completar
Pto. Equilibrio	8 Q de Equilibrio
\$ Ventas Equilibrio	28 \$ de Equilibrio

< Completar
< Completar
< Completar
Q de Equilibrio
\$ de Equilibrio

DATOS PARA EL GRAFICO	PERDIDA	P.E.	UTILIDAD
Q Ventas	0	8	12
\$ Ventas	0	28	42
Costo Variable	0	20	30
Costo Fijo	8	8	8
Costo Total	8	28	38
Beneficio	-8	-4	0

Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 7.767 unidades



Derivación de la fórmula:

Q = cantidad
 Qe = cantidad de equilibrio
 VT = ventas totales
 VTe = ventas totales de equilibrio
 CT = costes totales
 Cu = coste unitario
 Pu = precio unitario
 Mu = margen unitario
 CV = costes variables
 CF = costes fijos

VT - CT = 0
 VT - CV - CF = 0
 Pu * Q - Cu * Q - CF = 0
 CF = Pu * Q - Cu * Q
 CF = Q * (Pu - Cu)
 CF = Q * Mu
Qe = CF / Mu

VTe = Qe * Pu

ITE = Qe * (Pu

- Año 3

PUNTO DE EQUILIBRIO - TACOS DE RES

Nombre servicio: **Certificaciones**

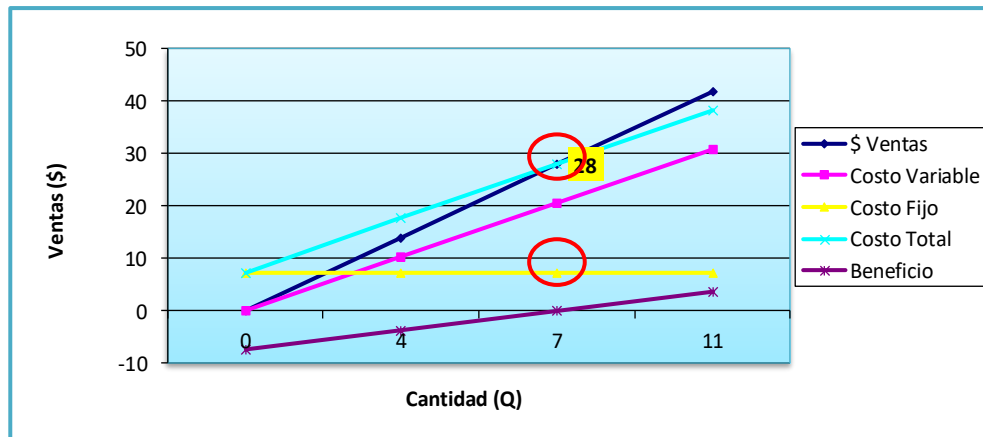
El punto de equilibrio es aquel punto donde los **Ingresos totales se igualan a los Costes totales**.
Vendiendo por encima de dicho punto se obtienen beneficios y vendiendo por debajo se obtienen pérdidas.

DATOS INICIALES	
Precio Venta	3.97
Coste Var. Unitario	2.92
Gastos Fijos	7.40
Pto. Equilibrio	7
\$ Ventas Equilibrio	28

< Completar
< Completar
< Completar
Q de Equilibrio
\$ de Equilibrio

DATOS PARA EL GRAFICO	PERDIDA	P.E.	UTILIDAD
Q Ventas	0	4	11
\$ Ventas	0	14	42
Costo Variable	0	10	31
Costo Fijo	7	7	7
Costo Total	7	18	38
Beneficio	-7	-4	0

Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 7.048 unidades



Derivación de la fórmula:

Q = cantidad
 Qe = cantidad de equilibrio
 VT = ventas totales
 VTe = ventas totales de equilibrio
 CT = costes totales
 Cu = coste unitario
 Pu = precio unitario
 Mu = margen unitario
 CV = costes variables
 CF = costes fijos

$$VT - CT = 0$$

$$VT - CV - CF = 0$$

$$Pu * Q - Cu * Q - CF = 0$$

$$CF = Pu * Q - Cu * Q$$

$$CF = Q * (Pu - Cu)$$

$$CF = Q * Mu$$

$$Qe = CF / Mu$$

$$VTe = Qe * Pu$$

$$Ite = Qe * (Pu$$



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES

CURSO DE CULMINACIÓN DE PENSUM PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

✓ Tacos de Cerdo:

MATERIA PRIMA				\$ 50.55
Rubro	Unidad de medida	Precio/unid (A)	Cantidad (B)	Costo estandar (A*B)
MANO DE OBRA				
Cocinero 1	Hora	C\$ 30.00	10	\$ 8.22
Cocinero 2	Hora	C\$ 30.00	10	\$ 8.22
Total costo de mano de obra directa por unidad				\$ 16.44
Total costos por unidad de producto (MP + MO)				\$ 66.99
CIF (Asociado al Producto y N° de unidades)				
Gas				\$ 10.96
Dep. de maquinaria				\$ 0.27
Combustible (Mensual C\$2,100)				\$ 1.92
Impuestos municipales (Cuota Fija - Anual C\$3,600)				\$ 0.27
Total costos indirectos asociados al producto				\$ 13.42
N° de unidades producidas				\$ 40.00
Costo estandar por unidad del Producto				\$ 2.01

