

Área de Conocimiento de Agricultura

Programa Universidad en el Campo – UNICAM

ESTANDARIZACIÓN DE POSTRES POPULARES (DONAS, TRES LECHES, PIE DE LIMÓN) ELABORADOS SEMI INDUSTRIAL.

Proyecto de graduación para optar al título de
Técnico Superior en Tecnologías Agroindustriales

Elaborado por:

Tutor:

Br. Michelle Dalesky
Delgadillo Castro.
21-60075TJ

Br. Santos Miguel
Miranda. 21-60083TJ

Br. Juana Yessenia
Vivas Pérez.
22-60046TJ

Ing. Margarita del
Carmen Bonilla
Guevara.

16 de Junio del año 2024
Juigalpa, Nicaragua.

Juigalpa, 03 de marzo 2024

MSc. Miguel Antonio Fonseca Chávez
Director Área de Conocimiento de Agricultura
Universidad Nacional de Ingeniería

Estimado Msc. Fonseca, reciba un cordial saludo.

Somos estudiantes del Técnico Superior en Tecnologías Agroindustriales de la Universidad en el campo (UNICAM) del Centro Universitario Regional UNI Juigalpa, actualmente contamos con todos los requisitos necesarios para avanzar en el desarrollo de nuestro trabajo de culminación de estudios, por lo cual, nos dirigimos a usted con motivo de solicitarle la aprobación del tema:

"Estandarización de postres populares (donas, tres leches, pie de limón) elaborados de forma semi industrial"

Los alcances del proyecto consisten en determinar la cantidad de materias primas e insumos que se deben utilizar para la elaboración de postres populares donas, tres leches y pie de limón, lo que permitirá evaluar los costos de elaboración, producción y comercialización del producto terminado, en la comarca la Palma ubicada en el kilómetro 154 carretera Juigalpa al Rama.

Proponemos como tutora a la Ing. Margarita del Carmen Bonilla Guevara.

Sin más a qué hacer referencia nos despedimos y agradecemos su atención.



Br. Michelle Delgadillo Castro
Cedula: 628-030804-1000V
Carnet: 21-60075TJ
Cel: 58632569



Br. Juana Jessenia Vivas
Cedula: 603-060586-0003T
Carnet: 21-60046TJ
Cel: 75013567



Br. Santos Miguel Miranda
Cedula: 125-131098-1000W
Carnet: 21-60083TJ
Cel: 89268056



Juigalpa, 01 de julio 2024

MSc. Miguel Antonio Fonseca Chávez
Director Área de Conocimiento de Agricultura
Universidad Nacional de Ingeniería.

Su despacho

Estimado Director reciba un cordial saludo de mi parte. El motivo de la presente es para hacer de su conocimiento que el trabajo de Proyecto de Culminación de estudios, UNICAM titulado: **Estandarización de postres populares (donas, tres leches, pie de limón) elaborados de forma semi industrial.** Cumple todos los requerimientos para que los Bachilleres, **Michelle Delgadillo Castro, Juana Jessenia Vivas, Santos Miguel Miranda,** efectúen su exposición y defensa.

Agradeciendo de antemano la presente, me despido deseándole éxito en sus funciones

Cordialmente.



Ing. Margarita del Carmen Bonilla Guevara
Tutor



REF.DACA.FCE.086.2024
Managua, 08 de mayo del 2024

Bachilleres

**MICHELLE DELGADILLO CASTRO
JUANA JESSENIA VIAS
SANTOS MIGUEL MIRANDA**

Estimados Bachilleres:

Es de mi agrado informarles que su tema de **PROYECTO DE GRADUACIÓN**, titulado: **"ESTANDARIZACION DE POSTRES POPULARES (DONAS, TRES LECHES, PIE DE LIMON) ELABORADOS DE FORMA SEMI INDUSTRIAL"**. Ha sido aprobado por el Director de Área de Conocimiento de Agricultura.

Asimismo, les comunico estar totalmente de acuerdo, que el Ing. **Margarita del Carmen Bonilla Guevara**. Sea el tutor de su trabajo final.

La fecha de entrega de su documento final, debidamente revisado por el tutor guía será el **16 de Junio del 2024**.

Esperando puntualidad en la entrega del Proyecto de Graduación, me despido.

Atentamente,



MSc. Miguel Antonio Fonseca Chávez
Director de Área de Conocimiento de Agricultura
DACA

*Recibido:
Miguelillo
Santos M.*

CC: Archivo

Tutor – Ing. Margarita del Carmen Bonilla Guevara.

Índice

I.	GENERALIDADES DEL PROYECTO.....	1
1.1.	SOLUCION.....	1
1.2.	Oportunidad de mercado.....	2
1.3.	Propuesta de valor	3
1.4.	Ciclo del proyecto.....	3
II.	MARCO LOGICO	4
2.1.	Objetivos del proyecto.....	4
2.1.2.	Objetivos específicos.....	4
2.2.	Actividades del proyecto.....	4
2.3.	Tiempo	5
2.4.	Indicadores.....	7
2.5.	Medios de verificación	7
2.6.	Resultados esperados.....	7
III.	PLAN DE NEGOCIO	12
IV.	ESTUDIO DE MERCADO	13
4.1.	Análisis del mercado	15
4.2.	Dirección	15
5.3.	Análisis de la competencia	18
5.4.	Identificación de clientes potenciales	19
5.5.	Evaluación de demanda	19
5.6.	Análisis de precio	22
5.7.	Canal de distribución.....	23
5.8.	Estrategias de marketing.....	24
5.9.	3.7 Gestión y recursos de presupuesto.....	24
V.	PLAN DE PRODUCCION.....	25
VI.	PLAN DE ORGANIZACIÓN.....	39
VII.	PLAN FINANCIERO	44
7.1.	Fuentes de financiamiento	44
7.3.	Proyecciones financieras.....	44
7.4.	Presupuesto operativo.....	45
7.5.	Análisis del punto de equilibrio	49
7.6.	Estrategias de precio.....	51
7.7.	Gestión de capital de trabajo.....	52

