



SEMINARIO DESARROLLO DE EMPRENDEDORES

XVI MUESTRA EMPRESARIAL UAM 2011

D' PASADITA S.A.

MINISUPER DRIVE-THRU 24HRS



“Su bienestar es nuestra preocupación, su tiempo nuestra prioridad”

INTEGRANTES:

STEPHANIE MAIRENA

LINDA RAMIREZ

GABRIEL FLORES

CALUDIA SANDOVAL

FRANCIS VAUGHAN

CECILIA LEIVA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICA

Docente: MAE.Carlos Vegacruz

MANAGUA, JULIO 2011

Índice

Contenido

I.	Resumen ejecutivo.....	4
II.	Naturaleza del Proyecto -----	7
III.	Capítulo I	8
IV.	Mercadeo	16
V.	Capítulo II	17
VI.	Produccion	40
VII.	Capítulo III.....	41
VIII.	Organización	50
IX.	Capítulo IV.....	51
X.	Finanzas	65
XI.	Capitulo V	66
XII.	Anexos	93

I. Resumen ejecutivo

D' PASADITA S.A es un Minisúper con un servicio de drive thru. Este es un servicio innovador en el mercado de Managua, constará con todos los productos básicos y de mayor consumo, como también productos farmacéuticos elementales y materiales de librería que necesiten los consumidores.

Su característica principal es la comodidad del cliente y su rápida atención, es por esto que D' PASADITA S.A implementará pantallas digitales para que el cliente seleccione el producto que desea consumir, donde también estará reflejado el precio, las ofertas y otros datos principales, mientras el cliente va haciendo su pedido en la parte interior del Minisúper habrán pantallas indicando el pedido del cliente a los trabajadores, para que así se agilice el proceso de entrega o despacho de productos, luego pasará a la siguiente ventanilla donde se realizará su pago y a la hora que el cliente llegue a la otra ventanilla sus productos sean entregados de inmediato, con esta alta tecnología el servicio se agilizará y todo esto sin necesidad de que el cliente se baje de su vehículo. Contará con el importante y útil servicio de 24 horas, los 7 días de la semana. El Minisúper D' Pasadita S.A. tendrá 2 cajas rápidas (dos para hacer pedidos, dos cajas de cobro y 2 cajas para la entrega del pedido).

D' Pasadita S.A. tiene como misión ofrecer un servicio de calidad, el servicio no se cobrará al cliente ni se reflejará en el precio de los productos ya que estos serán similares al de otros Minisúper, se basa en concepto de una sola parada y de esta manera satisfacemos la demanda de adquirir un producto de manera rápida, con un servicio de alta calidad por su atención de 24 horas.

D' Pasadita S.A. estará ubicado en el Km. 6 ½ Carretera a Masaya. Contiguo a Movistar. El sitio elegido posee tres vías para posibles accesos. Dos de estas vías tienen un flujo vehicular abundante lo cual favorece al proyecto por la afluencia de posibles consumidores que habrá en el sitio.

Nuestros canales de distribución son:

Corto plazo: Minorista \implies consumidor final

La actividad que se llevara a cabo para el proceso del servicio de nuestra empresa es:

1. El cliente llega a la primera etapa del proceso de compra.
2. Hace el pedido de sus compras a través de una pantalla táctil (si necesita alguna ayuda o tiene una pregunta el cajero podrá ayudar).
3. En la siguiente ventanilla se hace el proceso de pago y verificación del pedido.
4. Se avanza a la siguiente etapa (tercera ventanilla) el cliente recibe su orden de compras.
5. El Cliente sale de la zona del servicio.

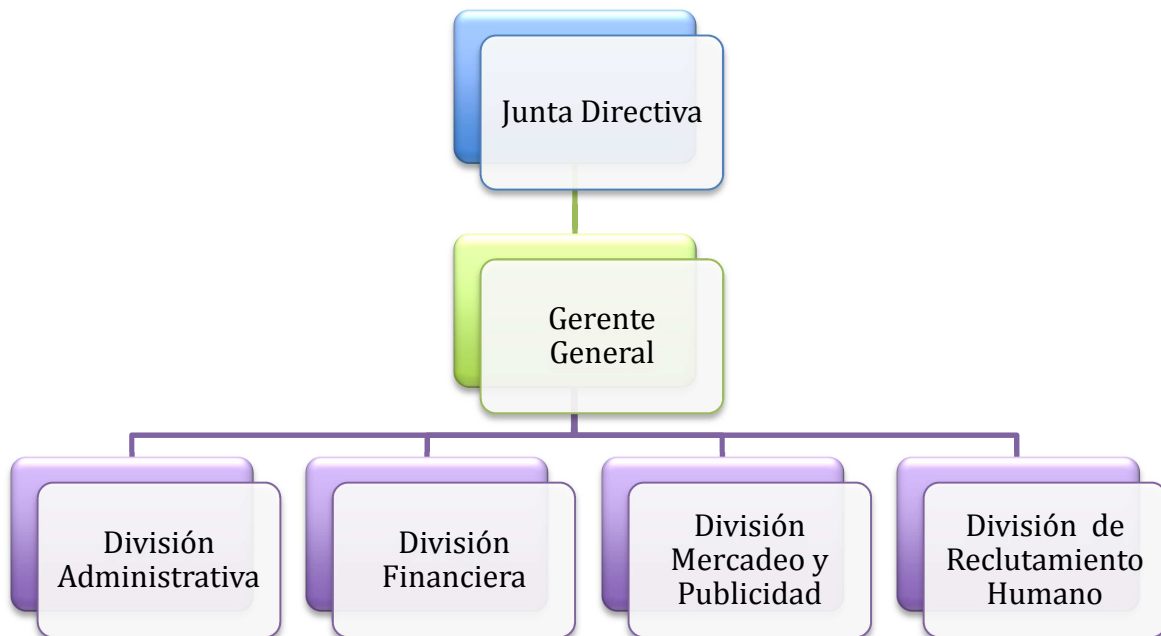
El flujo del proceso del servicio será:

1. Recibimiento de los productos de los proveedores.
2. Inventario de los productos
3. Almacenamiento de los productos recibidos.
4. Etiquetar los productos con precios
5. Organización de las cuentas
6. Distribuir dinero en las cajas registradoras.
7. Limpieza interna y externa del edificio.

Característica de la Tecnología

El sistema de operación de la empresa será a nivel digital, donde el cliente hará sus pedidos a través de una pantalla táctil. Todos los productos estarán en el sistema y estará caracterizado por áreas. Una tecnología de punta. Al hacer el pedido una pantalla adentro del edificio les indicara el pedido, para cuando vaya a la siguiente ventanilla le entreguen los productos al cliente.

La empresa se constituirá como persona física en actividad empresarial con el organigrama que se muestra a continuación:



Para el manejo de la empresa contamos con la Junta Directiva, Gerente General, Gerente de Mercadeo, el Gerente Administrativo, Gerente Financiero y el Gerente de Reclutamiento Humano. El personal será reclutado según el puesto de trabajo que se solicite y para su selección se establecerá un sistema de pruebas y entrevistas.

Cuando el trabajador sea contratado, pasará por un proceso de inducción en donde se le dará la información necesaria para que conozca la forma de trabajar de la empresa, y una capacitación para que realice las labores de manera correcta. D' PASADITA S.A promoverá de forma continua, actividades para incentivar al personal, brindándoles capacitaciones cada vez que la división de reclutamiento lo crea conveniente.

El responsable de llevar a cabo el proceso contable de la empresa será el Gerente Financiero. El software a utilizar para llevar la contabilidad será Microsoft Office Excel, donde el contador deberá dominar este programa.

D' PASADITA S.A. para iniciar sus operaciones requerirá de un capital social de

C\$5,518,986.50

NATURALEZA DEL PROYECTO

CAPITULO I

1.1. Introducción

1.1.1. Proceso Creativo para determinar el producto o servicio de la empresa

Para seleccionar el producto o servicio que nuestra micro empresa ofertará, se llevo a cabo una lluvia de ideas para poder escoger la mejor, y poder aplicarla en la vida real.

1.1.2. Lluvias de ideas

Producto o Servicio	Características	Necesidad o problemas que satisface
1. Boliche	Centro recreativo familiar	No hay un centro recreativo para familias.
2. Club recreativo	Un centro juvenil para todo tipo de edades	Un centro más accesible para un nivel medio donde los jóvenes pueden desarrollar sus habilidades deportivas, donde se pueden hacer un torneo.
3. Café	Sobre de cafés con sabores integrados.	Ingresar al mercado un estilo innovador de tomar café, que trae distintos sabores y con diferentes `gustos`.
4. Promover sandalias nicas para exportar.	Un producto de calidad y de precios accesibles y diferentes estilos.	No se promueve la exportación de este producto, que se dé a conocer en el mercado nicaragüense y extranjero ya que tienen una alta demanda y hace falta recursos.
5. Minisúper drive thru	Un minisúper con un enfoque rápido y de calidad sin bajarse del vehículo.	Se basa en concepto de una sola parada, satisface la demanda de adquirir un producto rápido, de alta calidad por su atención de

		24hrs
--	--	-------

1.1.3 Evaluación de Ideas

Ideas / criterios	Nivel de innovación	Mercado potencial	Conocimiento técnico	Requerimiento de capital	Total
1. Boliche	3	4	2	1	10
2. Club recreativo	3	2	4	2	11
3. Café	5	4	3	3	15
4. Promover sandalias nicas y exportar	4	4	4	4	16
5. Minisúper drive thru	5	5	3	3	16

1.1.4 Evaluación de Ideas Anteriores

Ideas/ criterios	Barrera de entradas	Disponibilidad de materia prima	Costo del producto	Total
1. Café	4	5	4	13
2. Promover sandalias nicas y exportar	4	4	3	11

3. Minisúper drive thru	3	4	5	12
-------------------------	---	---	---	----

1.1.5. Lluvia de Ideas

Nombre/ Atributo	Descriptivo	Original	Atractivo	Claro	Significativo	Agradable	Total
1. Minisúper Drive Thru	5	3	3	3	3	4	21
2. Minisúper DE PASADITA	5	5	4	5	3	4	26
3. Minisúper QUICKY	3	3	2	2	1	3	14

1.1.6. Nombre Seleccionado:

MINISÚPER D' PASADITA.

1.1.7. Describa en que giro se ubica su empresa

Una empresa de servicios de compras y bienes para la venta posterior.

1.2 Idea del negocio

El Minisúper drive thru es un servicio innovador en el mercado de Managua, este constará con todos los productos básicos y productos farmacéuticos elementales que necesiten los consumidores, en donde los clientes no van a tener que bajarse de su vehículo y tendrán la facilidad de elegir sus productos. Este operará las 24 horas y los 7 días de la semana. Este servicio constará Este servicio constará con 4 cajas rápidas y con un límite de 20 productos, el minisúper se va a caracterizar por la rapidez de la

atención y tendrán un dispensador de revista donde la persona adquirirá el catálogo de los productos con los precios, de esa manera puede ir seleccionando sus productos antes de llegar a la ventanilla.

1.3. Justificación

El motivo por el que se creó esta pequeña empresa como lo es Minisúper D' PASADITA S.A., es satisfacer las necesidades del consumidor, al proveer productos básicos de manera fácil, rápida y que permita al cliente ahorrar tiempo, con un servicio de 24 horas, precios accesible de acuerdo a la competitividad del mercado y sobre todo por ser los únicos en la ciudad de Managua y en la república de Nicaragua que ofrecemos este tipo de servicio (innovación).

1.4. Ubicación y tamaño de la empresa

D' PASADITA S.A. es una micro empresa, debido a que el número de trabajadores no es mayor de 30 personas. Además esta se comercializará a nivel nacional, con objetivos a corto, mediano plazo, y se espera que genere sus propias ventas.

Las instalaciones de la empresa se encuentra en el Km. 6 ½ Carretera a Masaya. Contiguo a Movistar, frente a la rotonda Jean Paul Genie.

1.5. Misión de la Empresa

Es ganarnos la confianza de todos nuestros clientes al ofrecerles los mejores productos a precios justos. Ofrecemos un servicio innovador de 24 horas y drive thru, priorizando siempre la atención al cliente.

Objetivos de la Empresa

Corto plazo:

- Consolidarse como uno de los mejores y principales Minisúper en la ciudad de Managua.
- Ofrecer un servicio innovador creando una diferencia en el mercado para así satisfacer las necesidades de los consumidores.

Mediano plazo:

- Abarcar un 40% del mercado tratado de mantener la calidad de la atención y aumentar a los clientes.
- Tener servicio a domicilio para aquellos clientes que no puedan llegar al Minisúper.

Largo plazo:

- Extender el Minisúper a los departamentos de Nicaragua.
- Expandir la variedad de servicio que ofrecemos (Farmacia, Delivery, compras en línea)

1.6 Ventajas y distingos competitivos.**Ventajas competitivas**

- Servicio especializado en la compra rápida
- Una nueva modalidad de Minisúper que incluye el drive-thru
- Innovador tener 24 horas de atención

Distingos Competitivos

- Atención de alta calidad
- Utilización de catálogo para la selección de productos
- Proporcionar una compra rápida al cliente.

1.8 Análisis de la industria

Conforme a los resultados obtenidos a través de un estudio de mercado se determinó que en la ciudad de Managua que existen seis de puntos de ventas de la línea de comercio en la que queremos incursionar, sin embargo no existe un servicio de compras que sea rápido e innovador. Es por esto que es necesario establecer un nuevo servicio que cumpla con la necesidad de los consumidores refiriéndonos un minisúper con el servicio de drive thru, rápido y abierto las 24hrs. Este servicio se va a caracterizar por la calidad de los productos y el servicio a nuestros clientes. Nos

enfocamos en una alternativa de compra que brinde la satisfacción y comodidad. Explorando y explotando un segmento del mercado que no ha sido atendido.

1.7 FODA

Fortaleza	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Innovador (no existe en el mercado) • Ubicación estratégica en una zona céntrica. • Precio igual al de otros mini superes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Solo existe un supermercado que tiene servicio de 24hrs. • Servicio más rápido que el de la competencia (Drive-Thru). • Apertura de otras sucursales en otros puntos estratégicos de la capital.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad limitada para la atención de vehículos. • Posibilidades de retraso en la entrega de pedidos, debido a la cantidad de productos y la indecisión del cliente. • Solo ventas de productos básicos con un margen determinado de productos 	<ul style="list-style-type: none"> • La insatisfacción del cliente debido a que las instalaciones no tengan la capacidad para abarcar las expectativas. • La fidelidad de los clientes a sus Minisúper a que acostumbran ir.

1.8 Calificaciones para entrar al área

Somos estudiantes de Marketing y Publicidad, integrantes y creadoras de este proyecto teniendo bases en administración de empresas, contamos con las herramientas necesarias para desarrollar nuestro plan de negocios. Creemos estar capacitadas para tomar decisiones importantes que generen consecuencias positivas para nuestra empresa y para el futuro de nuestros clientes. Contamos con el apoyo de excelentes asesores y con conocimientos en el área de contabilidad, finanzas, producción y administración de personal, por lo que somos capaces de enfrentar cualquier situación que se interponga.

1.1.4.1 Stephanie Mairena

Estudiante de Marketing y Publicidad

Habilidades en el área de Mercadeo y ventas

1.1.4.2 Linda Ramírez

Estudiante de Marketing y Publicidad

Habilidades en el área Administrativa y Financiera

1.1.4.3 Francis Vaughan

Estudiante de Marketing y Publicidad

Habilidades en las relaciones Financieras y de Planeación

1.1.4.4 Gabriel Flores

Estudiante de Marketing y Publicidad

Habilidades en las Relaciones Públicas y Mercadeo

1.1.4.5 Claudia Sandoval

Estudiante de Marketing y Publicidad

Habilidades en el área Administrativa y Dirección de personal

1.1.4.6 Cecilia Leiva

Estudiante de Marketing y Publicidad

Habilidades en el área Administrativa y ventas

1.9 Apoyos

1.9.1 Área de Producción

Junith Jacotin

1.9.2 Área Publicitaria:

Lic. Cairo Salgado

Junith Jacotin

Arquitecta

1.9.3 Área Legal

Lic. Adriana Obando

Puesto: Abogado

Mercaadeo

CAPÍTULO II

2.1 Objetivos de Mercado

Es importante para la micro empresa D' PASADITA delimitar sus objetivos de Mercadotecnia, es por esto que se debe definir lo que se desea lograr con el producto en términos de venta y el posicionamiento en el mercado, para esto se tomo en cuenta el área y segmento meta que se desea atacar.

2.1.1 Corto plazo (6 meses)

Nos posicionarnos en el mercado como una nueva alternativa de compra rápida. En donde tendremos una venta diaria de C\$10,000 lo cual se convertiría una venta mensual de C\$ 300,000.

2.1.2. Mediano plazo (1 año)

Estar presente en el mercado que nuestros consumidores estén al tanto de nuestros servicios y que las ventas se aumenten. Crecer como empresa de manera interna y para el consumidor al crear un servicio de farmacia que todo consumidor necesita de ella a toda hora del día y la noche por cualquier emergencia.

2.1.3 Largo plazo (5 años)

Después de varios años de estar en el mercado queremos expandir nuestros servicios de manera local y es hacer nuevos establecimientos en otros puntos de Managua y en otros departamentos para que la gran mayoría tenga acceso a este servicio innovador.

2.2 Investigación de Mercado

Mediante la presente investigación, esperamos obtener la información necesaria para conocer la rentabilidad del servicio, las características que definen a nuestros clientes futuros y la participación de la competencia.

2.2.1. Tamaño del mercado

Se pretende abarcar toda la zona céntrica de Managua, aprovechando la posición del lugar del Minisúper para también acoger a las personas que pasan por la rotonda Jean Paul Genie donde pueden pararse y hacer sus compras ya que esta área es transitada.

2.2.1.1. Características del segmento de mercado

Enfocado para consumidores de clase media y media- alta, para personas que desean realizar compras pequeñas y carro propio. Otro aspecto es para aquellos consumidores que a última hora necesitan adquirir un producto determinado y cuentan con un servicio de 24 horas que tienen a su disposición.

2.2.2. Consumo aparente

Para definir nuestro consumo aparente, fue necesario tomar el control de los consumidores en nuestra competencia para poder determinar que tan frecuente visitan los supermercados, ya que este representa nuestra competencia en el mercado al que pretendemos conquistar.

Número de clientes potenciales 1900

El consumo unitario aparente

- 400 carros que pasaran por el mini súper 1 vez por semana
- 300 carros que pasaran por el mini súper 2 veces por semana
- 500 carros que pasaran 1 vez al mes
- 700 carros que pasaran ocasionalmente

2.2.3. Establecer la demanda del servicio

Corto plazo: Planeamos cubrir el 30% del mercado potencial según la calidad de vida de las personas en Managua (INEC).

Mediano plazo: incrementar el mercado un 30% más para cubrir un 60% del mercado potencial.

Largo plazo: incrementar las ventas de manera nacional con nuevos puntos de servicios en la ciudad de Managua para poder llegar a todos nuestro mercado potencial.

2.2.4. Participación de la competencia en el mercado

Es importante para D' PASADITA identificar sus principales competidores, ya que influirá en las decisiones que tomará la micro empresa para determinar sus actividades de mercadotecnia.

Para incursionar al mundo empresarial, es indispensable tomar en cuenta algunas actividades de mercadotecnia que nos servirán de apoyo en nuestros inicios, como por ejemplo, desarrollar la entrada D' PASADITA al mercado, implementar publicidad, para que los clientes potenciales conozcan el nuevo minisúper y así tendrán una nueva opción de servicio.

A continuación se presenta el estudio de la competencia realizado por D'PASADITA, S.A.

Nombre del Competidor	Ubicación	Principal Ventaja	Acciones para posicionarse
Econo Market	Carretera Masaya km 15.5	Servicio de 24hrs.	Una localización mas centralizada para que todos los de Managua puedan llegar
Súper Mercado Portas	Villa Fontana	Variedad de Producto, Librería, Comida, Farmacia y productos exclusivos	Igualar la competencia de productos de exclusividad, servicio de 24hrs (sin necesidad de bajarse del carro) Ofrecer otros servicios para ofrecer a los consumidores.
Súper Mercado Portas	Carretera Masaya km 8	Productos extranjeros, lugar céntrico, farmacia	Establecer una cadena en Managua en el cual podamos cubrir a todos nuestros consumidores.
La familiar	Colonial los robles	Buena ubicación, farmacia, variedad de productos extranjeros.	Servicio de Drive thru. Atención de 24 horas.

2.2.5. Estudio de Mercado

La forma en que recopilamos información fue por medio encuesta dirigida a los principales pobladores de la ciudad de Managua, quienes son los posibles consumidores de nuestro servicio y de esta manera obtener un dato estadísticos que nos indique, la aceptación o Rechazo del producto y su consumo frecuente.

2.2.6 Objetivo del estudio del mercado.

El objeto de estudio de mercado, es valorar el grado de aceptación del servicio, recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece.

- Conocer la aceptación del servicio en el mercado.
- Identificar las características del producto que prefieren.
- Frecuencia de consumo.

2.2.6. Encuesta tipo

La encuesta de mercado que se pretende aplicar es en base a preguntas claras, concretas, se sea de fácil aplicación, y provea la información que necesitamos

2.2.7. Encuesta para los clientes

¡Buenos días! Somos estudiantes del Programa Emprendedores de la Universidad Americana (UAM), queremos introducir en el mercado un minisúper. Se trata de un supermercado que ofrece el servicio de Drive-thru (servicio sin bajarse de su vehículo) abierto las 24 horas.

1. Edad

- 16-20
- 20-25
- 26-30
- 31-40
- 41-50
- 50-más

2. Sexo

- Femenino
- Masculino

3. ¿Cuál de los siguientes minisúper visita con más frecuencia?

- Economarket
- Súper Mercado Portas
- Súper Mercado Stop&Go
- La Familiar
- Ninguno

4. Con base a su respuesta anterior ¿con que frecuencia visita este minisúper?

- 1 a 2 veces a la semana
- 3 a 4 veces a la semana
- 1 vez por mes
- Cada 15 días
- No visito ninguno de los anteriores

5. ¿Le gustaría un mini súper que ofrezca el servicio de Drive-thru (compras desde su carro)?