MARGEN DE GANANCIA

Descripción

Costo estandar por unidad del Taco

Importe

\$ 2.01

Margen Estimado de Ganancia (30%)

30% \$ 0.86

VALOR DE VENTA POR UNIDAD

\$ 2.87

APLICANDO TECNICA DE REDONDEO

\$ 2.88

- Año 1

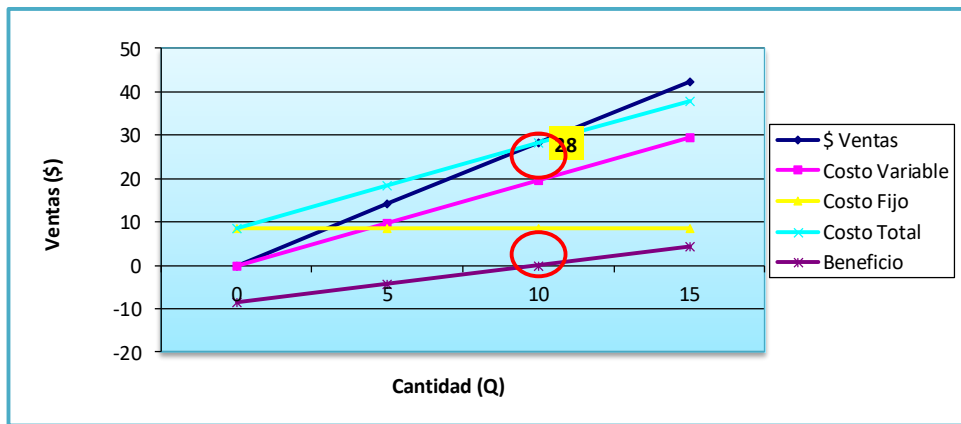
PUNTO DE EQUILIBRIO - TACOS DE CERDO

Nombre servicio: Certificaciones

El punto de equilibrio es aquel punto donde los **Ingresos totales se igualan a los Costes totales**.
Vendiendo por encima de dicho punto se obtienen beneficios y vendiendo por debajo se obtienen pérdidas.

DATOS INICIALES	
Precio Venta	2.88 < Completar
Coste Var. Unitario	2.01 < Completar
Gastos Fijos	8.50 < Completar
Pto. Equilibrio	10 Q de Equilibrio
\$ Ventas Equilibrio	28 \$ de Equilibrio

DATOS PARA EL GRAFICO	PERDIDA	P.E.	UTILIDAD
Q Ventas	0	5	10
\$ Ventas	0	14	28
Costo Variable	0	10	20
Costo Fijo	9	9	9
Costo Total	9	18	28
Beneficio	-9	-4	0
Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 9.770 unidades			



Derivación de la fórmula:

Q = cantidad
 Qe = cantidad de equilibrio
 VT = ventas totales
 VT_e = ventas totales de equilibrio
 CT = costes totales
 Cu = coste unitario
 Pu = precio unitario
 Mu = margen unitario
 CV = costes variables
 CF = costes fijos

$$VT - CT = 0$$

$$VT - CV - CF = 0$$

$$Pu * Q - Cu * Q - CF = 0$$

$$CF = Pu * Q - Cu * Q$$

$$CF = Q * (Pu - Cu)$$

$$CF = Q * Mu$$

$$Qe = CF / Mu$$

$$VT_e = Qe * Pu$$

$$IT_e = Qe * (Pu$$

- Año 2

PUNTO DE EQUILIBRIO - TACOS DE CERDO

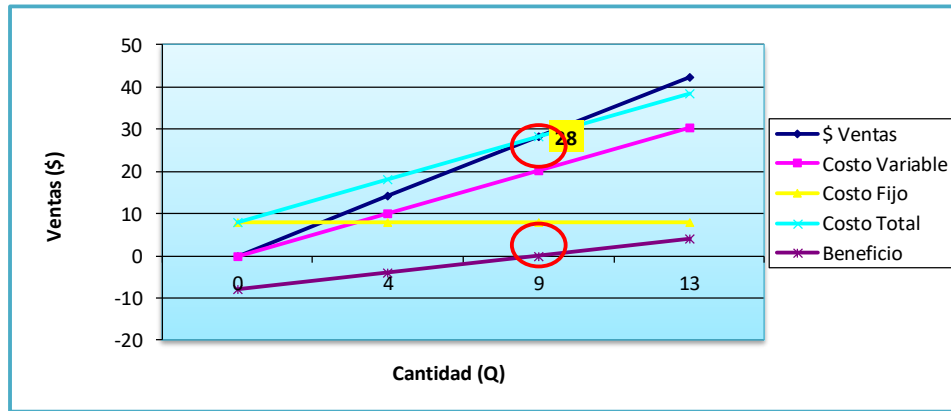
Nombre servicio: Certificaciones

El punto de equilibrio es aquel punto donde los **Ingresos totales se igualan a los Costes totales**.
Vendiendo por encima de dicho punto se obtienen beneficios y vendiendo por debajo se obtienen pérdidas.