VIII.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	53
IX.	BIBLIOGRAFÍAS	54
X.	ANEXO	55

RESUMEN EJECUTIVO

La idea de realizar estos postres es para dar a conocer productos innovadores que contribuyan a mejorar la economía de la comarca y así podernos expandir y contribuir en El desarrollo económico de el país y al mismo tiempo de la comarca en la que estará ubicada DELIJUMIS.

La micro empresa DELIJUMIS de La Palma chontales tiene como meta satisfacer la necesidad de un puesto o un lugar donde se oferten postres de calidad, ante la falta de estos, en el mercado local, surge esta iniciativa no sólo para crear un espacio para que nuestros clientes puedan disfrutar con sus familias si no también para que se lleven la dulce sensación de sabor de los postres con ellos. El plan se centra en ofertar tres productos, mini donitas, pie de limón y tres leches. Presentamos un análisis FODA en el que se identifican las fortalezas una de ellas mercado local con potencial de demanda, así como también las debilidades principalmente la ausencia de permisos, registros y licencias sanitarias, además las amenazas y oportunidades. También se muestran los procesos que se llevan a acabo para la realización de cada uno de los productos desde su materia prima hasta el producto terminado, también los objetivos a cumplir en la microempresa, la explicación de el logo y todo lo que define a DELIJUMIS, se aborda el estudio de mercado, las encuestas realizadas, los presupuestos y datos para llegar hasta los precios actuales, encontrar una manera de diferenciarnos en el mercado local con estrategias de marketing, nuestras etiquetas, datos presentes en ellas sobre calorías y demás información sobre lo que contienen los productos. Todo esto para promover el avance y desarrollo de la comarca La Palma brindando un lugar donde se oferten postres de calidad que sean un dulce al corazón.

I. GENERALIDADES DEL PROYECTO

1.1. SOLUCION

En la temporada de invierno, la producción de limón criollo puede llegar a ser hasta de 150,000 unidades por semana, esto según experiencias de Don Raúl entrevistado por la prensa Nicaragua, La finca El Limonal, ubicada en la comunidad Tupilapa, municipio de Jinotepe, Carazo, saca al mercado 70 mil unidades de limón criollo a la semana que son puestos en el mercado nacional a través de diversos supermercados del país.

Según los estudios del Ministerio Agropecuario, en Nicaragua existen un total de 154 mil 701 fincas dedicadas al ganado, de las cuales 121 mil 266 fincas se centran principalmente en la producción de leche. Estas fincas ordeñan en promedio 1.1 millones de vacas diariamente. En cuanto a la distribución de la producción, el 70% de la leche producida por estas familias se destina a la venta como leche fluida, generando un ingreso estimado en campo de 48 millones de córdobas. El restante 30% se utiliza para el consumo de las familias y para la elaboración de productos lácteos en las propias fincas.

En Nicaragua el cultivo de trigo es poco conocido, el grano del trigo Jupateco fue traído por el amigo canadiense de Don Gonzalo Mairena (padre) aproximadamente en el año 1950, el cual lo heredó a sus descendientes (hijos) los que conservan el trigo a la fecha. Sin embargo, se descubre, en la zona de la colmena municipio de La Concordia a partir del diagnóstico de semillas criollas y acriolladas, realizada por Avodec y aliados en el año 2011. El trigo se puede dividir en tres grandes grupos: trigos duros o Pani-cables, trigos suaves o galleteros y trigos cristalinos o semoleros y pasteleros (Financiera rural, 2010). Según la FAO. Los primeros pronósticos para la cosecha de trigo de 2013 apuntan a un aumento de la producción hasta los 690 millones de toneladas, un 4,3 por ciento más que en el 2012 (FAO, 2013). Nicaragua al no ser un país productor de trigo, lo importa y ha recibido ayuda alimentaria de otros países para cubrir el consumo interno.

Según lo presentado anteriormente Nicaragua consta con materia prima en abundancia para nuestros productos, nuestro propósito es la transformación de estas materias primas como lo son: los limones, la leche y la harina, dándoles un uso diferente a cada uno, en el caso de el limón es utilizado para frescos o comercialización en materia prima, DELIJUMIS lo utilizara como ingrediente principal de uno de los productos a elaborar (Pie de Limón). La leche es una de las materias primas en abundancia en Nicaragua, pero solamente es transformada y comercializada en productos como: (yogur, crema, cuajada, queso, quesillo, y para algunas bebidas). DELIUJUMIS tiene planteado utilizar gran parte para sus postres (tres leche y mini donas). En el caso de la harina de trigo es una materia prima no procesada en Nicaragua, pero si es exportada a nuestro país teniendo la necesaria para la fabricación de nuestros productos que la necesiten como materia prima (mini donitas) y como insumo (torta del tres leches).