- Si
- No

6. ¿Le gustaría que el servicio fuera de 24 horas?

- Si
- No

7. ¿Qué variedad de productos le gustaría que este mini súper tenga? (1 o Más respuestas)

- Productos básicos
 - Productos extranjeros
 - Licor
 - Otro _____
8. ¿Que otros servicio le gustaría que tuviera el Minisúper? (1 o Más respuestas)
- Farmacia
 - Librería
 - Delivery
 - Compras en líneas
 - Otro _____
9. ¿Donde le gustaría que estuviera localizado un nuevo mini súper?
- Rotonda Gean Paul Genie
 - Rotonda Universitaria
 - Avenida Miguel Obando
 - Otro _____
10. ¿Con que frecuencia visitaría nuestro mini súper?
- 1 a 2 veces a la semana
 - 3 a 4 veces a la semana
 - 1 vez al mes
 - Todos los días

¡Gracias!

2.3.3. Aplicación de encuesta

2.3.3.1 Diseño muestral.

La muestra se obtuvo con la intención de conocer las expectativas del mercado meta, para lo cual debe ser representativa del mismo, para cumplir esta característica, la inclusión de sujetos en la muestra debe seguir una técnica de muestreo en tales casos que pueda obtenerse una información similar a la de un estudio exhaustivo con mayor rapidez y menor costo.

2.3.3.2 Selección del tamaño de la muestra

Nuestra muestra fue dirigida a los habitantes de Managua con capacidad adquisitiva de los segmentos de la clase media y alta. Para obtener la recopilación de datos, se llevó a cabo el método de encuesta a clientes potenciales, que visitan mini supermercados y así poder valorar el grado de aceptación de Minisúper D'Pasadita es por tanto que nuestra muestra es:

$$n = \frac{(z)^2 pqN}{e^2(N-1) + z^2 pq}$$

Población de Managua clase A, B y C:

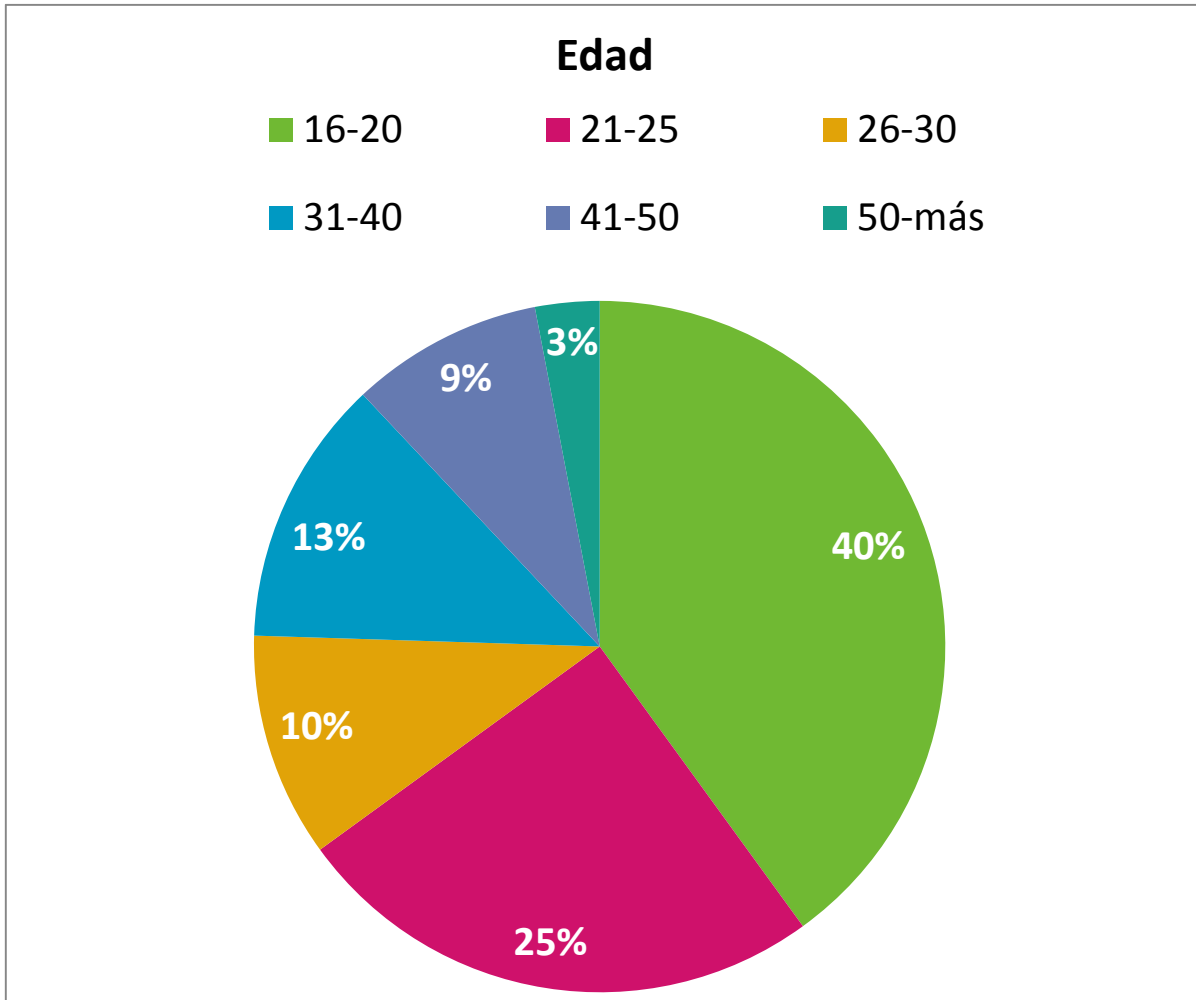
$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(120,206)}{(0.05)^2(120,206-1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 382.93$$

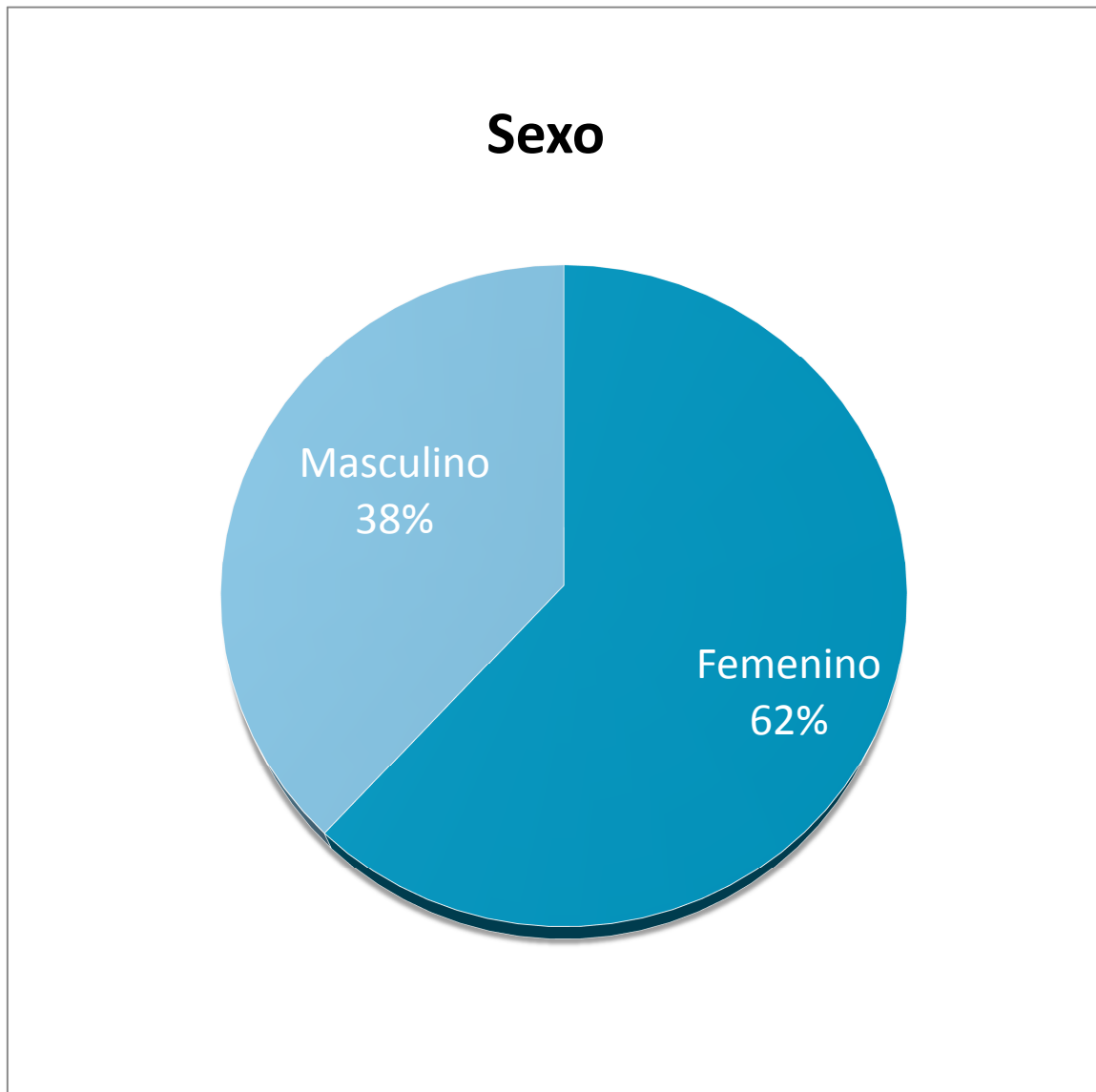
$$n = 383$$

2.3.4. Resultados obtenidos

Cuadro No.1

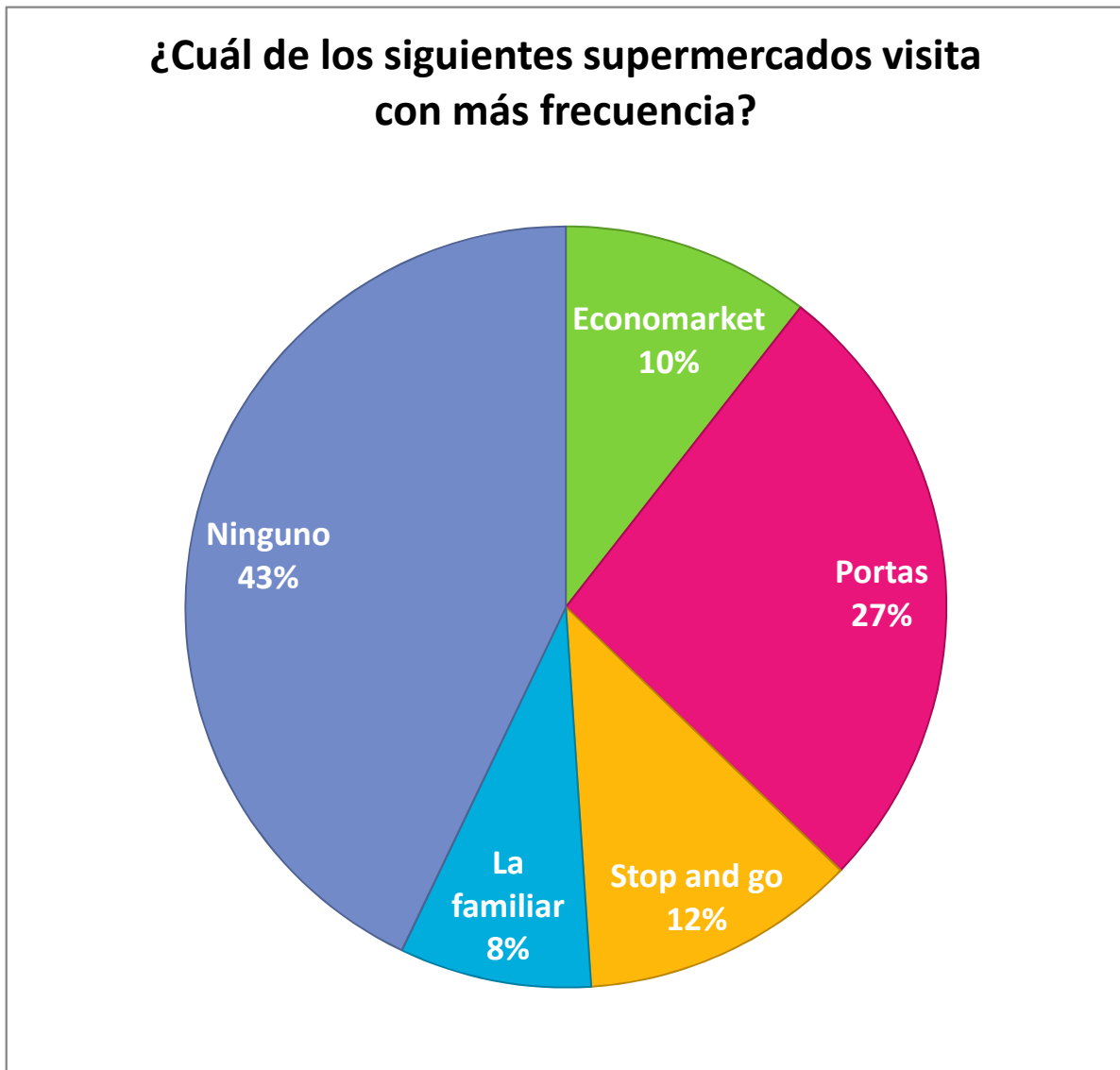


En el cuadro No.1 podemos observar que la mayor parte de nuestros encuestados, son personas cuya edad oscila entre los 16 y los 20 años, otro porcentaje significativo corresponde a los encuestados cuyas edades están entre los 21y los 25 años. Estos segmentos son de extremo interés para nuestro estudio ya que son los consumidores que se muestran un poco mas atraídos a la innovación y representa una gran parte del los clientes potenciales. Diversificamos nuestro rango de edades, tomando en cuenta amas de casa, trabajadores, y personas de edad avanzada que requieran hacer compras de manera rápida, y que forman una gran parte del mercado al que esperamos suplir.

Cuadro No.2

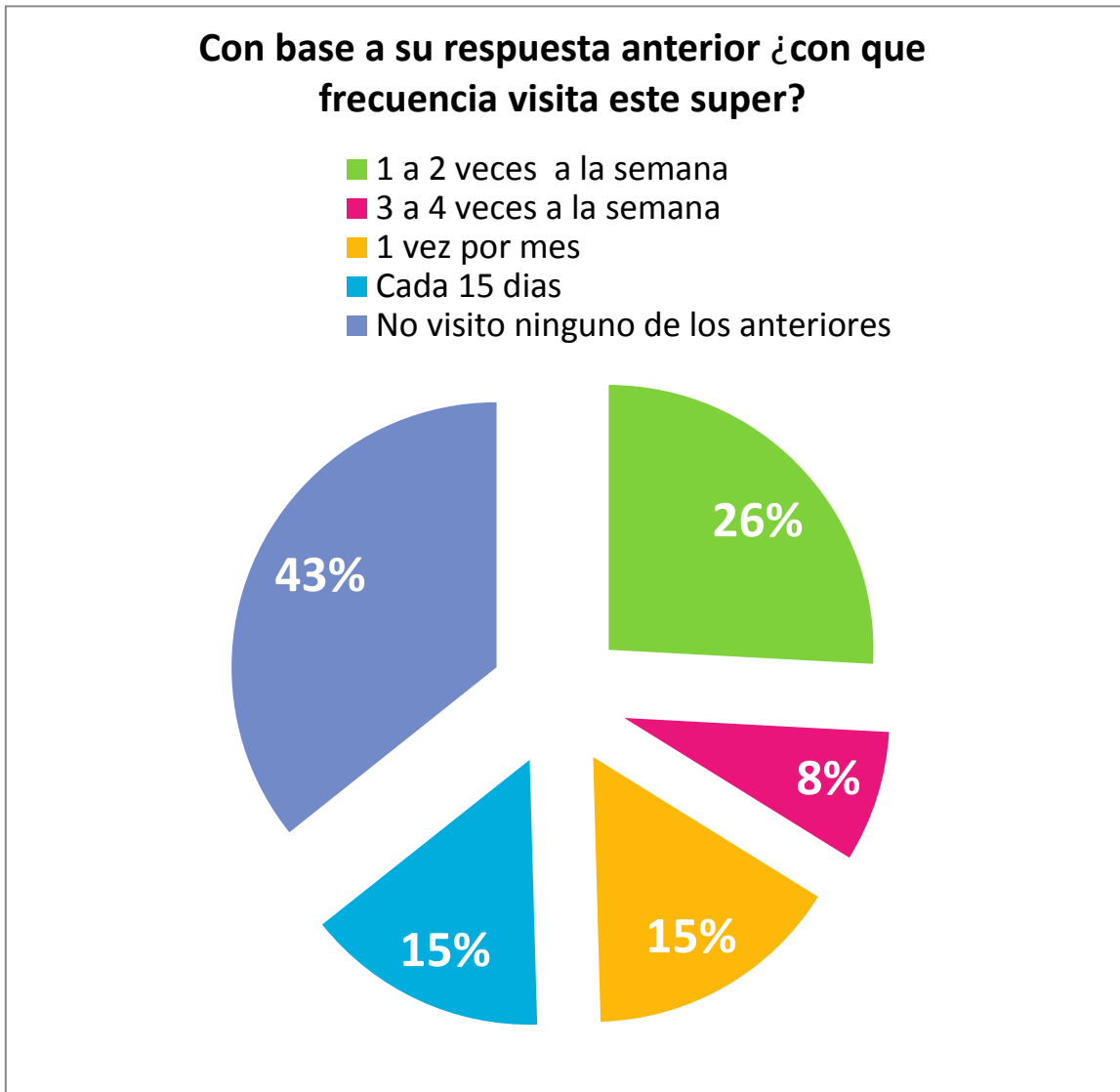
En el cuadro No.2 está representado, el sexo de los encuestados.

Cuadro No.3



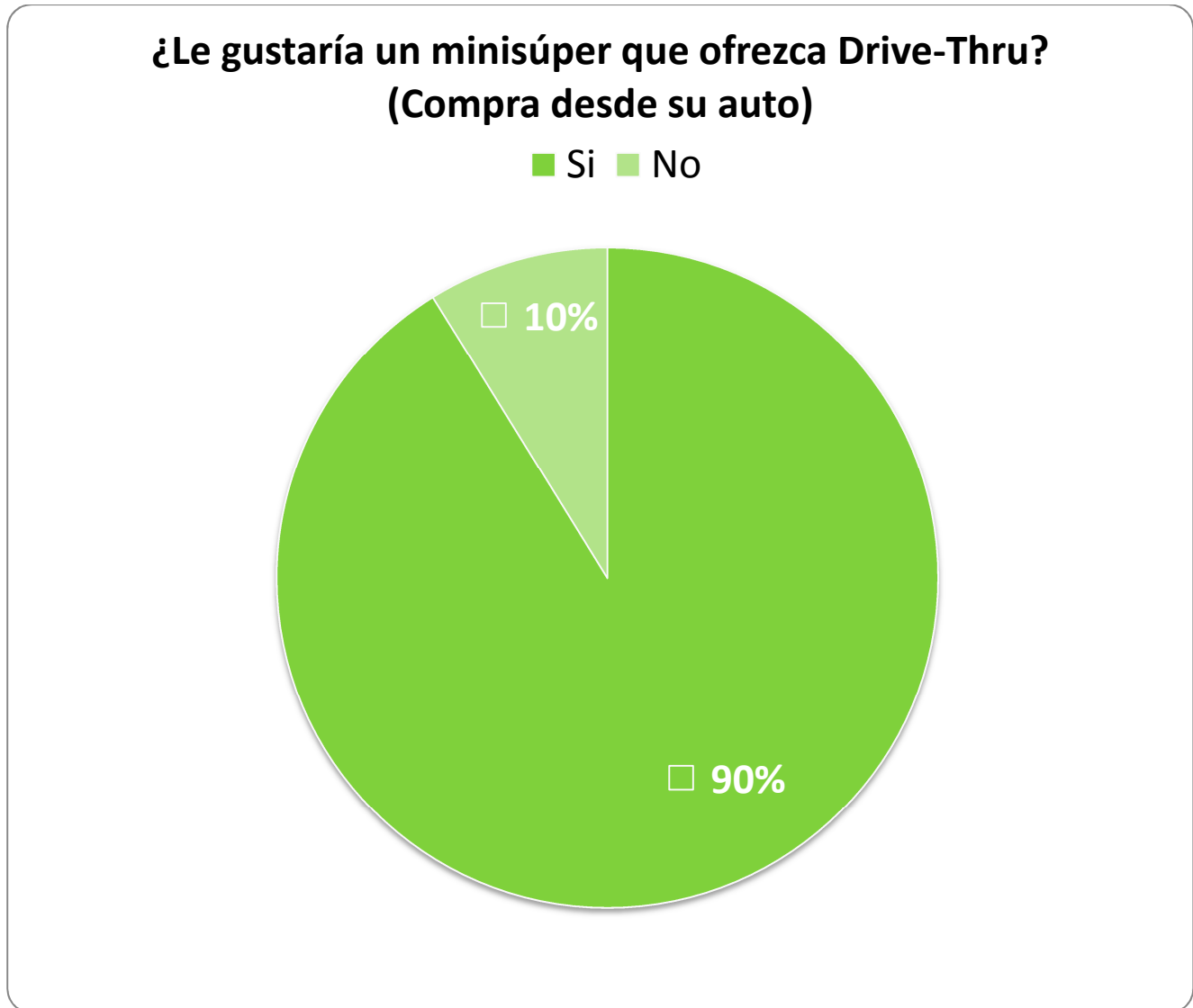
En el cuadro No.3 podemos observar, el porcentaje de nuestros encuestados que visitan los principales mini superes en Managua. La mayor parte de los encuestados no utiliza el servicio de ninguno de estos puntos de venta. Sin embargo un 27% de nuestros encuestados realizan compras en el supermercado portas, convirtiéndolo en nuestro principal competidor. Un 12% de nuestros encuestados compran en Stop and Go siendo esta nuestra segunda competencia. El minisúper Economarket alcanzo un 10% de la preferencia de nuestros clientes, este minisúper es el único en Managua que abre 24horas convirtiéndolo en nuestra competencia directa después de la 9pm.