DATOS INICIALES	
Precio Venta	3.14 < Completar
Coste Var. Unitario	2.25 < Completar
Gastos Fijos	8.00 < Completar
Pto. Equilibrio	9 Q de Equilibrio
\$ Ventas Equilibrio	28 \$ de Equilibrio

DATOS PARA EL GRAFICO	PERDIDA	P.E.	UTILIDAD	
Q Ventas	0	4	9	13
\$ Ventas	0	14	28	42
Costo Variable	0	10	20	30
Costo Fijo	8	8	8	8
Costo Total	8	18	28	38
Beneficio	-8	-4	0	4

Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 8.989 unidades



Derivación de la fórmula:

Q = cantidad
 Qe = cantidad de equilibrio
 VT = ventas totales
 VTe = ventas totales de equilibrio
 CT = costes totales
 Cu = coste unitario
 Pu = precio unitario
 Mu = margen unitario
 CV = costes variables
 CF = costes fijos

VT - CT = 0
 VT - CV - CF = 0
 $Pu * Q - Cu * Q - CF = 0$
 $CF = Pu * Q - Cu * Q$
 $CF = Q * (Pu - Cu)$
 $CF = Q * Mu$
Qe = CF / Mu

VTe = Qe * Pu
ITe = Qe * (Pu

- Año 3

PUNTO DE EQUILIBRIO - TACOS DE CERDO

Nombre servicio: **Certificaciones**

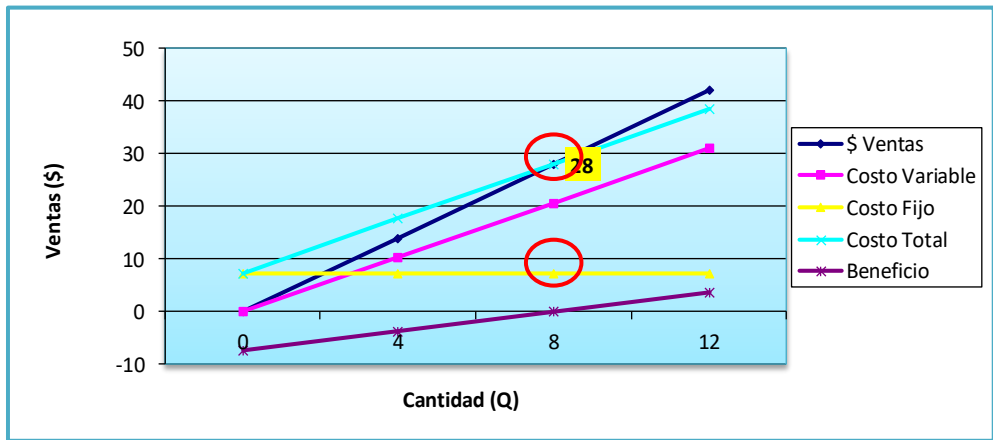
El punto de equilibrio es aquel punto donde los **Ingresos totales se igualan a los Costes totales**.
Vendiendo por encima de dicho punto se obtienen beneficios y vendiendo por debajo se obtienen pérdidas.

DATOS INICIALES	
Precio Venta	3.42
Coste Var. Unitario	2.52
Gastos Fijos	7.40
Pto. Equilibrio	8
\$ Ventas Equilibrio	28

< Completar
< Completar
< Completar
Q de Equilibrio
\$ de Equilibrio

DATOS PARA EL GRAFICO	PERDIDA	P.E.	UTILIDAD
Q Ventas	0	8	12
\$ Ventas	0	28	42
Costo Variable	0	21	31
Costo Fijo	7	7	7
Costo Total	7	28	38
Beneficio	-7	-4	0

Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 8.222 unidades



Derivación de la fórmula:

Q = cantidad
 Qe = cantidad de equilibrio
 VT = ventas totales
 VTe = ventas totales de equilibrio
 CT = costes totales
 Cu = coste unitario
 Pu = precio unitario
 Mu = margen unitario
 CV = costes variables
 CF = costes fijos

VT - CT = 0
 $VT - CV - CF = 0$
 $Pu * Q - Cu * Q - CF = 0$
 $CF = Pu * Q - Cu * Q$
 $CF = Q * (Pu - Cu)$
 $CF = Q * Mu$
Qe = CF / Mu

VTe = Qe * Pu
Ite = Qe * (Pu)



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES

CURSO DE CULMINACIÓN DE PENSUM PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

✓ Tacos de Mixto:

MATERIA PRIMA				\$	44.79
Rubro	Unidad de medida	Precio/unid (A)	Cantidad (B)	Costo estandar (A*B)	
MANO DE OBRA					
Cocinero 1	Hora	C\$ 30.00	10	\$	8.22
Cocinero 2	Hora	C\$ 30.00	10	\$	8.22
Total costo de mano de obra directa por unidad				\$	16.44
Total costos por unidad de producto (MP + MO)				\$	61.23
CIF (Asociado al Producto y N° de unidades)					
Gas				\$	10.96
Dep. de maquinaria				\$	0.27
Combustible (Mensual C\$2,100)				\$	1.92
Impuestos municipales (Cuota Fija - Anual C\$3,600)				\$	0.27
Total costos indirectos asociados al producto				\$	13.42
N° de unidades producidas				\$	30.00
Costo estandar por unidad del Producto				\$	2.49

MARGEN DE GANANCIA

Descripción

Costo estandar por unidad del Taco

Importe

\$ 2.49

Margen Estimado de Ganancia (30%)

