



# UNIVERSIDAD INTERNACIONAL ANTONIO DE VALDIVIESO

PLAN DE NEGOCIO DULCE DE CEBADA MATI.

PARA OPTAR AL TÍTULO DE TÉCNICO SUPERIOR EN  
AGROINDUSTRIA DE ALIMENTOS.



Autor:

- Br. Brayan Enrique Laguna Flores.

Tutoras:

- Msc. Karen Celene Ruiz mora.
- Ing. Junieth Raquel Moya Briceño.

Rivas, Nicaragua. Febrero 2022.

## **Dedicatoria.**

A Dios, que en su omnipotencia divina ha demostrado su amor en mí, permitiendo cumplir metas que me he propuesto, dándome sabiduría y entendimiento, fortaleza y cordura para seguir hacia delante y no ver el atrás.

A mi Madre, quien con mucho sacrificio ha logrado llevarme hasta donde estoy, más que orgulloso soy de tenerla y de poder decir que fue la mujer que me crío, gracias a ella soy la persona que soy, le dedico este trabajo a ella por ser el más grande pilar en mi vida, por nunca dejarme solo y por ser la dama más responsable y digna que conozco.

A mi abuela, que ha sido fundamental en mi crianza y desarrollo personal, inculcando sus conocimientos.

## **Agradecimiento.**

Agradezco la sabiduría y entendimiento brindado por Dios para la elaboración del plan de negocios, por haberme dado la oportunidad de culminarlo con éxito, por dejarme llegar con satisfacción a cumplir con la meta propuesta.

A mi Madre, quien con amor y pasión me ha impulsado a cumplir con el deseo de ser un profesional con verdaderos valores de cumplimiento, honradez, honestidad y consideración.

A mis tutoras, Lic. Karen Ruíz, Esp. Johana Mairena e Ing. Junieth Moya, que con su apoyo y conocimientos nos han enseñado y hemos logrado cumplir con los parámetros de la elaboración del plan de negocio.

A mis amigos, que con su apoyo emocional y con su simple presencia en mi vida hacen de mí una persona más completa y me ayudan a conseguir lo propuesto, a alcanzar nuevas metas y pasar los malos momentos.

A mis familiares que de una u otra manera lograron influir en mi vida y estudios, agradezco su permanencia y apoyo que siempre han brindado, es confortante tener amor en la familia y es un orgullo que lo sean.

A todas las personas que en este año quisieron poner obstáculos en mi camino y que en algún momento hicieron que dudara de mis capacidades y del amor que Dios me tenía, porque gracias a ellos logré reconocer mis atributos y saberlos emplear en mi vida y que Dios jamás nos abandona.

Muchas gracias a todos y Dios derrame bendiciones en cada uno de ustedes.

## INDICE

<b>I. Resumen ejecutivo.....</b>	<b>1</b>
<b>II. Introducción. ....</b>	<b>1</b>
<b>III. Naturaleza del plan.....</b>	<b>3</b>
3.1. Breve descripción del negocio. ....	3
3.2. Información sobre el negocio.....	3
3.2.1. Misión. ....	3
3.2.2. Visión.....	3
3.2.3. Valores. ....	4
3.2.4. Objetivos del negocio. ....	5
3.2.5. Número RUC, dirección, teléfono, Email, etc.....	6
3.3. Análisis FODA.....	8
3.4. Las cinco fuerzas de Porter.....	9
<b>IV. Estudio de mercado.....</b>	<b>11</b>
4.1. Descripción del producto.....	11
4.2. Segmento de mercado. ....	11
4.3. Demanda de mercado.....	12
4.4. Oferta del negocio.....	13
4.5. Precio del producto. ....	14
4.6. Comercialización del producto. ....	15
4.7. Plan de Marketing. ....	16
4.7.1. Objetivos del plan de marketing:.....	16
4.7.2. Estrategias de Marketing .....	16
4.8. Cuatro “P”.....	17
<b>V. Estudio técnico .....</b>	<b>21</b>
5.1. Tamaño y localización.....	21
5.2. Producción. ....	26
5.2.1. Capacidad productiva. ....	26
5.2.2. Programa de producción. ....	26
5.2.3. Determinación de las necesidades, consumos totales y unitarios de materia prima e insumos para la elaboración del producto. ....	27

5.2.4.	Cuantificación de las unidades a producir y los tiempos de producción.	27
5.3.	Flujo de proceso.....	29
5.3.1.	Formula de dulce de cebada. ....	30
5.3.2.	Carta tecnológica.....	31
5.3.3.	Ficha técnica.....	34
5.3.4.	Controles de calidad. ....	36
5.3.5.	Análisis de puntos críticos de control.....	39
5.3.6.	Marco Regulatorio. ....	41
5.4.	Infraestructura, Maquinaria y Equipamiento.....	42
5.5.	Costos operativos.....	44
5.5.1.	Costos de producción. ....	45
5.5.2.	Costos de comercialización. ....	47
5.5.3.	Costos fijos y costos variables.....	48
<b>VI.</b>	<b>Estudio organizacional – Legal.....</b>	<b>49</b>
6.1.	Estructura organizativa de la empresa.....	49
6.2.	Definición del perfil y ocupación del puesto. ....	51
6.3.	Aspectos legales. ....	52
6.3.1.	Requisitos legales.....	52
6.3.2.	Costos de los requisitos legales. ....	54
<b>VII.</b>	<b>Estudio financiero.....</b>	<b>55</b>
7.1.	Definición del periodo de evaluación o vida útil de este negocio. ....	55
7.2.	Ingresos proyecto.....	55
7.2.1.	Balance de ingresos con precio.....	55
7.2.2.	Balance anual.....	56
7.3.	Costos operativos.....	57
7.3.1.	Costos anuales.....	57
7.3.2.	Presupuesto de costos variable.....	57
7.4.	Punto de equilibrio.....	58
7.5.	Depreciación de los activos.....	59
7.6.	Amortización. ....	60
7.7.	Paga de impuestos.....	61
7.8.	Valor de Salvamento al Final del Periodo Evaluado. ....	62

7.9. Inversión inicial necesaria. ....	63
7.10. Capital de trabajo inicial. ....	64
7.11. Fuente inicial de financiamiento. ....	65
7.12. Flujo de caja. ....	66
7.13. Estado de resultado proyectado. ....	67
7.14. Indicadores de rentabilidad, (VAN, TIR, RB/C). ....	68
<b>VIII. Estudio ambiental. ....</b>	<b>69</b>
<b>IX. Conclusiones. ....</b>	<b>71</b>
<b>X. Recomendaciones. ....</b>	<b>74</b>
<b>XI. Bibliografía. ....</b>	<b>75</b>
<b>XII. Anexos. ....</b>	<b>76</b>

## **I. Resumen ejecutivo.**

Doña Matilde, es una Mipyme naciente que hará procesos de elaboración de dulce de cebada, además de la comercialización del producto. Esta se ubicará en una localidad del municipio de san Jorge llamada san Martín, localizada a 800 metros del casco urbano de este mismo municipio, se ubica a 3.9 kilómetros de la cabecera departamental de Rivas.

El dulce de cebada MATI nació como una oportunidad, la cebada es un cereal utilizado en la elaboración de cerveza y refresco, predominando en el aspecto común hogareño este último, Doña Matilde observó una oportunidad de entrada en el mercado con un producto nuevo, fresco e innovador. El dulce de cebada es un producto que no solo llegará a revolucionar el uso de la cebada y la forma de ver esta materia prima que se podría decir que es desperdiciada en un solo producto de comercio general en el país, no se ha visto una iniciativa de darle otro valor o acercarse a detallar otros usos posibles de esta, la propuesta es cambiar todo esto para traer algo novedoso y complacer los niveles de exigencia de ellos clientes. El producto fue elaborado por primera ocasión en el desarrollo de la tecnología de cereales cursada en el segundo año de la ingeniería en agroindustria de alimentos, como el producto final de defensa de la misma, logrando el asombro de los compañeros y una aceptación por parte de los mismos y la docente, dando recomendaciones de mejora aplicados en el plan de negocio.

El dulce de cebada contiene grandes aportes nuevos a la sociedad consumidora de estos tipos de productos (dulces y mermeladas) por el hecho de aportar un nuevo vistazo hacia la inclusión de las materias primas de poco uso en el país. Se diferencia de las demás al tener una consistencia menos gelatinosa y más viscosa, de la cual es gracias a la cantidad de almidón presente en el grano de cebada.

El dulce de cebada Mati, es un producto de innovación, es por esto que es un gran competitivo referente a los ya instalados en el mercado, la principal ventaja del producto es que la fuente principal de producción es natural y proviene de un cereal

de consumo seguro y muy comúnmente conocido. La confianza de los consumidores será lo primordial, además que dulce de cebada Mati es un conjunto de sabores no conocidos y de esta forma con un correcto marketing logrará influenciar la mentalidad de los consumidores y hacer que incursionen con este nuevo producto.

Doña Matilde pretende, identificar el mercado y la posible demanda de dulce de cebada valorando sus necesidades y posibles competidores, determinar y utilizar los procesos, herramientas y equipos necesarios con la tecnología más acertada para la elaboración de dulce de cebada y analizar la rentabilidad financiera de la producción y comercialización de dulce de cebada con el fin de elaborar un plan de negocio que recopile información acerca del mercado, producción, finanzas y comercialización de dulce de cebada, en el municipio de San Jorge, para el año 2021.

Con la finalidad de promocionar y hacer crecer el negocio con relación al producto de elaboración que consiste en una dulce de cebada de base natural con aditivos que mejoraran sus características organolépticas y afianzarán los conocimientos adquiridos en la carrera, se desarrolla un plan de marketing donde se contará con la participación en ferias, la rotulación con baucher y entrega de los mismos a los clientes potenciales, entre otros, esto está mejor definido en la parte de publicidad desarrollado en este plan de negocio.

Doña Matilde como Mipyme propone tener ventas de 41,410 unidades para el primer año, obteniendo un ingreso de \$ 24,759.3 dólares, con un margen de utilidad del 72% para venta al consumidor final y el 54% para el cliente (negocio).

La forma de financiamiento adoptada por la Mipyme es indicada al 60%, escogiendo la tasa de interés al 18% ofrecida por BANPRO, con un monto de \$ 3,668.69 dólares para posibilitar la realización del proyecto, asegurando la capital inicial del mismo, complementando con el 40% de recursos propios iguales a una cantidad de \$ 2,445.79 dólares.

La inversión requerida para la iniciación de operaciones para Doña Matilde está dividida en tres partes, capital de trabajo equivalente a \$ 1,626.92 dólares, inversión en capital fijo con un total de \$ 2,865.87 dólares y gastos preoperativos de \$ 1,621.69 dólares, para totalizar \$ 6,114.48 dólares.

La tasa interna de retorno de la Mipyme es satisfactoria equivaliendo a 78.72%.

Se afirma que el plan de negocio dulce de cebada Mati, es rentable y satisface las necesidades y gastos de la empresa obteniendo la utilidad necesaria para ser una Mipyme con rentabilidad económica-financiera, destacando lo primordial de los conocimientos adquiridos en el transcurso de la realización de cada parte de los estudios elaborados.

## **II. Introducción.**

El dulce de cebada es un producto con alto contenido de azúcar, es por esto que para las personas que padecen de diabetes crónica no es recomendable el consumo de la misma. Este es planificado para ser consumido por cualquier persona de cualquier tipo de edad, definiendo que el producto es dirigido a aquellos mayores de los 18 años porque son quienes tienen la posibilidad de adquirirlo, no obstante, es de consumo general.

La necesidad insatisfecha del cliente que el dulce de cebada Mati llega a satisfacer es la variabilidad del consumo de cebada de manera que compense esta insuficiencia existente en el mercado; dulce de cebada Mati incondicionalmente que sea un producto agroindustrial nuevo y que la población nacional tenga un menor consumo de estos tipos de insumos alimenticios, tiene un gran potencial por explotar y aprovechar, las condiciones en el país con el apoyo que el gobierno, demás instituciones del estado y ONG's que brindan a los emprendimientos surgidos con viabilidad es un impulso que puede ser imperativo en el desarrollo del negocio. Dulce de cebada Mati será comercializado de manera directa al consumidor, en pulperías, super mercado, etc., para una aproximación certera al consumidor y/o clientes potenciales.

Como Mipyme naciente el principal enfoque es dirigirse a un mercado poco amplio, es decir primero está como meta, distribuirse sobre el municipio de San Jorge, darse a conocer y desarrollar el potencial que el producto posee, además es el mercado meta que se propuso en este plan de negocio y es donde se encuentra la necesidad y la oportunidad de incluir un nuevo producto al mercado con las características precisas del dulce de cebada Mati.

Se pretende a largo plazo, incluir al mercado un producto mejorado, es decir tomar como base el producto inicial como lo es el dulce de cebada y mejorarlo, darle un valor agregado. Una dulce de cebada con chile es la excelente pretensión que la Mipyme

Doña Matilde tiene, además de una combinación con especias y distintas materias primas que puedan estar siendo planificadas en un futuro.

Brayan Enrique Laguna Flores, técnico superior en agroindustria de alimentos egresado la universidad Internacional Antonio de Valdivieso, tiene esta meta de iniciar este proyecto, de producir y comercializar este producto convencido de las necesidades ubicadas en el municipio de San Jorge asegurando de que existe una aceptación del producto.

Doña Matilde es una Mipyme que contará con instalaciones propias, equipos y herramientas, mano de obras, mercadeo, transporte y lo necesario para llevar el proceso y la comercialización del producto y de esta forma dando a conocer este por medio degustaciones, publicidades a través de un buen marketing por redes sociales, promociones y participaciones en ferias regionales y/o nacionales.

Las inversiones principales que el negocio tiene son las mencionadas como instalaciones, equipos y/o mobiliarios, mano de obra y publicidad para un correcto desarrollo básico y rentable del proyecto.

### **III. Naturaleza del plan.**

#### **3.1. Breve descripción del negocio.**

Esta Mipyme se dedicará a la elaboración de productos derivados de los cereales, su almacenamiento y distribución. Como producto principal el dulce de cebada.

El local con que se cuenta para realizar la elaboración de los productos es un área acondicionada para el procesamiento de alimentos que cumple con las BPM.

Las instalaciones contarán con infraestructura, maquinaria y equipos necesarios para garantizar la correcta producción de los productos a elaborar, permitiendo desarrollar una buena relación con el mercado definido, lo que permitirá una mejor competitividad por parte de la nueva Mipyme.

#### **3.2. Información sobre el negocio.**

##### **3.2.1. Misión.**

Somos una Mipyme que elabora y comercializa productos derivados de cereales, contamos con infraestructura, maquinaria y equipos aptos, necesarios para la producción de dulce de cebada, además cuenta con un personal calificado y en constante capacitación, lo cual nos permite cumplir con los estándares de calidad e inocuidad en cada uno de los productos.

##### **3.2.2. Visión.**

Consolidarnos en el mercado local como una Mipyme elaboradora de productos de alta calidad en los derivados de cereales, siendo reconocidos como de alto prestigio a nivel nacional, comprometida con la elaboración y comercialización de productos innovadores, fomentando la confianza, y expandiéndose a la fabricación de más productos.

### **3.2.3. Valores.**

Honestidad: Ser veraz y objetivo, hacer lo correcto.

Compromiso: Ponerle interés a cada paso o punto necesario.

Responsabilidad: Cumplir y estar siempre donde y con lo que se necesite.

Respeto: Trato correcto tanto al personal como al cliente y/o consumidor.

Confianza: Creer en que todo es posible, con dedicación y empeño.

Seguridad: Proveer seguridad sea trabajador o cliente y/o consumidor.

### **3.2.4. Objetivos del negocio.**

#### **Objetivo general:**

- Elaborar un plan de negocio que recopile información acerca del mercado, producción, finanzas y comercialización de dulce de cebada, en el municipio de San Jorge, para el año 2021.

#### **Objetivos específicos:**

- Identificar la demanda y el posible mercado de dulce de cebada valorando sus necesidades y posibles competidores.
- Determinar y utilizar los procesos, herramientas y equipos necesarios con la tecnología más acertada para la elaboración de dulce de cebada.
- Analizar la rentabilidad financiera de la producción y comercialización de dulce de cebada.

### 3.2.5. Número RUC, dirección, teléfono, Email, etc.

DATOS DEL NEGOCIO	
Nombre de la empresa.	Doña Matilde.
Dirección de la empresa.	San Jorge, Rivas de la parroquia 800 metros al sur.
Teléfono.	85097914
E-mail.	doña.Matilde26@gmail.com
Numero RUC	

Dulces de cebada Mati nació en la búsqueda de una forma de aprovechamiento de la cebada, sabiendo que en el país el consumo de este grano se da mediante el fresco del mismo y claramente en la cerveza, pero nadie ha tratado de incursionar más en este cereal. Por este motivo y por el gusto que en lo personal tengo por las dulces y mermeladas decidí tomar el reto y cumplir la meta de obtener una dulce de este preciado grano. A finales del año 2020 en la materia tecnología de cereales en compañía de un grupo de estudiantes realizamos la elaboración del producto, en la cual nos resultó un éxito, confirmando así que el producto era posible y que ya era una nueva alternativa para el consumo de la cebada, dejando atrás el monótono consumo de los mismos productos que llevamos años ingiriendo.

El dulce de cebada MATI se venderá de dos manera, menudeo sería para la inserción del producto en el mercado siendo esta la manera más común y más viable para que este pueda ser reconocido y aceptado, luego sería al mayoreo, esto permitirá extenderse al paso del tiempo, cuando se esté inmerso en el mercado y sea de conocimiento público y tenga un cierto porcentaje de aceptación, de modo que al crecer y expandirse se podrá llegar a ser parte de los grandes comercios en el país y fuera del mismo. El negocio es de naturaleza manufacturera, por tanto, Doña Matilde es la encargada de brindar un producto de calidad demostrando el potencial que tiene como productora y que la mano de obra nacional es valedera.

Doña Matilde, Mipyme productora del dulce de cebada Mati, será registrada como persona natural, quien se encargue de todas las necesidades y demandas de la misma, estará desde la RMP hasta la entrega al consumidor o cliente.

Brayan Enrique Laguna Flores gerente general y propietario de Doña Matilde, Técnico superior en agroindustria de alimentos egresado de la universidad internacional Antonio de Valdivieso, cuenta con experiencia en procesamiento ofrecido por parte de la carrera además de haber hecho producción y ventas de dulces y mermeladas en su hogar teniendo en cuenta las normas de higiene y salubridad, BPM y estándares de calidad para una producción adecuada y la obtención de un producto final en perfecto estado de consumo.

Dulce de cebada Mati tendrá excelente aceptación en el municipio de san Jorge, por su excelente sabor y vistosidad que atraen al consumidor. Es indispensable que un hogar no haya un vaso de dulce o mermelada, es ahí donde queremos entrar y sabemos con seguridad que lograremos ser ese pan con dulce que muchos de los consumidores acompañan su café por la tarde, o en las mañanas en un desayuno rápido para los niños antes de irse al colegio, nuestra dulce aparte de ser saludable tiene un sabor diferente a otras y se convertirá en uno de los productos más necesarios en el hogar.