Cuadro No.4

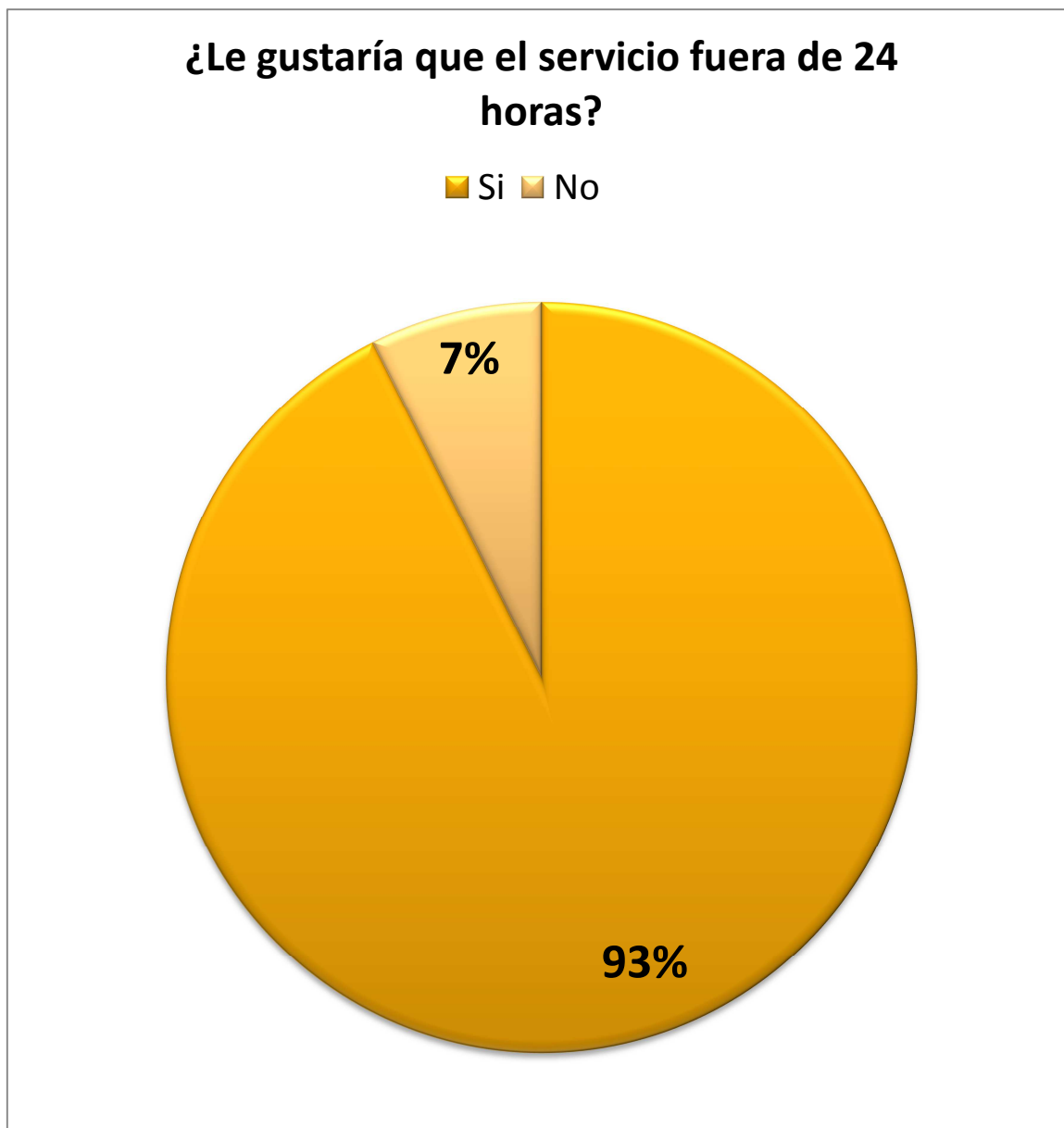


El presente cuadro representa la cantidad de veces que los encuestados asisten a los mini superes mencionados anteriormente. Como habíamos mencionado antes la mayor parte de ellos no visitan ningún de estos. Un 26% asisten a comprar en estos lugares 1 a 2 veces a la semana. 15% de las personas los visita 1 vez por mes, otro 15% asiste cada 15 días. Un 8% realiza compras en estos mini superes 3 a 4 veces a la semana. Esto nos da un estimado de la frecuencia en que las personas visitan los mini superes y lo que podemos esperar para el nuestro.

Cuadro No.5

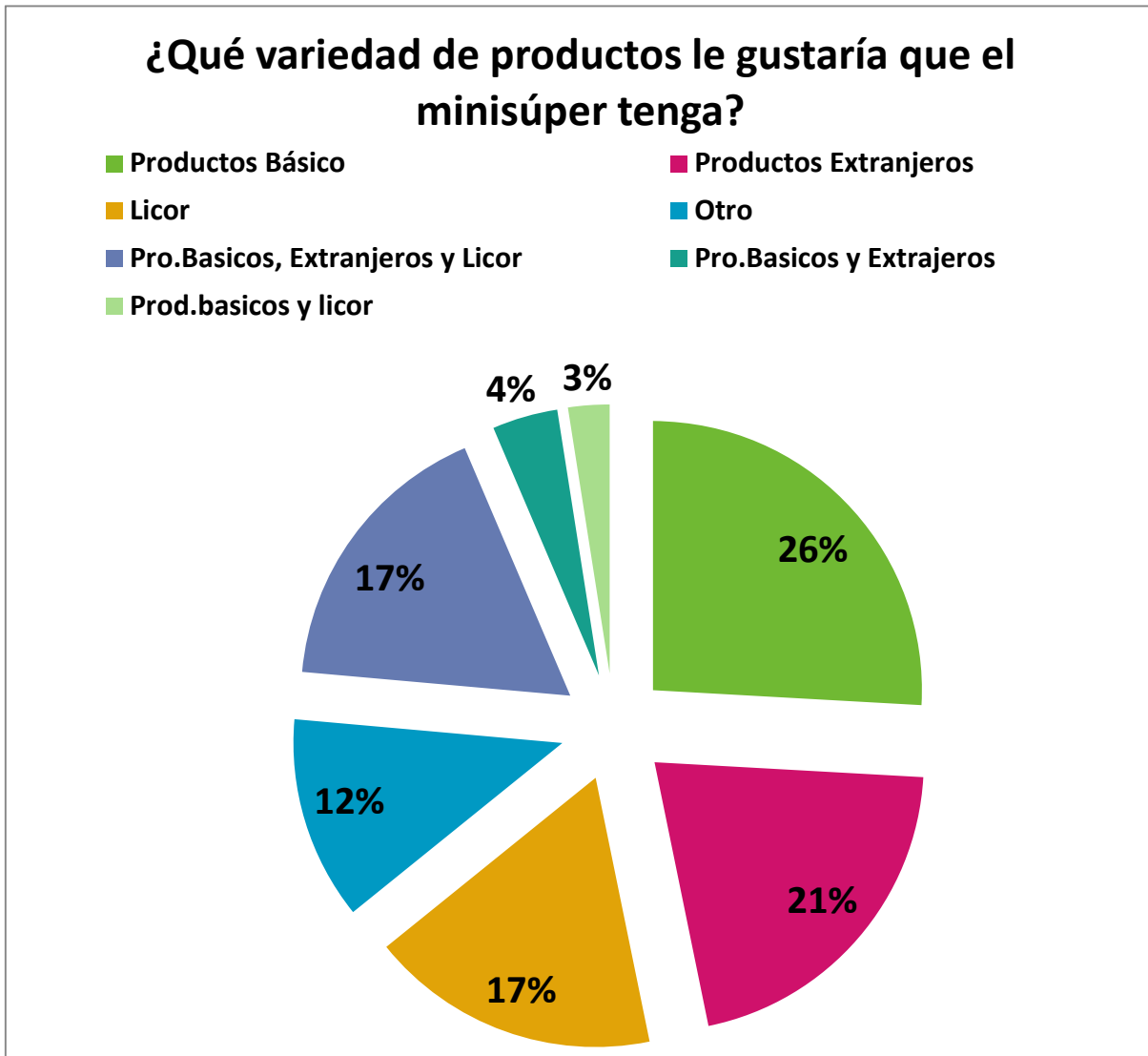


El cuadro No.5 refleja que a un 90% de los encuestados le gustaría utilizar un servicio de Drive-thru para realizar sus compras.

Cuadro No.6

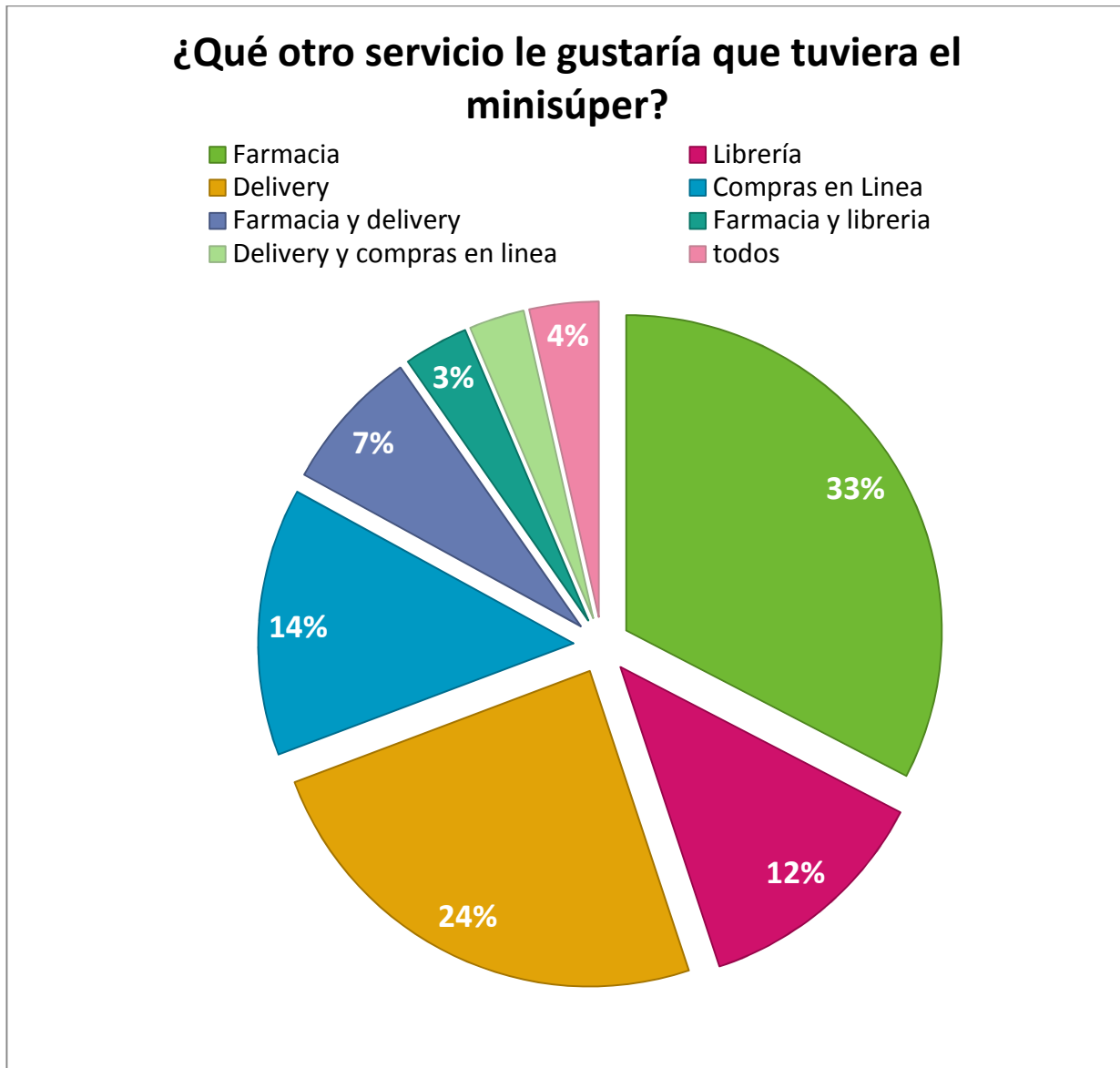
El cuadro No.6 nos revela que un 93% de los encuestados les gustaría que este servicio se mantuviera abierto las 24 horas, satisfaciendo una necesidad poco atendida en Managua como lo son los establecimientos que ofrecen un servicio de 24 horas.

Cuadro No.7



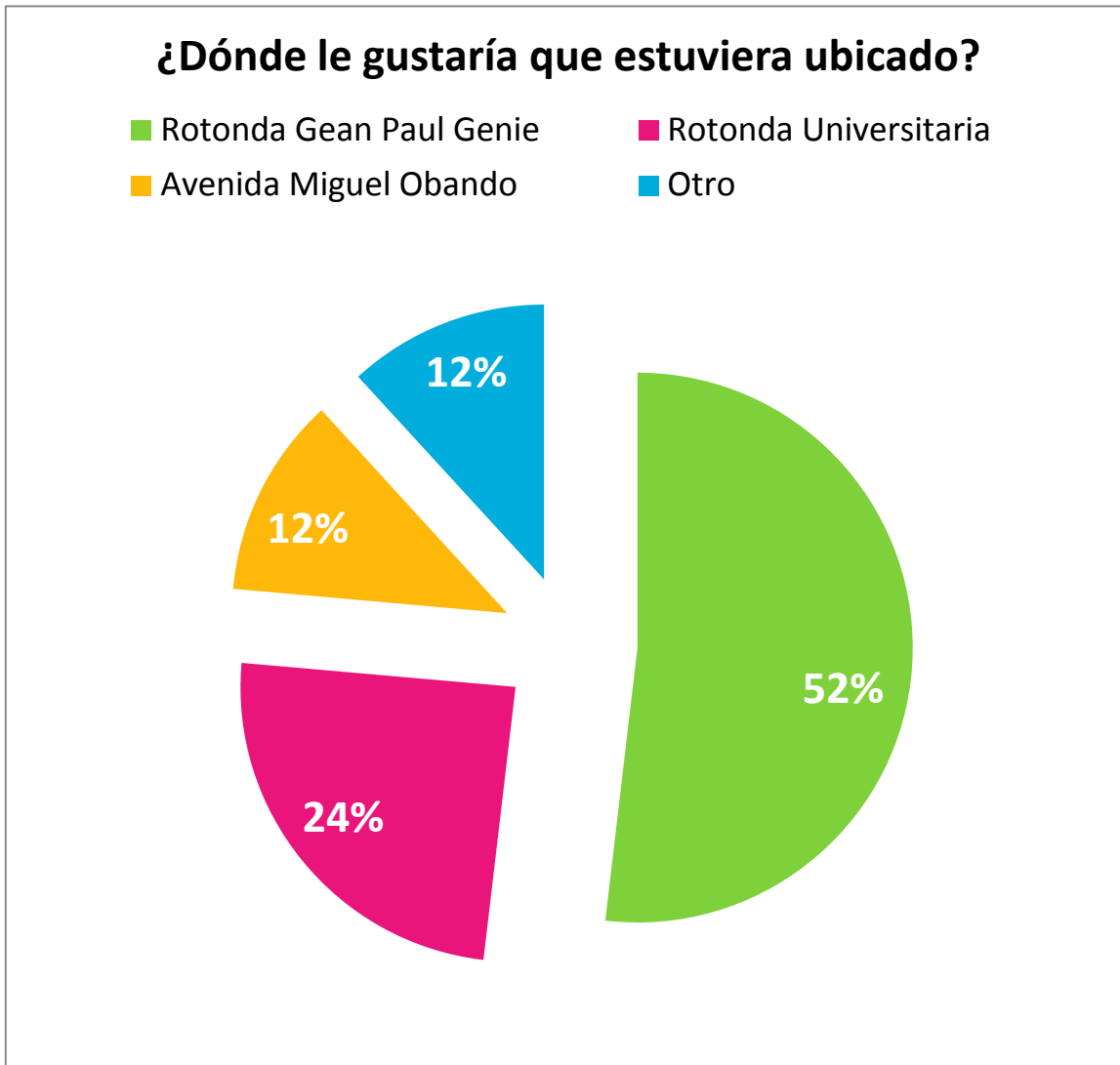
El cuadro No.7 nos revela las expectativas de nuestros consumidores potenciales, un 26% que corresponde a la mayoría de nuestros encuestados, les gustaría que Minisúper D´Pasadita ofreciera productos básicos y licor. Un 21% le gustaría que tenga productos extranjeros este corresponde al segundo porcentaje más grande de nuestro total. Otro 17% de los encuestados les gustaría que ofrezca licor y un 17% le gustaría que sea variado y contenga productos básicos, extranjeros y licor. Lo que nos proporciona datos de interés para elaborar nuestro inventario de productos.

Cuadro No.8



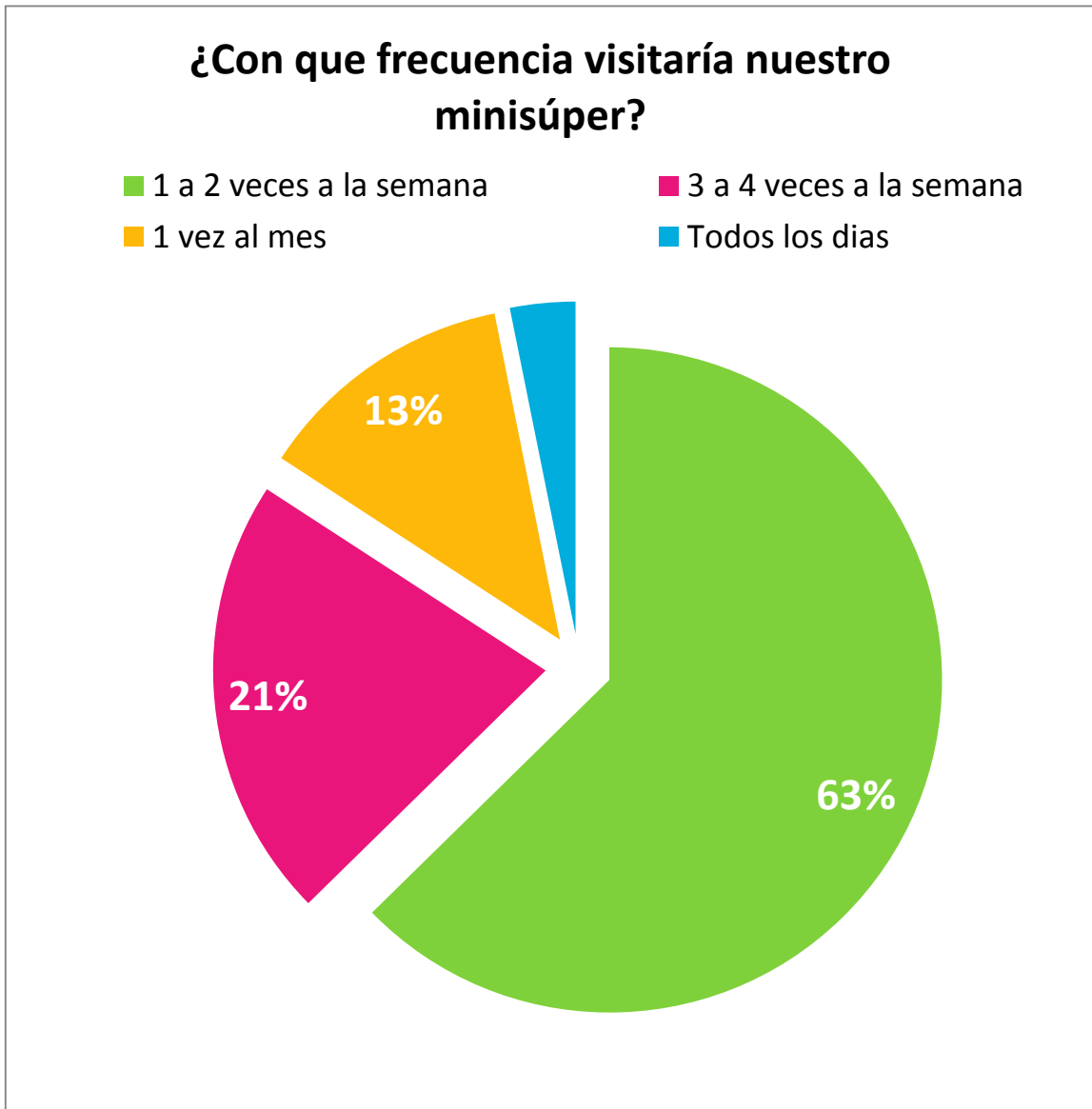
El cuadro No.8 refleja los servicios que le gustaría a nuestros consumidores que Minisúper D`Pasadita tenga. La mayor parte de estos les gustaría que el minisúper ofrezca el servicio de una farmacia. A un 24% les gustaría que tenga Delivery que corresponde a la segunda opción de mayor porcentaje. Un 14% le gustaría compras en línea y un 12% librería. Estos servicios, estarán contemplados para nuestros objetivos de largo plazo. Y refleja algunos productos que consideramos incluir en nuestro inventario, que se alejan de los productos de consumo.

Cuadro No.9



El cuadro No.9 determina la preferencia de los encuestados hacia la ubicación del minisúper. Todos estos sitios fueron contemplados en la búsqueda de una localidad. Un 52% de los encuestados coincidieron en que la mejor ubicación sería la rotonda Jean Paul Genie que corresponde a la mayoría de los encuestados. Un 24% considera que la Rotonda universitaria sería un lugar ideal. 12% cree que la avenida Miguel Obando sería la mejor ubicación y el restante 12% escogió otros lugares que consideraban convenientes. La rotonda Jean Paul Genie es la ubicación más céntrica y altamente concurrida razón por la cual decidimos ubicar nuestro minisúper en este lugar.

Cuadro No.10



De acuerdo con este cuadro, la mayor parte de nuestros encuestados que corresponde a un 63% utilizarían nuestros servicios 1 a 2 veces a la semana. Un 21% nos visitarían de 3 a 4 veces a la semana que constituye un porcentaje alto de nuestros encuestados, demostrándonos aparente éxito de ventas. Un 13% nos visitarían una vez al mes y un 3% pretende comprar todos los días.