30% \$ 1.07

VALOR DE VENTA POR UNIDAD

\$ 3.55

APLICANDO TECNICA DE REDONDEO

\$ 3.56

- Año 1

PUNTO DE EQUILIBRIO - TACOS MIXTO

Nombre servicio: **Certificaciones**

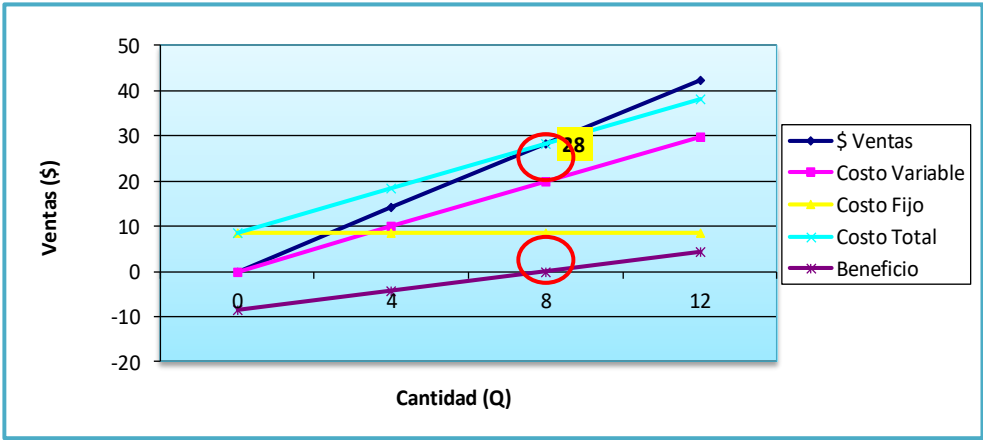
El punto de equilibrio es aquel punto donde los **Ingresos totales se igualan a los Costes totales**.
Vendiendo por encima de dicho punto se obtienen beneficios y vendiendo por debajo se obtienen pérdidas.

DATOS INICIALES	
Precio Venta	3.56
Coste Var. Unitario	2.49
Gastos Fijos	8.50
Pto. Equilibrio	8
\$ Ventas Equilibrio	28

< Completar
< Completar
< Completar
Q de Equilibrio
\$ de Equilibrio

DATOS PARA EL GRAFICO		PERDIDA	P.E.	UTILIDAD
Q Ventas	0	4	8	12
\$ Ventas	0	14	28	42
Costo Variable	0	10	20	30
Costo Fijo	9	9	9	9
Costo Total	9	18	28	38
Beneficio	-9	-4	0	4

Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 7.944 unidades



Derivación de la fórmula:

Q = cantidad
 Qe = cantidad de equilibrio
 VT = ventas totales
 VTe = ventas totales de equilibrio
 CT = costes totales
 Cu = coste unitario
 Pu = precio unitario
 Mu = margen unitario
 CV = costes variables
 CF = costes fijos

VT - CT = 0
 $VT - CV - CF = 0$
 $Pu * Q - Cu * Q - CF = 0$
 $CF = Pu * Q - Cu * Q$
 $CF = Q * (Pu - Cu)$
 $CF = Q * Mu$
Qe = CF / Mu

VTe = Qe * Pu
ITe = Qe * (Pu

- Año 2

PUNTO DE EQUILIBRIO - TACOS MIXTO

Nombre servicio: **Certificaciones**

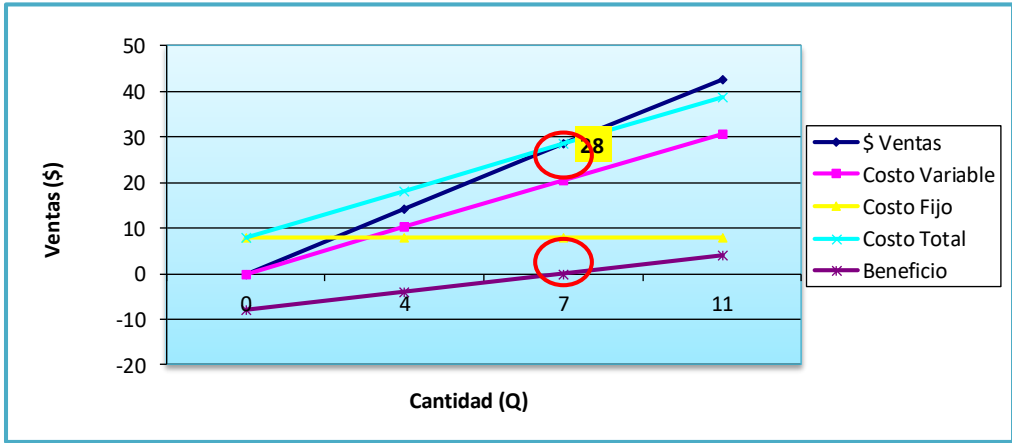
El punto de equilibrio es aquel punto donde los **Ingresos totales se igualan a los Costes totales**.
Vendiendo por encima de dicho punto se obtienen beneficios y vendiendo por debajo se obtienen pérdidas.