### 3.3. Análisis FODA.

<b>FORTALEZAS:</b>	<b>OPORTUNIDADES:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>*Mayor compromiso.</li><li>*Posee mano de obra capacitada.</li><li>*Es flexible ante ciertos cambios del mercado.</li><li>*Demanda poca capital.</li><li>*Producto estandarizado con las normas y sistemas de calidad aplicables.</li><li>*Materia prima disponible y accesible.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>*Apoyo a las Mipyme´s.</li><li>*Nuevos programas gubernamentales.</li><li>*Generación de empleos.</li><li>*Precio accesible por introducción.</li><li>*El incremento en el consumo de productos naturales.</li><li>*Comercio electrónico.</li></ul>
<b>DEBILIDADES:</b>	<b>AMENAZAS:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>*Capacidad limitada para la producción.</li><li>*Falta de capital o liquidez.</li><li>*Encontrar proveedores adecuados.</li><li>*Falta de conocimiento en el ámbito empresarial.</li><li>*Ser una empresa nueva en un mercado abundante de empresas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>*Inseguridad en el mercado, ante la aceptación del producto.</li><li>*Inestabilidad de los precios de materia prima, en un mercado variable como lo es el del país.</li><li>*Alta competencia de otras empresas ya asentadas en el mercado.</li><li>*Crisis social y económica en el país.</li></ul>

### 3.4. Las cinco fuerzas de Porter.

A continuación, presentamos una tabla, con la cual se evalúa la competencia en cualquier sector. El marco de las cinco fuerzas permite entender la rivalidad a largo plazo de cualquier sector, así como de qué forma las compañías pueden mejorar su competitividad en el sector en el que se encuentran.

CONCEPTO	FUERZA	ANÁLISIS
<b>Poder de negociación de los compradores o clientes.</b>	Media alta.	El poder de negociación de los clientes o compradores es medio alto, tomando en cuenta que existe una variedad de productos similares al el que ya ofrecen desde mucho tiempo atrás y que cuentan con un sistema de comercialización amplio y más factible.
<b>Poder de negociación de los proveedores o consumidores.</b>	Baja.	El poder de negociación de los proveedores es bajo, por el hecho de existir muchos proveedores que pueden sustituirse entre sí, esto permitirá tener una negociación equilibrada tratando de obtener un resultado justo para ambas partes.
<b>Amenazas de nuevos competidores entrantes.</b>	Media baja.	Aunque esta amenaza siempre estará, no representará una preocupación tan grande para Doña Matilde, se clasifica en media baja por el nivel de dificultad de introducir un producto similar o equivalente al él; es de conocimiento que los productos preexistentes en este rubro les ha tomado años para hacerse de un lugar en este mercado. Tomando en cuenta que el producto es proveniente de un

		cereal en un área donde predominan las frutas se asegura un buen impacto en el mismo.
<b>Amenazas de proveedores sustitutos.</b>	Media Alta.	Aunque sí existen muchos productos parecidos a este, se asegura que no existe ni uno igual al él. Es favorable decir que todos los productos presentes en el mercado tienen precios elevados y que están dirigidos a una población de estatus alto, en cambio el dulce de cebada estará dirigido a una población menos cómoda, con precios adecuados. Pero es sensato reconocer que hay presencia a de variedades de productos sustitutos en el mercado.
<b>Rivalidad entre los competidores.</b>	Media Alta.	Aunque no existen productos que compitan con el dulce de cebada directamente, si existe una variedad amplia de productos sustitutos que podrían verse involucrados en la competencia. Pero se ha demostrados que, si se mantiene un producto en condiciones adecuadas, en constante innovación, cumpliendo con las normas de sanidad y manteniendo los estándares de calidad se puede vencer a la competencia.

## **IV. Estudio de mercado.**

### **4.1. Descripción del producto.**

El dulce de cebada Mati, es una dulce de color rosa con sabor dulce agradable al paladar del consumidor, hemos de destacar que es un producto natural, sin saborizantes, también debemos de reconocer el sistema de producción adecuado a la elaboración del dulce, cumpliendo normas de inocuidad, sanidad y seguridad. Este es envasado en un frasco de vidrio, con una etiqueta (que cumple con la NTON 03 021-08 o norma de etiquetado) vistosa y agradable, esto para llamar la atención del cliente o consumidor. Este producto tendrá una vida útil de 12 meses sellada, después de abierta tendrá que ser conservada en refrigeración, con una vida útil disminuida a 3 meses como máximo.

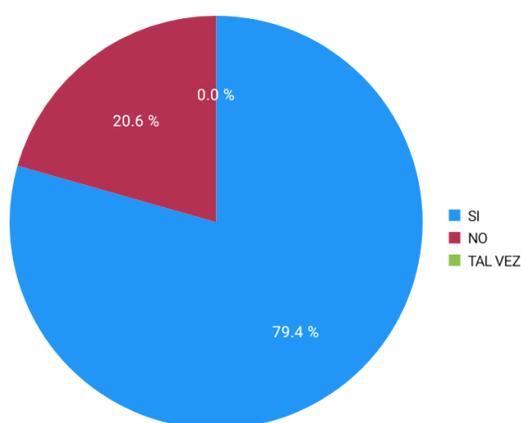
### **4.2. Segmento de mercado.**

Dulce de cebada MATI, está dirigida a un público consumidor de dulces, jaleas y mermeladas únicamente, esta puede ser consumida desde niños de 8 años (esto no indica que ellos sean parte de la demanda) y adultos de 60 a más, teniendo en cuenta la restricción para personas que padecen de diabetes crónico los cuales cubre el 10% de la población nicaragüense.

### 4.3. Demanda de mercado.

La demanda de mercado es un análisis efectuado para el reconocimiento previo de los posibles consumidores del producto a ofertar por parte del proveedor o interesado, en este caso demanda de mercado fue efectuada en el municipio de san Jorge, departamento de Rivas, obteniendo los siguientes resultados:

**Gráfico No. 1: Demanda de mercado.**



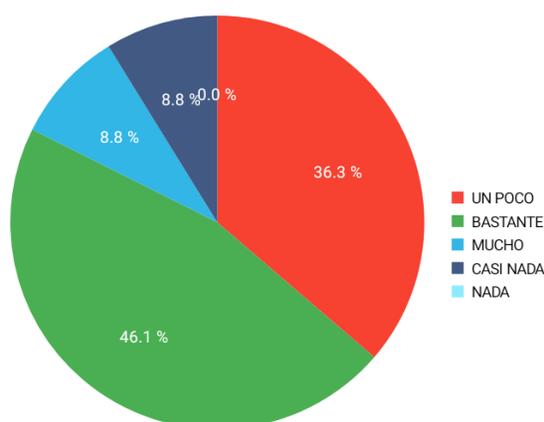
La demanda del dulce de cebada fue investigada por medio de una encuesta realizada a la población del municipio de san Jorge en la cual se obtuvieron respuestas claras de la aceptación del producto. Conforme a la encuesta efectuada, de un 100% de la comunidad encuestada, un 79.4% le gustaría comprar dulce de cebada, mientras que el 20.6% tal vez la compraría. Eso significa que el producto tendrá una gran demanda.

que el 20.6% tal vez la compraría. Eso significa que el producto tendrá una gran demanda.

#### 4.4. Oferta del negocio.

La oferta del negocio es el contexto en el que se ubicará el dulce de cebada, a lo que se enfrentará cuando entre al mercado, la cantidad de consumo, los posibles competidores principales y lo más importante de este inciso, la distribución en los locales de venta, es decir en donde será ofertado el dulce de cebada Mati.

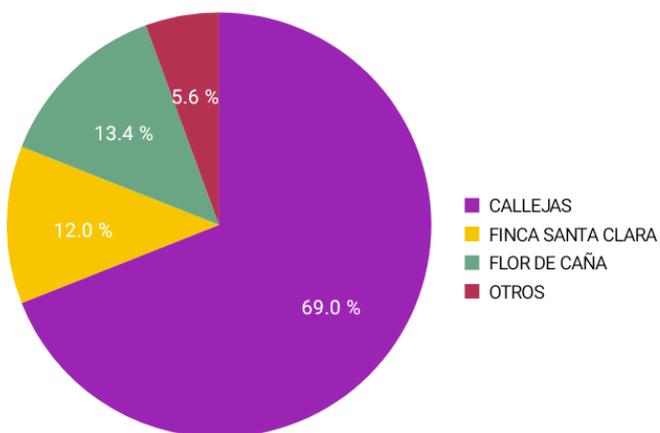
**Gráfico No. 2: Consumo.**



Según la encuesta realizada, de un 100% de población encuestada un 46.1% consume bastante dulces o mermelada, un 36.3% consume solamente un poco, un 8.8% lo consume mucho y otro 8.8% consume casi nada con respecto al producto en cuestión. Significa que los dulces y mermelada están bastante consumidas por la población

encuestada y nos beneficia, ya que podríamos entrar fácilmente en este mercado por la buena demanda que productos similares tienen.

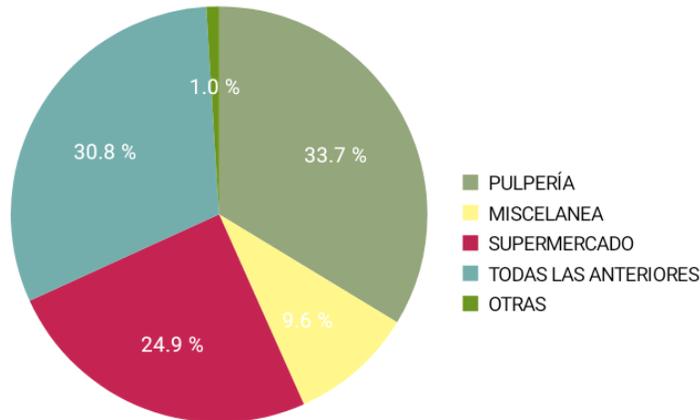
**Gráfico No. 3: Competencia.**



Con respecto a la competencia directa al producto ya existen marcas registradas en el mercado. Según la encuesta realizada, de un 100% de población encuestada un 71.2% prefiere callejas, el 15.4% prefiere Flor de caña y el 13.5% prefiere Finca santa clara. Lo que

indica que en el mercado la mayor competencia o la marca predominante es callejas, y la meta de entrada sería incluirnos en el mercado y competir contra finca santa clara directamente.

**Gráfico No. 4: Oferta.**

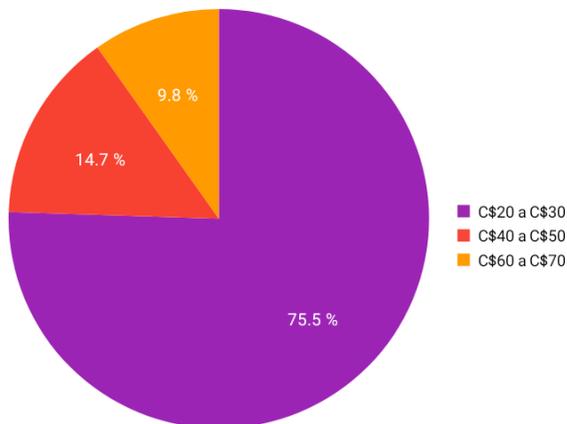


En constancia con la encuesta llevada a efecto, de un 100% de encuestados un 33.7% compra jaleo o mermelada en pulperías, el 30.8% compra en todas las demás, un 24.9% compra en supermercados, el 9.6% compra

en misceláneas y un 1% en línea. Es decir que en su mayoría la población prefiere la compra en pulperías. Así que la oferta del producto estará principalmente en las pulperías locales y así logrando avanzar poco a poco.

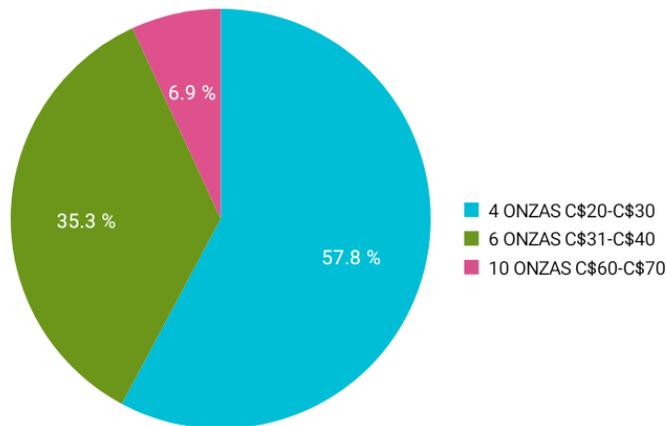
#### **4.5. Precio del producto.**

**Gráfico No. 5: Inversión del cliente en consumo de dulce.**



Conforme a la encuesta efectuada, de un 100% de la comunidad encuestada un 75.5% invierte en la compra de mermeladas de entre 25 a 30 córdobas, un 14.7% invierte de 40 a 50 córdobas y un 9.8% invierte de 60 a 70 córdobas.

### Gráfico No. 6: Inversión del cliente (en presentaciones) para consumo de dulce.



De acuerdo a la encuesta llevada a cabo, de un 100% de la población encuestada, el 57.8% pagaría de C\$20 a C\$30 por la presentación de 4 onzas, el 35.3% pagaría de C\$31 a C\$40 por la presentación de 6 onzas y el 6.9% pagaría de C\$60 a C\$70 por la presentación de 10 onzas.

#### 4.6. Comercialización del producto.

La comercialización de dulce de cebada Mati estará destinada al municipio de san Jorge, desde pulperías, misceláneas, hasta supermercados como Palí y Maxi Palí, superes, minisúper, restaurantes y hoteles, además de tener venta directa al consumidor por el motivo de ser estos los mayores consumidores potenciales.

Para la comercialización del producto se utilizarán tres canales de comercialización para que este puede llegar hasta los consumidores finales sea de manera directa o indirecta.

**Canal directo:** En la comercialización de manera directa sería de fabricantes a los consumidores finales, personas que nos visitan, el atender directamente a los clientes permitirá tener una mejor comunicación con ellos y así escuchar sus recomendaciones y sugerencias para la mejora del producto y la atención.

**Canal indirecto:** La venta de manera indirecta se da desde el fabricante hasta las pulperías, misceláneas, también estaría en supermercados, minisúper, restaurantes y hoteles del marco geográfico de San Jorge, luego estas las ofertan al consumidor final.

**Redes sociales:** Se ofrece el dulce de cebada por medio de las redes sociales tratando de establecer una buena comunicación con los clientes o consumidores.

## **4.7. Plan de Marketing.**

Se realizó la caracterización de distintos objetivos estratégicos para el posicionamiento de dulce de cebada Mati con respecto al mercado local del municipio de san Jorge por medio de la programación de un plan de marketing para con este tener idea de la posible evolución que tendrá y poder afrontar todo lo que esto conlleva.

### **4.7.1. Objetivos del plan de marketing:**

- Definir las estrategias que lleven a cumplir las metas de la planeación general del negocio.
- Identificar el entorno del producto y la forma de incluir al mismo.
- Conocer el mercado meta.
- Captar nuevos clientes.
- Desarrollar las cuatro P.

### **4.7.2. Estrategias de Marketing**

**El marketing digital** será la principal estrategia usada por nuestra mipyme para la publicidad de la misma y los productos. Doña Matilde cuenta con plataformas en línea, como Facebook, Instagram y también con una línea directa de WhatsApp para que la comunicación entre consumidor y fabricante sea amena y halla conformidad.

Las estrategias en línea serán, publicaciones diarias de modo informativo, reflexivo y atractivo referente al producto, que haga que la población se sienta atraída y se convierta en un consumidor del producto, se realizará rifas entre los seguidores de las páginas, para de este modo premiar al seguidor y ganar posibles clientes.

La **participación en ferias locales y regionales** serán parte de las estrategias de marketing, en ellas se realizarán degustaciones del producto en cantidades mínimas

para que el cliente pueda así descubrir que todo lo que en publicidad se dice, también en la realidad es verdadero. Las posibilidades en que los clientes incrementen están latentes si se ejecutan las estrategias de manera correcta.

El **neuromarketing** será también una de las estrategias para la publicidad del producto, haciendo uso de colores llamativos, al momento de ser ofertados, por ejemplo: colocar los precios en etiquetas color amarillo, el cerebro relaciona este color con rebajas; etiquetar en color verde, el cerebro relaciona este color con “bio” o “ecológico”.

#### **4.8. Cuatro “P”.**

##### **Producto:**

Dulce de cebada Mati, es un producto de naturaleza industrial, es una dulce de consistencia viscosa de color rosado y con un sabor dulce y estilizado con el sabor propio de la cebada, con un toque de ácido para contrastar el dulzor de la misma. Su color y sabor van de la mano, es muy colorida y cumple con las características organolépticas, manteniéndose permanentemente por 12 meses, es un dulce que contiene 65° brix, en un estado excelente que al consumidor le encantará.

##### **Envase.**

El producto será comercializado en un envase de vidrio de 4 onzas, para preservar las características organolépticas del producto y que sea por esto que tenga una buena aceptación del mercado, además de esto el envase será práctico para la realización del sellado al vacío que permitirá que el producto se mantenga hermético y poder de esta manera alargar la vida útil del mismo. Este envase permitirá realizar el envasado y sellado a altas temperaturas, que en comparación con el plástico (polietileno, polipropileno, etc.) no permiten.



## Etiqueta.

En la etiqueta se tendrá presentes todos los requisitos según la norma obligatoria nicaragüense (NTON 03 021-08), nombre del producto, lista de ingredientes, aditivos, peso neto, nombre y dirección, país de origen, identificación de lote y fecha de vencimiento.



## Gama Cromática.

Blanco, es un color que transmite paz, pureza y limpieza.

Rojo, simboliza la sangre, el fuego, el calor, la revolución, la pasión, la acción y la fuerza.

Azul, representa estabilidad, tranquilidad distensión y armonía.

Amarillo, Es el color de la alegría, el optimismo y la energía, representa inteligencia, originalidad y alegría.

Verde, representa frescura, Medio ambiente, Armonía, Salud, Curación, Juventud, Dinero, Naturaleza, Renovación, Tranquilidad.

Negro, representa la oscuridad y el misterio.

Rosa, se identifica con lo femenino, expresa cariño, protección y positividad.

## Eslogan

¡Endúlzate, disfruta y goza!

**Plaza:**

Doña Matilde, se propone iniciar la comercialización del producto “Dulce de cebada Mati”, en el municipio de San Jorge enfocándose en la venta directa al consumidor principalmente, pero también de manera indirecta por medio de pulperías, supermercados, hoteles, etc., y aunque de momento no cuenta con la capacidad de expandirnos a fuera del municipio existen grandes deseos y probabilidades de hacerlo.

Doña Matilde estará ubicada a ochocientos metros de la parroquia del municipio de san Jorge, en la parte rural del mismo, a como la NTON lo indica, la comercialización del producto se hará de la forma que sea más cómoda para el consumidor, tratando de acercar el producto a ellos o simplemente ellos visiten las instalaciones para hacer la compra.

**Precio.**

Como una nueva Mipyme, se debe de tener en cuenta que los productos preexistentes en el mercado local, nacional e incluso internacional, no son precios que se puedan aplicar al él, como es razonable pensar, ellos ya llevan tiempo en el mercado y han logrado conseguir un equilibrio, se han estandarizado y se han vuelto productos importantes para el consumo de los clientes. Como emprendimiento no se hace posible tener un precio del todo comercial.

Dulce de cebada Mati tiene como propósito mantener el precio de la presentación de 4 onzas entre rangos cómodos al bolsillo del consumidor, por tanto, el precio de entre los C\$ 20 a los C\$ 30 córdoba propuesto en la encuesta realizada es el estándar que se deberá mantener.

**Promoción:**

La promoción del dulce de cebada Mati es fundamental para la comercialización de la misma, es por eso que Doña Matilde, productora y comercializadora de la misma, tendrá un sistema de promoción que beneficiará en grande para la venta del producto.

Hacer uso de brochures permitirá presentar la Mipyme al cliente y exponer de manera rápida el dulce, es una tarjeta de presentación extendida, que ayudará a complementar tu imagen.

De manera virtual que es ahora la forma más común y eficiente de promocionar las Mipymes, las redes sociales ahora forman parte de nuestra sociedad, es por eso que se adoptará este modo de promoción eficaz para la comercialización del dulce de cebada.