2.3.5 Conclusiones del estudio de resultado

Mediante al estudio realizado, llegamos a la conclusión que los habitantes de Managua, están listos para un servicio que ofrezca innovación, rapidez en sus compra. Estamos frente a un mercado inexplorado e insatisfecho y se presenta la oportunidad de ofrecer un servicio de calidad que llene las expectativas de nuestros clientes potenciales.

El estudio nos confirmo que la ubicación ideal para los consumidores seria la rotonda Jean Paul Genie, debido a lo céntrico que se encuentra y a la facilidad de alcance que esta brinda. Con los datos recopilados anteriormente podemos calcular la cantidad de visitas que recibiríamos y demostrar que sería un establecimiento concurrido. Los resultados también nos indican que los consumidores están en busca de productos variados y expectantes a otros servicios que les serian útiles como farmacia, Delivery y compras en línea.

A la mayor parte de nuestros encuestados les gustaría un minisúper que ofreciera servicio de Drive-thru y atención de 24 horas lo que indica que es aceptado por nuestros clientes objetivos y será utilizado por clientes de todas edades para sus compras rápidas o de última hora.

2.3. El sistema de distribución más adecuado de la empresa.

Sistema de distribución

Al principio el minisúper brindará su servicio en la zona de carretera Masaya al lado del edificio de Movistar, en el cual estaremos atendiendo a todos nuestros consumidores y empezaremos distribuyendo los productos básico, licores, algunos productos de librería y ofreciendo un el servicio de 24hrs.

2.4. Promoción del producto o servicio

Para promover un producto nuevo en el mercado, es esencial realizar un acto de información, persuasión y comunicación que incluye varios aspectos de gran importancia, como es la publicidad, la promoción de ventas, las marcas, e indirectamente la estructura e imagen del puesto del servicio.

A partir de un adecuado programa de promoción, se puede lograr dar a conocer un producto, así como incrementar el consumo del mismo.

2.4.1. Publicidad

El objetivo principal para el lanzamiento D'PASADITA, S.A. es crear un impacto directo sobre los clientes para que conozcan el nuevo servicio que se les está brindando siendo este una nueva opción de mini súper, por consiguiente ganar la preferencia de ellos, y lograr un alto porcentaje de ventas. Para ello utilizaremos los siguientes medios:

- a) **Periódicos:** Se escogió los periódicos porque cubren con su circulación un territorio geográfico seleccionado. Además, los anuncios en este medio llegan a personas de prácticamente todos los estratos económicos.

- b) **Televisión:** Optamos por invertir en televisión ya que es un medio audiovisual masivo que nos permitirá desplegar toda nuestra creatividad combinando imágenes, sonidos y movimientos. Además consta de una buena cobertura en mercados masivos y atractivo para los sentidos.

- c) **Volantes:** Se emplearan volantes los cuales serán distribuidos por todos los centros públicos donde se manejan los clientes en revistas cinematográficas, en los centros comerciales gente pagada para que los distribuyan en los semáforos en las

calles principales, con el objetivo de causar un impacto fuerte, cuidado el contenido y la presentación del volante.

2.4.2. Lanzamiento del Servicio o Producto

Producto dirigido a un Target AB Hombres y Mujeres con edades entre los 20 y 60 años.

Hay que realizar una campaña de expectativa, esto ayudará a que la gente genere curiosidad de lo que está pasando, esta campaña tiene que ser por 1 semana, los medios a utilizar serán:

- *Cuñas de Radio* con una cuña de 15 segundos pautadas en las Emisoras dirigidas al segmento AB (Radio Romántica y Joya).
- *Mantas cruza calle* (deberán de colocarse en lugares cercanos, villa fontana norte y sur, pista sub urbana, pista jean paúl genie, los robles, Altamira, cerca del aeropuerto, UAM)
- *Volantes* (serán regadas en los centros comerciales)

- **Monto de inversión:**

1. Radio **\$600**

2. Mantas **\$300**

3. Volantes: Impresión y volantes **\$400**

Luego la campaña de lanzamiento o resolutiva, la cual tiene una duración de 2 meses al aire y consiste en:

- *Cuñas de Radio 30"* pautadas en las Emisoras dirigidas al segmento AB(Radio Romántica y Joya)
- *Mantas cruza calle* indicando que ya está abierto el Súper (deberán de colocarse en

lugares cercanos, villa fontana norte y sur, pista sub urbana, pista jean paúl genie, los robles, Altamira, cerca del aeropuerto, UAM).

• **Monto a Invertir:**

1. Radio: **\$ 2,000** distribuidos en los 2 meses
2. Mantas: **\$250**

Monto Total de Inversión: \$ 3,550 dólares + IVA



Slogan: "Su bienestar es nuestra preocupación, su tiempo nuestra prioridad"

PRODUCCIÓN

CAPÍTULO III

3.1 Objetivos del área de producción.

3.1.1. Objetivos de corto, mediano y largo plazo

Corto plazo

Enfocarnos en mantener un porcentaje de ventas igual al de la competencia. En donde tendremos una venta diaria de C\$10,000 lo cual se convertiría una venta mensual de C\$300,000 al mes.

Mediano plazo

Estar presente en el mercado, aumentando o si es posible duplicando el porcentaje de ventas.

Largo plazo

Después de varios años de estar en el mercado queremos expandir nuestros servicios de manera local y es hacer nuevos establecimientos en otros puntos de Managua y algunos departamentos para que todos nuestros consumidores tengan acceso y el porcentaje de ventas sea mayor de acuerdo con los años anteriores.

3.2 El servicio de la Empresa

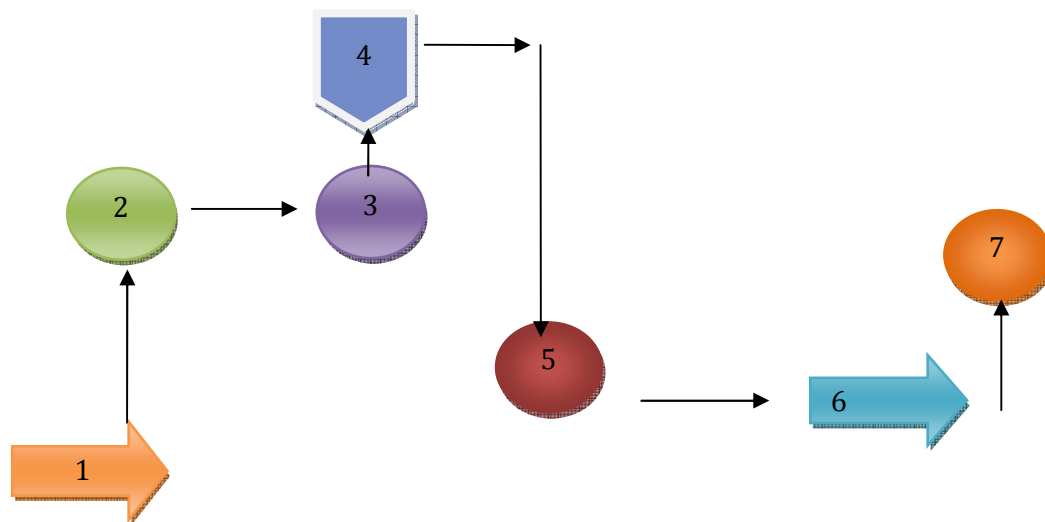
Servicio:

Es un mini súper donde se puede hacer una compra rápida sin la necesidad de bajarse e ingresar al súper y todas sus compras las podrá hacer dentro de su vehículo, este súper provee una variedad de productos básicos, farmacéuticos, licores y de librería. Se brindará un servicio de 24 horas para todos los consumidores de Managua.

1. El cliente llega a la primera etapa del proceso de compra
2. Hace el pedido de sus compras a través de una pantalla táctil (si necesita alguna ayuda o tiene una pregunta esta el cajero para ayudar).
3. En la misma ventanilla se hace el proceso de pago y verificación del pedido.
4. Se avanza a la siguiente etapa (segunda ventanilla) el cliente recibe su orden de compras.
5. El Cliente sale de la zona del servicio.

3.2.2 Diagrama del Flujo del proceso

1. Recibimiento de los productos de los proveedores.
2. Inventario de los productos.
3. Almacenamientos de los productos.
4. Etiquetar los productos con precio.
5. Organización de las cuentas.
6. Distribución de las cajas registradoras.
7. Limpieza Interna y externa.



3.3 Característica de la Tecnología

El sistema de operación de la empresa será a nivel digital, donde el cliente hará sus pedidos a través de una pantalla táctil. Todos los productos estarán en el sistema y estará caracterizado por áreas. Se utilizará tecnología de punta, al hacer el pedido, una pantalla adentro del edificio les indicará a los trabajadores el pedido del cliente para que cuando el cliente avance a la ventanilla correspondiente su pedido sea entregado de inmediato

3.4 Equipo e instalaciones

Es muy importante para el proceso productivo determinar las actividades a realizar, así como el equipo, herramientas e instalaciones requeridas para llevar a cabo la prestación de los servicios de la empresa.

Por lo antes dicho, nos disponemos a exponer el equipo. Las herramientas e instalaciones que se utilizaran para laboral.

Equipo	Cantidad
Servidor	1
ELO TOUCHSYSTEMS Registradoras	3
Carretillas de supermercado estilo canasta	25
Tabletas	2
Equipo de circuito cerrado	1
Tarjetas de red inalámbrica	1
Impresora multifuncional 4 en 1	2
Etiquetador	2
Televisores plasma 12"	2
Cajas Registradoras	3
Impresora de recibo TM-U220PD 603	3

Equipo de Oficinas	Cantidad
Archiveros	1
Archivador	1
Escritorio para registradoras	2
Mueble de caja registradora al frente	1
Silla ejecutiva	5
Sillas de espera	6
escritorios de oficinas	5

3.5. Materia prima

Nuestra materia prima son todas aquellas unidades físicas de almacenamiento que se ocupan para mantener existencia de productos para la venta. Se requiere una labor de planeación y control desde el momento que los productos llegan al establecimiento para después brindar nuestros servicios ofreciéndoselos a los consumidores.

3.7.1 Necesidades de la Materia Prima

Para obtener nuestros productos tenemos un inventario de los mismo para poder determinar en qué momento necesitaremos abastecimiento de los productos y de esta manera contactar a nuestro proveedores para poder completar las necesidades productos.

3.5 Determinación de los proveedores

La identificación de proveedores facilita el proceso de selección del tipo de productos que se desee utilizar en el proceso de la distribución del servicio. El minisúper D´PASADITA hace uso de proveedores quienes abastecerán las empresas.

La selección de proveedor realizada por D´PASADITA S.A. se ilustra de la siguiente manera:

Proveedores
1. Nestlé
2. Dicegsa
3. Parmalat
4. Flor de Caña
5. Ocal

3.6.1. Compras

Las compras que se realicen en la empresa llevaran una guía que sigan las políticas de compras. La función de compra radicará en el establecimiento de las especificaciones de las cantidades a adquirir y el detectar cuando se necesitaran productos. De la misma manera, debe establecerse, si hay un incremento fijo de productos, si hay descuento por pronto pago o por volumen de compra de los productos en cuestión.

MINISÚPER D'PASADITA

ORDEN DE COMPRA

Proveedor: _____

Orden de compra #: _____

Empresa solicitante: _____

Fecha de pedido: _____

Teléfono: _____

Fecha de entrega: _____

Fax: _____

Dirección: _____

Cantidad	Concepto	Precio	Importe

Firma de Recepción

Subtotal: _____

IVA: _____

Total: _____

3.7. Manejo de inventario

El inventario es la cantidad de productos que se encuentran en la empresa.

D´PASADITA ha establecido como política de inventarios manejar un porcentaje alto de productos, y adquirir más cada 15 días.

3.8. Ubicación de la empresa.

En sus inicios, la empresa D´PASADITA estará ubicada al noroeste del edificio Movistar este edificio está al noroeste de la rotonda Jean Paul Genie y el barrio 22 de mayo. Se escogió esta ubicación por el estudio de mercado que se hizo al inicio del proyecto en cual se demostró que está ubicado en un punto céntrico que permite la facilidad y rapidez tanto para los proveedores como para los empleados que van conformar la empresa y así mismo la celeridad de la distribución del servicio terminado.

3.9. Diseño y distribución de oficinas

Debido a que somos una micro empresa dedicada a brindar un servicio de los productos a nuestros consumidores, diseñaremos un minisúper con todas las funciones que se necesita para lograr el flujo de proceso del servicio que estaremos brindando, este edificio estará ubicado en la ciudad de Managua.

La empresa estará constituida por dos áreas: planta de trabajo donde se brindara el servicio y en la planta alta estarán ubicada las oficinas administrativas de la empresa como; Gerencia General, Gerencia de Marketing y Publicidad,

Gerencia Financiera, Gerencia administrativa y Gerencia de reclutamiento humano.

Estarán tres personas en cajas que se encargaran de atender a los clientes que van llegando en carro y los que van a entrar al minisúper. Al mismo tiempo habrá una asistente en la planta alta que estará apoyando a las cinco aéreas administrativas de

la empresa, que se responsabilizara de retribuir la información obtenida que corresponda al área indicada.

3.10. Mano de obra requerida

Actividad	No. De personas	Tipo de habilidad
Gerente	1	Conocimientos en el área administrativa.
RRHH-marketing-vice gerente	1	Experiencia en mercadeo y relaciones humanas.
Contador	1	Habilidades en al área financiera, con estudios en contaduría.
Ayudante de caja digital y cajero	2	Conocimientos tecnológicos.
Entregador de pedidos	2	Conocimientos básicos, persona eficiente y activa y muy amable.
Pasa pedidos	4	Amable y eficaz
Cajero real	1	Conocimientos técnicos de caja.
Limpieza	1	Honrada, con experiencia.
Cuidador	1	Persona honrada y con experiencia en el área de seguridad.

3.11. Procedimiento de mejora y control de calidad

Se realizaran encuestas cada seis meses para conocer la opinión de los clientes acerca de nuestro servicio y también colocaremos un buzón de sugerencias en cada caja, para así conocer las inquietudes y necesidades que nuestros clientes poseen. Con el fin de poder mejorar y ofrecer un servicio que cumpla con las necesidades y expectativas de nuestros compradores.

Nos enfocaremos más que todo en la atención y el servicio al cliente, porque buscamos eficacia y mantener a nuestros clientes satisfechos, es por esto que nuestro deber es revisar continuamente nuestros productos, mercado, recursos humanos y tesorería. Siempre con el fin de mejorar día a día.

3.12. PROGRAMA DE PRODUCCION

ACTIVIDAD	PERSONAL ENCARGADO	PERIODO DE REALIZACION
1. Acondicionar el área de trabajo	Linda Ramírez	28 de agosto al 28 de septiembre del 2012
2. Seleccionar y controlar al personal	Linda Ramírez	Del 28 de agosto al 28 de septiembre del 2012
3. Contactar proveedores	Claudia Sandoval	28 agosto al 28 septiembre del 2012
4. Compra de equipos	Gabriel Flores	28 junio al 27 agosto del 2012
5. Pruebas de producción	Francis Vaughan	29 de agosto al 30 septiembre del 2012
6. Adiestrar personal	Cecilia Leiva	2 de agosto del 2012
Número total de meses anteriores a la fecha de arranque		2 meses

Fecha de arranque: 25 de Octubre del 2012.

ORGANIZACION

CAPÍTULO IV

4.1 Objetivo de la empresa en el área organizacional

En el área organizacional el minisúper de Pasadita busca establecer una adecuada distribución de responsabilidades y actividades, de modo tal que se facilite el trabajo en equipo y el cumplimiento de objetivos de las áreas restantes de la empresa.

4.2 Objetivos de la empresa por área funcional

Objetivo de Mercadotecnia:

El minisúper de Pasadita tiene como objetivo de mercadotecnia la satisfacción de los clientes. Para lograr esto la empresa debe investigar cuáles son las necesidades de sus clientes para poder brindar productos y un servicio realmente satisfactorios, que cumpla con todas las necesidades y expectativas que nuestros consumidores poseen. Pero no solamente debe hacer llegar este servicio a los consumidores, sino que además debe continuar adaptando y modificando el servicio e introduciendo promociones en el área de ventas con el fin de mantener a nuestros clientes satisfechos de acuerdo con los cambios en los deseos y preferencias del consumidor.

Objetivos de Contabilidad y Finanzas:

El minisúper de Pasadita tendrá unas finanzas actualizadas y en orden, esto quiere decir que todas las cuentas por cobrar, cuentas por pagar, préstamos, servicios básicos, entre otros estarán al día, pagadas y cobradas a tiempo. Realizar un inventario mensual de los productos que entraran y saldrán del mini súper para llevar mayor control de dichos productos y de cuanto será el ingreso mensual de nuestras ventas.

Objetivos de organización:

El minisúper de pasadita cuenta con un personal altamente capacitado; cada persona ubicada en los diferentes áreas laborales de este mini súper cumple con todos los requisitos para poder cumplir eficientemente los objetivos de la empresa, brindar un servicio de calidad. Además esta empresa contara con un gerente en el cual ayudara al personal en caso de presentarse un inconveniente o emergencia en la empresa.

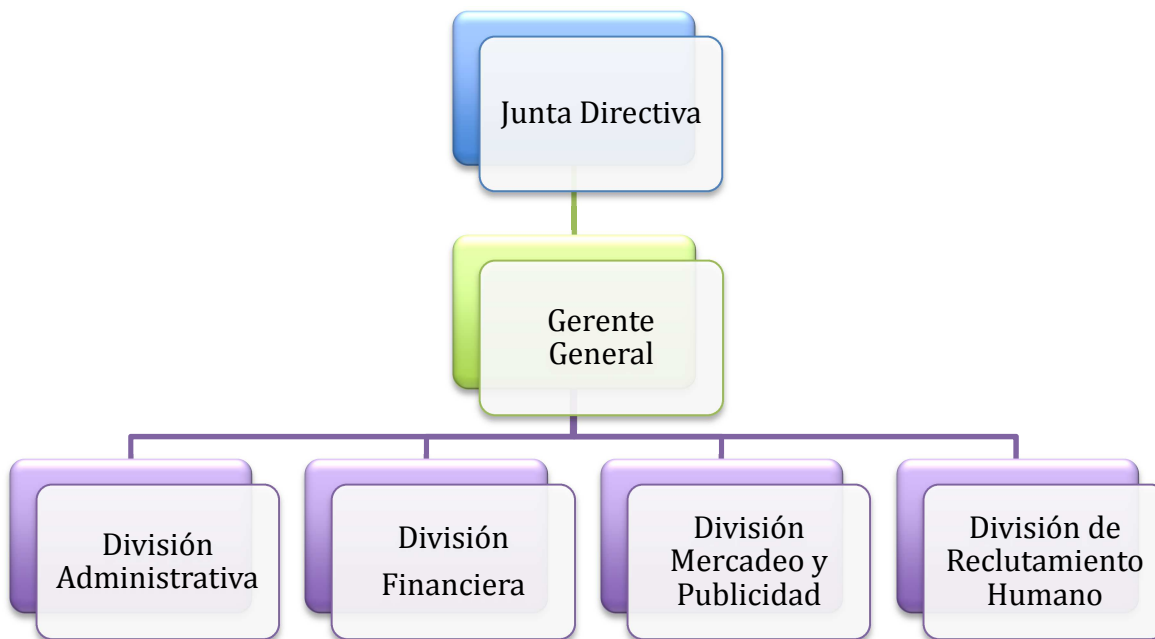
4.3. Formato para definir los procesos operativos de la empresa

ACTIVIDADES	ACTIVIDADES	REQUISITOS ESPECIALES	PERIODICIDAD Y TIEMPO
Gerenciales	<p>Autoridad máxima en el minisúper, quien se encargara de planear, organizar, dirigir y controlar las actividades en generar de la empresa.</p> <p>Calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado, efectuando esto durante la jornada de trabajo.</p> <p>Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.</p>	Líder motivador, figura ceremonial, persona extrovertido.	Un año
De mercadotecnia	<p>Asegurarse que las ventas se realicen exitosamente, que las promociones sean adecuadas para el tipo de consumidor que quiere llegar. analizar a la competencia para así realizar una estrategia adecuada</p>	<p>Visitar la competencia. Mayor publicidad. Estrategias de Mercado Investigación de Mercado. Buscar como el mini súper se diferencie de s competencia.</p>	Un año
De contabilidad y finanzas	<p>Manejo de cuentas en general. Presupuesto de utilidades y de pérdidas.</p>	Mantener todo el manejo de cuentas en orden y actualizado mensualmente.	Un año

4.4 Formato para descripción de puesto

NOMBRE DEL PUESTO	REQUISITO DEL PUESTO	ACTIVIDADES	ESCALA JERARQUICA
Gerente general y RRHH	Licenciatura en Administración de Empresa (experiencia en alta gerencia mínimo de 3 años)	Autoridad máxima en el mini súper, quien se encargara de planear, organizar, dirigir y controlar las actividades en genera; de la empresa. calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal .adecuado,	Un año
Ejecutiva de mercadeo y cuenta	Licenciada en Mercadeo y Publicidad (experiencia en el área mínima 3 años)	Visitar la competencia. Mayor publicidad. Estrategias de Mercado Investigación de Mercado. Buscar como el mini súper se diferencie de s competencia. Estar al tanto de las ventas y la publicidad de la empresa.	Un año
Ejecutivo de Finanzas y contabilidad	Licenciado en Contabilidad (con experiencia en el área y con postgrado en área a fines)	Manejar toda el área contable y financiera.(Rentabilidad y estado económico en que se encuentra la empresa)	Un año
Cajeros	Conocimientos tecnológicos.	Ayudara a los clientes si necesitan ayuda en la pantalla y llevara el manejo de las cajas.	Un año
Personal de apoyo	Conocimientos básicos, persona eficiente y activa y muy amable.	Se encargara de buscar los productos que pide el cliente y encargase de entregar los pedidos.	Un año
Personal de limpieza	Honrada, con experiencia.	Mantener la empresa aseada y ordenada para que todos laboren en un área limpia. Y los clientes encuentren el supermercado limpio.	Un año

4.5 Organigrama de la empresa



4.5. Funciones específicas por puesto

4.5.1 Gerente General

Se hará cargo de Evaluar periódicamente el cumplimiento de las funciones en los diferentes departamentos.