1.2. Oportunidad de mercado

DELIJUMIS estará ubicado en La Palma Chontales, km 154 carretera Rama, dentro de las oportunidades de mercado tenemos el hecho de que seremos la primer micro empresa procesadora y comercializadora de postres, ya que en este lugar no existe competencia algún para nuestro negocio, teniendo en cuenta que además de ofertar nuestros productos a la comunidad, se ofertaran a los viajeros con rumbo a (Las Plazuelas, Rama, Juigalpa y demás destinos de viaje cercanos a nuestro local).

1.3. Propuesta de valor

DELIJUMIS será una microempresa dedicada al estado de ánimo de nuestros clientes, parece imposible pero realmente los postres pueden beneficiar tu salud si los consumes junto con una dieta equilibrada es decir, cuidando la cantidad que consumes, el incluir después de tus comidas un postre no solo se trata de cumplir un indulgencia en una dieta se trata de mantener tu salud física y mental al mismo nivel, De hecho, se hizo un estudio en el Centro de Olfato y Gusto de Chicago que, con sólo oler ciertos postres, se puede reducir los niveles de ansiedad y aumentar los de testosterona. También la vainilla, que funciona mu y bien para ambos sexos. DELIJUMIS ofertara no solo productos de calidad si no también productos que lleven a nuestros clientes un toque de alegría por medio de nuestros sabores dulces y deliciosos, constando con empaques característicos, llamativos, seguros y que los hagan únicos y diferentes para llamar la atención del cliente.

1.4. Ciclo del proyecto.

Para comenzar nuestra micro empresa contamos con una casa con espacio amplio, con equipos semi industriales para fabricar nuestros productos, materias primas a disponibilidad, varios puestos o pulperías en los que se pueden distribuir nuestros postres. Dentro de el plan de mejora tenemos el aprovechamiento de el espacio de frente de el local, se planea hacer kioscos para que nuestros clientes puedan estar cómodos en nuestro local, en el caso de los equipos y lugar de producción se piensa mejorar y ampliar para mayor producción y para mejorar calidad de nuestros productos teniendo equipos industriales para la fabricación de estos, en el caso de la materia prima se planea conseguir mejores precios.

II. MARCO LOGICO

2.1. Objetivos del proyecto

2.1.1. Objetivo general.

Establecer una microempresa de producción y comercialización de postres en la comarca de La Palma Chontales que satisfaga las necesidades de el mercado y contribuya el desarrollo económico local.

2.1.2. Objetivos específicos.

Valorar la posibilidad económica en la creación de una microempresa de postres (CAKEDU) mediante un estudio financiero, que muestre los márgenes de contribución de los indicadores financieros.

Definir la propuesta de valor de negocio mediante un proceso integral de desarrollo de plan de marketing, destacando los aspectos únicos y lo que nos diferenciara en el mercado.

2.2. Actividades del proyecto

Nuestra microempresa empezara a funcionar de la mano de nuestros pequeños aliados y distribuidores, es decir las pulperías y algunos negocios de la comarca de La Palma.

2.3. Tiempo

Cronograma de ejecución.

Resumimos las prácticas más importantes del proyecto, a cada una se le asignó una estrellita, en la cual especifica la fecha para su posterior ejecución.

- Primer año

N°	ACTIVIDAD	2025											
		Enero	Febre	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agost	Septie	Octub	Novie	Dicie
1	Idea del negocio		★										
2	Caracterización del proyecto					★							
3	Estudio de mercado						★						
4	Estudio técnico												
5	Estudio financiero						★						
6	Ejecución del proyecto											★	
7	Operación												

- SEGUNDO AÑO

N°	ACTIVIDAD	2026											
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiem	Octubre	Noviemb	Diciembr
1	Idea del negocio		★										
2	Caracterización del proyecto					★							
3	Estudio de mercado						★						
4	Estudio técnico												
5	Estudio financiero						★						
6	Ejecución del proyecto												
7	Operación												

• TERCER AÑO

N°	ACTIVIDAD	2027											
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
1	Idea del negocio		★										
2	Caracterización del proyecto					★							
3	Estudio de mercado						★						
4	Estudio técnico												
5	Estudio financiero						★						
6	Ejecución del proyecto												
7	Operación												

2.4. Indicadores

2.5. Medios de verificación

2.6. Resultados esperados

Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos/Resultados esperados.
<p>Fin</p> <p>Satisfacer las necesidades del mercado local y contribuir al desarrollo económico del municipio de la comarca la palma.</p>	<p>1. Generación de empleos</p> <p>2. Impulsar la economía local</p> <p>3. Ofrecer productos de calidad al consumidor</p>	<p>1. Nóminas de pagos y registros del INSS</p> <p>3. Certificación de BPM,</p> <p>Registro sanitario del Minsa.</p>	<p>1. Materia prima y insumos confiables.</p> <p>2. Aceptación del mercado</p>
<p>Propósito</p> <p>Establecer una microempresa de producción y comercialización de postres en la comarca La Palma, que satisfaga las necesidades del mercado y contribuya al desarrollo económico local.</p>	<p>1. Volumen de ventas mensuales.</p> <p>2. Impacto económico de la microempresa.</p> <p>3. Satisfacción del cliente</p>	<p>1. Registros de venta, estado resultado.</p> <p>2. Registro de mensual de la producción.</p> <p>3. Encuestas y observación directa</p>	<p>1. Acceso a infraestructura y servicios básicos</p> <p>2. Disponibilidad de mano de obra calificada</p> <p>3. Tecnología de punta</p> <p>4. Autosostenibilidad</p> <p>5 Estabilidad económica a largo plazo</p>
<p>Componentes / Resultados</p> <p>1. Seleccionar proveedores locales de materias primas , garantizando la calidad y disponibilidad constante</p>	<p>1. Cantidad de proveedores locales seleccionados y disponibilidad de materia prima por parte de los proveedores.</p>	<p>1. Certificación a través de auditorías e inspecciones por el MINSA.</p> <p>Registro de incidencia o accidentes laborales</p>	<p>1. Cumplimiento de los proveedores con la disponibilidad de materia prima.</p> <p>2. Capacitación al personal en BPM.</p>