## V. Estudio técnico

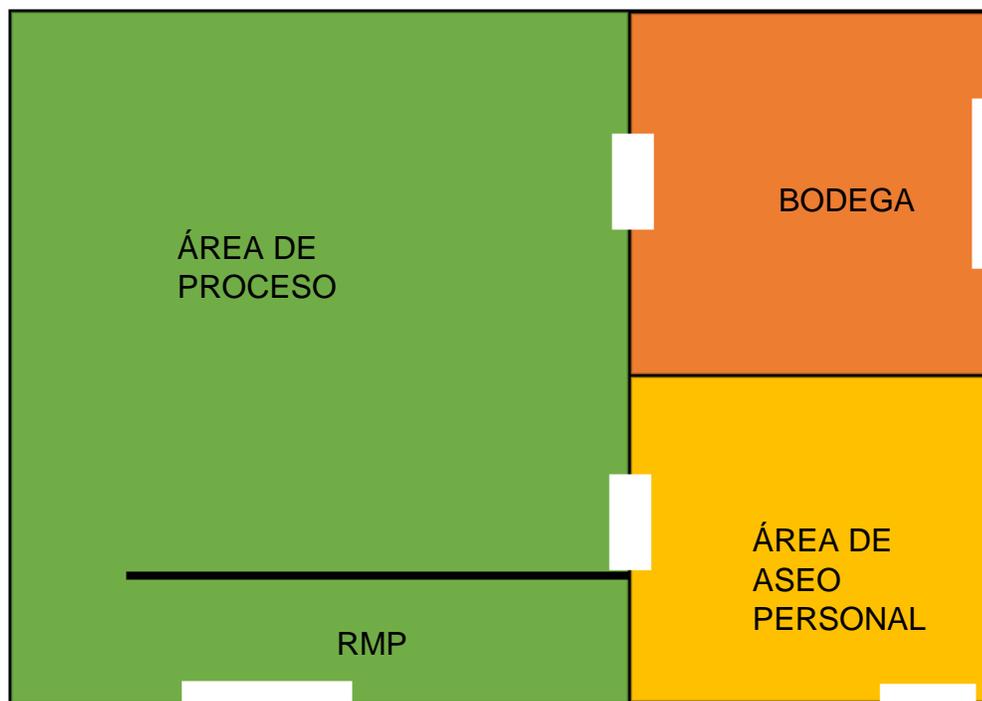
El estudio técnico de este plan de negocio es realizado con la intención de dar a conocer la capacidad de elaboración con la que se cuenta para la producción del dulce de cebada, que condiciones tendrá, donde estará ubicada, cuál será la base para obtención del producto final, la cantidad de producto a elaborar semanal, mensual y anual, y el costo de todo lo anterior mencionado.

### 5.1. Tamaño y localización.

En este inciso se conocerá la parte infraestructural de la Mipyme Doña Matilde, donde estará ubicado y si cumple con las normas para la ubicación y construcción de una local procesador de alimentos.

**Tamaño:**

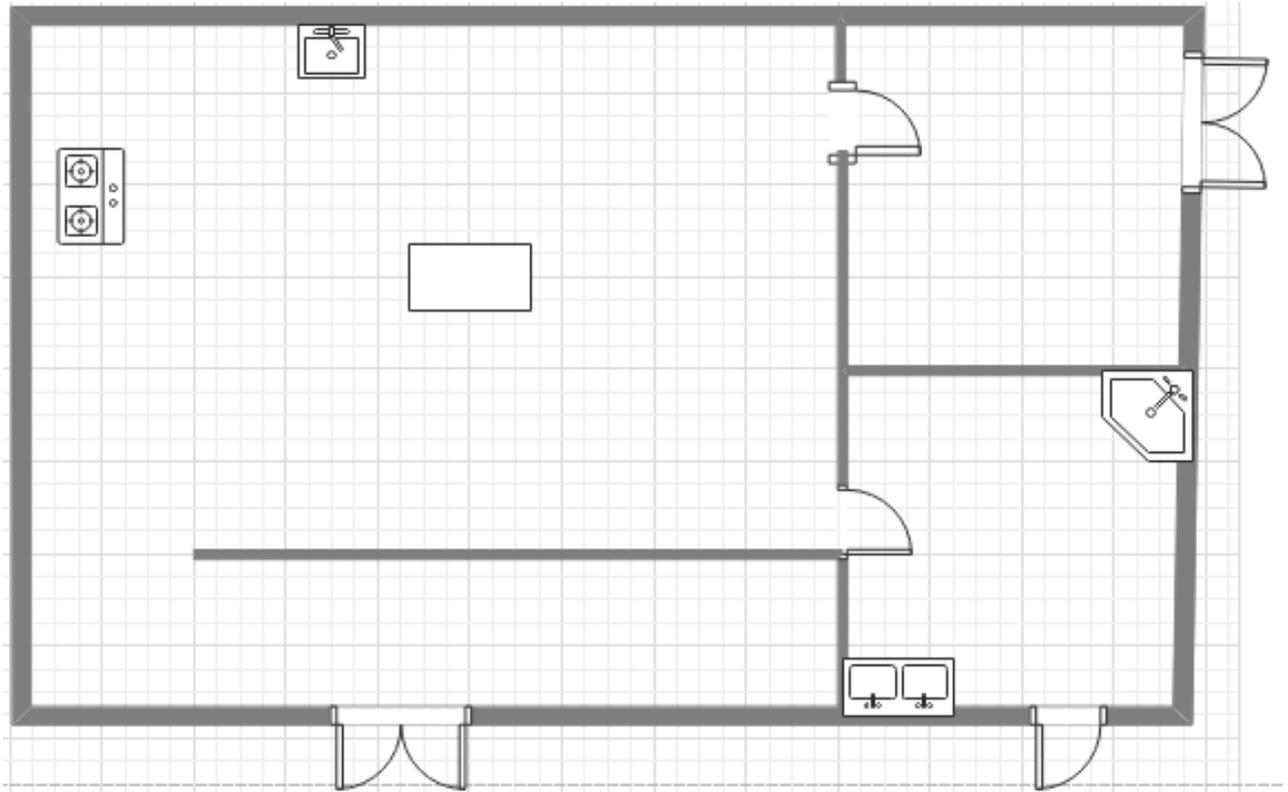
**Gráfico No. 7: Tamaño y especificaciones de las áreas.**



El edificio Doña Matilde, contará con un área de recepción de la materia prima (con 1.5 metros de largo por 4 metros de ancho), un área destinada para proceso (con 9 metros de largo por 4 metros de ancho), donde tendrá conexión con el área de recepción de materia prima y la bodega de insumos y empaques (con 5.25 metros de largo por 3 metros de ancho). El edificio también tendrá área de aseo (con 5.25 metros de largo por 3 metros de ancho). Las medidas generales del local serán de 10.5 m de largo, por 7 m de ancho.

Esta tendrá la capacidad de producción semanal de 865 unidades, 3,451 unidades mensuales y 41,410 unidades anuales, cubriendo el 59.3% de la demanda potencial en el municipio de san Jorge, esto según las proyecciones realizadas, pero se pretende hacer un proceso de estandarizado, luego de analizar la demanda del producto en el mercado.

## Plano:

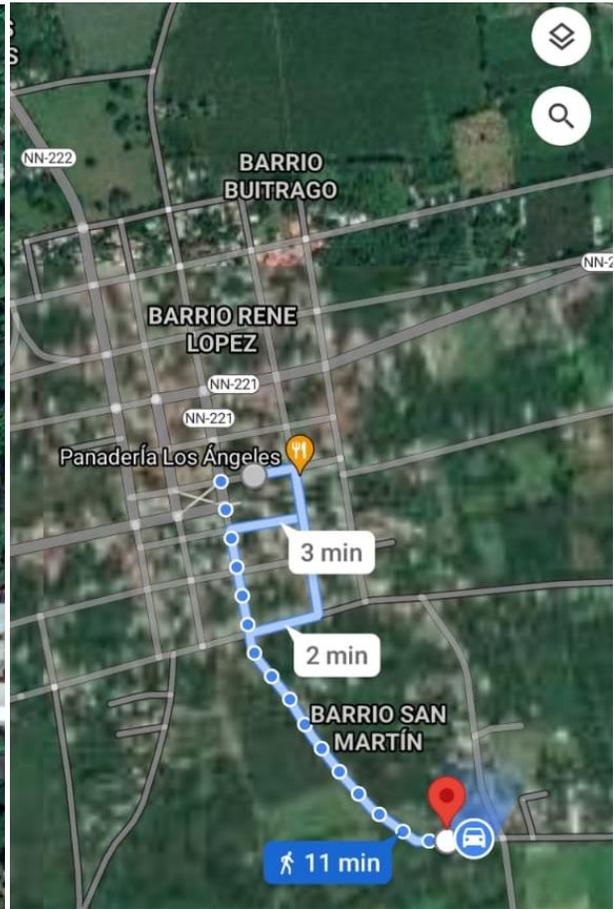


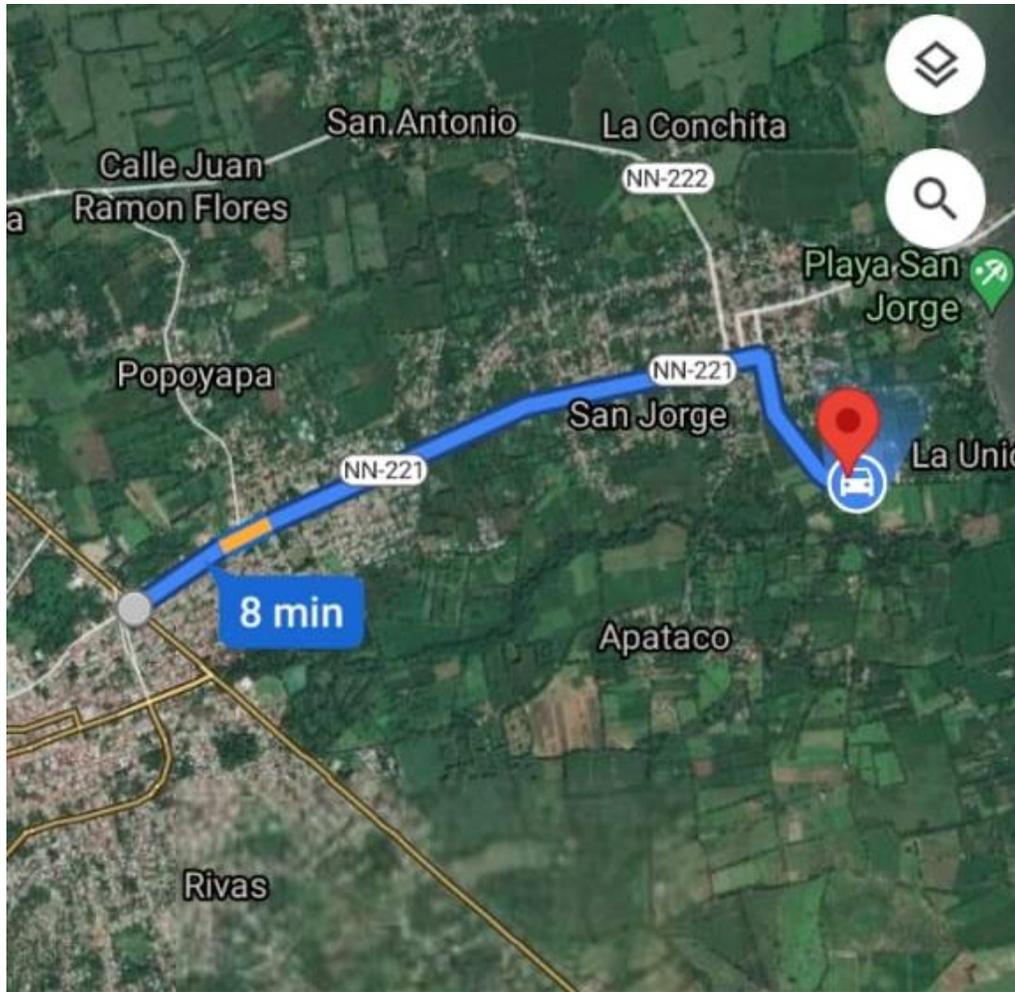
Este plano formaliza el gráfico anterior de manera que es más preciso, las instalaciones de proceso con las que contará Doña Matilde, son óptimas para la realización de las actividades, tomando en cuenta las mejoras planteadas para el edificio y el acondicionamiento según las normas que rigen la industria alimentaria.

El edificio se irá adecuando con relación al avance y el desarrollo del negocio, es decir que se invertirá en el seguimiento de las mejoras de la infraestructura, aplicando las normas necesarias para la fabricación de productos alimentarios.

El edificio Doña Matilde, contará con un área de recepción de la materia prima (con 1.5 metros de largo por 4 metros de ancho), un área destinada para proceso (con 9 metros de largo por 4 metros de ancho), donde tendrá conexión con el área de recepción de materia prima y la bodega de insumos y empaques (con 5.25 metros de largo por 3 metros de ancho). El edificio también tendrá área de aseo (con 5.25 metros de largo por 3 metros de ancho). Las medidas generales del local serán de 10.5 m de largo, por 7 m de ancho.

## Localización:





La Mipyme estará ubicada en una localidad del municipio de san Jorge llamada san Martín, localizada a 800 metros del casco urbano de este mismo municipio, se encuentra alejado de la zona donde habita la mayor población de san Jorge, esto es considerado oportuno para la elaboración de alimentos según las normas para la producción alimentaria. Se ubica a 3.9 kilómetros de la cabecera departamental de Rivas, teniendo esto como una ventaja para la inserción en el mercado, por ser de fácil acceso y no muy alejado de lo urbano.

**Geolocalización:**

Las coordenadas geográficas son: 11°26'58.1"N 85°47'46.7"W

## **5.2. Producción.**

Doña Matilde procesadora y comercializadora de dulce de cebada, se propone tener la capacidad de producir 173 unidades diarias, 863 unidades semanalmente, laborando los cinco días de la semana, con sábado y domingo de descanso, en el proceso estarán dos operarios, los cuales se encargaran de todo el proceso productivo, desde la recepción de la materia prima hasta el almacenaje de producto terminado, ellos estarán capacitados para realizar cada uno de estos procesos agroindustriales en la elaboración de productos alimenticios.

### **5.2.1.Capacidad productiva.**

Doña Matilde, es una Mipyme que surge en tiempos difíciles para un emprendimiento, por la alta competitividad del mercado, sin embargo, con el producto innovador que propone, se considera que no será imposible la inserción al mercado local y regional.

El local contará con una pequeña capacidad de producción, al nivel artesanal, integrando los conocimientos adquirido en el estudio de la agroindustria, proponiendo una producción semiindustrial. La capacidad productiva del negocio será de 180 unidades diarias rebasando lo necesario para cumplir con la meta de producción, necesitando tan solo producir 173 unidades diarias.

### **5.2.2.Programa de producción.**

En Doña Matilde, el programa de producción será sencillo, y tendrá una distribución de horarios estándar. Se harán procesos productivos cinco veces por semanas, en el mes se laborará veinte días en los cuales cada producción tendrá que elaborarse 173 unidades, para obtener la cantidad mensual de 3,451 unidades.

La hora de entrada será a las siete de la mañana, en la limpieza del área de proceso y de utensilios se toma de veinte a treinta minutos, en el proceso de producción se toma de cuatro horas a cuatro horas y media, así que el personal se tendrá que turnar para hacer sus necesidades biológicas como comer e ir al baño, en el proceso de empaclado se toma una hora y el etiquetado se realiza de entre treinta a cuarenta

minutos, también se debe de reconocer una hora para el proceso de almacenado y limpieza de utensilios y áreas. En total se trabajarán siete horas.

### **5.2.3. Determinación de las necesidades, consumos totales y unitarios de materia prima e insumos para la elaboración del producto.**

Para la determinación de las cantidades a utilizar de la materia prima e insumos es necesario contar con los porcentajes (formula) del producto en cuestión, es por eso que haciendo uso de los mismos se logró calcular las cantidades referidas a continuación.

Doña Matilde, para la elaboración de 3,451 unidades del dulce de cebada tendrá un consumo total de agua de 392.38 libras, azúcar de 420.07 libras, cebada de 27.69 libras, estabilizante de 9.39 kilogramos, preservante de 0.20 kilogramos, ácido cítrico de 0.67 kilogramos.

Para la elaboración de una unidad de dulce de cebada tendrá el consumo de agua de 51.57 gramos, azúcar de 55.21 gramos, cebada de 3.68 gramos, estabilizante de 2.72 gramos, preservante de 0.05 gramos, ácido cítrico de 0.19 gramos.

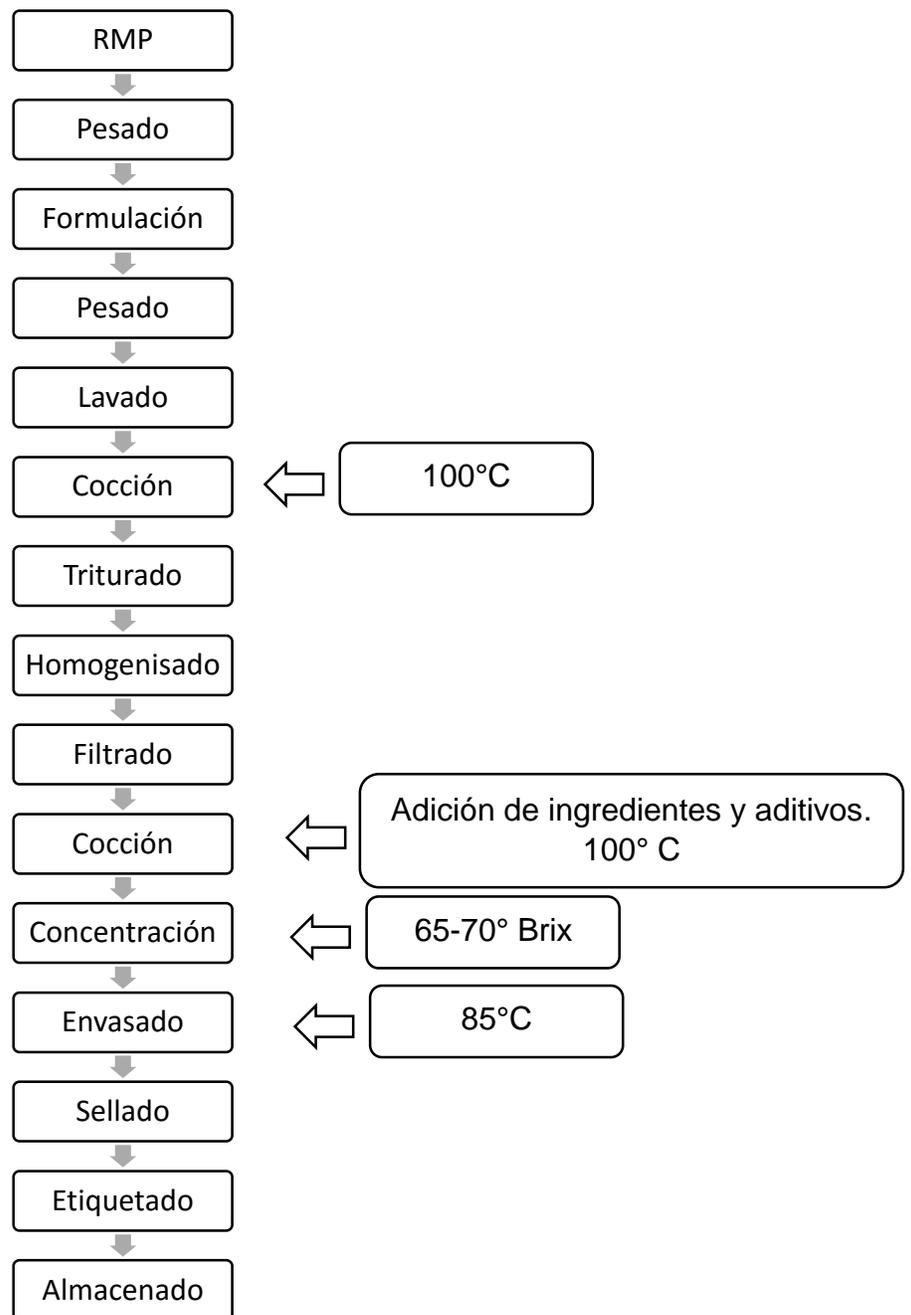
Con la información obtenida se logró la obtención de los datos necesarios para presupuestar los costos en los que incurrirá la Mipyme en la parte de materia prima e insumos requerido para el procesamiento y elaboración del dulce de cebada Mati.