DATOS INICIALES	
Precio Venta	3.88
Coste Var. Unitario	2.79
Gastos Fijos	8.00
Pto. Equilibrio	7
\$ Ventas Equilibrio	28

< Completar
< Completar
< Completar
Q de Equilibrio
\$ de Equilibrio

DATOS PARA EL GRAFICO	PERDIDA	P.E.	UTILIDAD
Q Ventas	0	7	11
\$ Ventas	0	28	43
Costo Variable	0	20	31
Costo Fijo	8	8	8
Costo Total	8	28	39
Beneficio	-8	-4	0

Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 7.339 unidades



Derivación de la fórmula:

Q = cantidad
 Qe = cantidad de equilibrio
 VT = ventas totales
 VTe = ventas totales de equilibrio
 CT = costes totales
 Cu = coste unitario
 Pu = precio unitario
 Mu = margen unitario
 CV = costes variables
 CF = costes fijos

VT - CT = 0
 $VT - CV - CF = 0$
 $Pu * Q - Cu * Q - CF = 0$
 $CF = Pu * Q - Cu * Q$
 $CF = Q * (Pu - Cu)$
 $CF = Q * Mu$
Qe = CF / Mu

VTe = Qe * Pu

ITe = Qe * (Pu

- Año 3

PUNTO DE EQUILIBRIO - TACOS MIXTO

Nombre servicio: Certificaciones

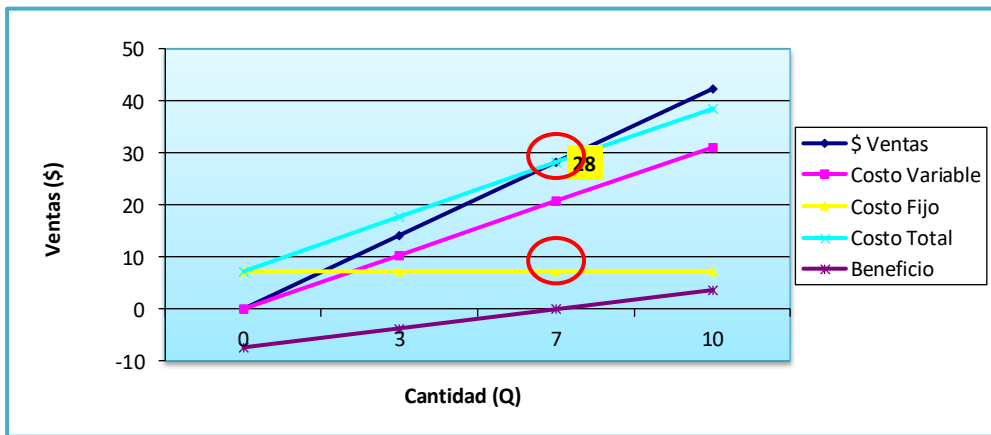
El punto de equilibrio es aquel punto donde los **Ingresos totales se igualan a los Costes totales**.
Vendiendo por encima de dicho punto se obtienen beneficios y vendiendo por debajo se obtienen pérdidas.

DATOS INICIALES	
Precio Venta	4.23
Coste Var. Unitario	3.12
Gastos Fijos	7.40
Pto. Equilibrio	7
\$ Ventas Equilibrio	28

< Completar
< Completar
< Completar
Q de Equilibrio
\$ de Equilibrio

DATOS PARA EL GRAFICO	PERDIDA	P.E.	UTILIDAD
Q Ventas	0	3	7
\$ Ventas	0	14	28
Costo Variable	0	10	31
Costo Fijo	7	7	7
Costo Total	7	18	28
Beneficio	-7	-4	0

Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 6.667 unidades



Derivación de la fórmula:

Q = cantidad
 Qe = cantidad de equilibrio
 VT = ventas totales
 VTe = ventas totales de equilibrio
 CT = costes totales
 Cu = coste unitario
 Pu = precio unitario
 Mu = margen unitario
 CV = costes variables
 CF = costes fijos

VT - CT = 0
 $VT - CV - CF = 0$
 $Pu * Q - Cu * Q - CF = 0$
 $CF = Pu * Q - Cu * Q$
 $CF = Q * (Pu - Cu)$
 $CF = Q * Mu$
Qe = CF / Mu

VTe = Qe * Pu

ITe = Qe * (Pu

6.2.3 MEMO Evaluación Financiera

<i>Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A</i>					
Flujo de Caja Economico (Sin Financiamiento)					
		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
	Ingresos por ventas		161,740.96	193,927.41	232,518.96
Menos	Costo de Venta		121,734.19	126,259.10	138,489.32
	Utilidad Bruta		40,006.77	67,668.30	94,029.64
Menos	<u>Gastos de Operación</u>				
	Gastos de Administración		20,271.79	16,690.99	18,239.97
	Gastos de Venta		5,226.04	6,422.26	7,132.66
	Total Gastos de Operación		25,497.83	23,113.25	25,372.64
	Utilidad antes de Impuestos		14,508.94	44,555.06	68,657.01
Menos	Impuesto sobre la Renta		120.96	120.96	120.96
	Utilidad neta despues de impuesto		14,387.98	44,434.10	68,536.05
Mas	Depreciacion y amortizacion		1,772.69	1,772.69	1,567.21
	Flujo neto de operaciones		16,160.67	46,206.79	70,103.26
Menos	Inversion	45,568.41			
	Flujo neto del Inversionista	\$ -45,568.41	\$ 16,160.67	\$ 46,206.79	\$ 70,103.26