<p>de insumos para la producción.</p> <p>2. Implementar procesos de producción eficientes y seguros que cumplan con los estándares sanitarios y de calidad requeridos.</p> <p>3. Desarrollar una estrategia de comercialización que incluya la distribución de productos, participando en ferias y proporcionando nuestros productos en línea.</p>	<p>2. Estándares sanitarios y de calidad. Índice de accidentes laborales.</p> <p>3. -Número de canales de ventas establecidos Participación en eventos y ferias locales.</p>	<p>y medidas de prevención tomadas. Informe de inspección de las instalaciones de producción.</p> <p>2. Registros de canales de venta Informe de participación.</p> <p>3. VAN (valor actual neto) TIR (tasa interna de retorno) RBC (relación beneficio/costo) TEMAR (tasa mínima de aceptación de rentabilidad) PRI (periodo de recuperación de la inversión).</p> <p>- Informes financieros sobre la inversión.</p>	<p>4. Estudio financieros realistas y datos confiables. Condiciones económicas y del mercado estables durante el periodo de estudio.</p>
--	--	---	--

<u>Actividades</u>			
1 investigación de mercado local para identificar demanda y preferencias del consumidor.	\$ 1500	1. Encuestas y observación directa	1. opinión favorable del cliente.
2. Adquisición de equipos y maquinaria necesarios para la producción.	\$ 20,000	2. cotizaciones de proveedores.	2. condiciones favorables de precios y garantía.
3. Acondicionamiento y adecuación de instalaciones para la producción y almacenamiento de productos.	\$ 5000	3. Presupuesto del maestro obra (cotización).	3. Ajustado al capital disponible para la construcción y mejora del local.
4. implementación de las operaciones unitarias para los procesos de elaboración de productos.		4. Contratos de trabajos	4. Ajustado a la ley 185 (Código laboral) y la de seguridad social (ley 539)
5. establecimiento de las normas de control de calidad e higiene durante el proceso de producción.	C\$ 3000	5. Diagramas de flujo y explicativo de los procesos de producción.	5. Claridad en el desarrollo de las operaciones unitarias de producción
		6. Facturas compras y comprobantes de pagos.	6. Soportes financieros
			7. incremento de las ventas.

<p>6. Diseño y adquisición de empaques, envases y etiquetas para los postres.</p> <p>7. Implementación de estrategias de comercialización y distribución de productos (puntos de venta, redes sociales, ferias locales, etc.).</p> <p>8. Monitoreo y evaluación continua del desempeño financiero y operativo del negocio.</p>		<p>7. Anuncios publicitarios en redes sociales y canales de televisión.</p> <p>8.. Balance general, estado resultado y flujo de caja.</p>	<p>8. valuación financiera.</p>
--	--	---	---------------------------------

III. PLAN DE NEGOCIO

PRECIO	PLAZA
<ul style="list-style-type: none"> • Precios accesibles • Precios fijos • Varios tamaños con diferentes precios que se adapten al alcance de su bolsillo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Canales de distribución virtual inicial son las redes sociales • Canal de distribución mediante entregas a domicilio. • Buena ubicación del local.
PRODUCTO	PROMOCION
<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de postres populares dependiendo de gustos. • Alto índice de calidad y sabores en todos los productos. • Personalización de postres. 	<ul style="list-style-type: none"> • Descuentos en un día determinado de la semana. • Descuentos especiales para cumpleaños. • Descuento por ser un cliente frecuente o compras al por mayor.
PUBLICIDAD	PRESENTACION
<ul style="list-style-type: none"> • Realización de publicidad por medio de las redes sociales actuales. • Asistencia a ferias o eventos para darse a conocer. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diversas presentaciones a libre opción por porciones o producto completo. • Empaque o envase adecuado dependiendo del postre.

IV. ESTUDIO DE MERCADO

La Micro empresa DELIJUMIS presenta diversas estrategias de marketing con la única finalidad de lograr que el cliente se sienta totalmente satisfecho con nuestros productos y servicios, además de fomentar un desenvolvimiento estratégico en el mercado, de esta manera se presentara a continuación el siguiente plan de marketing mix.

DELIJUMIS es una empresa que para iniciar sus operaciones debe tener un fuerte impacto positivo hacia el consumidor, específicamente uno de los factores más importantes es el logo, por lo tanto, este cumple con las condiciones o función de la empresa, sus colores y texturas cuidadosamente escogidos para ser llamativos y denotar que está dedicada a la realización y venta de postres.



Se busca posicionar estratégicamente la marca y sus derivados:

Marca "DELIJUMIS" este fue armado de los nombres de los tres propietarios de DELIJUMIS, agregando el deli por el sabor delicioso de nuestros postres, "JU" de Juana, "Mi" de Michelle y "S" Santos.