Sus funciones específicas: Planeación y organización la micro empresa, determinando lo que se desea lograr. Dirigir, supervisar y evaluar los procesos que se desarrollan dentro del minisúper. Determinar la proyección de nuevo inventarios del minisúper.

4.5.2 Gerente de Marketing

En este puesto se busca que la persona se ocupe de la estrategia de mercado que D'PASADITA implementará para difundir de manera rápida el nuevo servicio que se está brindando.

Elaborar estrategia de publicidad y ventas para captar la atención de nuestros consumidores y hagan uso de nuestro servicios para adquirir sus productos.

Dirigir y supervisa el buen funcionamiento de la red comercial Encargado de la dirección de Marketing. Responsabilidad máxima en todas las actividades de ventas y promociones de la empresa.

4.5.3 Gerente de Administración y Finanzas

Esta es un área fundamental de la empresa, es por eso que se debe escoger el personal adecuado dedicado a mantener la contabilidad del negocio. Efectuar el análisis y la planeación financiera. Responsable de la administración de cartera de inversión. Manejar las evaluaciones de rendimiento financiero.

Transformar la información financiera a una forma útil para supervisar la condición financiera del minisúper.

4.6 capacitación del personal

El periódico

Se eligió este medio por ser de bajo costo.

Redacción el anuncio:

“Empresa D' PASADITA solicita cinco personas para personal de apoyo con certificado de secundaria. Interesados por favor presentarse con solicitud de trabajo y fotografía en Noroeste del Edificio Movistar Managua, Nicaragua, de 9:00 AM a 12:00 PM y de 3:00pm a 5:00PM.”

- **El costo total será de C\$200.00**

4.6.1 Proceso de Reclutamiento

Medio de Reclutamiento	Costo
Periódico	C\$ 200.00
Radio	C\$ 300.00
Presupuesto Total:	C\$ 500.00

4.6.2. Selección

El proceso de selección será muy cuidadoso, ya que es aquí que se tiene que escoger a la persona ideal para el puesto solicitado, tomando como parámetro la necesidad de la empresa.

Realizaremos el proceso de selección mediante la solicitud de empleo, luego se realizará una entrevista para comprobar lo escrito en ésta. Se verificará la validez de los certificados presentados por medio de la misma. Una vez presentado los datos necesarios, a cargo de la Lic. Linda Ramírez Rosales encargada de la selección de los nuevos trabajadores de la empresa, será quien aplique el examen y lleve a cargo la entrevista. No hay ningún costo asociado al examen o a la entrevista.

4.6.3. Contratación

Este es un proceso complejo y delicado en donde el empleador y empleado deben de estar de acuerdo antes de proceder a su firma, es por esto que previamente de iniciar una relación laboral con alguien es bueno conocer los compromisos legales. Tipo de Contrato que se utiliza en la empresa D´PASADITA S.A. Contrato por servicios profesionales: para la realización de una actividad específica por un tiempo pre establecido. No existen relaciones por compromiso formales regidas por normas laborales, sino acuerdos y cláusulas establecidas entre las partes que suscriben el mismo. Contrato por tiempo determinado: para la realización de una actividad específica por un tiempo pre establecido. Se rige por normas laborales contrato por tiempo indeterminado: para los empleados permanentes que dan su aporte a la organización. La relación se rige por la normas del código laboral.

Aspectos Laborales a Considerar:

- a) Mantener una buena relación laboral con los demás departamentos.
- b) Contar con instalaciones limpia.
- c) Por el cumplimiento de las metas propuesta se le remunerara.
- d) Contar con el equipo indicado para evitar accidentes durante el trabajo.

4.4.4. Inducción

Es de mucha importancia implementar un proceso de inducción entre el trabajador y la empresa cuando éste es contratado, porque es el momento de presentar la misión, valores y carácter de la empresa, y así mismo es la oportunidad para dar a conocer tanto las políticas como los códigos escritos y no escritos que la empresa posee.

El proceso de inducción será realizado por Lic. Claudia Sandoval, encargada de la inducción de los empleadores, en conjunto con la dirección general; siendo lo más indicados para instruirles a los nuevos miembros de la empresa lo que espera de ellos y lo que se necesita para el cumplimiento de las metas y los objetivos establecidos. El

itinerario y el material dinámico será brindado a cada trabajador, con los horarios y ubicación de cada seminario, las especificaciones de estos tendrán variaciones en dependencia del área que se dirigirán los servicios prestados de cada trabajador hacia la empresa.

Proceso de inducción que se seguirá:

- a) Presentación de la misión y valores de la empresa.
- b) Presentación del equipo de trabajo y los demás empleados.
- c) El tipo de puesto que llevara la persona.
- d) Políticas y reglas de comportamiento de la empresa.
- e) Capacitación en el uso de las herramientas y paseo por las instalaciones.
- f) Material que se utilizara en el proceso de inducción:
- g) Se utilizara equipos informáticos y de proyección con la información necesaria para dar a conocer la empresa.

4.4.5. Desarrollo del personal

Dado que somos una micro empresa, no realizaremos capacitaciones hasta no haber logrado un crecimiento sólido como empresa, es por esto que se desarrollara al personal por medio de un adiestramiento para que desempeñe las funciones para las cuales ha sido contratada.

Cabe destacar que la contratación de personal no es para todos los puestos, debido a que en su gran mayoría serán dirigidas por las fundadoras de D' PASADITA hasta que ésta logre crecer y establecerse como empresa. Únicamente se pagara por adiestramiento al siguiente puesto:

Puesto	Tipo de adiestramiento	Costo
Administración y Finanzas	Se enseñará las funciones básicas de Registrar, analizar y controlar las operaciones contables y financieras de la empresa. El gerente del respectivo departamento se encargará del adiestramiento.	Se estima que el adiestramiento para este puesto sea de dos días, y el costo es la mitad del salario del empleado.

Luego de que D' PASADITA se considere como una empresa sólida en el mercado, se piensa realizar capacitaciones a puestos importantes para un mayor desarrollo personal y profesional. Estos se priorizarán mediante a la necesidad que se enfrente la empresa en ese determinado periodo.

Tentativamente se seleccionarán los siguientes puestos:

PUESTO	TIPO DE CAPACITACION	COSTO
Mercadeo	Para este departamento se utilizara cursos de actualización para poder utilizar lo último en tecnología.	Se estima igualmente una duración de una semana y un costo de \$1000.
Personal de Apoyo	Para esta área se hará un taller del manejo del software para las tablets en donde los clientes harán su pedido y de esta forma se tendrá un manejo completo del sistema.	Se estima una duración de una semana con un costo de \$ 800.

4.6. Administración de sueldos y salarios

El minisúper de pasadita establece su salario de la siguiente manera:

Puesto	Cantidad	Salario	Total
Gerente	1	C\$ 15,000.00	C\$ 15,000.00
Contado	1	C\$ 8,920.00	C\$ 8,920.00
Mercadeo	1	C\$ 12,000.00	C\$ 12,000.00
Reclutamiento Humano	1	C\$ 10,000.00	C\$ 10,000.00
Administrador	1	C\$ 12,000.00	C\$ 12,000.00
Personal de Apoyo	7	C\$ 6,000.00	C\$ 42,000.00
Personal de seguridad	4	C\$ 4,500.00	C\$ 18,000.00
Personal de Limpieza	2	C\$ 3,500.00	C\$ 7,000.00
Total C\$			C\$ 105,920.00
Total \$			\$4,749.78

4.6.1. Formato de evaluación del desempeño

La evaluación del desempeño de cada una de las personas contratadas de la empresa D' PASADITA, serán valoradas por el conjunto de actitudes, rendimientos y comportamiento laboral del empresario en el desempeño de su cargo y cumplimiento de sus funciones, a través del cual, en forma sistemática y continua será valorada por parte de los jefes inmediatos. Evaluar el desempeño juega un papel crucial en cuanto a mejorar la motivación en el trabajo.

Hay varias razones para evaluar el mismo. Entre ellas están:

- a) Se establecerán parámetros de cumplimiento de los trabajadores para la empresa, con el fin de controlar los méritos para conceder ascensos, premios, e incentivos.
- b) Ofrecer información de promoción y remuneración.
- c) El evaluado y evaluador, deben hacer un plan para superar las limitaciones encontradas y convertirlas en fortalezas para el mejoramiento de la empresa.

Definición del puesto: asegurarse que el supervisor y el subordinado estén de acuerdo en las responsabilidades y los criterios de desempeño del puesto.

Evaluación al desempeño: comparar el rendimiento legal del subordinado con los criterios de desempeño determinado con el primer paso.

Ofrecer retroalimentación: la evaluación del desempeño por lo general requiere una o más sesiones de retroalimentación, durante en las que se comentan el desempeño y progreso del subordinado y se hacen planes para cualquier desarrollo que se requiera.

Método de Evaluación que se utilizará:

Minisúper D'Pasadita

Puesto: _____

Actividad 1: _____

Indicador: _____

Objetivo por semana

Resultado por semana

Semana 1. _____

Semana 1. _____

Semana 2. _____

Semana 2. _____

Semana 3. _____

Semana 3. _____

Semana 4. _____

Semana 4. _____

Objetivo del mes 1: _____

Resultado del mes 1: _____

Semestre 1 (2012) _____

Resultado del semestre: _____

4.7. Relaciones de trabajo

D' PASADITA pretende que en la organización desde sus inicios se cree sinergia entre cada uno de los integrantes de la empresa, para así lograr las metas propuestas por la misma.

Se piensa mantener la motivación de los empleadores utilizando los siguientes métodos:

Reconocimiento: elogiaremos y anunciaremos a cada persona o un equipo de la empresa cuando hagan algo notable. Se hablara sobre el merito en cada oportunidad. En un futuro, daremos reconocimientos materiales como placas o algún objeto material premiando su merito.

Celebración: Elaboraremos pequeñas celebraremos que no sean costosas, para los pequeños éxitos y congratular al equipo robusteciendo su espíritu para los desafíos a enfrentar en el futuro por ejemplo organizar por la tarde una fiesta sorpresa en la oficina, dar entradas para una película o cualquier otra cosa que los entusiasme. Lo organizaremos como un nuevo modo de hacer las cosas que aumenta la productividad o la satisfacción de los clientes.

Crear un ambiente de trabajo con el balance exacto de rendimiento y desafío. Les daremos a los empleados la sensación de éxito poniéndoles retos para que aprendan nuevas cosas manteniéndolos motivados e interesados.

El gerente de línea tomara decisiones para asegurar un entorno productivo y eficiente dividiendo la carga de trabajo, combinando las tareas en forma lógica, coordinando el mecanismo de trabajo para integrar las actividades de los departamentos en un todo congruente y así mismo vigilar la eficacia de dicha integración.

Para lograr buenas relaciones en el área de trabajo, es importante mantener una buena comunicación, ya que es fundamental para una coordinación efectiva y así mismo corregir las incertidumbres sobre las tareas asignadas. Adoptaremos el lenguaje formal para avisos, circulares, juntas de suma importancia y para hablar con

los clientes. Sin embargo, dentro de la organización manteniendo el respeto mutuo, optaremos el lenguaje informal para no causar tensiones dentro de la empresa.

Tendremos contacto directo con el personal, lo que nos dará una visión clara de las necesidades de ellos, a la vez que beneficiará para tener una buena relación de trabajo. Además, se tomarán en cuenta las opiniones de todos por medio de un buzón de sugerencias y se tendrá una mesa redonda cada semana para que los trabajadores presenten personalmente inconformidades, sugerencias, peticiones, etc. Esto servirá para que haya confianza entre el empleado y empleador, que se dé una atmósfera de respeto y se trabaje con mayor entusiasmo.

Los salarios de los trabajadores se efectuarán puntuales cada mes, sin perder de vista las necesidades del empleado y la responsabilidad que tiene la empresa con ellos.

4.9. Marco legal de la organización

Para dicha constitución deberemos hacer los siguientes pasos:

- a) Levantar ante un notario público el acta de constitución de la empresa donde se estipularán los estatutos de la misma
- b) Comprar libros: Mayor, Acciones, Actas, los cuales tienen un costo de C\$ 50
- c) Inscribir la constitución y presentar los libros en el registro mercantil. Aquí se nos proporcionará nuestro número RUC.
- d) Se deberá presentar en la alcaldía de Managua la cédula RUC para obtener la constancia de matrícula.
- e) Solicitar en la DGI la constancia de responsable recaudador de impuestos indirectos.
- f) Inscribirse en el registro central de proveedores del estado.

Finanzas

Capitulo V.

5.1. Objetivos del Área Contable

5.1.1. Objetivos Generales

Llevar ordenadamente toda las cuentas de la empresa, siempre estar al tanto de la situación financiera para buscar opciones que permitan ahorrar en costos y gastos al incrementar nuestro rendimiento general.

5.1.2. Objetivos Corto Plazo:

El departamento de finanza debe determinar los costos variables y fijos, es necesario saber cuánto es el capital requerido y los créditos que se necesitaran de los bancos.

5.1.3. Objetivos Largo Plazo:

Estar al tanto de las políticas legales y fiscales, así como seguir elaborando los estados financieros y el flujo de efectivo.

5.2. Sistema Contable de la empresa

Quien llevara a cabo el proceso contable de su empresa y que tendrá esto (capacitación o contratación).]

Sistema contable de la empresa para llevar la contabilidad de la empresa De Pasadita (un minisúper exprés de 24hrs) se utilizará la herramienta Microsoft Excel será manejado por la persona encargada de la finanza, este está familiarizado con el paquete el que va a utilizar, por lo que no se incidirá en cargo de entrenamiento de esta área.

5.2.1. Catálogo de cuentas de la empresa

Numero de cuenta	Nombre de la cuenta
100	Caja
101	Banco
102	Cuentas por Cobrar
103	Documentos por Cobrar
104	Seguros Pagados por adelantado
105	Materiales de Oficina
106	Inventario de producción final
107	Inventario de materia prima
108	Terreno
109	Edificio
110	Depreciación acumulada del edificio
111	Equipo de Transporte
111-1	Depreciación acumulada de equipo de transporte
112	Equipo de oficina
112-1	Depreciación de equipo de oficina
113	Maquinaria y equipo de oficina
113-1	Depreciación de maquinaria y equipo
114	Cuentas por pagar
114-1	Sueldo por Pagar
200	Intereses por pagar

202	Documentos por pagar a largo plazo
203	Dividendos por pagar
204	Capital Social
205	Utilidades Retenidas
207	Ingresos por Ventas de contado
208	Ingresos por ventas al crédito
209	Ingresos por interés
210	Gastos por sueldo administrativo
211	Gastos por servicio publico
213	Gasto por interés
214	Gastos por sueldo a prestadores de servicio
215	Gasto por publicidad
216	Gasto por impuesto
217	Compras
218	Proveedores

5.2.3. Definición de los costos y gastos que se realizarán

Costos variables	Costos fijos
Impuestos	Servicio Publico
	Publicidad
	Mobiliario y equipo de oficinas

Gastos variables	Gastos fijos
Gastos de mantenimiento	Gastos de Operación
	Gastos Administrativos
	Gastos de Depreciación
	Gastos de Impuestos

5.2.3. CAPITAL SOCIAL

El capital social de Minisúper D´pasadita es de C\$5,518,986.50 que son aportados por los socios y por el banco LA FISE.

5.2.4. Determinación de créditos

Para iniciar la operación de la empresa se requerirá de una inversión inicial de C\$5,518,986.50 de los cuales 1,103,797.30 serán aportados por los socios del negocio, mientras que los C\$ C\$ 4,415,189.20 restantes serán aportados por el banco a quien prestamos. El dinero proporcionado por el banco genera un interés del 12%.

Concepto	COSTO
Terreno y construccion	C\$ 5000,000.00
Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$ 518,986.50
Capital de Trabajo Preoperativo	C\$ 1370,068.45
TOTAL INVERSIÓN	C\$ 6889,054.95

FINANCIAMIENTO:	IMPORTE
Recursos Propios	C\$ 1377,810.99
Recursos Bancarios	C\$ 5511,243.96
TOTAL FINANCIAMIENTO	C\$ 6889,054.95

Inversión	
1377,810.99	20%
C\$ 5511,243.96	80%
C\$ 6889,054.95	100%

Minisúper D'Pasadita					
SUPUESTOS UTILIZADOS EN LAS PROYECCIONES FINANCIERAS					
SUPUESTOS	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Inflación Anual	4.00%				
Tasa de Corte	12%				
Horizonte del Proyecto	5 Años				
Mant. Equipos Dólares mes	100.00				
Aumento de Produccion		8%	8%	8%	8%

D' PASADITA			
Concepto			
	Cantidad	Precio U	córdobas
Terreno			3000,000.00
Construccion			2000,000.00
Sub- Total			5000,000
Tabla # 1: Equipos de computo			
Servidor	1	C\$ 19,173.06	C\$ 19,173.06
ELO TOUCHSYSTEMS Registradoras	3	C\$ 31,972.05	C\$ 95,916.15
Samsung tablets	2	C\$ 19,130.43	C\$ 38,260.87
Tarjetas de red inalambrica	1	C\$ 640.00	C\$ 640.00
Impresora multifuncional 4 en 1	2	C\$ 2,684.23	C\$ 5,368.46
Etiquetador	2	C\$ 536.07	C\$ 1,072.14
Televisores plasma 12"	2	C\$ 13,984.68	C\$ 27,969.36
Carrito estilo canasta	30	C\$ 400.00	C\$ 12,000.00
Camaras	1	C\$ 28,200.00	C\$ 28,200.00
Cajas Registradoras	3	C\$ 4,666.22	C\$ 13,998.66
Impresora de recibo TM-U220PD 603	3	C\$ 3,600.00	C\$ 10,800.00
Sub- Total			253,399
Tabla # 2: Equipo de comunicaci3n			
Planta telefonica	1	C\$ 8,280.00	C\$ 8,280.00
Telefonos convencionales	4	C\$ 350.00	C\$ 1,400.00
Sub- Total			9,680
Tabla # 3: Equipo de climatizaci3n			
Aire Acondicionado central	1	C\$ 50,000.00	C\$ 50,000.00
Sub- Total			50,000
Tabla # 4: Equipo de oficina			
Archiveros	1	C\$ 160.00	C\$ 160.00
Archivador	1	C\$ 2,800.00	C\$ 2,800.00
Escritorio para registradoras	2	C\$ 3,150.00	C\$ 6,300.00
Mueble de caja registradora al frente	1	C\$ 8,500.00	C\$ 8,500.00
Silla ejecutiva	5	C\$ 3,000.00	C\$ 15,000.00
Sillas de espera	6	C\$ 680.00	C\$ 4,080.00
escritorios de oficinas	5	C\$ 3,150.00	C\$ 15,750.00
Sub- Total			52,590

Tabla # 5: Papeleria y utiles de oficina			
Caja de lapiceros (20 unidades)	2	C\$ 50.00	C\$ 100.00
Folder (paquete - 50 unidades)	3	C\$ 150.00	C\$ 450.00
Engrapadora	4	C\$ 20.00	C\$ 80.00
Caja de grapas	10	C\$ 20.00	C\$ 200.00
Papel de impresora paquetes	10	C\$ 20.00	C\$ 200.00
Tinta impresora multifuncional (cartuchos)	6	C\$ 500.00	C\$ 3,000.00
Talonnario de Facturas	3	C\$ 500.00	C\$ 1,500.00
Sobres de envios (paquete - 50 unidades)	2	C\$ 150.00	C\$ 300.00
Etiquetas	15	C\$ 5.00	C\$ 75.00
Resma de papel	5	C\$ 90.00	C\$ 450.00
Sub- Total			6,355
Tabla # 6: Equipo de limpieza			
Palo de lampazo	2	C\$ 100.00	C\$ 200.00
Mechas de lampazo	2	C\$ 30.00	C\$ 60.00
Escobas	2	C\$ 45.00	C\$ 90.00
Detergente para lavar Lampazo (Bolsa)	3	C\$ 50.00	C\$ 150.00
Ambientador (Galon)	3	C\$ 100.00	C\$ 300.00
Papel Higienico (Bolson de 24 rollos)	3	C\$ 250.00	C\$ 750.00
Desinfectante para baño	3	C\$ 60.00	C\$ 180.00
Papeleras para oficina	3	C\$ 120.00	C\$ 360.00
Bolsas de basura (Paquete de 100)	3	C\$ 50.00	C\$ 150.00
Sub- Total			2,240
Tabla # 8: Equipo de Exhibición			
Gondolas	6	C\$ 23,703.80	C\$ 142,222.80
Mueble de caja	1	C\$ 2,500.00	C\$ 2,500.00
Sub- Total			144,723
TOTAL INVERSIÓN			5518,986

	1 año	2	3	4	Suman	Valor de rescate
Servidor	1,917	20,506	20,506	20,506	20,506	20,505.59
ELO TOUCHSYSTEMS Registradoras	102,582	102,582	102,582	102,582	102,582	102,582.32
Samsung tablets	40,920	40,920	40,920	40,920	40,920	40,920.00
Tarjetas de red inalambrica	684	684	684	684	684	684.48
Impresora multifuncional 4 en 1	5,742	5,742	5,742	5,742	5,742	5,741.57
Etiquetador	1,147	1,147	1,147	1,147	1,147	1,146.65
Televisores plasma 12"	29,913	29,913	29,913	29,913	29,913	29,913.23
Total	182,906	201,494	201,494	201,494	201,494	201,493.84

DEPRECIACIÓN

	1 año	2 años	3 años	4 Años	5 años	Suman	Valor de rescate
Maquinaria y Equipos	51,898.65	51898.65	51898.65	51898.65	51898.65	259,493.25	259,493.25
Construcción	500,000.00	500000	500000	500000	500000	2500,000.00	2500,000.00
Total	551,898.65	551,898.65	551,898.65	551,898.65	551,898.65	2759,493.25	2759,493.25