### **5.2.4. Cuantificación de las unidades a producir y los tiempos de producción.**

La Mypime Doña Matilde, productora y comercializadora de dulce de cebada se dirigirá al 59.3% de la población del municipio de san Jorge equivalente a 1,832, la frecuencia mensual de consumo por persona se divide en tres, un dulce al mes es igual al 65%, tres dulces al mes es igual al 25.80% y cinco dulces al mes es del 9.20%, la suma total de estas frecuencias es igual a 3,451 unidades mensuales, que son la meta a producir para el negocio.

Doña Matilde operará los cinco días de la semana de 7:00 AM a 3:00 PM, laborando siete horas diarias de las cuales seis estarán destinadas a procesos (limpieza, elaboración, empaque, almacenado), y una hora disponible para satisfacer las necesidades biológicas del operario.

### 5.3. Flujo de proceso.



### 5.3.1. Formula de dulce de cebada.

FORMULA DE DULCE DE CEBADA.	
INGREDIENTES	PORCENTAJE
AGUA	45.48%
CEBADA	3.21%
AZÚCAR	48.69%
ESTABILIZANTE	2.40%
PRESERVANTE	0.05%
ÁCIDO CÍTRICO	0.17%
TOTAL	100%

#### Determinación de las necesidades de consumo total de materia prima e insumos.

FORMULA DE DULCE DE CEBADA.			
INGREDIENTES	CANTIDADES LB	KG	GRAMOS
AGUA	392.38	177.98	177,979.99
CEBADA	27.69	12.56	12,561.91
AZÚCAR	420.07	190.54	190,541.90
ESTABILIZANTE	20.71	9.39	9,392.08
PRESERVANTE	0.43	0.20	195.67
ÁCIDO CÍTRICO	1.47	0.67	665.27
TOTAL	862.75	391.34	391,336.82

#### Determinación de las necesidades de consumo unitario de materia prima e insumos.

Materia Prima	Cantid.
Agua gramos	51.57
Cebada gramos	3.68
Azucar gramos	55.21
Estabilizante gramos	2.72
Preservante gramos	0.05
Ácido cítrico gramos	0.19
<b>Total</b>	<b>113.42</b>

### Cuantificación de las unidades a producir.

Porcentaje a dirigise	59.3%	1832	
<b>Frecuencia mensual</b>			
Frecuencia	Porcentaje	Cantidad	Total
1	65%	1190.59	1190.59
3	25.80%	472.57	1417.72
5	9.20%	168.51	842.57
	100%		<b>3,451</b>

### 5.3.2. Carta tecnológica.

<b>1</b>	<b>Recepción de materia prima.</b>	Los operarios de la Mipyme se encargan de realizar la recepción de la materia prima, en una mesa de acero inoxidable se coloca, se abren los empaques donde son transportados para verificar el buen estado en la que esta debe de llegar, luego de abrir, sacan los granos y los colocamos en una pana plástica para continuar con el proceso. En esta parte también se da el proceso de selección de los granos. Posterior de agregarse a las panas, los operarios se disponen a la limpieza y selección de los granos.
<b>2</b>	<b>Pesado.</b>	Luego de depurar los granos que no cumple con las características, los operarios cargan las panas y realizan el proceso de pesado en la báscula, colocan un recipiente lo bastante grande para agregar los granos en ella, se tara el peso del recipiente y se procede a agregar poco a poco los granos.
<b>3</b>	<b>Formulación</b>	Con el peso obtenido del paso anterior proceden a formular, basado en esto obtenemos las cantidades a utilizar de las demás materias primas e insumos.
<b>4</b>	<b>Pesado</b>	Se procede con el pesado de las demás materias primas e insumos utilizando la formulación plasmada en los registros y realizada en el anterior paso.

5	<b>Lavado.</b>	En las mismas panas plásticas con las cuales se inició el proceso, los operarios le agregan agua y manualmente se realiza un masaje suave a los granos para desprender cualquier tipo de suciedad, químico u objeto extraño que puedan tener adherido y esta agua se desecha.
6	<b>Cocción.</b>	Los operarios en una olla colocan los granos y agregan agua para posterior ubicarla en el fogón, la temperatura debe de ser constante en 100°C para que el grano se pueda cocinar uniformemente. Al finalizar se bajan los granos de la olla y se ubican en las panas para su posterior enfriado.
7	<b>Triturado.</b>	El grano previamente enfriado es agregado a la licuadora por los operarios con un cucharón, se tritura con una cantidad de agua mínima hasta obtener una sustancia viscosa y homogénea.
8	<b>Homogenizado.</b>	En este proceso los operarios agregan la sustancia en las panas en conjunto con el agua establecida con la formula y se mezclan hasta lograr una homogeneidad.
9	<b>Filtrado.</b>	La sustancia obtenida en el homogenizado se filtra por medio de un dergal sostenido por los operarios y haciendo presión se exprime hasta sacar la mayor cantidad de jugo posible, este jugo será reservado en una pana.
10	<b>Cocción.</b>	El jugo obtenido después del filtrado se agrega a una olla de acero inoxidable por los operarios, manteniendo una temperatura de 100°C.
11	<b>Concentración.</b>	En este proceso, los operarios agregan los insumos y aditivos, el azúcar se homogeniza con el estabilizante y se agrega el primer 50% cuando ebulle por primera vez, luego se le agregan los demás aditivos como el preservante y el ácido cítrico, en su segunda ebullición se

		le agrega el otros 50% del azúcar con estabilizante. Se miden, hasta alcanzar los 65°Brix.
11	<b>Envasado.</b>	Con una temperatura de 80°C, es envasada el dulce en envases de vidrio por los operarios en las mesas de acero del área de envasado, con una cuchara específica para empacar se toma el dulce y se agrega a los envases.
12	<b>Sellado.</b>	Teniendo los envases rellenos de dulce, un operario le coloca la tapa a cada uno de los envases y lo coloca al revés, la tapa sobre la mesa.
13	<b>Etiquetado.</b>	Cuando el producto se sella, un operario se dispone a colocar una a una la etiqueta. Toman manualmente los envases y le coloca la pegatina con la etiqueta.
14	<b>Almacenado.</b>	El proceso de almacenado se realiza por un operario, que carga el producto terminado desde el área de etiquetado y lo lleva hacia el área de almacenado de producto terminado.

### 5.3.3. Ficha técnica.

FICHA TECNICA.	
Producto: Dulce de cebada.	Fecha: 00/00/0000.
DULCE DE CEBADA DOÑA MATI.	
	
Ingredientes:	Jugo de cebada, azúcar, estabilizante, ácido cítrico y preservante.
Procesamiento:	Se pusieron en prácticas las medidas de higiene al momento de manipulación desde el inicio hasta el final, para la obtención de un alimento inocuo cumpliendo con los estándares de calidad aptos para el consumo. Se recepciona la materia prima en general para constatar el buen estado de la misma, se da la selección de granos y luego procedemos al lavado, se somete a cocción, continua el proceso de triturado, le añade agua para conseguir el jugo, se filtra y luego inicia el proceso de cocción para que se concentre la sustancia y se torne viscosa, o tome consistencia de dulce y se empaca, se sella, etiqueta y finalmente se almacena.
Uso esperado:	Listo para consumir.
Empaque primario:	Envase de vidrio.
Contenido neto:	4 onza.
Vida útil:	12 meses.
Instrucciones de distribución:	-Rotación de inventario, primero en entrar; primero en salir (método PEPS)

	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Mantener a temperatura ambiente.</li> <li>-Instrucciones de higiene del transporte (cuando el producto va en camiones de distribución)</li> </ul>
Punto de venta:	<p>Venta directa al consumidor.  Restaurantes, pulperías, misceláneas, supermercados.</p>
Instrucciones de ventas al detalle:	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mantener a temperatura ambiente.</li> <li>-Refrigerar después de abierta.</li> <li>-Rotación de inventario, primero entrar; primero en salir (PEPS)</li> <li>-Instrucciones de higiene (Esto aplica cuando el producto esta exhibido para venta directa.</li> </ul>

### 5.3.4. Controles de calidad.

Los controles de calidad que se realizan en la producción y elaboración del dulce de cebada Mati son cumplidos con el objetivo de obtener un producto comercial, de calidad, inocuo e higiénico, que cumpla con las características organolépticas propias de la misma.

Entre los controles de calidad a utilizar están:

<p>Control de calidad de la materia prima.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grano de cebada partido: es el grano que por mal empleo de técnicas de manipulación de los proveedores llega con esta característica no deseada (golpes innecesarios, secado incorrecto, humedad en el almacén), también puede ser provocado por insectos, roedores, hongos o bacterias, entre otros.</li> <li>• Grano oscuro: es el grano que está infectado de cualquier tipo de bacteria u hongo que pueda afectar la calidad del producto e incluso al consumidor.</li> <li>• Materias extrañas: son materiales ajenos a la materia prima.</li> </ul>	<p>Antes del proceso.</p>
<p>Control de calidad en la cocción y concentración.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medición de temperatura: la constante medición de temperatura en el proceso de cocción y concentración es imprescindible, la temperatura no debe de variar y debe ser constante para que permita que el</li> </ul>	<p>Durante el proceso.</p>

	<p>manipulador tenga control de esta de forma que el termómetro debe de estar calibrado y en función plena para el desarrollo máximo del proceso.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Medición de grados brix es importante en el proceso debido a que la cantidad de azúcar en el dulce debe de ser precisa y exacta para el cumplimiento de características organolépticas propias del producto.</li> </ul>	
Control de calidad limpieza y desinfección	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La realización de limpieza y desinfección del área de producción es imperativa al igual que la de los utensilios y maquinaria, para la reducción de riesgos de contaminación y la proliferación de microorganismos. La calidad del producto está en juego desde el inicio del proceso productivo, hasta el final.</li> </ul>	Durante el proceso
Control de calidad de características organolépticas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Al finalizar el proceso productivo se realizan pruebas sensoriales para la determinación de las características organolépticas y la aprobación del cumplimiento de las mismas.</li> </ul>	
Control de calidad de solidos solubles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En un recipiente con agua se realiza un proceso sencillo dejando caer una gota de dulce en</li> </ul>	Después del proceso

	<p>para observar que tan soluble es esta en el agua. Lo indicado es que esta llegue al fondo del recipiente intacta.</p>	
Control de calidad en medición de pH y brix.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se realiza la medición y análisis de la acidez y el azúcar presente en el dulce con el fin de confirmar el correcto proceso de concentración.</li> </ul>	
Control de calidad en sinéresis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificar que no se realice el proceso de sangrado en el dulce, tomando las medidas de prevención.</li> </ul>	
Control de calidad del envasado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El previo conocimiento del material de envasado (envase vidrio 4 onzas) debe de ser importante para reconocer la capacidad y las temperaturas soportadas para el esterilizado y el mismo envasado (85°C).</li> </ul>	
Control de calidad del etiquetado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Considerando la presentación como punto importante de este control de calidad, el correcto etiquetado y la buena exposición del producto es un atrayente importante en el mercado.</li> </ul>	

### 5.3.5. Análisis de puntos críticos de control

FASE DEL PROCESO	TIPO DE RIESGO	CONCEPTUALIZACIÓN DEL RIESGO	MEDIDA PREVENTIVA Y/O DE CONTROL	DETERMINACIÓN DE PCC
Recepción de la materia prima.	Físico Químico Biológico	Presencia de materiales extraños (tierra, piedras, trozos de ramas, vidrio, etc.) en la materia prima. Presencia de residuos químicos en los granos. Presencia de patógenos, bacterias, hongos en la materia prima.	La limpieza del grano y la selección, el lavado correcto de la materia prima y su correcta desinfección.	Si
Pesado.	Físico Químico Biológico	Contaminación cruzada. La no calibración de la pesa. Contaminación química por presencia de estos en los quipos. M.O. presentes.	Aplicación de las BPM, constante monitoreo de la calibración de la maquinaria y la limpieza y desinfección de los mismos.	No
Formulación	Físico	La incorrecta formulación podría conllevar más peligros al proceso y afectar el producto final.	Capacitación para la correcta formulación de proceso. Concentración en el tiempo de formulación.	Si
Pesado	Físico Químico Biológico	Contaminación cruzada. La no calibración de la pesa. Contaminación química por presencia de estos en los quipos. M.O. presentes.	Aplicación de las BPM, constante monitoreo de la calibración de la maquinaria y la limpieza y desinfección de los mismos.	No
Lavado.	Físico Químico Biológico	Presencia de tierra u otro contaminante físico. Presencia de residuos químicos. Presencia de patógenos contaminantes.	Implementación de las BPM y el monitoreo de la correcta realización del proceso de lavado.	No

Cocción.	Físico Biológico	Temperatura y tiempo de cocción. No eliminación de carga microbiana.	Monitoreo permanente de los tiempos de cocción y temperatura.	Si
Licuefacción.	Físico Químico	Incorrecta trituración del grano y la no liberación n del jugo por incorrecta licuefacción. Presencia de químicos en la maquinaria.	Seguimiento del proceso y la limpieza y desinfección de las máquinas y equipos.	No
Homogenizado.	Químico Biológico	Presencia de químicos en los equipos. Contaminación cruzada.	Limpieza y desinfección de los equipos y asea del personal.	No
Filtrado.	Químico Biológico	Presencia de químicos de limpieza en el dergal para el filtrado. Presencia de M.O. en la manta de filtrado.	Correcto lavado del dergal y la aplicación de las BPM.	No
Cocción.	Físico Químico	Temperatura y tiempo de cocción. No eliminación de la carga bacteriana.	Monitoreo permanente de los tiempos de cocción y temperatura.	Si
Concentración.	Físico Químico	Temperatura, tiempo, brix y acidez. No eliminación de carga bacteriana y cantidad de agua.	Seguimiento de las temperaturas, tiempo además de la medición de los grados brix y pH.	Si
Envasado.	Físico Biológico	Temperatura de envasado no menor a 85°C. Correcto tiempo de envasado para no permitir la proliferación de M.O.	Rapidez en el envasado y el control de las temperaturas.	Si
Sellado.	Biológico	Incorrecto sellado provoca la proliferación de M.O.	Aplicación de la correcta técnica de sellado.	No

Etiquetado	Físico	Etiqueta mal colocado, torcida o detalle físico en la misma. Etiqueta incompleta o sin la información necesaria.	Correcta aplicación de la etiqueta y revisión de la misma con la norma de etiquetado correspondiente.	No
Almacenado	Biológico	Inapropiado sistema de almacenamiento, temperaturas de almacenaje y ambiente descontaminado.	Cumplimiento de las BPM y las normas de almacenaje para el correcto desarrollo de la vida en estante.	No

### 5.3.6. Marco Regulatorio.

En el marco regulatorio encontramos un conjunto de normas que se aplican a las actividades y funciones de la microempresa para elaborar un producto de calidad. Las normas aplicadas son las normas técnicas obligatorias nicaragüenses.

NTON 03 069-06 Norma técnica obligatoria nicaragüense. Industria de alimentos y bebidas procesadas. Buenas prácticas de manufactura. Principios generales.

NTON 03 021-08 Norma técnica obligatoria nicaragüense de etiquetado de alimentos preenvasados para consumo humano.

NTON 03 026-10 Norma técnica obligatoria nicaragüense de manipulación de alimentos. Requisitos sanitarios para manipuladores.

## 5.4. Infraestructura, Maquinaria y Equipamiento.

Toda Mipyme debe de tener un planeamiento detallado para seguirle paso a paso, pero también debe de contar con una infraestructura física, maquinaria y equipamientos necesarios para el funcionamiento y la producción de la misma. En este inciso se detalla la parte infraestructural y los bienes que esta ostentará en la parte técnico-productiva.

**Tabla N°1: tabla de presupuesto de mejora al local de procesamiento.**

PLAN DE NEGOCIO DULCE DE CEBADA MATI				
Presupuesto de mejoras a la local de Procesamiento				
Descripción del material	Descripción del material	Descripción del material	Descripción del material	Descripción del material
Cemento	unidad	3	4.65	13.95
Ceramica	Metros cuadrados	30	8.5	255
Cemento para ceramica	unidad	15	48.3	724.5
Puertas alta 210, ancho 88 cm	Unidad	2	45.1	90.2
Ventanas alta 1mtr, ancho 80	Unidad	2	10.54	21.08
Ventana de cedazo	Unidad	3	30.12	90.36
Puerta de cedazo	Unidad	2	30.12	60.24
Bujia ahorrativas	Unidad	3	2.5	7.5
Lava mano	Unidad	1	45.49	45.49
Pintura	Cubeta	3	20	60
Mano de Obra	Maestro de obra	1	602.4	602.4
<b>TOTAL</b>			<b>847.72</b>	<b>1970.72</b>

El presupuesto de mejora está basado en las necesidades que presenta el local destinado para la realización del proceso o elaboración del dulce de cebada Mati. Los perfeccionamientos están fundamentados por las buenas prácticas de manufactura, donde se imponen los requerimientos del área de proceso para la manufacturación de alimentos. El total de gastos en materiales es de \$ 1,368.32, agregando el salario de la mano de obra equivalente a \$ 602.4, totaliza en \$ 1,970.72.

**Tabla N°2: Tabla de Mobiliario y Equipo de Producción.**

PLAN DE NEGOCIO DULCE DE CEBADA MATI						
Mobiliario y equipo de produccion de DULCE de cebada						
Concepto	Concepto	Cantidad	Costo Instalado	Vida util/años	Valor residual	Total
Mesa de acero inoxidable (2 m)	Economart	1	213.04	5	42.61	213.04
Olla de acero inoxidable (50 lit)	Economart	2	48.27	5	19.31	96.54
Cucharon de acero inoxidable	Economart	2	2.16	5	0.86	4.32
Cocina de gas	Gallo más gallo	1	200	5	40.00	200.00
Cilindro de 100 libras	Tropigas	1	83	5	16.60	83.00
Panas plasticas	Distribuidora Jirón	7	3	5	4.20	21.00
Balde plastico 2.5G	Distribuidora Jirón	3	4.84	5	2.90	14.52
Dergal (manta fina para filtrar)	Mercado local	3	3	5	1.80	9.00
Pesa (En libra)	Economart	1	109.59	5	21.92	109.59
Pichel plastico	Mercado local	3	0.42	5	0.25	1.26
Termometro digital	Economart	1	13.78	5	2.76	13.78
Refractometro	Economart	1	29	5	5.80	29.00
Cuchillo de acero inoxidable	Economart	1	2.2	5	0.44	2.20
Cuchara medidora	Economart	1	9	5	1.80	9.00
Licuadora	Gallo más gallo	2	44.45	5	17.78	88.90
<b>TOTAL</b>						<b>895.15</b>

Para la obtención de mobiliarios y equipos para la producción de dulce de cebada se necesita de una inversión de \$ 895.15 dólares, la mesa de acero inoxidable (2m largo x 1m ancho x 1.5 metros de alto) , olla de acero inoxidable con capacidad de 50 litros, cucharon de acero inoxidable, cocina de gas, cilindro de 100 libras de capacidad, licuadora, panas de plástico, balde de plástico, manta de filtrado, pesa en libra, pichel, serán parte del proceso de producción de manera directa o indirecta, el refractómetro será utilizado para la realización de las pruebas de calidad con relación a los grados brix, y el termómetro para la medición de temperatura, y una cuchara medidora para el envasado del dulce, reconociendo entre ellos la mesa de acero inoxidable como la adquisición de más valor (\$ 213.04), la cocina (\$ 200) y la pesa (\$ 109.59). Cotizaciones realizadas en distintas organizaciones como Economart localizada en la ciudad de Managua, Distribuidora Jirón localizada en la ciudad de Managua, Gallo más Gallo en la ciudad de Rivas, y mercado Héroe y Mártires de Rivas (mercado local).