DELIJUMIS es una marca que se diferenciará no solo por su empaque sino también por los detalles incluidos en su empaque por la experiencia de día a día hemos notado que las personas siempre buscan lo innovador así que nos encargaremos que nuestros empaques estén basados siempre a la temporada ya sea día de las madres, navidad, año nuevo, San Valentín, siempre habrá algo una frase o un decorativo que lleven nuestros empaques por estas festividades.

Eslogan: *“un dulce al corazón”*. Se refiera a la alegría que nos transmite un sabor dulce y único queremos que nuestros sabores también sean reconocidos no solo nuestros empaques si no que nuestros sabores lleguen hasta donde esta lo más bonito de cada persona el corazón.

Identidad simbólica de la marca: Un corazón que representa la unión de equipo la misma que nos hará llegar a ustedes a través de nuestros sabores, una batidora manual esta refleja el inicio el principio de todo ya que cuando se da un paso a algo siempre comenzamos con máquinas manuales, así que esta refleja el inicio de DELIJUMIS y el giro de 360 grados que dará al ser una empresa reconocida al igual que las vueltas que damos a la batidora difícil doloroso pero con resultados exitosos y un postre sonriente animado así como nuestros clientes después de consumir nuestros deliciosos postres.

4.1. Análisis del mercado

La investigación de mercados es la herramienta para la identificación, acopio, análisis, difusión sistemática de la información de mercados con el fin de mejorar la toma de decisiones estratégicas.

La ubicación de una empresa productora y comercializadora, es clave para su desarrollo comercial, en tal sentido DELIJUMIS se encamina en:

4.2. Dirección



LA PALMA CHONTALES KM 154 CARRETERA RAMA, Nicaragua



Teléfono(s) +505 8926 8056



Cel/WhatsApp 5863-2569



E-mail Michelledelgadilloc@gmail.com

La Cooperativa como tal, es un referente en la localidad, que goza de reconocimiento de la población. He aquí la ubicación

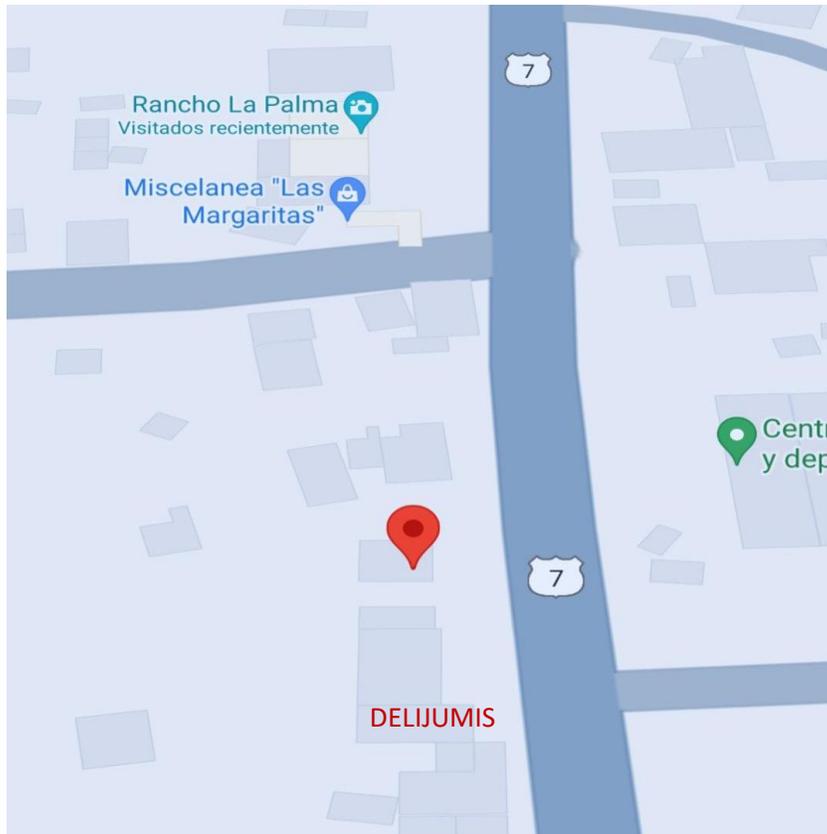


Imagen No. 1: Mapa de ubicación de la micro empresa DELIJUMIS. en La Palma.

Este mapa muestra la ubicación de nuestro local donde atenderemos a nuestros clientes.

En el lugar en el cual ofertaremos nuestros productos existen 7 pulperías en las cuales podremos ofertar nuestros productos, a pesar de que cuenta con una población un poco Reducida la ventaja que se tiene es que se cuenta con los pasantes o viajeros que van en las rutas de la plazuela y otros lugares aledaños los cuales se detienen en la mayoría de las pulperías a consumir.

DELIJUMIS tiene propuesto un amplio mercado ya que en estos lugares aledaños no existe una venta fija de postres como los nuestros ni de ningún otro, por lo tanto, será un bum para la población.

En cuanto a el pensamiento de la población estos en un 80% están de acuerdo en el consumo de postres y estarían dispuestos a pagar cierta cantidad por nuestros productos estando de acuerdo con los precios acordados por nuestra microempresa.