D' PASADITA					
(Cifras En Cordoba)					
PROYECCION DE DISTRIBUCION DE CARGOS Y SALARIOS					
N°	Cargo	Cant.	Salario Dolares	Salario Mensual C\$	Salario Anual C\$
1	Gerente	1	666.67	15,000.00	180,000.00
2	Contador	1	396.44	8,920.00	107,040.00
3	mercadeo	1	533.33	12,000.00	144,000.00
4	Recursos Humanos	1	444.44	10,000.00	120,000.00
5	Administrador	1	533.33	12,000.00	144,000.00
6	Personal de apoyo	7	266.67	6,000.00	72,000.00
7	Personal de Seguridad	4	200.00	4,500.00	54,000.00
8	Personal de Limpieza	2	155.56	3,500.00	42,000.00
	Sub Total		3,196.44	71,920.00	863,040.00
PRESTACIONES					
1	Vacaciones			5,993.33	71,920.00
2	INSS Patronal			479.47	5,753.60
3	INATEC			1,438.40	17,260.80
4	Aguinaldo			5,993.33	71,920.00
5	Indemnización			5,993.33	71,920.00
	Total Prestaciones			19,897.87	238,774.40
	Salario más Prestaciones			91,817.87	1101,814.40

D' PASADITA		
GASTOS DE OPERACIÓN		
	Mensual C\$	Anual C\$
Sueldos y Prestaciones	91,818	1101,814
Mantenimiento y Rep. Equipos	100	1,200
Publicidad	7,012	84,148
Depreciaciones	15,242	182,906
Total Gastos Fijos en Operación	114,172	1370,068

D' PASADITA								
PROYECCIONES DE VENTAS								
Cifras en Cordobas								
Producto	Precio de		Ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Mes	Venta						
Ventas			744,399.70	8932,796	8932,796	9647,420	10419,214	11252,751
Totales			744,399.70	8932,796	8932,796	9647,420	10419213.79	11252750.9

Aumento	0.08	0.08	0.08	0.08
Ventas Anteriores	0.00	8932,796.46	9647,420	10419,214

D' PASADITA FLUJO DE CAJA (Cifras en Cordobas)						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
INGRESOS						
Ventas	8932,796	8932,796	9647,420	10419,214	11252,751	49184,978
Inversión	5518,986					5518,986
TOTAL INGRESOS	14451,783	8932,796	9647,420	10419,214	11252,751	54703,964
EGRESOS						
Pagos Costos Operación	5376,655	5376,655	5376,655	5376,655	5376,655	26883,274
Gastos de operación	1370,068	1370,068	1370,068	1370,068	1370,068	6850,342
Matrícula	11,166	11,166	12,059	13,024	14,066	61,481

Alcaldía 1%	89,328	89,328	96,474	104,192	112,528	491,850
Basura	600	600	600	600	600	3,000
Compra de equipos	528,666					528,666
I. R. 30%		502,840	438,320	583,194	742,343	2266,697
Dividendos	894,401	779,640	1037,328	1320,406	1631,094	5662,869
menos :Depreciación	-551,899	-551,899	-551,899	-551,899	-551,899	-2759,493
TOTAL EGRESOS	7718,986	7578,398	7779,606	8216,241	8695,456	39988,686
SALDOS NETOS	6732,797	1354,399	1867,814	2202,973	2557,295	14715,278
CAJA INICIAL	4990,320	11223,117	12577,516	14445,330	16648,303	0
SALDOS NETOS	6732,797	1354,399	1867,814	2202,973	2557,295	14715,278
CAJA MINIMA	500,000					500,000
EXCEDENTES/DEFICITS	11223,117	12577,516	14445,330	16648,303	19205,598	14215,278

D' PASADITA						
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS						
(Cifras en Cordoba.)						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
INGRESOS						
Venta de servicios	8932,796	8932,796	9647,420	10419,214	11252,751	37932,227
Total Ventas	8932,796	8932,796	9647,420	10419,214	11252,751	37932,227
Costos de Operación	5376,655	5591,721	5815,390	6048,005	6289,926	22831,771
Utilidad Bruta	3556,142	3341,075	3832,030	4371,208	4962,825	20063,281
GASTOS DE OPERACIÓN						
Sueldos y Prestaciones	1101,814	1101,814	1101,814	1101,814	1101,814	5509,072
Matrícula	11,166	11,166	12,059	13,024	14,066	61,481
Alcaldía 1%	89,328	89,328	96,474	104,192	112,528	491,850
Basura	600	600	600	600	600	3,000
Mant. y Rep. Equipos	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	6,000
Publicidad	84,148	84,148	84,148	84,148	84,148	420,742
Amortización	39,854	39,854	39,854	39,854	39,854	
Depreciaciones	551,899	551,899	551,899	551,899	551,899	2759,493
Total Gastos de Operación	1880,009	1880,009	1888,049	1896,731	1906,109	9450,908
Utilidad Antes. de IR	1676,132	1461,066	1943,982	2474,477	3056,716	10612,373
I. R. 30%	502,840	438,320	583,194	742,343	917,015	3183,712
Utilidad Neta	1173,293	1022,746	1360,787	1732,134	2139,702	7428,661
Margen de Utilidad	13.13%	11.45%	14.11%	16.62%	19.01%	19.58%
Pago de dividendos	894401	779640	1037328	1320406	1631094	5668069
Utilidades retenidas	278892	243107	323459	411728	508607	1760593

D' PASADITA					
BALANCE GENERAL PROYECTADO (Cordoba C\$)					
CONCEPTOS/AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS					
Circulante:					
Caja y Bancos	11223,116.87	12577,515.51	14445,329.74	16648,302.69	19205,597.97
Total Activo Circulante	11223,116.87	12577,515.51	14445,329.74	16648,302.69	19205,597.97
Activos Fijos					
Mobiliario y Equipo de Oficina	518,986.50	518,986.50	518,986.50	518,986.50	518,986.50
Depreciacion Acumulada	-51,898.65	-51,898.65	-51,898.65	-51,898.65	-51,898.65
Terreno	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Maquinaria y equipo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Depreciacion Acumulada	-1,917.31	-22,422.89	-42,928.48	-63,434.07	-83,939.66
Construccion	1000,000.00	1000,000.00	1000,000.00	1000,000.00	1000,000.00
Depreciacion Acumulada	-500,000.00	-500,000.00	-500,000.00	-500,000.00	-500,000.00
Total Activo Fijo Neto	965,170.54	944,664.96	924,159.37	903,653.78	883,148.19
Cargos Diferidos	0	0			
TOTAL ACTIVOS	12188,287.41	13522,180.47	15369,489.11	17551,956.47	20088,746.16
PASIVOS					
Circulante:					
Impuestos por pagar	502,839.70	438,319.84	583,194.45	742,343.05	917,014.93
Cuentas por pagar	5887,569.55	7042,875.67	8421,850.62	10033,441.18	11886,951.94
Total Pasivo Circulante	6390,409.25	7481,195.51	9005,045.07	10775,784.23	12803,966.87
TOTAL PASIVOS	6390,409.25	7481,195.51	9005,045.07	10775,784.23	12803,966.87
CAPITAL CONTABLE:					
Capital Social	5518,986.50	5518,986.50	5518,986.50	5518,986.50	5518,986.50
Utilidades Retenidas	278,891.66	521,998.46	845,457.54	1257,185.74	1765,792.79
Total Capital Contable	5797,878.16	6040,984.96	6364,444.04	6776,172.24	7284,779.29
PASIVO + CAPITAL	12188,287.41	13522,180.47	15369,489.11	17551,956.47	20088,746.16

TASA INTERNA DE RETORNO Y VALOR ACTUAL NETO						
(Cifras en Córdoba)						
	AÑO 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversion Inicial	(5518,986)					
Capital Preoperativo	(518,986)					
UTILIDAD NETA		1173,293	1022,746	1360,787	1732,134	2139,702
(+) Depreciaciones		551,899	551,899	551,899	551,899	551,899
Retorno Cap. Preop.						518,986
FLUJO NETO	(6037,973)	1725,191	1574,645	1912,686	2284,032	3210,587
Tasa de corte 18%						
Valor Actual Neto	C\$ 254,672.98					
Tasa Interna de Retorno	19.94%					

D' PASADITA S.A.							
INDICADORES FINANCIEROS							
	INDICADORES:		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIQUIDEZ:							
	Razón Circulante	Veces	1.76	1.68	1.60	1.54	1.50
	Capital de Trabajo Neto	US \$	\$4832,707.62	\$5096,320.00	\$5440,284.67	\$5872,518.45	\$6401,631.10
GESTIÓN:							
	Rotación de Activo Total	Veces	0.73	0.66	0.63	0.59	0.56
SOLVENCIA:							
	Endeudamiento Total	%	52%	55%	59%	61%	64%
RENTABILIDAD:							
	Rentabilidad de las Ventas	%	13%	11%	14%	17%	19%
	Rentabilidad de la Inversión	%	10%	8%	9%	10%	11%
	Rentabilidad del Patrimonio	%	20%	17%	21%	26%	29%

CIFRAS EN CORDOBAS					
Costos Variables	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Electricidad	60,000.00	63,000.00	66,150.00	69,457.50	72,930.38
Agua	16,800.00	17,640.00	18,522.00	19,448.10	20,420.51
Teléfono	12,000.00	12,600.00	13,230.00	13,891.50	14,586.08
INATEC	17,260.80	18,123.84	19,030.03	19,981.53	20,980.61
Internet	300.00	315.00	330.75	347.29	364.65
Seguridad	1,440.00	1,512.00	1,587.60	1,666.98	1,750.33
Mantenimiento de Maquinaria	1,200.00	1,260.00	1,323.00	1,389.15	1,458.61
TOTAL	109,000.80	114,450.84	120,173.38	126,182.05	132,491.15

D' PASADITA		
Período de Recuperación (córdobas C\$)		
Año	Anual	Acumulado
2011	C\$ (6,037,973.00)	C\$ (6,037,973.00)
2012	C\$ 1,725,191.29	C\$ (4,312,781.71)
2013	C\$ 1,574,644.95	C\$ (2,738,136.76)
2014	C\$ 1,912,685.70	C\$ (825,451.05)
2015	C\$ 2,284,032.44	C\$ 1,458,581.39
2016	C\$ 3,210,586.66	C\$ 4,669,168.04

**D' PASADITA
PUNTO DE EQUILIBRIO
EN CORDOBAS**

DATOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Totales VT	8,932,796.46	8,932,796.46	9,647,420.18	10,419,213.79	11,252,750.89
Costo Fijo Total (CFT)	\$12,188,287.41	\$13,522,180.47	\$15,369,489.11	\$17,551,956.47	\$20,088,746.16
Costo Variable Total (CVT)	\$109,000.80	\$114,450.84	\$120,173.38	\$126,182.05	\$132,491.15
Valor Monetario de Equilibrio CFT/1-(CVT/VT)	\$12,338,849.95	\$13,697,681.06	\$15,563,354.51	\$17,767,125.52	\$20,328,091.39

Anexos

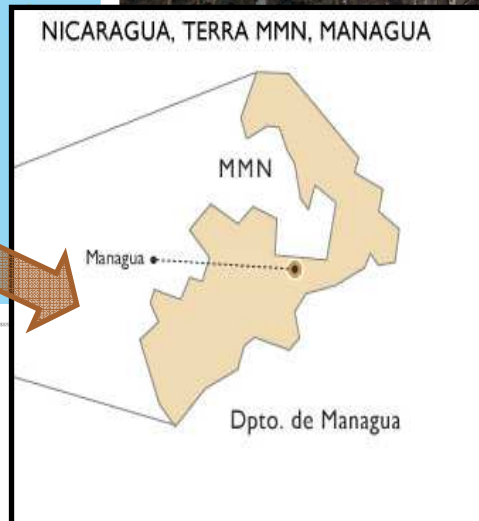
Estudio del sitio

I. ASPECTOS GENERALES

1. MACRO Y MICROLOCALIZACIÓN



MAPA DE NICARAGUA



MAPA DE
MANAGUA

A

2. Datos generales del sitio



- Superficie del terreno: 20160 m².
- dueño actual: desconocido.
- Contexto: infraestructura comercial en su entorno.

II. ASPECTOS Naturales

1 Vientos y soleamiento.



- **CLIMA:**
Clima caliente y sub-húmedo con lluvia en verano.
- **Temperaturas:**
-Máxima promedio = 34°
-Mínima promedio= 27
- **Vientos predominantes:**
-Noreste a una velocidad de 1.8 m/s.
- **Altura:**
176 m sobre el nivel del mar aprox.

2. Topografía.

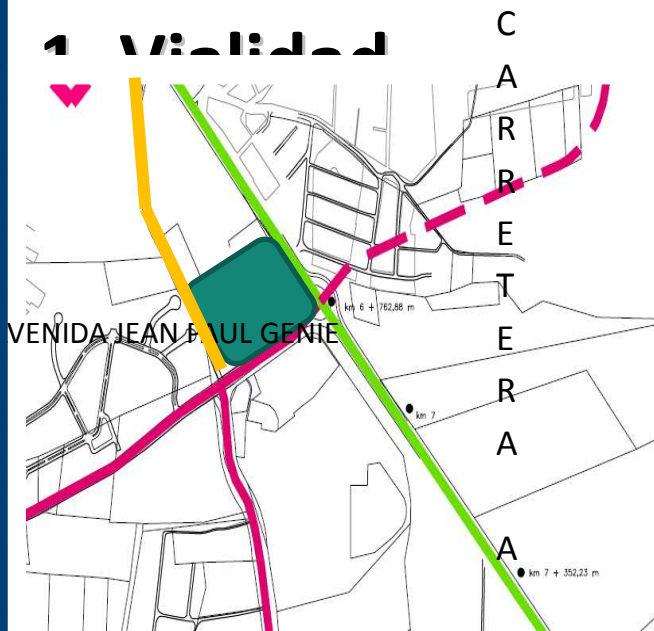
El terreno no presenta fallas topográficas importantes , es un sitio relativamente plano donde no se deberán hacer muchos movimientos de

3. Topografía.

Actualmente no existen arboles o algún tipo de vegetación importante que debe protegerse o tratar de mantener (hay mucha maleza) . Sin embargo se intentará no cambiar mucho la vegetación mas notoria en

III.ASPECTO URBANO

1. Viabilidad



- Sistema colector primario
- Sistema distribuidor primario
- Vía secundaria

El sitio elegido posee tres vías para posibles **accesos**. Dos de estas vías tienen un flujo vehicular abundante lo cual

2. Colindancia.

NOROESTE: EDIFICIO
TELEFONICA
MOVISTAR



SUROESTE:
FUTBOLMANÍA Y
ZONA DE EVNTETOS
"MUNDO"



NORESTE:
ROTONDA JEAN
PAUL GENIE Y
BARRIO 22 DE
MAYO



SURESTE: GALERÍAS
SANTO DOMINGO



3. Uso de suelo.



Según el reglamento de zonificación y uso de suelo el sitio elegido se encuentra en un subcentro distrital (c3), lo cual permite que este espacio

4. Infraestructura.

Dado que este sector actualmente es en su mayoría de uso comercial, han existido sistemas de red eléctrica, agua potable y red telefónica desde hace varios años,



5. Contaminación.

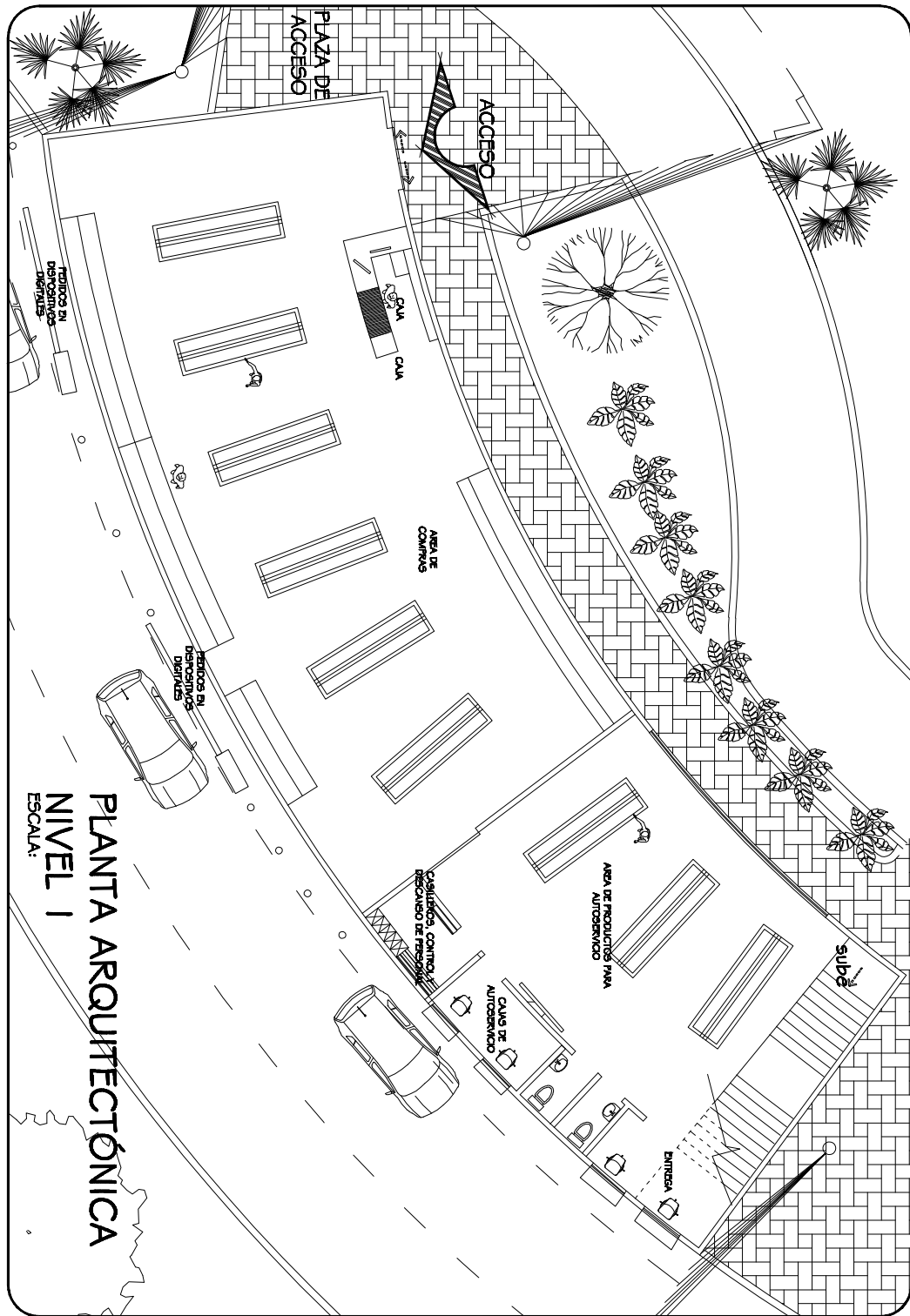
El mayor reto al seleccionar este sitio es la contaminación. En este sector no existen tiraderos de basura y relativamente las calles se mantienen libres de desechos sólidos. Igualmente los terrenos baldíos como el escogido y otros toman las medias, dentro de lo posible para que estos terrenos no sean usados como basureros.



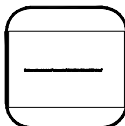
El problema más grande es la contaminación visual y acústica que se produce en la zona que hace el trayecto de las vías principales algo molesto y poco atractivo. Es un factor que se tratara de evitar al máximo en la realización de este proyecto para propiciar un ambiente mas tranquilo a los usuarios del edificio.