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES

CURSO DE CULMINACIÓN DE PENSUM PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

<i>Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A</i>					
Calculo de la Tasa de Corte					
	Concepto	Valor	%	Costo	Costo Prom.
	Fondos Propios	21,082.99	46.27	2.46	1.14
	Financiamiento	24,485.43	53.73	24.00	12.90
	Costo de Capital				14.03
	Tasa de Inflación				9.00
	Tasa de Riesgo				1.26
	Tasa de Corte				24.30
<i>Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A</i>					
Flujo de Caja Financiero (Flujo de Caja con Financiamiento)					
		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
	Ingresos por ventas		161,740.96	193,927.41	232,518.96
Menos	Costo de Venta		121,734.19	126,259.10	138,489.32
	Utilidad Bruta		40,006.77	67,668.30	94,029.64
Menos	Gastos de Operación				
	Gastos de Administración		20,271.79	16,690.99	18,239.97
	Gastos de Venta		5,226.04	6,422.26	7,132.66
	Gastos financieros		5,211.52	3,517.28	1,349.74
	Total Gastos de Operación		<u>30,709.34</u>	<u>26,630.53</u>	<u>26,722.38</u>
	Utilidad antes de Impuestos		9,297.43	41,037.78	67,307.27
Menos	Impuesto sobre la Renta		120.96	120.96	120.96
	Utilidad neta despues de impuesto		9,176.47	40,916.82	67,186.31
Mas	Depreciacion y amortizacion		1,772.69	1,772.69	1,567.21
	Flujo neto de operaciones		10,949.16	42,689.51	68,753.52
Menos	Inversion	-45,568.41			
Mas	Prestamo Bancario	24,485.43			
Menos	Amortizacion al prestamo		6316.08	8010.32	0.00
	Flujo neto del Inversionista	\$ -21,082.98	\$ 4,633.07	\$ 34,679.19	\$ 68,753.52



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES
CURSO DE CULMINACIÓN DE PENSUM PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

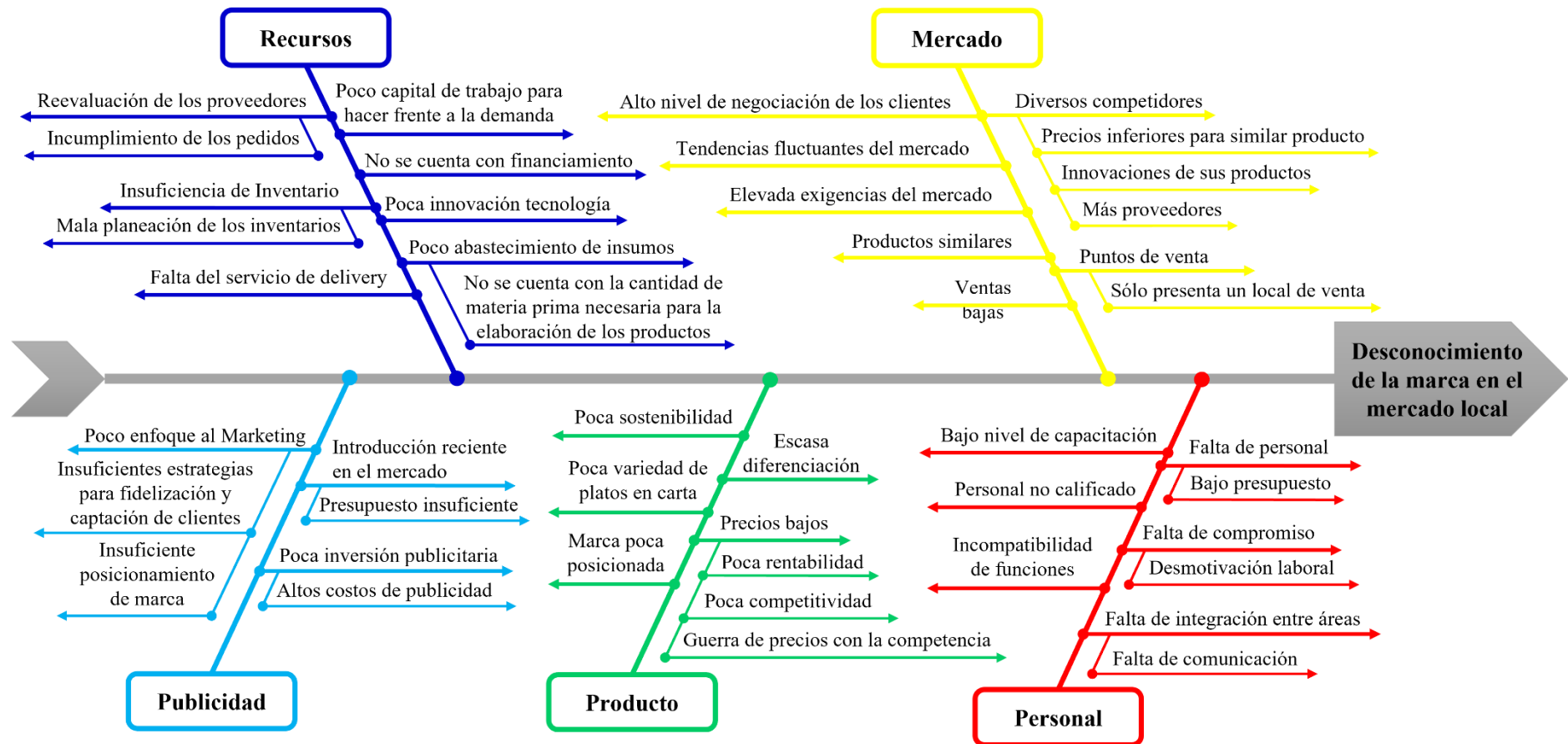
<i>Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A</i>				<i>Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A</i>			
Calculo del VANE Y LA TIR				Rendimiento sobre la inversión - ROI			
	Flujo neto	Factor de descuento	Flujo neto descontado	ROI = Utilidad neta/Inversión			
Inversion	-45,568.41	1.00	-45,568.41	Datos del Estado de Resultados			
Flujo neto año 1	16,160.67	0.804523109	13,001.63	Año	Utilidad Neta	Inversion Total	ROI
Flujo neto año 2	46,206.79	0.647257432	29,907.69	1	9,176.47	45,568.41	20.14
Flujo neto año 3	70,103.26	0.520733561	36,505.12	2	40,916.82	45,568.41	89.79
VANE	33,846.03		33,846.03	3	67,186.31	45,568.41	147.44
TIR	59.50%						