Conocer la situación que está dándose tanto a lo interno como externo de la micro empresa, es muy importante, por lo tanto, es necesario realizar un análisis FODA de la misma, el cual resultado como sigue:

Tabla No. 1 de el análisis FODA de DELIJUMIS

Fortalezas	Oportunidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. Buen lugar de inicio 2. Infraestructura propia 3. Mercado local con potencial de demanda 4. Disponibilidad de mano de obra capacitada 5. Varias ideas de productos nuevos 6. Contaremos con delivery. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Acuerdos comerciales con pulperías y negocios locales 2. Publicidad en línea (redes sociales) 3. Establecimiento de una tienda local 4. Participación en mercados campesinos
Debilidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Recursos económicos limitados 2. Ausencia de permisos, registros y Licencia sanitarias 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de financiamiento 2. Pocas ventas en el mercado local ya que es una comunidad pequeña 3. Tener alguna nueva Competencia en el punto de venta

<ol style="list-style-type: none">3. Reducido personal para delivery y algunas más actividades4. Limitados equipos y maquinaria adecúan5. No contar con vehículos para movilizarnos a comarcas cercanas.	
--	--

5.3. Análisis de la competencia

En la comarca La palma chontal no se presenta competencia para nuestros productos, ya que solo se cuenta con algunos restaurantes pequeños y pulperías en las cuales no se ofertan postres hasta el día de hoy.

5.4. Identificación de clientes potenciales

Por medio de las encuestas aplicadas en el lugar de comercio se recolecto la siguiente información, los productos de DELIJUMIS estarán dirigidos a la población en general siendo aptos para el consumo de 2 años de edad hasta los 50 años. Pero definiendo a clientes potenciales niños y jóvenes que es más alta la probabilidad de que consuman un postre.

5.5. Evaluación de demanda

Para crear la microempresa DELIJUMIS. dedicada a la comercialización de tres de postres, mini donitas, tres leches, pie de limón, se basó en un estudio de campo donde se recopilo información de fuentes primarias.

Según (Gabriel, 2010), Las fuentes primarias de información están constituidas por el propio usuario o consumidor del producto, de manera que para obtener información de él es necesario entrar en contacto directo.

La fórmula para calcular el número de encuestas es la siguiente:

N = población total

Z = distribución normalizada. Si $Z = 1.96$ el porcentaje de confiabilidad es de 95%

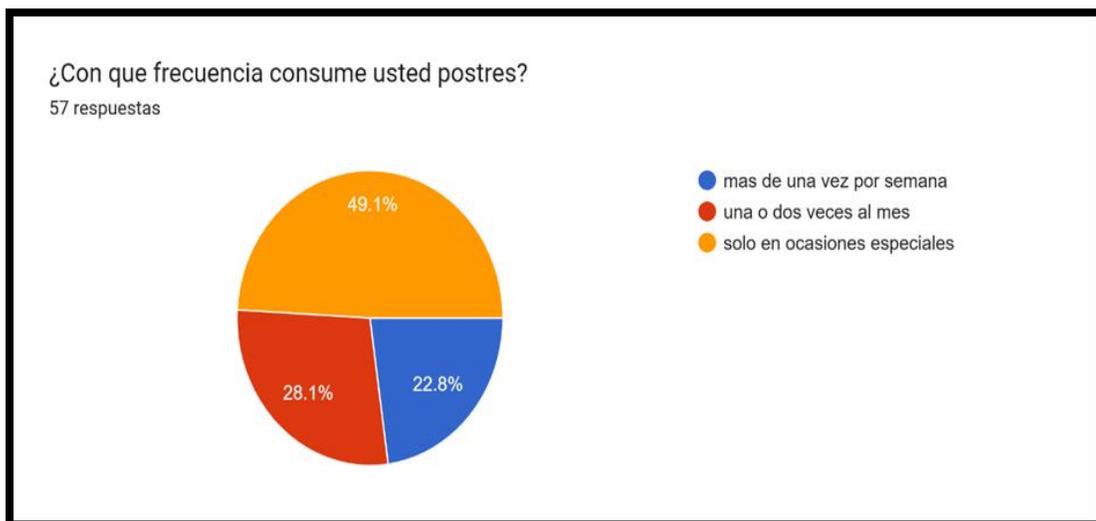
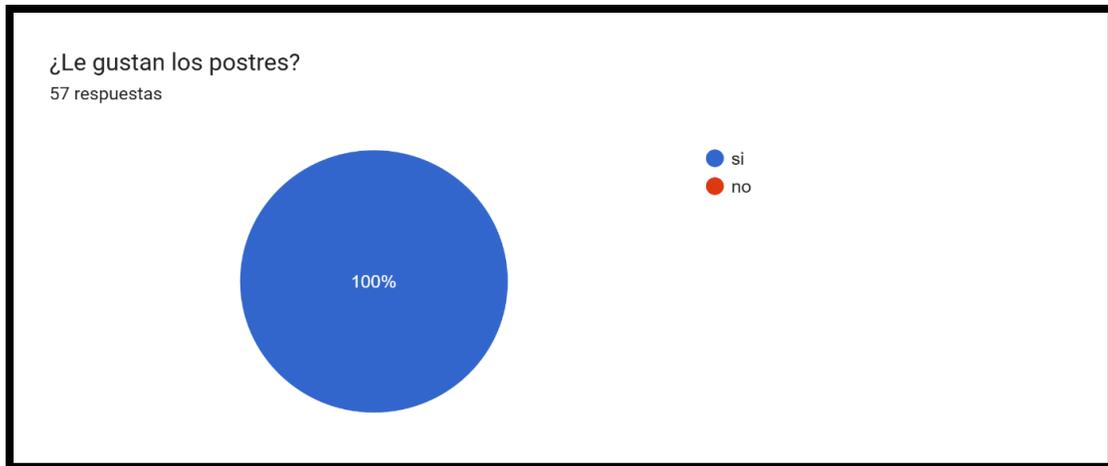
p = proporción de aceptación deseada para el producto. (utilizaremos 80%)

q = proporción de rechazo. (utilizaremos 20%)