**Tabla No. 3: Tabla de presupuesto de papelería y útiles de oficina.**

PLAN DE NEGOCIO DULCE DE CEBADA MATI					
Presupuesto de Papelería y útiles de oficina					
Unidad Monetaria dólar					
Concepto	Proveedor	Cantidad	Costo unitario	Total	Total anual
Caja de lapiceros	Gomper Librería	1	2.17	2.17	2.17
Caja de folder tamaño carta 100unds	Gomper Librería	1	5.91	5.91	5.91
Rema de hojas tamaño carta	Gomper Librería	1	3.70	3.91	7.82
Agendas del año	Torre fuerte	1	4.73	4.73	4.73
Caja de folder tamaño legal 100unds	Gomper Librería	1	6.90	6.90	6.90
Grapas cajas	Gomper Librería	1	1.16	1.16	1.16
Ampo	Gomper Librería	1	1.81	1.81	1.81
Engrapadora	Gomper Librería	1	6.53	6.53	6.53
Saca grapas	Gomper Librería	1	0.37	0.37	0.37
Perforadora	Gomper Librería	1	4.10	4.10	4.10
Marcadores caja	Gomper Librería	1	5.50	5.50	5.50
Calculadora	Gomper Librería	1	13.56	13.56	13.56
Sello\almohadilla	Torre fuerte	1	2.22	2.22	2.22
Papelería para facturas	Torre fuerte	1	9.61	9.61	9.61
<b>TOTAL</b>				<b>68.48</b>	<b>72.39</b>

El presupuesto de papelería y útiles de oficina contempla los requerimientos esenciales para el desarrollo administrativo de la mipyme, es decir que con estos la parte administrativa se consolida y puede tener registro de la misma, caja de lapiceros, caja de folders, rema de hojas, agenda del año, grapas, ampo (archivador), engrapadora, saca grapa, perforadora, caja de marcadores, calculadora un sello y facturas, todos estos son para un correcto desarrollo administrativo y un correcto registro de las gerencias.

La inversión para la obtención de estos es de \$ 72.39 dólares, las cotizaciones fueron realizadas en Gomper librerías situada en la ciudad de Managua y librería Torre fuerte.

### **5.5. Costos operativos.**

Para la ejecución de los procesos de elaboración del dulce de cebada es imprescindible la efectuación de inversiones como lo son los costos de operación, en los cuales toda Mipyme debe de hacer hincapié y analizarlos detenidamente para de esta manera consolidar la estabilidad económica de la misma.

### 5.5.1. Costos de producción.

**Tabla N°4: Tabla de Presupuesto de Materia Prima.**

PLAN DE NEGOCIO DULCE DE CEBADA MATI						
Presupuesto de Materia Prima						
Unidad Monetaria US \$						
Concepto	Proveedor	Unidad de Medida	Cantidad	Precio Unitario	Mensual	Anual
Cebada	Distribuidora JIRÓN	Libras	27.69	1.00	27.69	332.33
Azucar	CASUR	Libra	420.07	0.34	142.82	1,713.90
Estabilizante	ASEAL	Kilogramo	9.39	3.08	28.93	347.13
Preservante	ASEAL	Kilogramo	0.20	10.00	1.96	23.48
Ácido cítrico	ASEAL	Kilogramo	0.67	2.80	1.86	22.35
Empaque de vidrio	JUVASA	unidad	4,000	0.25	1,000.00	12,000.00
Etiqueta	IMPRENTA ARGENTINA	unidad	3,451	0.05	172.54	2,070.52
<b>TOTAL</b>					<b>1,375.81</b>	<b>16,509.72</b>

El presupuesto mostrado es basado en las necesidades de producción tanto mensual como anual. El total de costos mensual es de \$ 1,375.81 dólares, en cambio el anual es de \$ 16,509.72 dólares. La materia prima más demandante es el azúcar con una inversión de \$ 142.82 dólares mensual y \$ 1,713.90 dólares anuales, los envases son adquiridos por un grupo de mil, la empresa en sus proyecciones de producción se establece que se producirá un total de 3,451 unidades mensual; es por esto que se compran 4 unidades de envase, el restante se almacenará en bodega para su utilización posterior. Los surtidores de esta materia primas son, distribuidora Jirón en la ciudad de Managua, CASUR ubicado en Potosí, Rivas, ASAEL empresa extranjera con sede en Managua, JUVASA empresa online ubicada en Managua y la imprenta argentina ubicada en San Jorge, Rivas.

**Tabla N°5: Presupuesto de Mano de Obra.**

PLAN DE NEGOCIO DULCE DE CEBADA MATI					
Presupuesto de Mano de Obra de producción de dulce de cebada					
Concepto	Cargo	Cantidad	Salario mensual	Total	Salario Anual
Gerente	Administrador	1	168.50	168.50	2,022.00
Operarios	Operarios	1	168.50	168.50	2,022.00
<b>TOTAL</b>			<b>337.00</b>	<b>337.00</b>	<b>4,044.00</b>

Una Mipyme debe de satisfacer no solo las necesidades de sus clientes, sino también la de sus trabajadores, es por eso que basado en los datos acerca del salario de los nicaragüenses y considerando la labor de los operarios es destinado \$ 168.50 dólares. En Doña Matilde laboraran dos operarios en el área de producción, el cual uno de ellos

será el administrador del negocio, cumpliendo doble función para la agilización y minoración de costos. Mensualmente se pagará en salarios 337 dólares, para un equivalente de 4,044 dólares anuales.

**Tabla N°6: Tabla de Presupuesto de Mantenimiento de Limpieza.**

PLAN DE NEGOCIO DULCE DE CEBADA MATI						
Presupuesto de mantenimiento de Limpieza						
Unidad Monetaria dólar						
Concepto	Proveedor	Unidad de medida	Costo unitario	Cantidad	Total	Total Anual
Escoba	Casa de la limpieza	Unidad	1.42	1	1.42	2.84
Lampazo	Casa de la limpieza	Unidad	3.71	1	3.71	3.71
Mecha	Casa de la limpieza	Unidad	1.93	1	1.93	3.86
Basurera	Casa de la limpieza	Unidad	1.13	1	1.13	2.26
ambientador	Casa de la limpieza	Unidad	2.18	1	2.18	10.90
Palas recolectoras de basura	Casa de la limpieza	Unidad	1.78	1	1.78	1.78
Cloro	Casa de la limpieza	Galon	2.99	1	2.99	17.94
Azistin	Casa de la limpieza	Litro	1.21	1	1.21	7.26
Alcohol gel	Casa de la limpieza	Litro	3.98	1	3.98	47.76
Papel toalla	Casa de la limpieza	Unidad	4.75	1	4.75	19.00
Jabon liquido	Casa de la limpieza	Galon	4.11	1	4.11	24.66
Jabon extra	Casa de la limpieza	Ristra	1.84	1	1.84	11.04
Tapa boca	Farmacia meridional	Unidad	2.08	1	2.08	8.32
Bolsa vikingo grande	Casa de la limpieza	Unidad	1.38	1	1.38	5.52
Guantes	Casa de la limpieza	Unidad	9.11	1	9.11	36.44
Detergente blanca nieve	Casa de la limpieza	Kilogramo	1.32	1	1.32	7.92
Redecia	Farmacia meridional	Caja	15.59	1	15.59	62.36
Desinfectante	Casa de la limpieza	Galon	2.10	1	2.10	8.40
Limpiones	Casa de la limpieza	Unidad	0.54	4	2.16	6.48
Botas de hule	LA FINCA	Unidad	5.70	2	11.40	11.40
Gabchas	Doña Julia Moran	Unidad	10.00	2	20.00	20.00
<b>TOTAL</b>					<b>96.17</b>	
					<b>Anual</b>	<b>319.85</b>

Este presupuesto es de costos indirectos a la producción, esto significa que no tienen un contacto directo con el producto, pero si son primordiales para la elaboración del mismo, permiten cumplir con las normas de sanitización e higiene y de esta manera producir con seguridad e inocuidad. Este presupuesto arroja una inversión de \$ 319.85 dólares anual, para la compra de estos utensilios y productos de limpieza y desinfección. Estos precios fueron indagados en Casa de la limpieza y farmacia meridional ambas ubicadas en la ciudad de Rivas.

## 5.5.2. Costos de comercialización.

Tabla N°7: Tabla de Presupuesto de Promoción y Publicidad.

Presupuesto de Mercado Promoción y Publicidad									
Actividad	Medios *						Período (Duración)	Frecuencia	Costo Anual US\$
	P	R	E	TV	Me	Md			
Elaboración de volantes	X						1	Mensual	9.6
Elaboración de Pagina Web/Med Digital						X	1	Mensual	70
Apertura de Facebook						X	1	Mensual	12
Particion en en ferias Nacionales y regionales			X				2	Semestral	50
<b>TOTAL</b>									<b>141.6</b>
* P: Papelería (volantes y brochures), R: Radio, E: Eventos, TV: Televisión, Me: Medios escritos, Md: Medios digitales									

Existen un sin número de medios por los cuales se puede realizar de manera efectiva la promoción y la publicidad en estos tiempos, como Mipyme es importante dirigirse a un mercado más digital, y las razones son claras, hoy en día las redes sociales y el internet mueven el mundo, no obstante, la participación en ferias y los volantes son una gran fuente de marketing y es precisa la utilización de estos medios. En publicidad según el presupuesto trabajo es un total de \$ 141.6 dólares anuales, considerando el bajo costo de la publicidad y la accesibilidad que existe, desde la parte tecnológica hasta las organizaciones que apoyan al emprendedurismo nacional.

### 5.5.3. Costos fijos y costos variables.

Tabla N°8: Tabla de Proyecciones de Costos Fijos.

PLAN DE NEGOCIO JALEA DE CEBADA MATI					
Proyección de Costos Fijos (Cifras en US\$)					
CONCEPTOS	AÑOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO				
	1	2	3	4	5
<b>Gastos personales:</b>					
Salarios	4,044.00	4,246.20	4,458.51	4,681.44	4,915.51
Prestaciones de ley	283.08	297.23	312.10	327.70	344.09
Gastos patronales	869.46	912.93	958.58	1,006.51	1,056.83
<b>Sub total gastos personales</b>	<b>5,196.54</b>	<b>5,456.37</b>	<b>5,729.19</b>	<b>6,015.64</b>	<b>6,316.43</b>
<b>Gastos no personales:</b>					
Cargos básicos	1,576.92	1,626.28	1,677.18	1,729.68	1,783.81
Gasto en papelería y útiles	72.39	74.66	76.99	79.40	81.89
Gastos de Suministros	319.85	329.86	340.19	350.83	361.81
Gastos en publicidad	91.60	94.47	97.42	100.47	103.62
Otros gastos	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
<b>Sub total gastos no personales</b>	<b>2,110.76</b>	<b>2,175.26</b>	<b>2,241.78</b>	<b>2,310.39</b>	<b>2,381.14</b>
<b>Gastos fijos totales</b>	<b>7,307.30</b>	<b>7,631.63</b>	<b>7,970.97</b>	<b>8,326.03</b>	<b>8,697.56</b>

Es primordial tener en cuenta que los costos fijos son aquellos que son permanentes, no varían. Lo que este balance refleja, son los costes fijos del primer año y las proyecciones de los siguientes años. Cónstese que el salario tendrá un ajuste salarial correspondiente, al igual que las prestaciones de la ley anual y gastos patronales. En los cargos básicos del primer año es de \$ 1,576.92 dólares, en gastos de papelería es de \$ 72.39 dólares, en gastos de suministros es de \$ 319.85 dólares, gastos de publicidad es \$ 91.60 dólares y el incremento periódico de estos para los demás años es de 3.13% según la inflación.

## **VI. Estudio organizacional – Legal.**

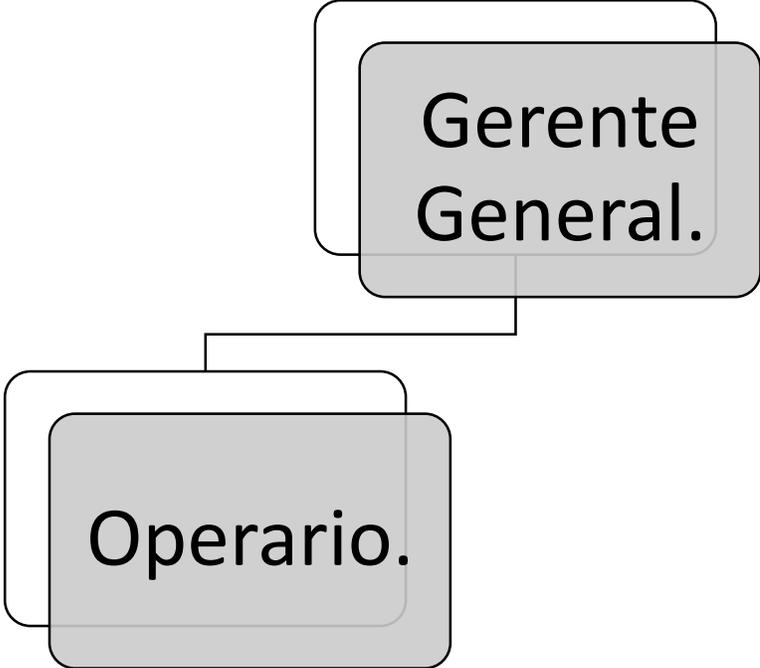
### **6.1. Estructura organizativa de la empresa.**

Doña Matilde, productor de dulce de cebada MATI será estructurada de manera que se especifique la funcionalidad de los cargos de cada empleado.

**Gerente general:** La parte gerencial o administrativa será asumida por Brayan Enrique Laguna Flores, propietario de la Mipyme, este se encargará de llevar a cabo las funciones de índole legal y dirigir la parte técnica o de producción del dulce de cebada Mati. Su deber principal es llevar la Mipyme a flote mediante una correcta aplicación de los conocimientos adquiridos, además participará en los procesos de producción cumpliendo con las mismas funciones que el operario al tener el conocimiento y la necesidad.

**Operario:** La necesidad de producción será satisfecha por un operario que será capacitado para de este modo pueda cumplir con las necesidades y tenga los conocimientos suficientes para laborar de manera eficaz, este será apoyado por el gerente general en los procesos de producción del dulce de cebada para la agilización del mismo.

**Gráfico No. 8: Estructura organizativa de la empresa.**



## 6.2. Definición del perfil y ocupación del puesto.

Gráfico No. 9: Descripción del perfil y ocupación del puesto.

DESCRIPCIÓN DEL PERFIL Y OCUPACIÓN DEL PUESTO.	
<b>Negocio:</b> Doña Matilde.	<b>Código:</b> 000-01A
<b>Puesto:</b> Gerente general.	<b>Mes/Año:</b> octubre 2021.
<b>Descripción:</b> Es el representante legal y administrativo del negocio.	<b>Funciones:</b> * Planificar. * Ejecutar. * Organizar. * Controlar.

DESCRIPCIÓN DEL PERFIL Y OCUPACIÓN DEL PUESTO.	
<b>Negocio:</b> Doña Matilde.	<b>Código:</b> 000-02A
<b>Puesto:</b> Operario.	<b>Mes/Año:</b> octubre 2021.
<b>Descripción:</b> Es el que participa de manera directa en la producción del dulce.	<b>Funciones:</b> * Recepciona la materia prima. * Selecciona la materia prima. * Procesa la materia prima, hasta la obtención del producto final. * Limpia e higieniza el área de proceso, los utensilios y maquinaria.

## **6.3. Aspectos legales.**

### **6.3.1.Requisitos legales.**

La Mipyme debe de realizar la tramitación de permisos legales para iniciar con la funcionalidad del mismo, todas estas gestiones son necesarias e imprescindibles para el buen funcionamiento de la Mipyme. Esta es la manera más segura de conseguir confiabilidad en el mercado y poder asentarse en el propio, logrando confirmar que el producto es inocuo y de calidad.

Para la legalización formal del negocio y poder dar inicio a las actividades de proceso de esta, se necesitan los siguientes requisitos:

#### **1) Matrícula alcaldía:**

Solicitar matrícula de la alcaldía debe presentar copia del registro Único de Contribución (RUC) proporcionado por la DGI Requisitos:

- Copia y original del número RUC.
- Copia y original de la cédula de identidad.
- Solvencia municipal o boleta de NO contribuyente.
- Carta poder (si actúa en representación del contribuyente).
- Permiso de la policía nacional, urbanismo y medio ambiente (si aplica).
- Especificar el barrio, teléfono, y dirección exacta del negocio y del duelo de la actividad. Formulario de apertura de matrícula de cuota fija debidamente lleno. Valor de la matrícula del negocio: el valor de la matrícula se establece según el tipo de actividad económica.

#### **2) Renta RUC:**

Gestionar el número de registro Único de Contribuyente (RUC) ante la dirección general de ingresos (DGI). Requisitos:

- Cédula de identidad nicaragüense o cédula de residencia.
- Recibo público (agua, luz, teléfono, o contrato de arriendo notariado), del domicilio o del negocio.

- Formularios de inscripción de contribuyente Persona Natural completamente llenos, (1 original y 2 copias).

### **3) Minsa.**

Se presenta la solicitud ante la autoridad sanitaria del centro de salud correspondiente, de acuerdo a su ubicación geográfica. Posteriormente se procede al llenado de formulario para la solicitud de trámite de licencia sanitaria y el centro de salud. La fecha aproximada para realizar la inspección es de 20 días máximo, Posterior a la inspección el interesado entrega los siguientes requisitos:

- Matricula de la alcaldía.
- Constancia de fumigación.
- Certificados de salud.
- Fotocopia de la cedula, si es persona natural o cedula RUC en caso de ser jurídico.
- Resolución administrativa emitida por la policía nacional (Los establecimientos que no tengan expendios de bebidas alcohólicas, omitir este requisito).
- Ficha de inspección sanitaria.
- Costos de los requisitos legales

### 6.3.2. Costos de los requisitos legales.

Tabla No. 9: Tabla de Presupuesto de Constitución.

<b>PLAN DE NEGOCIO DULCE DE CEBADA</b>	
<b>Presupuesto de Constitucion</b>	
<b>Concepto</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Matricula Alcaldia	8.36
Renta (Ruc)	8.35
Libros contables	2.64
Minsa	35.54
Bomberos	8.36
<b>TOTAL</b>	<b>63.25</b>

En este presupuesto se especifica la cantidad necesaria para la tramitación de todos los requisitos necesarios para la certificación de la Mipyme y de esta manera iniciar los procesos de elaboración del dulce de cebada. La matrícula de la alcaldía tiene un costo de 8.36 dólares, la renta (RUC) de \$ 8.35 dólares, los libros contables de 2.64, la licencia sanitaria de \$ 35.34 dólares, y la inspección de parte de los bomberos tiene un costo de \$ 8.36 dólares.

## VII. Estudio financiero.

El presente estudio financiero nos muestra la capacidad que Doña Matilde necesita para ser sostenible, viable y rentable según las proyecciones estipuladas para obtener una buena permanencia monetaria con respecto a la producción y comercialización del dulce de cebada MATI.

### 7.1. Definición del periodo de evaluación o vida útil de este negocio.

Para poder llevar a cabo este proyecto de elaboración del producto de dulce de cebada se determinó un período de 5 años, además se consideró que este tiempo es suficiente para poder formar utilidades y recuperar inversiones, para lograr la estabilidad general de la Mipyme y la fijación del producto en el mercado.