Considerando los resultados del VAN y la TIR el proyecto resulta factible.

<i>Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A</i>				<i>Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A</i>					
Periodo de Recuperacion de la Inversion - PRI				Relacion Beneficio Costo C/F					
Con los datos del flujo de caja con financiamiento					Financiamiento	Año 1	Año 2	Año 3	Total
Año	Inversion Inicial	Flujo neto operativo	Flujo neto acumulado	Ingresos	24,485.43	161,740.96	193,927.41	232,518.96	
0	45,568.42			Tasa de Descuento	1.00	0.804523125	0.647257459	0.520733594	
1		4,633.07	4633.07	VAN(B)	\$ 24,485.43	\$ 130,124.34	\$ 125,520.96	\$ 121,080.44	\$ 401,211.17
2		34,679.19	39312.26		Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Total
3		68,753.52	108065.78	Egresos	45568.42	152,564.49	153,010.59	165,332.66	
2 año, 1 meses y 3 dias aproximadamente				Tasa de Descuento	1.00	0.804523125	0.647257459	0.520733594	
		40,935.34		VAN©	\$ 45,568.42	\$ 122,741.66	\$ 99,037.25	\$ 86,094.27	\$ 353,441.59
		1.18		R(B/C)	1.14				
		14.16		De acuerdo a los resultados, el proyecto es viable, debido a que los ingresos son mayores a los egresos.					
		10.16							
		304.94							

<i>Empresa MI TIERRA AZTECA, S.A</i>			
Calculo del VANF			
	Flujo neto	Factor de descuento	Flujo neto descontado
Inversion	-21,082.98	1.000000000	-21,082.98
Flujo neto año 1	4,633.07	0.804523109	3,727.41
Flujo neto año 2	34,679.19	0.647257432	22,446.36
Flujo neto año 3	68,753.52	0.520733561	35,802.26
VANF	40,893.06		40,893.06
TIR	93.75%		

6.3 Diagrama de Ishikawa



CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y POSIBLES LINEAS DE INVESTIGACION

Una vez aplicado los instrumentos de recolección de datos y analizando el resultado de los mismo se llegó a las siguientes conclusiones:

- El emprendimiento se pondrá en marcha en la fecha estipulada, según las respuestas obtenidas en el estudio y según las características de la población el producto tendrá demanda y será consumido de manera satisfactoria, El análisis financiero confirma la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

Futuras líneas de investigación.

Respecto a posibles líneas de investigación futuras que completen este trabajo, podríamos destacar las siguientes:

- ✓ Implementación de plan de Marketing, si se aplica un plan de marketing adecuado se logrará atraer más clientes y como consecuencia de esto incrementar las ventas del negocio esto mediante la demostración de los beneficios que ofrece la marca y/o producto ofertado.
- ✓ Administración de costos, esta rama de la contabilidad es una herramienta que ayuda a acumular, asignar, clasificar los costos generados por la actividad de producción de un producto.
- ✓ Planificación estratégica, este es un proceso de desarrollo documentario que implementa planes y objetivos a alcanzar logrando medir donde está la empresa y a donde se quiere dirigir.

CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES

Con la finalidad de que el estudio de este plan de negocio genere resultados satisfactorios se plantean las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda a los socios valorar continuamente los indicadores operativos y financieros del negocio de modo que permita estudiar y ejecutar diferentes planes de acción imprescindibles para cumplir con rendimientos esperados.
- Se recomienda que una vez cumplido el periodo de recuperación de la inversión se evalúe la viabilidad de la expansión del negocio en relación con la necesidad del mercado.
- Se recomienda ampliar el menú tanto de alimentos como de bebidas, poner en acción el plan de ampliación de menú ayuda a promover visitas de nuevos clientes.
- Utilización de la tecnología para un mejor servicio, en esta era digital el uso de la tecnología es indispensable para el desarrollo, crecimiento y mejora de las empresas, la automatización de los procesos de operación y de la atención al cliente generan un valor agregado.
- Sistema de seguimiento del inventario, un sistema de inventario óptimo permite conocer la cantidad de productos que se necesita y lo que se necesita reponer permitiendo un mejor uso de recursos.
- Costos: análisis y evolución de los métodos para calcularlos.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Diario el nuevo Herald (2015). En Miami, tacos mexicanos con un toque nicaragüense.