Inventario

Planos

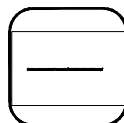
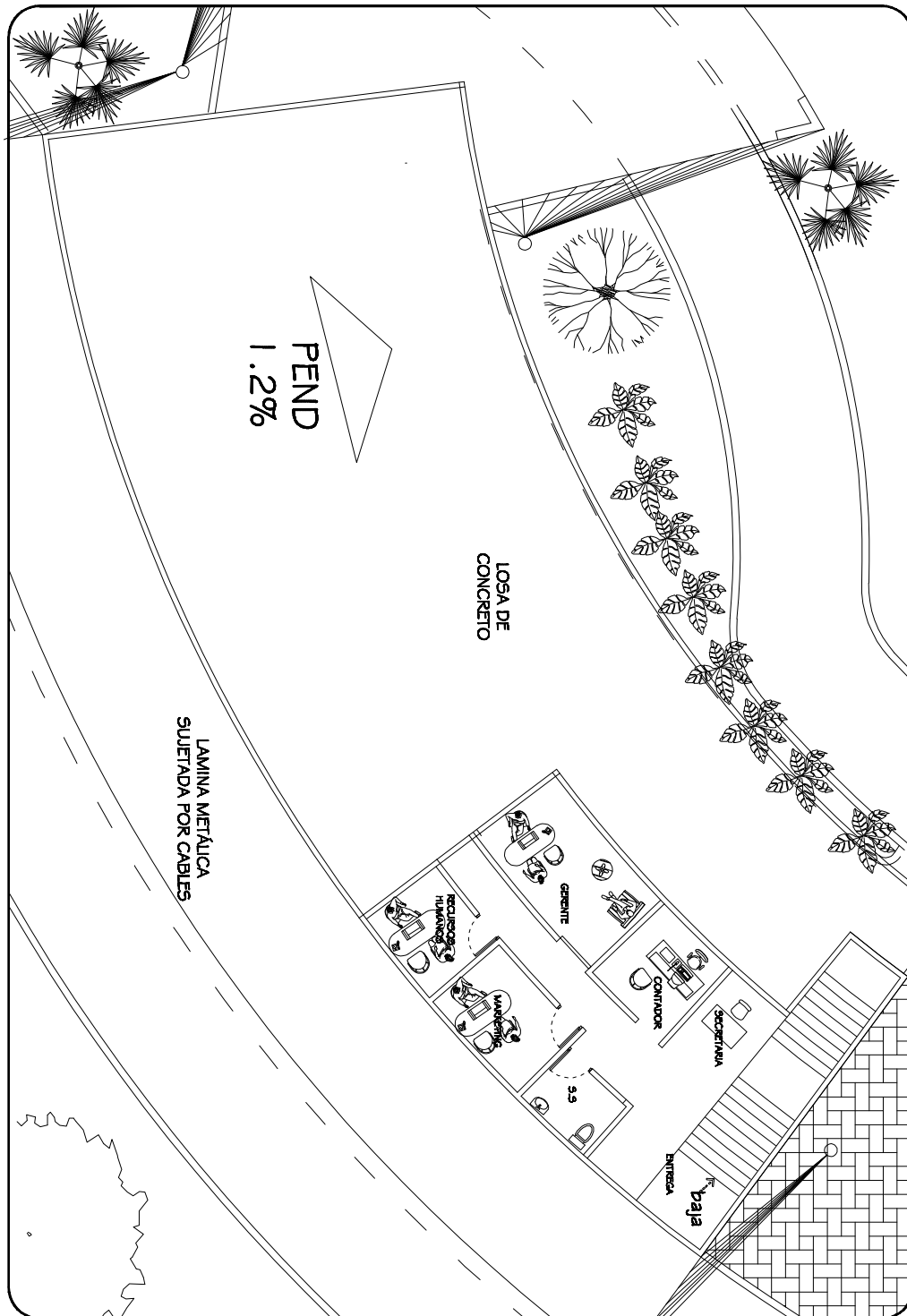


PLANTA ARQUITECTÓNICA
NIVEL I
ESCALA:



UNIVERSIDAD AMERICANA		
CARRERA: MERCADEO Y PUBLICIDAD		EMPRENDEDORES
INTERVANTES:		PLANTA ARQUITECTÓNICA NIVEL I
FECHA:	ESCALA: INDICADA	GRUPO:

Nº DE LAMINA	1
	2



UNIVERSIDAD AMERICANA		
CARRERA: MERCADEO Y PUBLICIDAD		EMPRENDEDORES
PLANTA ARQUITECTÓNICA NIVEL I		
FECHA:	ESCALA: INDICADA	GRUPO:

Nº DE LAMINA
1
2





Lista de productos										
INVENTARIO PRODUCTOS DE CONSUMO										
Chocolates										
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia		
				Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	
1	Chocolate con galleta y crema	9.3onz/12	Blíster	6	82.53	13.73	123.80	20.60	41.27	6.87
2	Chocolate con leche	1.58kg/12	Dispensador	36	476.00	13.22	714.00	19.83	238.00	6.61
3	Kisses	1.05kg/12	Dispensador	24	333.78	13.9075	500.67	20.86	166.89	6.95
Sirope										
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia		
				Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	
4	Sirope de chocolate light	18.5 onz/12	Botella	1	46.52	46.52	69.78	69.78	23.26	23.26
5	Sirope de fresa	22onz/12	Botella	1	46.52	46.52	69.78	69.78	23.26	23.26
Atunes (Sardimar)										
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia		
				Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	
6	Atunes con Maíz dulce lomo en trocitos	160grs/48	Lata	1	25.8	25.8	38.70	38.70	12.90	12.90
7	Atún con verduras	170grs/48	Lata	1	16.96	16.96	25.44	25.44	8.48	8.48
8	Atún en aceite	170grs/48	Lata	1	20.5	20.5	30.75	30.75	10.25	10.25
8	Atún en agua	170grs/48	Lata	1	20.5	20.5	30.75	30.75	10.25	10.25
9	Atún con vegetales lomo en trocitos	160grs/48	Lata	1	25.80	25.80	38.70	38.70	12.90	12.90
Sardinas (Sardimar)										
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia		
				Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	
10	Sardinas cilíndricas dulces	155grs/48	Lata	1	11.24	11.24	16.86	16.86	5.62	5.62
11	Sardinas cilíndricas picantes	155grs/48	Lata	1	11.24	11.24	16.86	16.86	5.62	5.62
12	Sardinas ovaladas dulces	415grs/24	Lata	1	28.61	28.61	42.92	42.92	14.31	14.31
Champiñones (Herdez)										
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia		
				Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	
13	Champiñones en escabeche	186grs/24	Lata	1	26.61	26.61	39.92	39.92	13.31	13.31
14	Champiñones en trocitos	186grs/24	Lata	1	22.19	22.19	33.29	33.29	11.10	11.10
15	Champiñones enteros	186grs/25	Lata	1	30.14	30.14	45.21	45.21	15.07	15.07
Granos de elote(Herdez)										
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia		
				Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	
16	Granos de elote	220grs/2	Lata	1	16.73	16.73	25.10	25.10	8.37	8.37
17	Granos de elote	400grs/24	Lata	1	25.62	25.62	38.43	38.43	12.81	12.81
Ensalada de vegetales mixtos(Herdez)										
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia		
				Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	
18	Ensalada de vegetales mixtos	400grs/24	Lata	1	20.79	20.79	31.19	31.19	10.40	10.40
Petit Pois(Herdez)										
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia		
				Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	
19	Chicharos	215grs/48	Lata	1	11.23	11.23	16.85	16.85	5.62	5.62
Garbanzos(Herdez)										
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia		
				Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	
20	Garbanzos	400grs/24	Lata	1	20.06	20.06	30.09	30.09	10.03	10.03

Salsa										
				Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia		
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	
21	Salsa casera	210grs/48	Frasco	1	13.04	13.04	19.56	19.56	6.52	6.52
22	Salsa ranchera	220grs/48	Lata	1	14.04	14.04	21.06	21.06	7.02	7.02
	Salsa Inglesa McKormick	296ml	Frasco	1	30	30	38.00	38.00	8.00	8.00
	Salsa de tomate kerns		Botella	1	43	43	50.00	50.00	7.00	7.00
	Mayonesa	400grms	Bolsa	1	31	31	39.00	39.00	8.00	8.00
23	Salsa Verde	210grs/48	Lata	1	15.04	15.04	22.56	22.56	7.52	7.52
Vinagres(Herdez)										
				Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia		
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	
24	Vinagre blanco de cana	500ml/12	Frasco	1	13.35	13.35	20.03	20.03	6.68	6.68
Jugos										
				Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia		
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	
25	Jugos 8 de verduras	335ml/24	Lata	1	11.72	11.72	17.58	17.58	5.86	5.86
26	Jugos 8 de verduras picante limón	335ml/24	Lata	1	12.72	12.72	19.08	19.08	6.36	6.36
27	Jugos V.8 Cítrica	473ml/12	Botella	1	13.72	13.72	20.58	20.58	6.86	6.86
28	Jugos V.8 Coctel de frutas	473ml/13	Botella	1	14.72	14.72	22.08	22.08	7.36	7.36
29	Jugo V.8 de fresa/kiwi	473ml/14	Botella	1	15.72	15.72	23.58	23.58	7.86	7.86
30	Jugo V.8 de fresa/mora	473ml/15	Botella	1	16.72	16.72	25.08	25.08	8.36	8.36
31	Jugo V.8 Isleña	473ml/16	Botella	1	17.72	17.72	26.58	26.58	8.86	8.86
32	Jugos V.8 mango y melocotón	473ml/17	Botella	1	18.72	18.72	28.08	28.08	9.36	9.36
33	Jugo V.8 maracuyá	473ml/18	Botella	1	19.72	19.72	29.58	29.58	9.86	9.86
34	Jugo V.8 Vegetales	11.5onz/24	Lata	1	14.75	14.75	22.13	22.13	7.38	7.38
35	Jugos maravilla nectar durazno	330ml/24	Lata	1	5.82	5.82	8.73	8.73	2.91	2.91
36	Jugo maravilla Manzana	330ml/25	Lata	2	6.82	3.41	10.23	5.12	3.41	1.71
37	Jugo maravilla pera	330ml/26	Lata	3	7.82	2.60666667	11.73	3.91	3.91	1.30
	Jugos Santal	1gln	Botella	1	50	50	57.00	57.00	7.00	7.00
	Jugos Del Valle	2litros	Botella	1	22	22	27.00	27.00	5.00	5.00
38	Jugo maravilla pi;a	330ml/27	Lata	4	8.82	2.205	13.23	3.31	4.41	1.10
	Jugo Tang		Bolsa	1	3	3	5.00	5.00	2.00	2.00
Splenda										
				Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia		
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	
39	Splenda endulzante sin calorías	100grs/12	Unidad	100	100.16	1.0016	150.24	1.50	50.08	0.50
40	Splenda endulzante sin calorías	100grs/12	Unidad	50	55.02	1.1004	82.53	1.65	27.51	0.55
Caramelos										
				Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia		
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	
41	Bombon Boomer Fresa (Venadito)	425grs	Bolsa	24	16.63	0.69291667	24.95	1.04	8.32	0.35
42	Bombon Mix Surtido(Venadito)	425grs	Bolsa	25	16.63	0.6652	24.95	1.00	8.32	0.33
43	Confite frutas	120grs	Bolsa	50	17.63	0.3526	26.45	0.53	8.82	0.18
44	Confite party mix	3lbs	Bolsa	1	47.32	47.32	70.98	70.98	23.66	23.66
45	Caramelo Masticable Matinale Toffano	400grs/24	Bolsa	1	22.63	22.63	33.95	33.95	11.32	11.32
46	Caramelo duro Menta Toffano	700grs/15	Bolsa	1	39.69	39.69	59.54	59.54	19.85	19.85
47	Paleta kidy fresa	300grs/30	Bolsa	1	17.87	17.87	26.81	26.81	8.94	8.94
IMPERIAL GELATINAS										
				Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia		

	Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
48	Gelatina Cereza	85grs/48	Unidades	1	5.93	5.93	8.90	8.90	2.97	2.97
49	Gelatina Cereza Light	12grs/48	Unidades	1	5.62	5.62	8.43	8.43	2.81	2.81
50	Gelatina Fresa	85grs/48	Unidades	1	5.93	5.93	8.90	8.90	2.97	2.97
51	Gelatina Fresa Bolsa	1libra/15	Bolsa	1	21.09	21.09	31.64	31.64	10.55	10.55
52	Gelatina Tutti Fruti	85grs/48	Unidades	1	5.93	5.93	8.90	8.90	2.97	2.97
53	Gelatina Uva	85grs/48	Unidades	1	5.93	5.93	8.90	8.90	2.97	2.97
54	Gelatina Uva Bolsa	1libra/15	Bolsa	1	21.09	21.09	31.64	31.64	10.55	10.55
PASTA (ROMA PRINCE)										
					Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
	Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
55	Canelon Oven Ready	250grs	Blíster	1	18.7	18.7	28.05	28.05	9.35	9.35
56	Caracolitos con queso	200grs	Unidades	1	20.82	20.82	31.23	31.23	10.41	10.41
57	Codos Prince	200grs	Blíster	1	7.82	7.82	11.73	11.73	3.91	3.91
58	Lasaña Prince	250grs	Unidades	1	22.93	22.93	34.40	34.40	11.47	11.47
59	Plumas Carbonara	230grs	Unidades	1	35.63	35.63	53.45	53.45	17.82	17.82
60	Tornillo Prince	250grs	Blíster	1	15.25	15.25	22.88	22.88	7.63	7.63
PASTA (MILANO)										
					Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
	Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
61	Caracolito Milano	200grs	Unidades	1	5.73	5.73	8.60	8.60	2.87	2.87
62	Codos Milano	200grs	Unidades	1	5.73	5.73	8.60	8.60	2.87	2.87
63	Spaghetti Milano	200grs	Blíster	1	5.75	5.75	8.63	8.63	2.88	2.88
LA FABRIL ACEITE										
					Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
	Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
64	Aceite Orisol de girasol Doypack	750ml/18	Blíster	1	38.39	38.39	57.59	57.59	19.20	19.20
65	Aceite Orisol de girasol Pet	750ml/18	Frasco	1	39.08	39.08	58.62	58.62	19.54	19.54
66	Aceite Orisol de soya bolsa	100ml/72	Blíster	1	3.61	3.61	5.42	5.42	1.81	1.81
67	Aceite Orisol de soya Pet	1875ml/9	Frasco	1	64.02	64.02	96.03	96.03	32.01	32.01
Jaleas (Callejas)										
					Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
	Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
68	Jalea de guayaba	100grs/72	Frasco	1	7.91	7.91	11.87	11.87	3.96	3.96
69	Jalea de guayaba	280grs/24	Frasco	1	14.80	14.80	22.20	22.20	7.40	7.40
Galletas										
					Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
	Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
70	Galleta waffer vainilla	12"/24	Paquete	1	8.56	8.56	12.84	12.84	4.28	4.28
71	Galleta llenitas de chocolate	12"/24	Paquete	1	11.07	11.07	16.61	16.61	5.54	5.54
72	Galleta llenitas fresa	12"/24	Paquete	1	11.07	11.07	16.61	16.61	5.54	5.54
Productos Mead Johnson										
					Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
	Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
73	Enfamil Premium	2/432pte x 900gm	Unidad	1	480.34	480.34	720.51	720.51	240.17	240.17
74	Enfamil s/lactosa Premium	864pot x 400gr	Pote	1	240.95	240.95	361.43	361.43	120.48	120.48
75	Sustagen fresa	864 pot x 400gr	Pote	1	176.99	176.99	265.49	265.49	88.50	88.50
76	Sustagen vainilla	864pot x 400gr	Pote	1	176.99	176.99	265.49	265.49	88.50	88.50
Productos de consumo básico										
					Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	

Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
Arroz Faisan	2Kg	Bolsa	1	37.2	37.2	55.80	55.80	18.60	18.60
Arroz imperio	2Kg	Bolsa	1	40	40	60.00	60.00	20.00	20.00
Frijoles Don Frijol	2kg	Bolsa	1	75.1	75.1	112.65	112.65	37.55	37.55
Frijoles Sabemas	2kg	Bolsa	1	74.1	74.1	111.15	111.15	37.05	37.05
Azucar San Antonio	800grs	Bolsa	1	10	10	15.00	15.00	5.00	5.00
Azucar Monte Rosa	2kg	Bolsa	1	28	28	42.00	42.00	14.00	14.00
Sal Atlantida	1 Lb	Bolsa	1	2	2	3.00	3.00	1.00	1.00
Cremas Lacteas	4 onz	Bolsa	1	8	8	12.00	12.00	4.00	4.00
Queso	1Lb	Bolsa	1	50	50	75.00	75.00	25.00	25.00
Mantequilla Parmalat	1Lb	Caja	4	65	16.25	97.50	24.38	32.50	8.13
Jamón	200grs	Caja	1	30	30	45.00	45.00	15.00	15.00
Leches Eskimo	900ml	Bolsa	1	13.5	13.5	20.25	20.25	6.75	6.75
Bebidas									
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
Gaseosa CocaCola	1.25ltrs	Botella	1	20	20	30.00	30.00	10.00	10.00
Gaseosa CocaCola	3ltrs	Botella	1	32	32	48.00	48.00	16.00	16.00
Pepsi	3ltrs	Botella	1	26	26	39.00	39.00	13.00	13.00
Cerveza Toña	12onz	Botella	1	16	16	24.00	24.00	8.00	8.00
Cerveza Frost	12onz	Botella	1	16	16	24.00	24.00	8.00	8.00
Cerveza Frost	12onz	Lata	1	13.5	13.5	20.25	20.25	6.75	6.75
Cerveza Toña	12onz	Lata	1	13.5	13.5	20.25	20.25	6.75	6.75
Sopa Maggi	60grs	Bolsa	1	7.5	7.5	11.25	11.25	3.75	3.75
CornFlakes Kellogs	pequeno	caja	1	80	80	120.00	120.00	40.00	40.00
Avena SASA		Bolsa	1	15.5	15.5	23.25	23.25	7.75	7.75
Hielo									
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
Bolsa de hielo Glacial	25lbr	Bolsa	1	50	50	75.00	75.00	25.00	25.00
Bolsa de hielo Glacial	10lbr	Bolsa	1	20	20	30.00	30.00	10.00	10.00
Pan									
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
Molde Aurami	800grs	Bolsa	1	19	19	20.90	20.90	1.90	1.90
Picos Aurami	300grs	Bolsa	1	10	10	11.00	11.00	1.00	1.00
Grissini Aurami	40grs	Bolsa	1	3	3	3.50	3.50	0.50	0.50

Lista de productos									
INVENTARIO DE PRODUCTOS DE USO PERSONAL									
Gel Alcohol									
				Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Presentaci	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
Gel Alcohol Antibacterial Bactex	240ml/12	Frasco	1	45.28	45.28	67.92	67.92	22.64	22.64
Jabón tocador									
				Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Presentaci	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
Jabón liquido bactex avena y manzanilla	240ml/12	Frasco	1	31.05	31.05	46.58	46.58	15.53	15.53
Jabón liquido bactex sábila y te verde	240ml/12	Frasco	1	31.05	31.05	46.58	46.58	15.53	15.53
Jabón le Sancy Avena	87grs/72	Unidad	1	8.41	8.41	12.62	12.62	4.21	4.21
Jabón Diva Aloe y Almendra	70grs/4	Paquete	4	9.42	2.36	14.13	3.53	4.71	1.18
Shampoo									
				Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Presentaci	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
Le sancy Avena	475ml/12	Frasco	1	33.63	33.63	50.45	50.45	16.82	16.82
Le sancy Manzanilla	475ml/12	Frasco	1	33.63	33.63	50.45	50.45	16.82	16.82
Pañales									
				Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Presentaci	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
Pañales desechables Huggies	bolsa 8 unidades	bolsa	1	90	90	108	108	18	18
Pañales desechables Huggies	Bolsa 32 unidades	bolsa	1	190	190	212	212	22	22
Panal Classic Confort T/1	Bolsa 14 unidades	Bolsa	1	37.88	37.88	56.82	56.82	18.94	18.94
Panal Jueguitos T/3	Bolsa 50 unidades	Bolsa	1	135.00	135.00	202.50	202.50	67.50	67.50
Panal kiddie T/1	Bolsa 32 unidades	Bolsa	1	92.66	92.66	138.99	138.99	46.33	46.33
Panales adultos protector affective	Bolsa	Bolsa	1	125.15	125.15	187.73	187.73	62.58	62.58
Productos VIVE									
				Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Presentaci	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
VIVE Color(Sabores)		Dispensador	8	137.08	17.14	205.62	25.70	68.54	8.57
VIVE Mixto		Dispensador	16	274.17	17.14	411.26	25.70	137.09	8.57
Combo Pack		Dispensador	8	137.08	17.14	205.62	25.70	68.54	8.57
Lubricantes Fresa/Simple	120ml	Tubo	1	34.7	34.70	52.05	52.05	17.35	17.35
Línea Asepxia									
				Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Presentaci	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
Asepxia Exfoliante	100grs/20	Unidad	1	45.74	45.74	68.61	68.61	22.87	22.87
Asepxia Jabón Herbal	100grs/20	Unidad	1	45.74	45.74	68.61	68.61	22.87	22.87
Silujete 40 Jabón anti-piel de naranja	120grs/20	Unidad	1	53.37	53.37	80.06	80.06	26.69	26.69
Asepxia Maquillaje crema beige	20grs/6	Unidad	1	139.56	139.56	209.34	209.34	69.78	69.78

	Cicatricure crema	60grs/16	Tubo	1	431.58	431.58	647.37	647.37	215.79	215.79
	Touchme vello grueso crema depiladora	150grs	Unidad	1	114.35	114.35	171.53	171.53	57.18	57.18
	Asepxia Toallitas	Bolsa de 25 unida	Bolsa	1	117.09	117.09	175.64	175.64	58.55	58.55
Johnson & Johnson Baby										
					Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
	Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Presentaci	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
	Shampoo Baby Original	85grs/48	Frasco	1	38.23	38.23	57.35	57.35	19.12	19.12
	Toallitas Húmedas		Blíster	1	58.00	58.00	87.00	87.00	29.00	29.00
Toallas Sanitarias										
					Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
	Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Presentaci	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
	Toallas Sanitarias Stayfree Nocturnas		Blíster	1	22.08	22.08	33.12	33.12	11.04	11.04
	Toallas Sanitarias Stayfree Ultra delgada		Blíster	1	12.73	12.73	19.10	19.10	6.37	6.37
	Toalla Sanitaria Kotex nocturna		Blister	1	7	7.00	9.00	9.00	2.00	2.00
	Toalla Sanitaria Saba		Blister	1	11	11.00	15.00	15.00	4.00	4.00
	Carefree Longs Protectores		Blíster	1	19.3	19.30	28.95	28.95	9.65	9.65
Clean & Clear										
					Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
	Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Presentaci	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
	Astringente Piel normal	200ml	Frasco	1	95.39	95.39	143.09	143.09	47.70	47.70
	Limpiadora Espumosa Facial piel grasosa	200ml	Frasco	1	95.39	95.39	143.09	143.09	47.70	47.70
	Limpiadora desmaquillante	100ml	Tubo	1	86.75	86.75	130.13	130.13	43.38	43.38
NIVEA CRÈME, BODY, SUN, VISAGE CARE,DEO,BABY										
					Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
	Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Presentaci	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
	NIVEA CREMA	100ML/24	Tarro	1	36.25	36.25	43.50	54.38	7.25	18.13
	NIVEA CREMA	400ML/12	Tarro	1	115.82	115.82	138.98	173.73	23.16	57.91
	NIVEA BODY ANTI-CELULITIS GEL-CREMA	200 ML/12	Frasco	1	204.13	204.13	244.96	306.20	40.83	102.07
	NIVEA BODY GEL CREMA MY SILHOUETTE	200ML/12	Frasco	1	224.52	224.52	269.42	336.78	44.90	112.26
	NIVEA BODY MILK P/EXTRA SECA	250ML/14	Frasco	1	94.9	94.90	113.88	142.35	18.98	47.45
	NIVEA BODY MILK P/NORMAL	250ML/15	Frasco	1	83.05	83.05	99.66	124.58	16.61	41.53
	NIVEA BODY SOFT MILK P/SECA	250ML/15	Frasco	1	83.01	83.01	99.61	124.52	16.60	41.51
	TYLENOL COLD MULTISINTOMAS DIA CIA	8 SX2 CAPS	Frasco	1	38.85	38.85	46.62	58.28	7.77	19.43
	TYLENOL EXTRA FUERTE CAPLETS	24DIS X 100CAP	Frasco	1	114.61	114.61	137.53	171.92	22.92	57.31
	NIVEA SUN AUTOBRONCEADOR SPRAY	125ML/18	Frasco	1	177.22	177.22	212.66	265.83	35.44	88.61
	NIVEA SUN FPS15 PROTECTOR-HUMECTAN	200ML/6	Frasco	1	211.81	211.81	254.17	317.72	42.36	105.91
	NIVEA SUN PFS30 BLOQ. HUMECTANTE	200ML/6	Frasco	1	203.64	203.64	244.37	305.46	40.73	101.82
	NIVEA SUN FPS 40 BLOQ. HUMECTANTE NIV	200ML/6	Frasco	1	305.45	305.45	366.54	458.18	61.09	152.73
	NIVEA V. ANTIARRUGAS Q10 CONTORNO D	15ML/12	Frasco	1	198.2	198.20	237.84	297.30	39.64	99.10
	NIVEA V. DNAGE RENOVADOR CELULAR DE	50ML/12	Frasco	1	277.48	277.48	332.98	416.22	55.50	138.74
	NIVEA V. EXPERT LIFT CREMA NOCHE	50ML/12	Frasco	1	305.24	305.24	366.29	457.86	61.05	152.62