### 7.2. Ingresos proyecto

#### 7.2.1. Balance de ingresos con precio.

La tabla a continuación demostrará la proyección de unidades a vender durante un año, definiendo también el monto de venta correspondiente a una unidad de 4 onzas:

**Tabla No. 10: tabla de ingreso con precio de venta.**

PLAN DE NEGOCIO DULCE DE CEBADA MATI															
Producto	Ingresos		CALENDARIZACION											Cantidad total	Año 1
	UNITARIO	ENER	FEB	MRZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOS	SEP	OCT	NOV	DIC		
Dulce de cebada Consumidor Final	0.61	2761	2761	2761	2761	2761	2761	2761	2761	2761	2761	2761	2761	33128	20231
Dulce de cebada Negocio	0.55	690	690	690	690	690	690	690	690	690	690	690	690	8282	4528
<b>TOTAL</b>		3451	3451	3451	3451	3451	3451	3451	3451	3451	3451	3451	3451	41410	<b>24,759.3</b>

Lo que esta lámina presenta es que anualmente se producirán 41,410 unidades de dulce de cebada en la presentación de 4 onzas, divididas según la venta, sea al consumidor final o negociante, arrojando de esta manera que se tendrá un ingreso de \$ 24,759.3 dólares.

### 7.2.2. Balance anual

En la siguiente proyección se presenta el balance anual el cual proyecta el ingreso de ventas que se tendrá durante los próximos 5 años tomando en cuenta un incremento por año del 2% de la demanda y el proceso de la tasa inflacionaria por año de un 3.13% determinado al final del año un monto de venta.

**Tabla No. 11: Tabla de Proyección de Ingresos por Venta.**

PLAN DE NEGOCIO JALEA DE CEBADA MATI					
Proyección de ingresos por ventas (Cifras en US\$)					
CONCEPTOS	AÑOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO				
	1	2	3	4	5
Ingresos por venta de productos	24,759.30	26,044.95	27,397.36	28,819.99	30,316.50
			-	-	-
<b>Ingresos Totales</b>	<b>24,759.30</b>	<b>26,044.95</b>	<b>27,397.36</b>	<b>28,819.99</b>	<b>30,316.50</b>

Según lo que esta proyección sugiere en el primer año de producción se obtendrá un total de \$ 24,759.30 dólares, y a partir del segundo año por delante se le sumará el porcentaje de incremento de demanda, además del porcentaje de inflación. Es importante hacer notar que el incremento de los ingresos será del 5.19% por año.

## 7.3. Costos operativos

### 7.3.1. Costos anuales.

En esta tabla de proyecciones de costos anuales se especifica las cantidades de costos de materia prima, envases, empaques, etc.

**Tabla No. 12: Tabla de Proyecciones de Costos Variables.**

PLAN DE NEGOCIO JALEA DE CEBADA MATI					
Proyección de costos variables (Cifras en US\$)					
CONCEPTOS	AÑOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO				
	1	2	3	4	5
Costos variables de productos	14,702.67	15,466.12	16,269.22	17,114.01	18,002.67
<b>Costos variables totales</b>	<b>14,702.67</b>	<b>15,466.12</b>	<b>16,269.22</b>	<b>17,114.01</b>	<b>18,002.67</b>

Como define esta tabla, en el primer año del negocio se presentará un costo de \$ 14,702.67 dólares, en el segundo \$ 15,466.12 dólares, en el tercer año un total de \$ 16,269.22 dólares, en el cuarto año indica que habrá un total de gastos de \$ 17,114.01 dólares y en el quinto año del negocio será de \$ 18,002.67 dólares. Esto indica que anualmente los costos irán aumentando por el porcentaje en extensión de demanda e inflación.

### 7.3.2. Presupuesto de costos variable.

Los costos variables son los que se modifican según las variaciones de las cantidades en las que se produce el producto, son gastos que varían en función del nivel de actividad de producción y comercialización, depende la demanda del mercado, entre mayor la cantidad de producción, el precio de estos es menor. Estos son la materia prima, el envase y la etiqueta. En el balance podemos encontrar las proyecciones de producción mensual con su costo variable:



A como se explica en la imagen, la cantidad necesaria de producto a elaborar es de 16,219 unidades, estando por debajo de la producción contemplada por Doña Matilde, es decir que el negocio es viable al necesitar una cantidad menor a la propuesta realizada por la Mipyme.

## 7.5. Depreciación de los activos.

**Tabla No. 15: Tabla de depreciación de los activos.**

PLAN DE NEGOCIO JALEA DE CEBADA MATI												
Programa de depreciación de activos (Cifras en US\$)												
ACTIVO	CANTIDAD	COSTO INSTALADO	VALOR RESIDUAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL					DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS	
					1	2	3	4	5			
Mesa de acero inoxidable	1.00	213.04	42.61	5 Años	34.09	34.09	34.09	34.09	34.09	170.43	42.61	
Olla de acero inoxidable	2.00	96.54	19.31	5 Años	30.89	30.89	30.89	30.89	30.89	154.46	38.62	
Cucharon de acero inoxidable	2.00	4.32	0.86	5 Años	1.38	1.38	1.38	1.38	1.38	6.91	1.73	
Cocina de gas (plantilla)	1.00	114.00	22.80	5 Años	18.24	18.24	18.24	18.24	18.24	91.20	22.80	
Cilindro de 100 libras	1.00	83.00	16.60	5 Años	13.28	13.28	13.28	13.28	13.28	13.28	69.72	
Pesa (En libra)	1.00	109.59	21.92	5 Años	17.53	17.53	17.53	17.53	17.53	87.67	21.92	
Termometro digital	1.00	13.78	2.76	5 Años	2.20	2.20	2.20	2.20	2.20	11.02	2.76	
Refractometro	1.00	29.00	5.80	5 Años	4.64	4.64	4.64	4.64	4.64	23.20	5.80	
Cuchillo de acero inoxidable	1.00	2.20	0.44	5 Años	0.35	0.35	0.35	0.35	0.35	1.76	0.44	
Cuchara medidora	1.00	9.00	1.80	5 Años	1.44	1.44	1.44	1.44	1.44	7.20	1.80	
Licuadora	2.00	88.90	17.78	5 Años	28.45	28.45	28.45	28.45	28.45	142.24	35.56	
<b>TOTALES</b>					<b>153.50</b>	<b>154.50</b>	<b>155.50</b>	<b>156.50</b>	<b>157.50</b>		<b>243.75</b>	

La depreciación haciendo uso del método de línea recta demuestra la cantidad en la cual será depreciado el activo, con un determinado valor de rescate; es decir, el costo del activo se le resta el porcentaje de rescate y se divide entre la vida útil para obtener de esta manera el valor en libros que en este caso es de \$ 243.75 dólares totales de todos los activos del negocio.

Con referente a la depreciación de los activos de Doña Matilde, se debe de reconocer que el activo con más valor de rescate es la mesa de acero inoxidable, con un costo de \$ 213.04 dólares y un valor residual de \$ 42.61 dólares.

## 7.6. Amortización.

Tabla No. 16: Tabla de amortización de la deuda.

PLAN DE NEGOCIO JALEA DE CEBADA MATI							
Plan de Amortización de la Deuda							
Valor Préstamo:		3,668.69	Frec. Pagos:	Mensual	Tipo Amortiz:	Cuota nivelada	Moneda
Plazo en años:		3 Años	Tasa anual:	18.00%	Fecha entrega:	01-ene-22	c\$ <input type="checkbox"/> U\$ <input checked="" type="checkbox"/>
							Procesar
CUOTA N°	FECHA	DIAS	PAGO	MANTEN. VALOR	INTERESES	AMORTIZACIÓN	SALDO
0	01-01-22						3,668.69
1	01-02-22	31	132.63	-	56.09	76.54	3,592.15
2	01-03-22	28	132.63	-	49.60	83.03	3,509.12
3	01-04-22	31	132.63	-	53.65	78.98	3,430.14
4	01-05-22	30	132.63	-	50.75	81.88	3,348.26
5	01-06-22	31	132.63	-	51.19	81.44	3,266.82
6	01-07-22	30	132.63	-	48.33	84.30	3,182.52
7	01-08-22	31	132.63	-	48.65	83.98	3,098.54
8	01-09-22	31	132.63	-	47.37	85.26	3,013.28
9	01-10-22	30	132.63	-	44.58	88.05	2,925.23
10	01-11-22	31	132.63	-	44.72	87.91	2,837.32
11	01-12-22	30	132.63	-	41.98	90.65	2,746.67
12	01-01-23	31	132.63	-	41.99	90.64	2,656.03
13	01-02-23	31	132.63	-	40.60	92.03	2,564.00
14	01-03-23	28	132.63	-	35.40	97.23	2,466.77
15	01-04-23	31	132.63	-	37.71	94.92	2,371.85
16	01-05-23	30	132.63	-	35.09	97.54	2,274.31
17	01-06-23	31	132.63	-	34.77	97.86	2,176.45
18	01-07-23	30	132.63	-	32.20	100.43	2,076.02
19	01-08-23	31	132.63	-	31.74	100.89	1,975.13
20	01-09-23	31	132.63	-	30.20	102.43	1,872.70
21	01-10-23	30	132.63	-	27.71	104.92	1,767.78
22	01-11-23	31	132.63	-	27.03	105.60	1,662.18
23	01-12-23	30	132.63	-	24.59	108.04	1,554.14
24	01-01-24	31	132.63	-	23.76	108.87	1,445.27
25	01-02-24	31	132.63	-	22.09	110.54	1,334.73
26	01-03-24	29	132.63	-	19.09	113.54	1,221.19
27	01-04-24	31	132.63	-	18.67	113.96	1,107.23
28	01-05-24	30	132.63	-	16.38	116.25	990.98
29	01-06-24	31	132.63	-	15.15	117.48	873.50
30	01-07-24	30	132.63	-	12.92	119.71	753.79
31	01-08-24	31	132.63	-	11.52	121.11	632.68
32	01-09-24	31	132.63	-	9.67	122.96	509.72
33	01-10-24	30	132.63	-	7.54	125.09	384.63
34	01-11-24	31	132.63	-	5.88	126.75	257.88
35	01-12-24	30	132.63	-	3.82	128.81	129.07
36	01-01-25	31	131.04	-	1.97	129.07	-
<b>TOTALES</b>			<b>4,773.09</b>	-	<b>1,104.40</b>	<b>3,668.69</b>	

En esta tabla se aprecia la suma de dinero que se prestará, con la tasa del 18% de interés ofrecido por BANPRO, además de las cuotas por cumplir con la fecha de inicio y las estipuladas de pago, esto en un plazo de tres años.

### 7.7. Paga de impuestos.

En esta tabla se determinarán los impuestos que Doña Matilde debe de pagar, para la iniciación de proceso de la misma.

**Tabla No. 17: Tabla de Paga de Impuestos.**

<b>PLAN DE NEGOCIO DULCE DE CEBADA</b>	
<b>Presupuesto de Constitucion</b>	
<b>Concepto</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Matricula Alcaldia	8.36
Renta (Ruc)	8.35
Libros contables	2.64
Minsa	35.54
Bomberos	8.36
<b>TOTAL</b>	<b>63.25</b>

Estos valores deberán de ser pagados a las distintas autoridades correspondientes para la consiguiente revisión y certificación de las instalaciones del local donde este deberá cumplir con las especificaciones y requerimientos de cada uno de estos para la realización de procesos productivos.

## 7.8. Valor de Salvamento al Final del Periodo Evaluado.

Se aprecia en la siguiente tabla, los activos depreciados los cuales deben un 10% de valor de rescate a la Mipyme, es decir que Doña Matilde al prescindir de estos activos logrará recuperar \$ 143.03 dólares de valor de rescate o valor residual de los mismos, según la inversión inicial.

**Tabla No. 18: Tabla de Salvamiento.**

PLAN DE NEGOCIO JALEA DE CEBADA MATI												
Programa de depreciación de activos (Cifras en US\$)												
ACTIVO	CANTIDAD	COSTO INSTALADO	VALOR RESIDUAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL					DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS	
					1	2	3	4	5			
Mesa de acero inoxidable	1.00	213.04	42.61	5 Años	34.09	34.09	34.09	34.09	34.09	170.43	42.61	
Olla de acero inoxidable	2.00	96.54	19.31	5 Años	30.89	30.89	30.89	30.89	30.89	154.46	38.62	
Cucharon de acero inoxidable	2.00	4.32	0.86	5 Años	1.38	1.38	1.38	1.38	1.38	6.91	1.73	
Cocina de gas (plantilla)	1.00	114.00	22.80	5 Años	18.24	18.24	18.24	18.24	18.24	91.20	22.80	
Cilindro de 100 libras	1.00	83.00	16.60	5 Años	13.28	13.28	13.28	13.28	13.28	13.28	69.72	
Pesa (En libra)	1.00	109.59	21.92	5 Años	17.53	17.53	17.53	17.53	17.53	87.67	21.92	
Termometro digital	1.00	13.78	2.76	5 Años	2.20	2.20	2.20	2.20	2.20	11.02	2.76	
Refractometro	1.00	29.00	5.80	5 Años	4.64	4.64	4.64	4.64	4.64	23.20	5.80	
Cuchillo de acero inoxidable	1.00	2.20	0.44	5 Años	0.35	0.35	0.35	0.35	0.35	1.76	0.44	
Cuchara medidora	1.00	9.00	1.80	5 Años	1.44	1.44	1.44	1.44	1.44	7.20	1.80	
Licuadora	2.00	88.90	17.78	5 Años	28.45	28.45	28.45	28.45	28.45	142.24	35.56	
<b>TOTALES</b>					<b>153.50</b>	<b>154.50</b>	<b>155.50</b>	<b>156.50</b>	<b>157.50</b>		<b>243.75</b>	

## 7.9. Inversión inicial necesaria.

En esta tabla presentada, se especificarán los valores de inversión específica y consolidada para la ejecución de este plan de negocios.

**Tabla No. 19: Tabla de Inversión Inicial.**

PLAN DE NEGOCIO JALEA DE CEBADA MATI	
Balanza de Inversión Consolidada (Cifras en U\$)	
CONCEPTOS	VALOR
<b><u>Inversión en Capital de Trabajo:</u></b>	
Caja	50.00
Banco	1,576.92
<b>Sub Total Inversión en Capital de Trabajo</b>	<b>1,626.92</b>
<b><u>Inversión en Capital Fijo:</u></b>	
mobiliario y equipos	895.15
mejoras al local	1,970.72
<b>Sub Total Inversión en Capital Fijo</b>	<b>2,865.87</b>
<b><u>Inversión en Gastos Preoperativos:</u></b>	
Gastos de Investigación	41.03
Gastos Legales	63.25
Gastos de publicidad	141.60
Gastos de materia prima	1,375.81
<b>Sub Total Inversión en Gastos Preoperativos</b>	<b>1,621.69</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>6,114.48</b>

Doña Matilde, con respecto a la capital inicial de trabajo, contará con un respaldo en caja de 50 dólares, además de un mes de presupuesto básico de producción para poder contrarrestar cualquier imprevisto que se pudiera presentar en las proyecciones realizadas para la Mipyme, de manera que resultará correcto el manejo de un plan de emergencia para la solución de estos incidentes, resultando un total de \$ 1,626.92 dólares totales para la capital inicial de trabajo.

Para la inversión en capital fijo, se toman en cuenta los mobiliarios y equipos de producción que se utilizaran en la elaboración del dulce de cebada Mati, con un total

de \$ 895.15 dólares, las mejoras que se realizarán al local para la adaptación del mismo según las normas de higiene y calidad en la producción de los alimentos es de un total de \$ 1,970.72 dólares, aplicando la suma se totalizan \$ 2,865.87 dólares en inversión de capital fijo.

Doña Matilde necesitará incurrir en gastos preoperativos, en los cuales se incluyen, gastos de investigación que consisten en las acciones tomadas para la recopilación de información correspondiente para la formulación del plan de negocio con un total de \$ 41.03 dólares, los gastos legales de un total de \$ 63.25 dólares y los gastos de publicidad que serán los que se pondrán en un lugar en el mercado con el marketing planeado según lo especificado en el plan estratégico de publicidad con un total de \$ 141.60 dólares, además de los gastos de materia prima que equivalen a \$ 1,375.81 dólares. Todo esto sumado para una totalización de \$ 6,114.48 dólares de inversión inicial consolidada.

### 7.10. Capital de trabajo inicial.

La capital de trabajo es el indicador del total a utilizar para la iniciación del proyecto, la tasa de rentabilidad mínima requerida, arrojando las cantidades de recursos propios y los financiados.

**Tabla No. 20: Tabla de Tasa de Rentabilidad Mínima Requerida del Proyecto.**

PLAN DE NEGOCIO JALEA DE CEBADA MATI				
Tasa de Rentabilidad Mínima Requerida del Proyecto (Cifras en US\$)				
FUENTES	APORTE MONETARIO	PESO (%)	COSTO	COSTO PONDERADO
Recursos Propios	2,445.79	40.00%	11.50%	4.60%
Prestamo Bancario	3,668.69	60.00%	18.00%	10.80%
		0.00%		0.00%
<b>TOTAL</b>	<b>6,114.48</b>	<b>100.00%</b>	<b>CCPP:</b>	<b>15.40%</b>

El peso queda a la elección del propietario quien observará la necesidad que el negocio tiene y la manera más acertada de satisfacerla, en este caso, el 40% de la capital inicial será de recursos propios y el 60% será sobre un prestamos bancario, estos equivaldrán a \$ 2,445.79 dólares y \$ 3,668.69 dólares respectivamente; el préstamo

bancario se realizará con un 18% de interés anual en BANPRO, el costo ponderado es de 15.40%, indicando el mínimo de la tasa interna de retorno (TIR).

### 7.11. Fuente inicial de financiamiento.

La fuente de financiamiento principal será un préstamo del 60% de la capital inicial equivalente a un total de \$ 3,668.69 dólares, realizado a BANPRO con una tasa de interés del 18% con una frecuencia de pago mensual por un lapso de tres años.

**Tabla No. 21: Tabla de Fuente de Financiamiento.**

PLAN DE NEGOCIO JALEA DE CEBADA MATI							
Plan de Amortización de la Deuda							
Valor Préstamo:	<input type="text" value="3,668.69"/>	Frec. Pagos:	<input type="text" value="Mensual"/>	Tipo Amortiz:	<input type="text" value="Cuota nivelada"/>	Moneda	
Plazo en años:	<input type="text" value="3 Años"/>	Tasa anual:	<input type="text" value="18.00%"/>	Fecha entrega:	<input type="text" value="01-ene-22"/>	c\$ <input type="checkbox"/>	u\$ <input checked="" type="checkbox"/>
<input type="button" value="Procesar"/>							

## 7.12. Flujo de caja.

El flujo de caja refleja un resumen de los movimientos realizados durante el tiempo de vida del negocio, desde el año cero al año cinco.

**Tabla No. 22: Tabla de Flujo de Caja del Proyecto.**

PLAN DE NEGOCIO JALEA DE CEBADA MATI						
Flujo de caja del proyecto (Cifras en Dolares)						
Conceptos	Años de operación del proyecto					
	0	1	2	3	4	5
<b><i>Inversiones realizadas en el año cero</i></b>						
Inversión en Capital de Trabajo	(1,626.92)					
Inversión en Capital Fijo	(2,865.87)					
Inversión en Gastos Preoperativos	(1,621.69)					
<b><i>Flujos operativos del proyecto</i></b>						
Ingresos por venta de bienes y servicios		24,759.30	26,044.95	27,397.36	28,819.99	30,316.50
Costos variables de bienes y servicios		(14,702.67)	(15,466.12)	(16,269.22)	(17,114.01)	(18,002.67)
Costos fijos		(7,357.30)	(7,683.19)	(8,024.15)	(8,380.87)	(8,754.12)
Depreciaciones		(153.50)	(154.50)	(155.50)	(156.50)	(157.50)
Amortización de intangibles		(324.34)	(324.34)	(324.34)	(324.34)	(324.34)
<b>Utilidades antes de impuestos</b>		<b>2,221.49</b>	<b>2,416.79</b>	<b>2,624.16</b>	<b>2,844.27</b>	<b>3,077.87</b>
Impuestos sobre la renta		(66.85)	(66.85)	(66.85)	(66.85)	(66.85)
<b>Utilidades después de impuestos</b>		<b>2,154.64</b>	<b>2,349.94</b>	<b>2,557.31</b>	<b>2,777.42</b>	<b>3,011.02</b>
(+) Depreciaciones y amortizaciones		477.84	478.84	479.84	480.84	481.84
<b>(-) Flujos de caja anuales del proyecto</b>		<b>2,632.48</b>	<b>2,828.78</b>	<b>3,037.15</b>	<b>3,258.26</b>	<b>3,492.86</b>
<b><i>Flujo de caja del último año</i></b>						
Retorno del Capital de trabajo						1,626.92
Valores de salvamento neto						243.75
<b>Sub total flujo de caja del último año</b>						<b>1,870.67</b>
<b>Flujos de caja neto sin financiamiento</b>	(6,114.48)	2,632.48	2,828.78	3,037.15	3,258.26	5,363.52
<b>Financiamiento</b>						
Préstamos	3,668.69					
Amortización del principal		(1,012.66)	(1,210.76)	(1,445.27)	-	-
Escudo fiscal de los intereses		173.67	114.24	43.41	-	-
<b>Flujos de caja neto con financiamiento</b>	<b>(2,445.79)</b>	<b>1,793.49</b>	<b>1,732.26</b>	<b>1,635.29</b>	<b>3,258.26</b>	<b>5,363.52</b>

En este flujo se observa que en el año cero el flujo neto de caja con financiamiento es de valor negativo por el hecho de darse en este mismo año las inversiones y a partir del año uno al año cinco el monto se convierte en positivo y aumenta según los porcentajes, finalizando con un total de \$ 5,363.52 dólares en el quinto año.