<https://www.elnuevoherald.com/noticias/florida/sur-de-la-florida/article25123834.html>

TN8 (2015). Chef nica hace historia en taquería de comida mexicana en EEUU.

<https://www.tn8.tv/cronica-tn8/156811-chef-nica-hace-historia-en-taqueria-de-comida-mexicana-en-eeuu/>

Inversian (2016). Taco Bell: Historia resumida.

<https://inversian.com/taco-bell-historia-resumida/>

Keogh, A (2018). El camino al éxito del emprendimiento

<https://www.eleconomista.es/opinion-blogs/noticias/9390599/09/18/el-CAMINO-AL-EXITO-del-emprendimiento.html>

Burgos, S (2016). Los emprendimientos desde la perspectiva histórica, económica y social, en el escenario mundial y del ecuador

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2016/08/emprendimientos.html>

Fernández, S y Samsó, R (2017). Misión Emprender: Los 70 hábitos de los emprendedores de éxito.

Santander Universidades (2021). La metodología Lean: el 'menos es más' aplicado a la empresa

<https://www.becas-santander.com/es/blog/metodologia-lean.html>

Fonseca, V (2019). El reto del emprendimiento en Nicaragua.

<https://www.blueoceanstrategy.com/tools/pms-map/>

Alcaldía de Managua (2021). Apertura de negocio.

<https://www.managua.gob.ni/es/acerca-de-alcaldia-de-managua/servicios/recaudacion/apertura-de-negocio/>

ANEXOS O APENDICES

ENCUESTA PILATO

La presente encuesta tiene como objetivo identificar los hábitos y consumos de las personas con respecto a la comida rápida y la frecuencia con la que es consumida. Por tal motivo su aporte será muy valioso para la recolección de datos que ayudaran a identificar la viabilidad de la iniciativa.

Instrucciones: Por favor marque o seleccione la respuesta que más se ajuste a su comportamiento.

II. DATOS GENERALES

Genero

- Masculino.
- Femenino.

Edad

- 18 años - 25 años.
- 26 años - 30 años.
- 30 años - 40 años.
- 40 años a más años.

Ingreso mensual

- C\$ 3,000.00 - C\$ 5,999.99
- C\$ 6,000.00 - C\$ 9,999.99
- C\$ 10,000.00 - C\$ 13,999.99
- C\$ 14,000.00 a más

III. INFORMACIÓN

1. **¿Con que frecuencia sueles comer fuera de casa? Restaurantes, establecimientos de comida rápida, puestos de comida, etc.**

- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual

2. **¿En qué horario consume comida rápida?**

- Mañana
- Medio día
- Tarde
- Noche

3. **¿Qué elementos influyen en la elección de un establecimiento de comida rápida?**

- La rapidez del servicio
- El sabor de la comida
- El precio
- La ubicación
- Todas las anteriores

4. **¿Por qué regresaría usted a un food truck (carro de comida)?**

- La calidad de la comida
- La calidad del servicio

- El ambiente agradable
- La ubicación
- La comida baja en calorías
- Todas las anteriores

5. De las siguientes características seleccione las 3 más importantes para usted al momento de escoger un producto de comida rápida

- La calidad de la comida
- La apariencia del negocio (Imagen, limpieza, etc.)
- La comida baja en calorías
- Las promociones
- La relación precio - calidad
- La publicidad del producto
- La ubicación del negocio
- La atención al cliente que ofrece el establecimiento

6. ¿Le gusta la gastronomía mexicana?

- SI
- NO

7. ¿Con que frecuencia consume comida mexicana?

- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual

Nunca

8. ¿A cuánto asciende los gastos que realiza en estos establecimientos?

100 a 250 Córdoba.

250 a 450 Córdoba.

450 a 600 Córdoba.

De 600 Córdoba a más.

9. ¿Cuándo consume comida rápida con que bebidas suele acompañarla?

Refrescos Naturales

Gaseosas

Cervezas

10. ¿A través de qué medio de comunicación se informa o busca acerca de lanzamientos de nuevos locales de comidas?

Redes Sociales

Televisión Nacional

Radio

Mantas publicitarias

Volantes

11. Considera que sus salidas a comer a un food truck (camión de comida) son:

Una necesidad

Una actividad de ocio

Una experiencia

Un encuentro social

12. Con respecto a las instalaciones, elija 3 opciones que le gustaría encontrar en un food truck (camión de comida) temático:

- Buena iluminación
- Ambiente de interacción
- Ambiente moderno
- Música tenue y agradable
- Asientos cómodos
- Poca iluminación
- Ambiente divertido

13. ¿Qué le gustaría que los platos de un food truck (camión de comida) le transmitiera?

Ilustración 2 Collage de Foto - Evidencia de Encuesta de Campo