E = porcentaje deseado de error (5%)

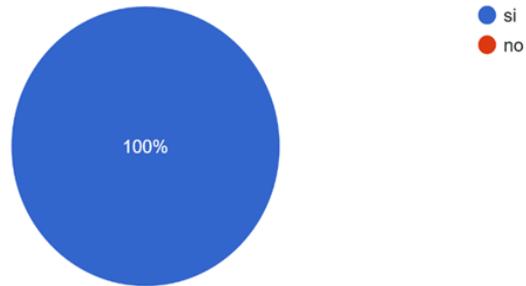
La población total no se refiere a la de un país, estado o municipio. Se refiere a la población que en teoría podría ser encuestada. Para la comarca la palma que cuenta con 2500 habitantes se llegará a entrevistar a 300 personas.

La demanda potencial de la microempresa DELIJUMIS, se consideró tomando como dato los resultados de la encuesta compuesta por 6 interrogantes, que se aplicó a una muestra de 300 habitantes de una población total de 2500 personas residentes de La Palma. La recolección de datos, se realizó utilizando el muestreo aleatorio simple, ya que se eligieron los abordados al azar, encuestando en diversos sectores de dicha comarca. Alcanzando resultado como



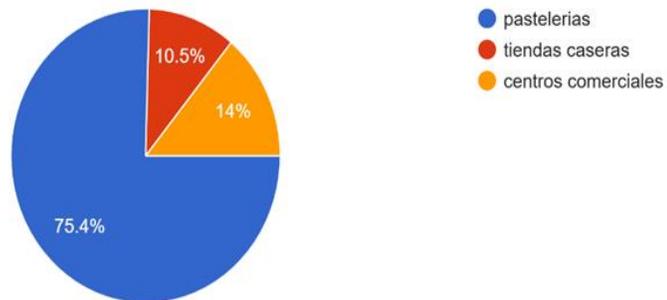
¿Si le vendo un postre en este momento usted me lo compraría ?

57 respuestas



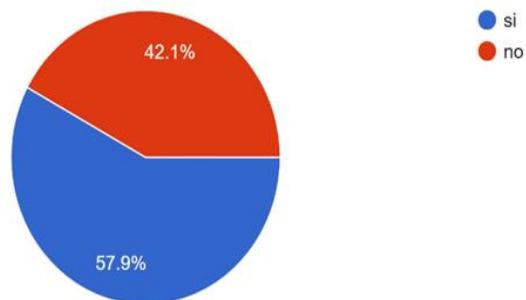
¿En donde suele comprar postres?

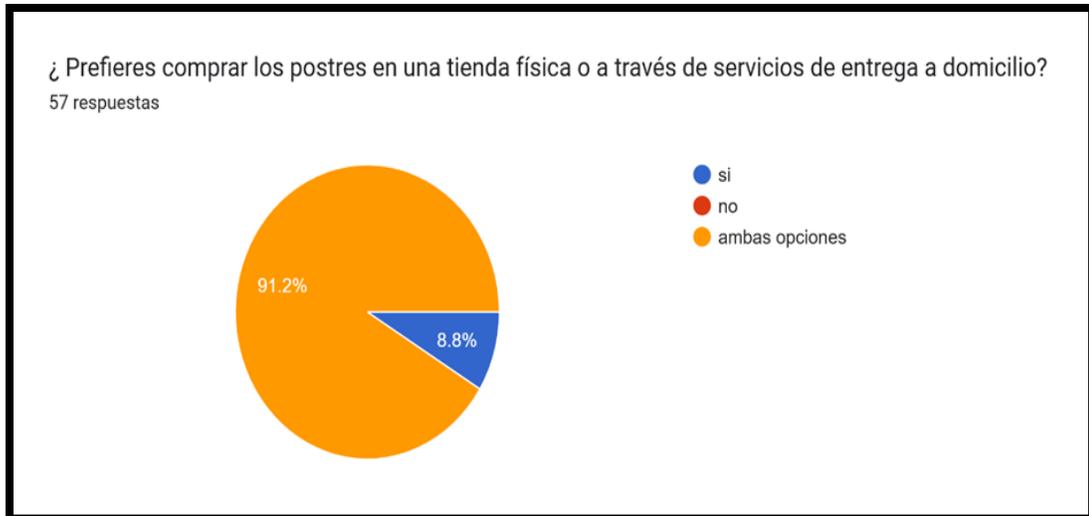
57 respuestas



¿si se establece un negocio de venta de postres en la comarca la Palma usted iría a comprar?