### 7.13. Estado de resultado proyectado.

El estado de resultados es un análisis de los ingresos y costos en el cual muestra la utilidad antes y después de impuestos, se reflejan los gastos y los conceptos básicos financieros del plan de negocio.

**Tabla No. 23: Tabla de Estado de Resultado Proyectado.**

<b>PLAN DE NEGOCIO JALEA DE CEBADA MATI</b>					
<b>Cifra en Dolares</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO</b>					
<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas	24,759.30	26,044.95	27,397.36	28,819.99	30,316.50
costos variables	14,702.67	15,466.12	16,269.22	17,114.01	18,002.67
Utilidad Bruta	10,056.63	10,578.83	11,128.14	11,705.98	12,313.83
Gastos operativo	6,498.14	6,626.93	6,734.38	8,537.37	8,911.62
(gastos de vta y de adm)	7,357.30	7683.19	8024.15	8380.87	8754.12
(Depreciaciones)	153.50	154.50	155.50	156.50	157.50
(amortizaciones)	(1,012.66)	(1,210.76)	(1,445.27)	-	-
Utilidad Operativa	3,558.49	3,951.89	4,393.77	3,168.61	3,402.21
Gastos Financieros					
Interes por pagar	173.67	114.24	43.41	0.00	0.00
Utilidad antes de Imp.	3,384.82	3,837.65	4,350.36	3,168.61	3,402.21
impuestos ISR	(66.85)	(66.85)	(66.85)	(66.85)	(66.85)
<b>Utilidad Neta</b>	<b>3,451.67</b>	<b>3,904.50</b>	<b>4,417.21</b>	<b>3,235.46</b>	<b>3,469.06</b>

En Doña Matilde se obtendrá por la producción y comercialización de dulce de cebada Mati una utilidad neta de \$ 3,451.67 dólares en el primer año, \$ 3,904.50 dólares en el segundo año, \$ 4,417.21 dólares en el tercer año, \$ 3,235.46 dólares en el cuarto año y en el quinto un total de \$ 3,469.06 dólares, habiendo incrementos en notable en el año tres y una disminución de los años cuatro y cinco no bajando del rango esperado.

## 7.14. Indicadores de rentabilidad, (VAN, TIR, RB/C).

**Tabla No.24: Tabla de indicadores de rentabilidad, (VAN, TIR, RB/C).**

INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA	
PERÍODO DE RECUPERACIÓN (PRI)	1.38 Años
VALOR PRESENTE NETO AL 15.40%	5,931.16
TASA INTERNA DE RETORNO	78.72%
RELACIÓN BENEFICIO/COSTO	3.43

PRI (periodo de recuperación de inversión) muestra el periodo en que se recupera la inversión en los 5 años proyectados, 1.38 años significa que se recuperará la inversión en 1 año, 4 meses y 5 días.

VAN (valor actual Neto) es el monto en dólares de ganancia que proyecta el plan de negocios durante los 5 años de vida útil, \$ 5,931.16 dólares es la ganancia que se obtendrá durante los 5 años.

TIR (Tasa interna de retorno) es el porcentaje de ganancia que se obtendrá durante los 5 años planeados, su parámetro de cálculo está en el costo ponderado, en el caso es de 15.40% menor al porcentaje obtenido en el plan de negocio es de 78.72% que está por encima del valor otorgado por el banco siendo de esta manera rentable el plan de dulce de cebada Mati.

RB/C (relación beneficio costo) lanzó 3.43, esto quiere decir que por cada dólar invertido la ganancia será de \$ 3.43 dólares.

Esto indica que Doña Matilde es un negocio viable y está dentro de los estándares para ser un negocio rentable según los indicadores de rentabilidad explicado en este inciso.

## **VIII. Estudio ambiental.**

Doña Matilde es una Mipyme productora de dulce de cebada, la cual se compromete al cumplimiento de las normas y leyes establecidas para el cuidado del medio ambiente, a como la ley 217 establece normas para la conservación, protección, mejoramiento y restauración del medio ambiente y los recursos naturales que lo integran.

Como Mipyme procesadora de alimentos se produce cierta cantidad de aguas residuales y desperdicios sólidos que al descuidarse pueden afectar el bienestar del ambiente común, es decir el desechar los desperdicios de la Mipyme de forma inadecuada puede provocar un sin número de afecciones que no solo dañan la reputación de la misma, sino que también afecta el bienestar y la salud del alrededor de esta.

Las aguas residuales producidas son debido al lavado de la materia prima principal, limpieza general, pisos, utensilios y mobiliarios. Por lo tanto, el plan a seguir de la Mipyme Doña Matilde con respecto a las aguas residuales es la utilización de las mismas para el riego del campo exterior de las instalaciones y las áreas verdes cercanas a la misma por el hecho de contener un bajo nivel de contaminación, donde se contará con ductos los cuales se encargarán de llevar las aguas hasta su destino final.

Los desechos sólidos producidos por la elaboración de dulce de cebada en Doña Matilde, no representan un riesgo al medio ambiente por el plan elaborado para el control del mismo, este consiste en la recolección de los residuos para la producción de compost para el enriquecimiento y fertilización de los suelos.

Con respecto al uso de la energía eléctrica, en la parte de iluminación se hará uso de bombillos ahorrativos de los cuales serán utilizados de manera que sean de necesidad muy alta, ya que los procesos serán realizados de día y se tendrá una visión adecuada para la continuidad de los procesos de elaboración. Con la tecnología de producción

se contará con maquinaria no tan demandante de energía para el ahorro positivo de la misma.

El ahorro del agua potable es imprescindible en la actualidad, Doña Matilde tomará muy en cuenta el ahorro de este vital líquido, siendo cociente del daño causado al planeta y la necesidad del agua para todos, cerrar los grifos de manera inmediata después de ser utilizados, en los procesos de limpieza y desinfección se utilizará solamente el agua que sea necesaria para la realización de los mismos, evitaremos fugas ejecutando revisiones de las tuberías, para de esta forma ser amigables con el medio ambiente y conservar el agua, que es tan importante para nosotros.

## **IX. Conclusiones.**

Tomando en cuenta los resultados obtenidos se hace posible afirmar que el producto es de agrado al consumidor, tiene un buen nivel de aceptación en la población del municipio de san Jorge y es reconocido como un producto innovador.

Referente al estudio técnico es donde básicamente construimos el negocio dándole nuestra parte creativa y racional, el edificio Doña Matilde, contará con un área de recepción de la materia prima (con 1.5 metros de largo por 4 metros de ancho), un área destinada para proceso (con 9 metros de largo por 4 metros de ancho), donde tendrá conexión con el área de recepción de materia prima y la bodega de insumos y empaques (con 5.25 metros de largo por 3 metros de ancho). El edificio también tendrá área de aseo (con 5.25 metros de largo por 3 metros de ancho). Las medidas generales del local serán de 10.5 m de largo, por 7 m de ancho.

Obtenemos los costos precisos a los que se debe de someter para poner en marcha el negocio, Doña Matilde, con respecto a la capital inicial de trabajo, contará con un respaldo en caja de 50 dólares, además de un mes de presupuesto básico de producción para poder contrarrestar cualquier imprevisto que se pudiera presentar en las proyecciones realizadas para la Mipyme, de manera que resultará correcto el manejo de un plan de emergencia para la solución de estos incidentes, resultando un total de \$ 1,626.92 dólares totales para la capital inicial de trabajo.

Para la inversión en capital fijo, se toman en cuenta los mobiliarios y equipos de producción que se utilizaran en la elaboración del dulce de cebada Mati, con un total de \$ 895.15 dólares, las mejoras que se realizaran al local para la adaptación del mismo según las normas de higiene y calidad en la producción de los alimentos es de un total de \$ 1,970.72 dólares, aplicando la suma se totalizan \$ 2,865.87 dólares en inversión de capital fijo.

Doña Matilde necesitará incurrir en gastos preoperativos, en los cuales se incluyen, gastos de investigación que consisten en las acciones tomadas para la recopilación de información correspondiente para la formulación del plan de negocio con un total de

\$ 41.03 dólares, los gastos legales de un total de \$ 63.25 dólares y los gastos de publicidad que serán los que se pondrán en un lugar en el mercado con el marketing planeado según lo especificado en el plan estratégico de publicidad con un total de \$ 141.60 dólares, además de los gastos de materia prima que equivalen a \$ 1,375.81 dólares. Todo esto sumado para una totalización de \$ 6,114.48 dólares de inversión inicial consolidada. generalmente lo imprescindible para la realización de la producción y comercialización de dulce de cebada Mati.

Se conoce también parte de lo organizacional del negocio y del funcionamiento del mismo, el gerente general que es la parte gerencial o administrativa será asumida por Brayan Enrique Laguna Flores, propietario de la Mipyme, este se encargará de llevar a cabo las funciones de índole legal y dirigir la parte técnica o de producción del dulce de cebada Mati. Su deber principal es llevar la Mipyme a flote mediante una correcta aplicación de los conocimientos adquiridos, además participará en los procesos de producción cumpliendo con las mismas funciones que el operario al tener el conocimiento y la necesidad y el operario que la necesidad de producción será satisfecha por un operario que será capacitado para de este modo pueda cumplir con las necesidades y tenga los conocimientos suficientes para laborar de manera eficaz, este será apoyado por el gerente general en los procesos de producción del dulce de cebada para la agilización del mismo.

Las planificaciones de producción, en Doña Matilde, el programa de producción será sencillo, y tendrá una distribución de horarios estándar. Se harán procesos productivos cinco veces por semanas, en el mes se laborará veinte días en los cuales cada producción tendrá que elaborarse 173 unidades, para obtener la cantidad mensual de 3,451 unidades. Doña Matilde, para la elaboración de 3,451 unidades del dulce de cebada tendrá un consumo total de agua de 392.38 libras, azúcar de 420.07 libras, cebada de 27.69 libras, estabilizante de 9.39 kilogramos, preservante de 0.20 kilogramos, ácido cítrico de 0.67 kilogramos.

Para el estudio administrativo legal se conocieron costos adicionales, diferente de los que se presentan en el estudio técnico y estos de la misma manera que los otros son

de mucha importancia para realizar el proyecto, ya que esta enlazada con la imagen legal en la que se constituirá la Mipyme.

Además de esto, se conocieron las normas que regirán el plan de la Mipyme Doña Matilde.

El estudio financiero elaborado con los datos proyectados en cinco años, asegura que el proyecto es rentable y que a partir de su primer año empezará a generar la utilidad esperada siendo de esta forma un plan de negocio con base para poder introducir el producto en cuestión al mercado, ya que se recuperará la inversión en 1 año, 4 meses y 5 días, el monto en dólares de ganancia que proyecta el plan de negocios durante los 5 años de vida útil, \$ 5,931.16, la TIR es equivalente al 78.72% y la RB/C (relación beneficio costo) lanzó 3.43.

Todo esto reafirma la calidad del producto y el buen sistema administrativo empleado para la determinación de este plan; la importancia de un producto con planificación y el reforzamiento con una parte administrativa y contable bien fundamentada hace lograr la excelencia a un negocio naciente y ofertante de un producto único que traerá un nuevo enfoque al mercado nacional además será una revolución para el uso la materia prima principal (cebada) dándole a esta un nuevo uso y llevándola de un producto obsoleto a uno nuevo y fresco.

## **X. Recomendaciones.**

Recomendamos la correcta inversión de la capital, de manera que se lleve un control y un orden de las adquisiciones preferenciales en una ordenanza según la necesidad del negocio, además tomar en cuenta las proyecciones que van en aumento para no quedar estancado en la misma posición por los cinco años.

Incrementar la publicidad, expandir y potenciar el marketing general de la Mipyme y del producto en específico.

Análisis sistemático del mercado, para obtener conocimiento de los competidores radicales y los entrantes, sean directos o indirectos.

La determinación es un impulso que debemos de tener y el cumplimiento de los valores propuestos, recomendamos siempre estar al día con los impuestos y deudas a pagar.

## XI. Bibliografía.

- Fiatic seguros blog. “La cebada cereal antiguo con muchos usos y beneficios”. (noviembre 2019). Recuperado octubre 2021. (<https://www.fiatic.es/blog/post/cebada-tipos-propiedades-usos#:~:text=e%20ceb%20La%20cebada%20pertenece,omega%206%20y%200omega%209>)
- Grupo de Trabajo de Etiquetado de Alimento del Comité Técnico de Alimentos y en su elaboración, “Norma técnica obligatoria nicaragüense de etiquetado de alimentos preenvasados para consumo humano, Norma técnica NTON 03 021-08”. (2010). Recuperado octubre 2021.
- Grupo de Trabajo de Manipulación de Alimentos y en su elaboración, “Industria de alimentos y bebidas procesados. Buenas prácticas de manufactura. NTON 03 069 -06”. (2010). Recuperado octubre 2021.
- Nueva ISO 9001:2015, “¿Qué es el modelo de las 5 fuerzas de Porter? Y ¿Cómo se realiza un análisis competitivo con este modelo?”. (5 mayo de 2020). Recuperado octubre 2021. (<https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2020/05/que-es-el-modelo-de-las-5-fuerzas-de-porter-y-como-se-realiza-un-analisis-competitivo-con-este-modelo/>)
- Sistema de análisis de peligros y de puntos críticos de control (HACCP) y directrices para su aplicación. (1969) (Rev.1997). Recuperado octubre 2021. (<https://www.fao.org/3/y1579s/y1579s03.htm>).
- Reglamento técnico centroamericano RT.67.04.54:10, (Alimentos y Bebidas procesadas. Aditivos alimentarios). (Arto. 05.2), (pág. 26).

## XII. Anexos.

### Anexo No. 1. Encuesta y gráficos del estudio de mercado.

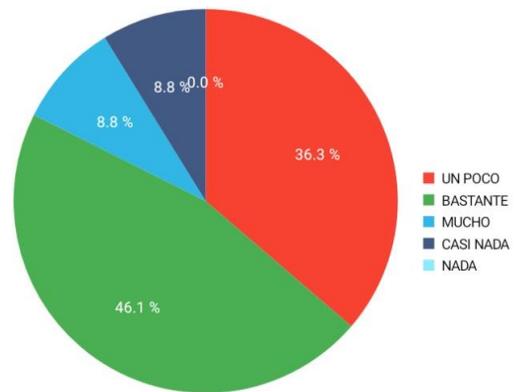
## JALEA DE CEBADA

Estimado encuestado, soy un estudiante del tercer año de la carrera ingeniería en agroindustria de alimentos de la universidad internacional Antonio de Valdivieso. Estoy ejecutando esta encuesta para realizar la evaluación del nivel de aceptación o rechazo de la jalea de cebada. Pido su amabilidad para responder estas pequeñas preguntas que no le tomará mas de cinco minutos. Agradezco su disposición y su tiempo.

#### 1. ¿CONSUME JALEA O MERMELADA?

*Marca solo un óvalo.*

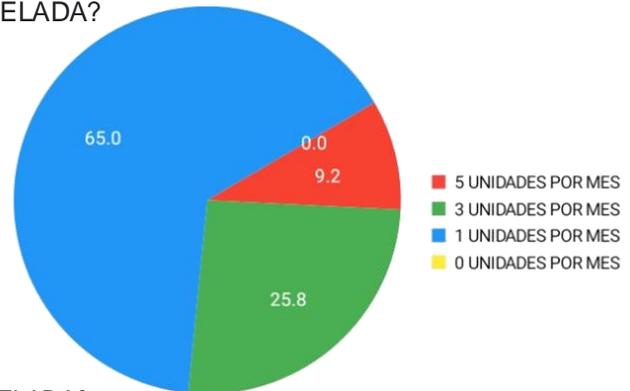
- UN POCO
- BASTANTE
- MUCHO
- CASI NADA
- NADA



#### 2. ¿CADA CUANTO CONSUME JALEA O MERMELADA?

*Marca solo un óvalo.*

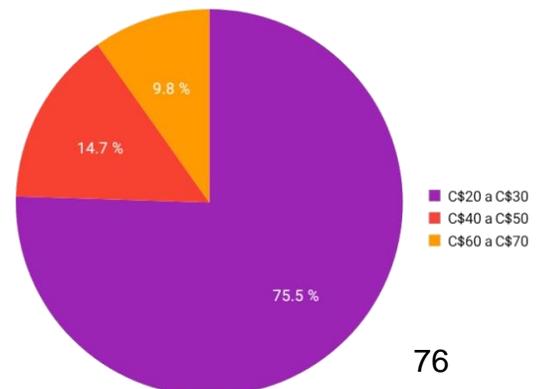
- CINCO VECES AL MES
- TRES VECES AL MES
- UNA VEZ AL MES



#### 3. ¿CUANTO INVIERTE EN LA COMPRA DE MERMELADA?

*Marca solo un óvalo.*

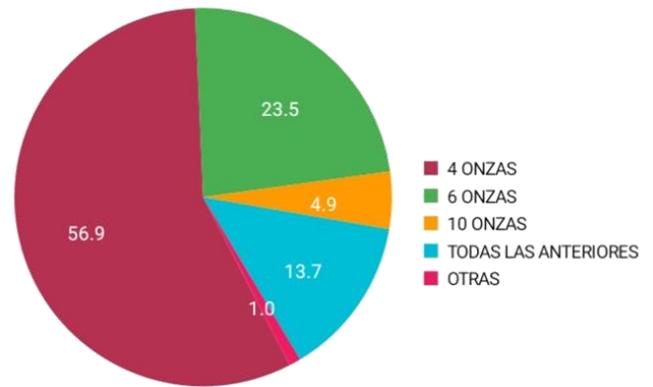
- C\$ 20 A C\$ 30
- C\$ 40 A C\$ 50
- C\$60 A C\$ 70



4. ¿EN QUE PRESENTACIÓN SUELE COMPRAR JALEA O MERMELADA?

Marca solo un óvalo.

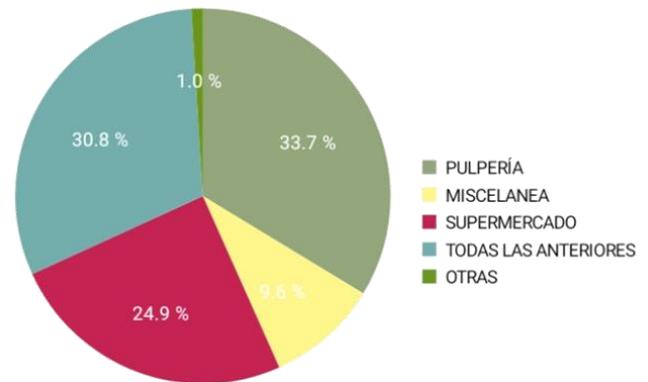
- 4 ONZAS
- 6 ONZAS
- 10 ONZAS
- TODAS LAS ANTERIORES
- Otros:



5. ¿DONDE COMPRA JALEA O MERMELADA?