	NIVEA V. YOUNG STAY CLEAR TONICO FACI	200ML/12	Frasco	1	126.25	126.25	151.50	189.38	25.25	63.13
	DEO ROLLON ACLARADO NATURAL	50ML/12	Frasco	1	46.64	46.64	55.97	69.96	9.33	23.32
	DEO ROLLON DOBLE EFFECT	50ML/12	Frasco	1	46.64	46.64	55.97	69.96	9.33	23.32
	DEO ROLLON FRESH ATIVE MASC.	50ML/12	Frasco	1	46.64	46.64	55.97	69.96	9.33	23.32
	DEO ROLLON FRESH FEM	50ML/12	Frasco	1	46.64	46.64	55.97	69.96	9.33	23.32
	DEO SPRAY ACLARAO NATURAL	150ML/12	Frasco	1	69.03	69.03	82.84	103.55	13.81	34.52
	DEO SPRAY COOL KICK MASC	200ML/12	Frasco	1	69.03	69.03	82.84	103.55	13.81	34.52
	DEO SPRAY DRY FEM	150ML/12	Frasco	1	69.03	69.03	82.84	103.55	13.81	34.52
	DEO SPRAY DRY MASC	200ML/12	Frasco	1	69.03	69.03	82.84	103.55	13.81	34.52
	DEO STICK DRY FEM		Frasco	1	71.77	71.77	86.12	107.66	14.35	35.89
	DEO STICK FRESCH MASC.		Frasco	1	71.77	71.77	86.12	107.66	14.35	35.89
	NIVEA BABY ACEITE	200 ML/12	Frasco	1	64.88	64.88	77.86	97.32	12.98	32.44
	NIVEA BABY CREAM LIQUIDA HIPOALERGE	200M/12	Frasco	1	58.88	58.88	70.66	88.32	11.78	29.44
	NIVEA BABY POMADA PROTECTORA	100ML/12	Tube	1	65.63	65.63	78.76	98.45	13.13	32.82
	NIVEA BABY SHAMPOO CABELLO Y CUERPO	200ML/12	Frasco	1	51.38	51.38	61.66	77.07	10.28	25.69
	NIVEA BABY TALCO	350GRS/12	Frasco	1	57.01	57.01	68.41	85.52	11.40	28.51
	NIVEA BABY TOALLITAS SOFT & CARE	63UND/12	Blister	1	71.84	71.84	86.21	107.76	14.37	35.92
	LABELLO CEREZA	4.8GRS	Unidad	1	28.75	28.75	34.50	43.13	5.75	14.38
	LABELLO FPS30SOLAR	4.8GRS	Unidad	1	28.75	28.75	34.50	43.13	5.75	14.38

Johnson & Johnson CONSUMO

Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
				Presentaci	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
Destin Creamy	57 GRS	Tube	1	76.12	76.12	114.18	114.18	38.06	38.06
Listerine Cool Mint	100ML/6	Frasco	1	172.84	172.84	259.26	259.26	86.42	86.42
Listerine Freshburst	250ML/12	Unidad	1	56.45	56.45	84.68	84.68	28.23	28.23
Lubriderm Crema de Manos Antiedad	100ML	Tube	1	85.97	85.97	128.96	128.96	42.99	42.99
Lubriderm Reafirmante	200ML/48	Frasco	1	95.73	95.73	143.60	143.60	47.87	47.87
Lubriderm UV 15	120ML/48	Unidad	1	60.88	60.88	91.32	91.32	30.44	30.44
Cepillo reach access suave		Unidad	1	30.5	30.5	45.75	45.75	15.25	15.25
Cepillo rech profesional suave		unidad	1	31.20	31.20	46.80	46.80	15.60	15.60
Hilo dental reach expansion plus menta	50mt/24	Unidad	1	28.41	28.41	42.62	42.62	14.21	14.21
Hilo dental reach tartar control	40mt/24	Unidad	1	28.41	28.41	42.62	42.62	14.21	14.21
Aceite baby aloe	100ml/24	Frasco	1	16.27	16.27	24.41	24.41	8.14	8.14
Aceite baby puro	200ml/24	Frasco	1	35.08	35.08	52.62	52.62	17.54	17.54
Crema liquida baby	200ml/12	Unidad	1	38.23	38.23	57.35	57.35	19.12	19.12
Jabon baby cremoso humectante	100grs/24	Unidad	1	10.86	10.86	16.29	16.29	5.43	5.43
Jabon baño liquido lavanda/manzanilla	200ml/12	Frasco	1	38.23	38.23	57.35	57.35	19.12	19.12
Talco baby fecula de maiz y oxido de zinc	200grs/24	Frasco	1	35.08	35.08	52.62	52.62	17.54	17.54
Talco baby original	200grs/12	Frasco	1	35.08	35.08	52.62	52.62	17.54	17.54
Acondicionador baby original	200ml/12	Frasco	1	39.77	39.77	59.66	59.66	19.89	19.89
Acondicionador baby original	400ml/12	Frasco	1	51.92	51.92	77.88	77.88	25.96	25.96

Shampoo baby cabello claro manzanilla	200ml/24	Frasco	1	38.23	38.23	57.35	57.35	19.12	19.12	
Shampoo baby cabello liso con miel...	200ml/12	Frasco	1	38.23	38.23	57.35	57.35	19.12	19.12	
Productos Bayer Healthcare										
				Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia		
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Presentaci	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	
Crema Barros y Espinillas	10ml	Frasco	1	94.2	94.2	141.30	141.30	47.10	47.10	
Crema corporal hidrat	200ml	Frasco	1	136.88	136.88	205.32	205.32	68.44	68.44	
Crema facial hidratante	75ml	Frasco	1	176.88	176.88	265.32	265.32	88.44	88.44	
Crema lubricante bebe	200ml	Frasco	1	134.58	134.58	201.87	201.87	67.29	67.29	
Gel baño para bebe	200ml	Unidad	1	130.73	130.73	196.10	196.10	65.37	65.37	
Desodorantes										
				Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia		
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Presentaci	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	
Desodorante secret barra florar fresh	45grs/12	Unidad	1	36.84	36.84	55.26	55.26	18.42	18.42	
Desodorante secret barra powder fresh	45grs/12	Unidad	1	36.84	36.84	55.26	55.26	18.42	18.42	
Desodorante old spice barra fresh	60grs/12	Unidad	1	32.35	32.35	48.53	48.53	16.18	16.18	
Desodorante old spice barra pure sport	60grs/12	Unidad	1	32.35	32.35	48.53	48.53	16.18	16.18	
Papel Higienico										
				Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia		
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Presentaci	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	
Papel Higienico Nevax	4 rollos	Paquete	1	48	48	53.00	53.00	5.00	5.00	
Papel Higienico Scott	4 rollos	paquete	1	30	30	53.00	53.00	23.00	23.00	
Papel Higienico Charmin	4 rollos	paquete	1	38	38	53.00	53.00	15.00	15.00	

Lista de productos									
INVENTARIO PRODUCTOS FARMACEUTICOS									
Farmacéutico									
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
				Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
Agua Oxigenada	120ml/40	Frasco	1	24.73	24.73	37.10	37.10	12.37	12.37
Crema antialérgica(LACOFA)	25grs	Tube	1	46.65	46.65	69.98	69.98	23.33	23.33
Fibralax en polvo	200grs/12	Frasco	1	76.18	76.18	114.27	114.27	38.09	38.09
Pulmoron Jarabe	120ml/42	Frasco	1	43.9	43.90	65.85	65.85	21.95	21.95
Sedex Jarabe	120ml/42	Frasco	1	81.75	81.75	122.63	122.63	40.88	40.88
Supositorio Glicerina Adulto	2grs	Unidad	1	136.23	136.23	204.35	204.35	68.12	68.12
Supositorio Infantil	1.12grs	Unidad	1	136.23	136.23	204.35	204.35	68.12	68.12
Virogrip A.M		Dispensador	24	217.9	9.08	326.85	13.62	108.95	4.54
Virogrip P.M	5ml	Unidad	1	41.11	41.11	61.67	61.67	20.56	20.56
Línea Universal Productora									
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
				Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
Algodón bolitas blancas	75grs	Bolsa	1	17.51	17.51	26.27	26.27	8.76	8.76
Zumm aplicador		Frasco	1	15.45	15.45	23.18	23.18	7.73	7.73
Zumm plisado	25grs	Bolsa	1	5.95	5.95	8.93	8.93	2.98	2.98
Pulmoron Jarabe	120ml/42	Frasco	1	43.9	43.90	65.85	65.85	21.95	21.95
PRODUCTOS CHRUCH & DWIGHT									
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
				Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
Nair Crema depilatoria Piel sensible	150ml	Tube	1	142.87	142.87	214.31	214.31	71.44	71.44
Algodón plisado protect	25grs	Blíster	1	5.32	5.32	7.98	7.98	2.66	2.66
Gasa Estéril	100unds	Unidades	1	184.9	184.90	277.35	277.35	92.45	92.45
Guante látex pequeño	100unds	Unidades	1	177.95	177.95	266.93	266.93	88.98	88.98
Venda Elástica Protect	10cm	Blíster	1	17.59	17.59	26.39	26.39	8.80	8.80
Venda Elástica Tensolastic	5cm	Unidades	1	11.45	11.45	17.18	17.18	5.73	5.73
Johnson & Johnson PHARMA									
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
				Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
Aragol Frambuesa	240ml/24	Frasco	1	102.64	102.64	153.96	153.96	51.32	51.32
Benadryl	50mg	Unidad	1	88.20	88.20	132.30	132.30	44.10	44.10
Caladryl Clear	100ml/48	Frasco	1	76.16	76.16	114.24	114.24	38.08	38.08
Dramamine	50mg	Unidad	1	63.66	63.66	95.49	95.49	31.83	31.83
KY Gel Lubricante	100grs	Tube	1	33.9	33.90	50.85	50.85	16.95	16.95
Lomotil	2mg	Dispensador	1	162.75	162.75	244.13	244.13	81.38	81.38
Sinutab Plus		Dispensador	1	178.05	178.05	267.08	267.08	89.03	89.03
Tylenol Cold Multisintoma día		Unidad	8	38.85	4.86	58.28	7.28	19.43	2.43
Tylenol Extra Fuerte		Dispensador	24	114.61	4.78	171.92	7.16	57.31	2.39
Vendas									
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
				Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
Vendas elástica media compresión	5cmx5m/24	Rollo	1	8.25	8.25	12.38	12.38	4.13	4.13

Venda elástica media compresión	30cmx5m/8	Rollo	1	36.03	36.03	54.05	54.05	18.02	18.02
Venda gasa	10cmx5m/12	Unidad	1	10.51	10.51	15.77	15.77	5.26	5.26
Productos Mentholatum									
				Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
Producto	Tamaño	Presentacion	Unidades	Presentación	Unidades	Presentacion	Unidades	Presentacion	Unidades
Oxy clean gel exfoleante	12ct x 142gr	Frasco	1	87.12	87.12	130.68	130.68	43.56	43.56
Oxy 10% formula color piel gel	30gr22	Frasco	1	43.80	43.80	65.70	65.70	21.90	21.90
Oxy 5% formula piel gel	3ogr22	Frasco	1	39.88	39.88	59.82	59.82	19.94	19.94
Mentholatum ungüento pomo	30grs/48 22	Pmo	1	39.88	39.88	59.82	59.82	19.94	19.94
Productos Zepol									
				Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
Producto	Tamaño	Presentacion	Unidades	Presentación	Unidades	Presentacion	Unidades	Presentacion	Unidades
Alcohol en gel antibacterial	4grs	Ristra	1	60.32	60.32	90.48	90.48	30.16	30.16
Manzatin-e crema infantil topica	130 grs/24	Frasco	1	45.34	45.34	68.01	68.01	22.67	22.67
Manzatin-e crema infantil topica	49 grs/144	Frasco	1	15.4	15.40	23.10	23.10	7.70	7.70
Poten plus	30grs/12	Frasco	1	16.63	16.63	24.95	24.95	8.32	8.32
Vaselina jalea de petrleo	60grs	Frasco	1	26.98	26.98	40.47	40.47	13.49	13.49
Zanizol gel antibacterial	120ml	Frasco	1	44.45	44.45	66.68	66.68	22.23	22.23
Zanizol gel antibacterial	60ml	Frasco	1	74.3	74.30	111.45	111.45	37.15	37.15
Zepol crema	30grs	Frasco	1	24.13	24.13	36.20	36.20	12.07	12.07
Zepol infantil crema	30grs	Frasco	1	24.13	24.13	36.20	36.20	12.07	12.07

Lista de productos									
INVENTARIO DE PRODUCTOS PARA EL HOGAR									
Glade línea Johnson									
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
				Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
Glade absorbe olores floral fresco	150grs/24	unidad	1	41.93	41.93	62.90	62.90	20.97	20.97
Glade aerosol frescura matinal	400ml/12	Frasco	1	36.93	36.93	55.40	55.40	18.47	18.47
Glade auto sport amore aparato	7ml/6	unidad	1	84.32	84.32	126.48	126.48	42.16	42.16
Glade auto sport amore respuesto	7ml/12	unidad	1	76.34	76.34	114.51	114.51	38.17	38.17
Glade auto sport aqua aparato	7ml/6	unidad	1	84.32	84.32	126.48	126.48	42.16	42.16
Glade auto sport aqua repuesto	7ml/12	unidad	1	76.34	76.34	114.51	114.51	38.17	38.17
Windex									
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
				Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
Windex blue spray	650ml/12	Frasco	1	42.5	42.5	63.75	63.75	21.25	21.25
Repelente									
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
				Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
Repelente OFF	6onz/12	Frasco	1	77.24	77.24	115.86	115.86	38.62	38.62
Repelente OFF en crema	6onz/13	Unidad	1	77.24	77.24	115.86	115.86	38.62	38.62
Freezer bags									
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
				Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
Ziploc guardar media doble cierre	25 bolsas/12	Unidad	1	42.17	42.17	63.26	63.26	21.09	21.09
Ziploc sándwich	50 bolsas/12	unidad	1	34.70	34.70	52.05	52.05	17.35	17.35
Pilas Panasonic									
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
				Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
Pilas carbón AA	12/72r	Ristra	1	47.1	47.1	70.65	70.65	23.55	23.55
Pilas alcalina 9V	48	Blíster	1	39.47	39.47	59.21	59.21	19.74	19.74
Pila alcalina AA	2/48b	Blíster	1	24.04	24.04	36.06	36.06	12.02	12.02
Pila alcalina AAA	2/48B	Blíster	1	24.04	24.04	36.06	36.06	12.02	12.02
Jabones para ropa									
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
				Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
Jabón de lavar Azul	275grs	Ristas	6	161.2	26.8666667	241.80	40.30	80.60	13.43
Jabón de lavar Verde	275grs	Ristas	6	161.00	26.83	241.50	40.25	80.50	13.42
Pato purific									
Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
				Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
Pato discos activos brisa marina	36ml/5	unidad	1	42.9	42.9	64.35	64.35	21.45	21.45

Pato pastillas azul con aroma	52grs/24	unidad	1	38.57	38.57	57.86	57.86	19.29	19.29
Insecticidas									
				Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
Producto	Tamaño	Presentacion	Unidades	Presentación	Unidades	Presentacion	Unidades	Presentacion	Unidades
Raid accion total	400ml/12	Frasco	1	56.07	56.07	84.11	84.11	28.04	28.04
Raid max	400ml/12	Frasco	1	71.28	71.28	106.92	106.92	35.64	35.64
Repelent off family care tropical fresh	6onz/12	Frasco	1	77.24	77.24	115.86	115.86	38.62	38.62
Repelent off family en crema	200ml/12	Unidad	1	77.24	77.24	115.86	115.86	38.62	38.62
Baygon ultra	490ml/12	Frasco	1	75.90	75.90	113.85	113.85	37.95	37.95
Baygon verde	400ml/12	Frasco	1	65.80	65.80	98.70	98.70	32.90	32.90
Productos Descartables									
				Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
Producto	Tamaño	Presentacion	Unidades	Presentación	Unidades	Presentacion	Unidades	Presentacion	Unidades
Vasos Link	15 unidades	Bolsa	1	9	9	13.50	13.50	4.50	4.50
Platos Link	16 unidades	Bolsa	1	20	20	30.00	30.00	10.00	10.00
Tenedores Polimark	17 unidades	Bolsa	1	6	6	9.00	9.00	3.00	3.00

Lista de productos

INVENTARIO DE PRODUCTOS LIBRERÍA

Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
				Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
Lapiz de color stabilo	largo	Caja	1	25.6	25.6	38.40	38.40	12.80	12.80
Lapiz de color pionter	largo	Caja	1	7.7	7.7	11.55	11.55	3.85	3.85
Regla trasparente	30cm	Superior	1	1.80	1.80	2.70	2.70	0.90	0.90
Regla metalica	30cm	Unidad	1	6.93	6.93	10.40	10.40	3.47	3.47
Corrector de lapiz punta metalica	9ml	Unidad	1	7.32	7.32	10.98	10.98	3.66	3.66
Corrector liquido	20ml	Frasco	1	6.55	6.55	9.83	9.83	3.28	3.28
Borrador de leche	6cm	Caja	1	2.89	2.89	4.34	4.34	1.45	1.45
Tajador escolar	48 uni	Caja	48	375.95	7.83229167	563.93	11.75	187.98	3.92
Tajador metalico de un hueco	48 uni	Caja	1	1.31	1.31	1.97	1.97	0.66	0.66
Pincel blister	12pcs	Bolsa	12	16.74	1.40	25.11	2.09	8.37	0.70
Pincel blister	6pcs	Bolsa	6	10.04	1.67	15.06	2.51	5.02	0.84
Marcador permanente		Caja	1	7.09	7.09	10.64	10.64	3.55	3.55
Marcador acrilico		Caja	1	7.75	7.75	11.63	11.63	3.88	3.88
Forro para encuadernar	45cm x 10mts	Paquete	1	42.7	42.70	64.05	64.05	21.35	21.35
Forro para encuadernar	45cm x 2mts	Paquete	1	15.4	15.40	23.10	23.10	7.70	7.70
Fastener	8 centimetro	Unidad	1	17.7	17.7	26.55	26.55	8.85	8.85
Clip metalico	100 piezas	Unidad	1	3.16	3.16	4.74	4.74	1.58	1.58
Tinta para sello negra	30ml	Unidad	1	4.24	4.24	6.36	6.36	2.12	2.12
Tinta para sello azul	30ml	Unidad	1	4.24	4.24	6.36	6.36	2.12	2.12
Almohadilla para sello azul	normal	Unidad	1	8.47	8.47	12.71	12.71	4.24	4.24
Humecedor de cera	1.5 onz	Unidad	1	11.63	11.63	17.45	17.45	5.82	5.82
Humecedor de cera	0.5 onz	Unidad	1	8.75	8.75	13.13	13.13	4.38	4.38
Engrapadora de 2 hoyos	6-14mm	Unidad	1	577.5	577.5	866.25	866.25	288.75	288.75
Perforadora de 2 hoyos	8cm	Unidad	1	42.35	42.35	63.53	63.53	21.18	21.18
Cartulina Flour verde	47.5x66	Unidad	1	4.67	4.67	5.60	7.01	0.93	2.34
Cartulina Flour amarilla	47.5x66	Unidad	1	4.67	4.67	5.60	7.01	0.93	2.34
Cartulina flour naranja	47.5x66	Unidad	1	4.67	4.67	5.60	7.01	0.93	2.34
Cartulina Flour Azul	47.5x66	Unidad	1	4.67	4.67	5.60	7.01	0.93	2.34
Cuaderno Universitario doble anillo	peq mate	Unidad	1	35.42	35.42	53.13	53.13	17.71	17.71
Cuaderno Univversitario	gran rayado	Unidad	1	50.74	50.74	76.11	76.11	25.37	25.37
Cuaderno Mini	rayado	Unidad	1	12.6	12.60	18.90	18.90	6.30	6.30
Cuaderno Universitario Grande	105h grande	Unidad	1	99.19	99.19	148.79	148.79	49.60	49.60
Cuaderno Order Book	48h cosido	Unidad	1	18.67	18.67	28.01	28.01	9.34	9.34
Cuaderno order book	80h cosido	Unidad	1	31.33	31.33	47.00	47.00	15.67	15.67

Lista de productos

INVENTARIO DE LICORES

Producto	Tamaño	Presentación	Unidades	Precio		Precio de Ventas		Margen de ganancia	
				Presentación	Unidades	Presentación	Unidades	Presentación	Unidades
Centenario Gold		Botella	1	880	880	1320	1320	440	440
Centenario		Botella	1	550	550	825	825	275	275
Centenario		Botella	1	290	290	435	435	145	145
Gran Reserva		Botella	1	360	360	540	540	180	180
Gran Reserva		Botella	1	180	180	270	270	90	90
Gran Reserva		Botella	1	100	100	150	150	50	50
Gran Reserva		Botella	1	60	60	90	90	30	30
Gran Reserva		Botella	1	26	26	39	39	13	13
Extra Lite/ Extra Seco		Botella	1	250	250	375	375	125	125
Extra Lite/ Extra Seco		Botella	1	155	155	232.5	232.5	77.5	77.5
Caballito regular/suave pet		Botella	1	19	19	28.5	28.5	9.5	9.5
Finlandia		Botella	1	357	357	535.5	535.5	178.5	178.5
Finlandia Cranberry		Botella	1	305	305	457.5	457.5	152.5	152.5
Finlandia Mango		Botella	1	305	305	457.5	457.5	152.5	152.5
Finlandia		Botella	1	294	294	441	441	147	147
Red Bull		Lata	1	47	47	70.5	70.5	23.5	23.5