Marca solo un óvalo.

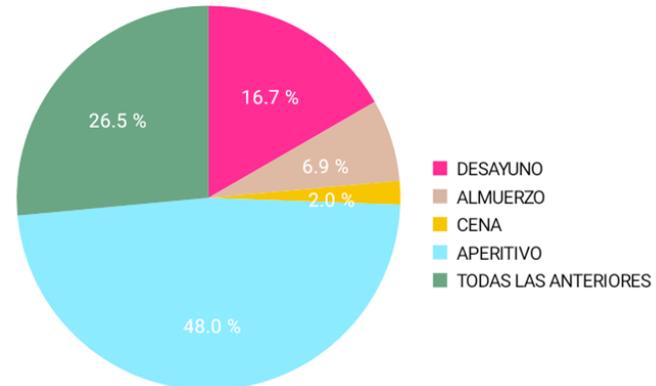
- PULPERÍA
- MISCELANEA
- SUPER MERCADO
- TODAS LAS ANTERIORES
- Otros:



6. MARCA EL MOMENTO DEL DÍA EN QUE CONSUME JALEA O MERMELADA

Marca solo un óvalo.

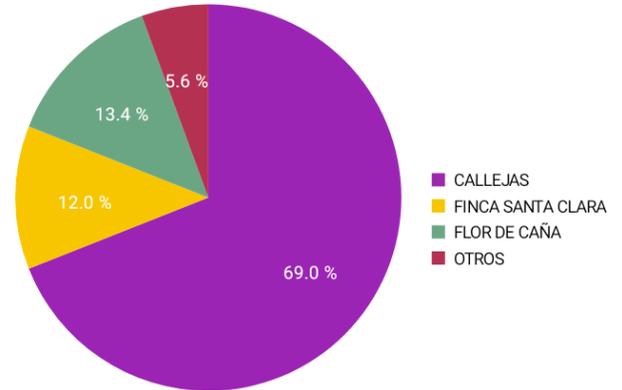
- DESAYUNO
- ALMUERZO
- CENA
- APERITIVO
- TODAS LAS ANTERIORES



7. SELECCIONE SU MARCA PREFERIDA

*Marca solo un óvalo.*

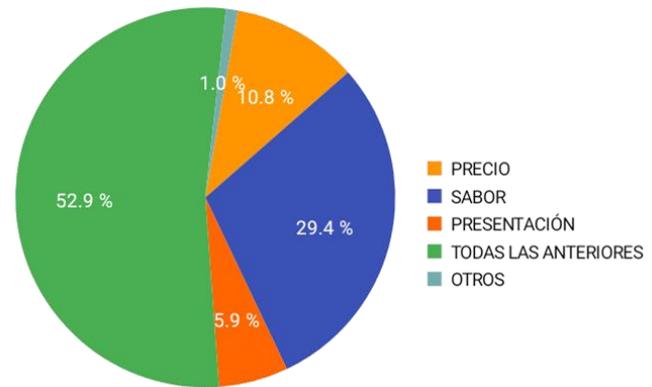
- CALLEJAS
- FINCA SANTA CLARA
- FLOR DE CAÑA
- Otros:



8. ¿POR QUE PREFIERES ESA MARCA?

*Marca solo un óvalo.*

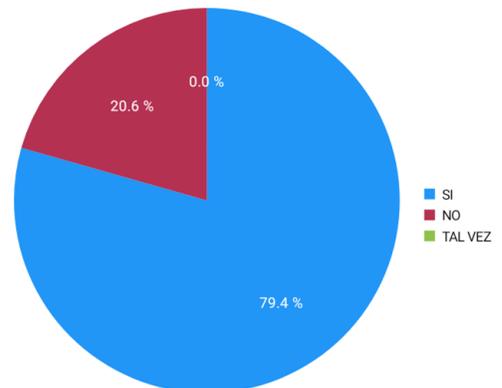
- PRECIO
- SABOR
- PRESENTACIÓN
- TODAS LAS ANTERIORES
- Otros:



9. ¿LE GUSTARÍA COMPRAR JALEA DE CEBADA?

*Marca solo un óvalo.*

- SI
- NO
- TAL VEZ



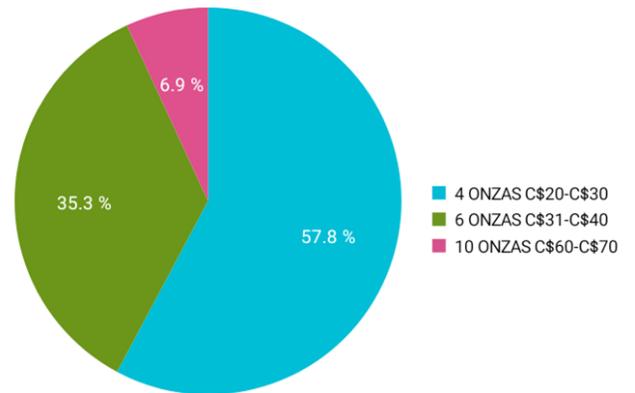
10. ¿CUANTO PAGARÍA USTED POR LA JALEA DE CEBADA?

*Marca solo un óvalo.*

4 ONZAS C\$ 20 A C\$ 30

6 ONZAS C\$ 40 A C\$ 60

10 ONZAS C\$ 60 A C\$ 70

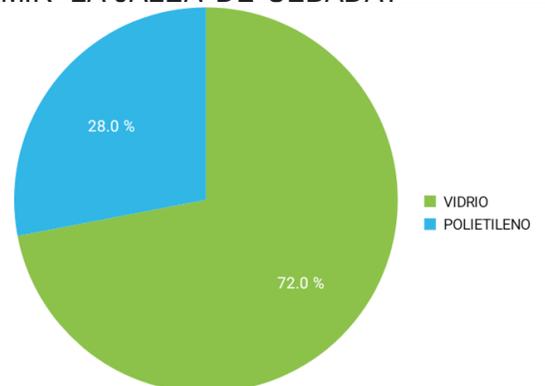


11. ¿EN QUE PRESENTACIÓN LE GUSTARÍA CONSUMIR LA JALEA DE CEBADA?

*Marca solo un óvalo.*

POLIETILENO

VIDRIO



12. ¿QUÉ CARACTERÍSTICA PREFIERE QUE ESTÉ PRESENTE EN LA JALEA DE CEBADA?

*Marca solo un óvalo.*

COLOR

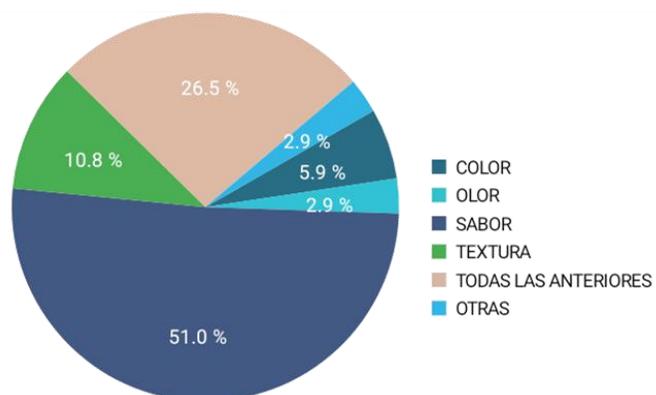
OLOR

SABOR

TEXTURA

TODAS LAS ANTERIORES

Otros:



13. ¿CUAL ES LA MEJOR MANERA PARA PROMOCIONAR NUESTRO PRODUCTO?

*Marca solo un óvalo.*

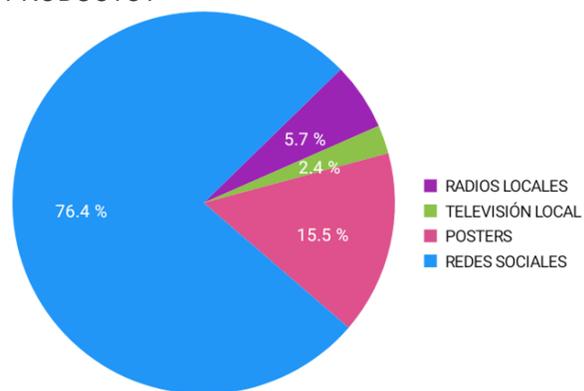
RADIOS LOCALES

TELEVISIÓN LOCAL

Opción 3

POSTERS

REDES SOCIALES



**Anexo No. 2: Encuesta y gráficos de la degustación.**



**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL ANTONIO DE VALDIVIESO**

EVALUACIÓN SENSORIAL DE **DULCE DE CEBADA** ELABORADA POR  
ESTUDIANTE DE III AÑO IAA EN LA PLANTA DE PROCESAMIENTO DE  
AGROINDUSTRIA.

FECHA DE EVALUACIÓN: 13 OCTUBRE 2021.

SEXO: FEMENINO \_\_\_\_\_ MASCULINO \_\_\_\_\_ EDAD \_\_\_\_\_

TABLA DE EVALUACIÓN (Señale con "X" cada criterio evaluado).

CARACTERÍSTICAS ORGANOLEPTICAS	ESCALA HEDÓNICA DE EVALUACIÓN				
	1 Muy malo	2 Malo	3 Regular	4 Bueno	5 Muy bueno
Color					
Olor/aroma					
Sabor					
Textura					
Apariencia					

OBSERVACIONES:

---

---

---

**MUCHAS GRACIAS!!!**



## UNIVERSIDAD INTERNACIONAL ANTONIO DE VALDIVIESO

PRUEBAS SENSORIALES: HEDÓNICAS

PRODUCTO: **DULCE DE CEBADA**

### PRUEBA DE ACEPTACIÓN

**Indique con una cruz según corresponda:**

¿Suele usted comprar Dulces? Si ( ) No ( )

¿Cuántas veces compra este producto? Todas las semanas ( ) De vez en cuando ( )  
Rara vez ( )

¿Es fiel a una marca? Si ( ) No ( )

¿Compraría usted este producto en particular? Si ( ) No ( ) ¿Por qué?

---

---

### PRUEBA NIVEL DE AGRADO

\_\_\_\_\_ Gusta muchísimo

\_\_\_\_\_ Gusta mucho

\_\_\_\_\_ Gusta moderadamente

\_\_\_\_\_ Gusta un poco

\_\_\_\_\_ Me es indiferente

\_\_\_\_\_ Disgusta un poco

\_\_\_\_\_ Disgusta moderadamente

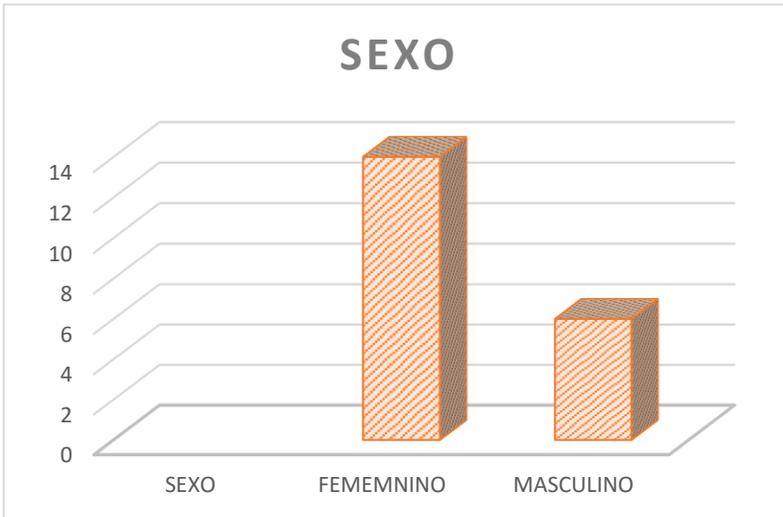
\_\_\_\_\_ Disgusta mucho

\_\_\_\_\_ Disgusta muchísimo

MUCHAS GRACIAS

SEXO	
FEMEMENINO	14
MASCULINO	6
TOTAL	20

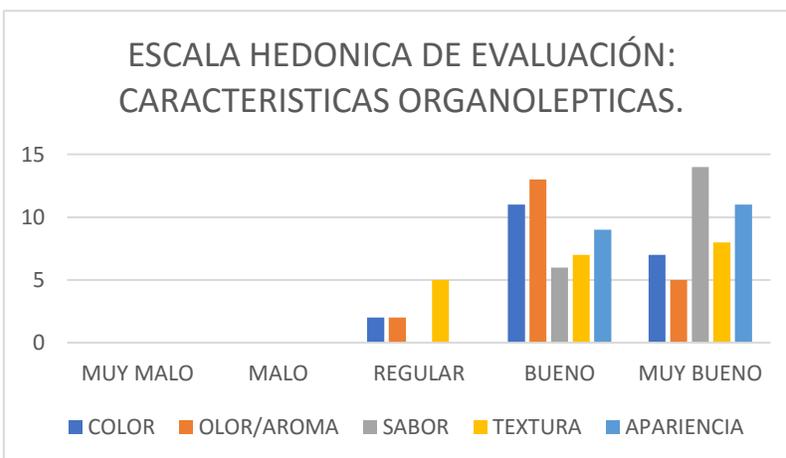
Esta encuesta realizada para observar el nivel



de aceptación o rechazo de las características organolépticas de el dulce de cebada, contemplan el sexo de los encuestados dividiendo en femenino y masculino habiendo un mayor porcentaje de femeninas equivalente al 70% y el menor porcentaje

referente a los masculinos de un 30%.

ESCALA HEDONICA DE EVALUACIÓN: CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS.						
CONCEPTOS	MUY MALO	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	TOTAL
COLOR	0	0	2	11	7	20
OLOR/AROMA	0	0	2	13	5	20
SABOR	0	0	0	6	14	20
TEXTURA	0	0	5	7	8	20
APARIENCIA	0	0	0	9	11	20



La escala hedónica que podemos observar fue pensada para obtener los datos necesarios y de este modo poder hacer mejoras de el dulce de cebada en las distintas características principales de la misma, a cómo podemos distinguir, el

color fue determinado por un 10% como regular, el 65% como bueno y el 25% como

muy bueno. Esto indica que los encuestados consideran que el dulce de cebada está en un rango bueno de color.

El olor fue evaluado por un 10% como regular, 55% como bueno y el 35% muy bueno. Es decir que los degustadores aprueban el dulce de cebada caracterizada como de olor “bueno”.

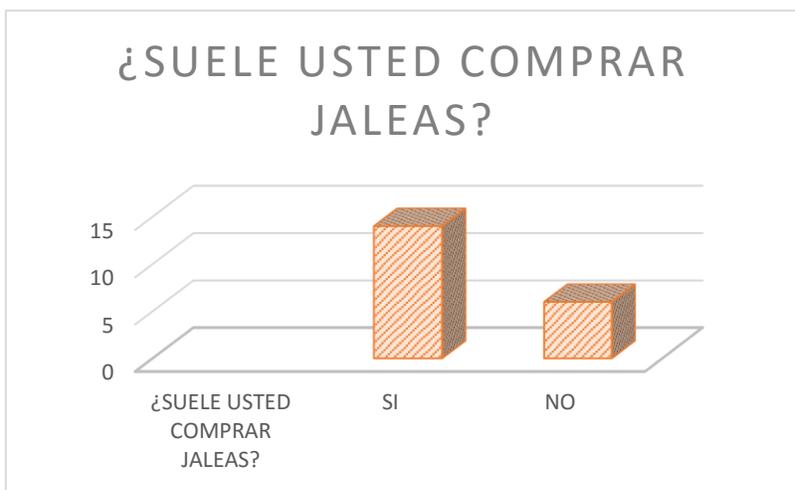
El sabor considerando el análisis sensorial de los degustadores, fue calificado como bueno por un 30% y muy bueno por un 70%. Podemos decir que, en sabor, los encuestados piensan que tiene un muy buen nivel con respecto a la naturaleza del producto.

La textura, según los encuestados, el 25% considera que es regular, el 35% es bueno y el 40% piensa que es muy bueno, es decir que estos determinan que el dulce de cebada está en un rango de entre bueno y muy bueno.

Y por ultimo la apariencia, parte importante de la comercialización del producto siendo un control de calidad imperioso, consideran los degustadores en un 45% es bueno y en un 55% es muy bueno.

¿SUELE USTED COMPRAR JALEAS?	
SI	14
NO	6
TOTAL	20

En esta encuesta además de recopilar información acerca de el dulce de cebada, hace referencia también a la parte de compra



de dulces, esto con el fin de saber si el degustador está realmente interesado en este tipo de productos y por consiguiente en el dulce de cebada. El 70% de los encuestados suelen comprar dulces y el otro 30% no. Es decir que existe una considerable demanda

por parte de los encuestados hacia las dulces.

¿CUANTAS VECES COMPRA ESTE PRODUCTO?	
TODAS LAS SEMANAS	4
DE VEZ EN CUANDO	6
RARA VEZ	10
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>

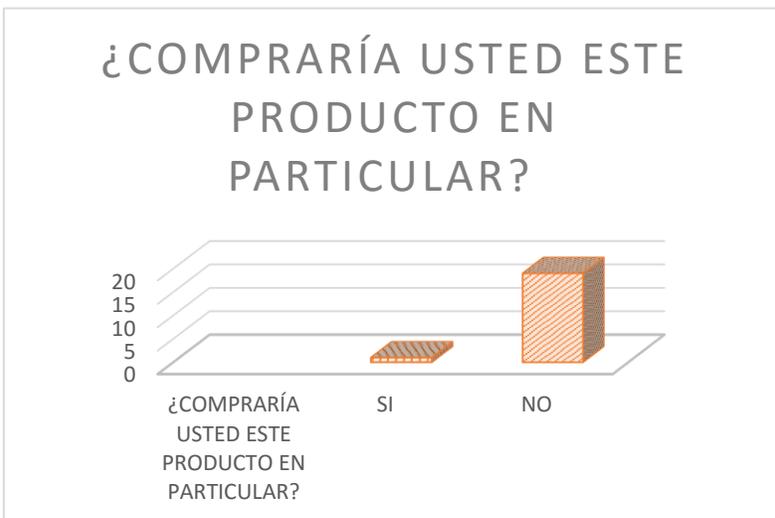
El 50% de los degustadores afirman que rara vez compran dulce, el 30% de vez en cuando y el 20% todas las semanas, en consideración a esta información es razonable concluir que



los posibles consumidores principales son el porcentaje menor, sin embargo, no es definitivo, un consumidor puede tomar gusto de un producto con el tiempo hasta convertirse en uno de los principales.

¿COMPRARÍA USTED ESTE PRODUCTO EN PARTICULAR?	
SI	1
NO	19
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>

Los encuestados y degustadores afirman con un 95% que comprarían el dulce de cebada. Es decir que la



mayoría de estos son consumidores potenciales del producto, y se ratifica que el consumidor puede cambiar de opinión y convertirse en demandante del producto.

ESCALA ESTRUCTURADA: INDIQUE SU NIVEL DE AGRADO DEL PRODUCTO	
GUSTA MUCHISIMO	10
GUSTA MUCHO	5
GUSTA MODERADAMENTE	5
GUSTA UN POCO	0
ME ES INDIFERENTE	0
DISGUSTA UN POCO	0
DISGUSTA MODERADAMENTE	0
DISGUSTA MUCHO	0
DISGUSTA MUCHISIMO	0
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>

El 50% de los encuestados aseguran que el dulce de cebada les gusta muchísimo, el 25% les gusta mucho y el 25% gusta moderadamente es

decir que ninguno de los degustadores considera que el dulce sea de desagrado para ellos. Y confirman que el producto es de calidad y gusta a la población que posiblemente sean consumidores.



Anexo No. 5: imágenes de proceso.