57 respuestas





5.6. Análisis de precio

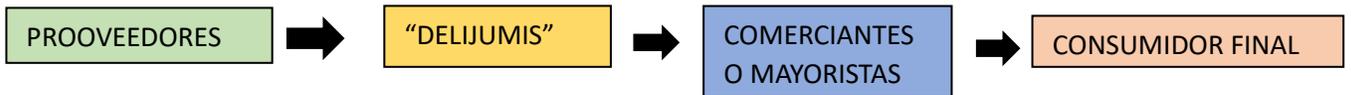
Según el presupuesto realizado nuestros precios en el mercado serán los siguientes:

Productos	Precios
Mini donitas (paq. 8 unid)	C\$ 60
Pie de limón 6onz	C\$ 90
Tres leches 6 onz	C\$ 90

5.7. Canal de distribución

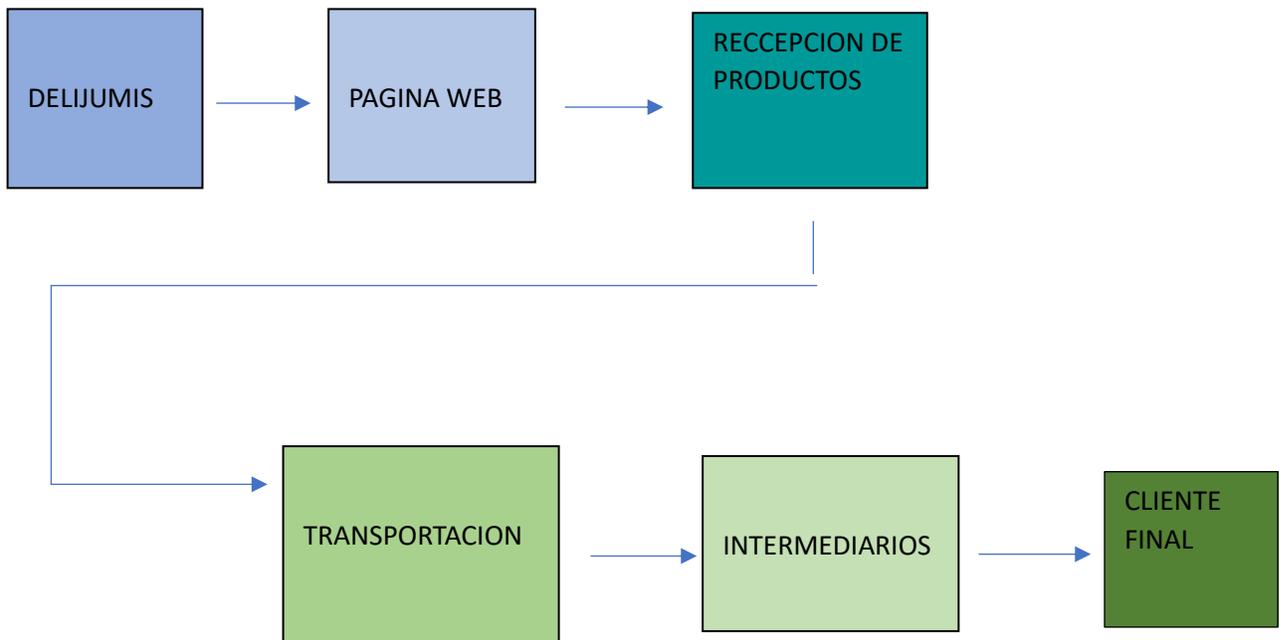
En lo que respecta a canales de distribución la empresa “DELIJUMIS” está comenzando con sus operaciones, por lo tanto, se opta un canal de distribución directo, en un futuro se podrían tomar otras formas más sofisticadas, de momento el siguiente flujograma refleja el canal de distribución que se cuenta.

Canal de Distribución Directo



Por lo que un flujograma de canales de distribución y comunicación para la empresa “DELIJUMIS” muestra de forma más detallada y específica el proceso. A continuación, el siguiente gráfico:

Canal de Distribución Indirecto



5.8. Estrategias de marketing

- Aumentar variedad de nuestros productos.
- Llevar a la población productos únicos para sus actividades y fiestas.
- Para la primera estrategia de marketing, las tácticas serán las siguientes:
- Establecer puntos de ventas de nuestros postres en cada pulpería de La Palma Chontales para así dar a conocer nuestros productos a la población.
- Colocar rotulo en el punto de venta, para orientar a la clientela de forma adecuada.
- Se elaborarán tres tipos de postres que se dispondrán a la venta y se presentara una cierta cantidad como panitas y vasos, para que los presentes los puedan degustar y a la vez, hagan sus pedidos o comprar. Hacer una breve reseña de la cooperativa y de la nueva iniciativa, el propósito que se persigue es ofertar los productos que se estarán elaborando.
- Para comenzar se elaborarán 3 postres a los cuales se le harán:
- Se levantarán pedidos para así realizar nuestros productos con la garantía que serán entregados y vendidos todos.
- Se ofertarán nuestros productos en redes sociales y realizaremos videos llamativos desde la creación de nuestros productos hasta un producto terminado para llamar la atención de nuestros clientes.
- Estas estrategias buscan posicionar el producto en la mente del consumidor, de manera que al escuchar la palabra DELIJUMIS, piensen en nuestros productos en nuestra narración en nuestras presentaciones y sabores únicos, a la vez queremos aumentar nuestro mercado y ser una marca reconocida.

5.9. 3.7 Gestión y recursos de presupuesto.

La micro empresa DELIJUMIS ya contando con un arranque para el local al que se le deben hacer algunos ajustes en su infraestructura para dar inicio a nuestra producción, ya tomando en cuenta que se tiene lo primordial llegamos a el siguiente total de presupuesto \$ 10,283.71 incluyendo en estas maquinarias, equipos, utensilios, materia prima, insumos, productos de limpieza, cambios de infraestructura, papelería y otros gastos.

V. PLAN DE PRODUCCION

Mini donitas

Proceso de producción:

Proceso de producción de las mini donas.

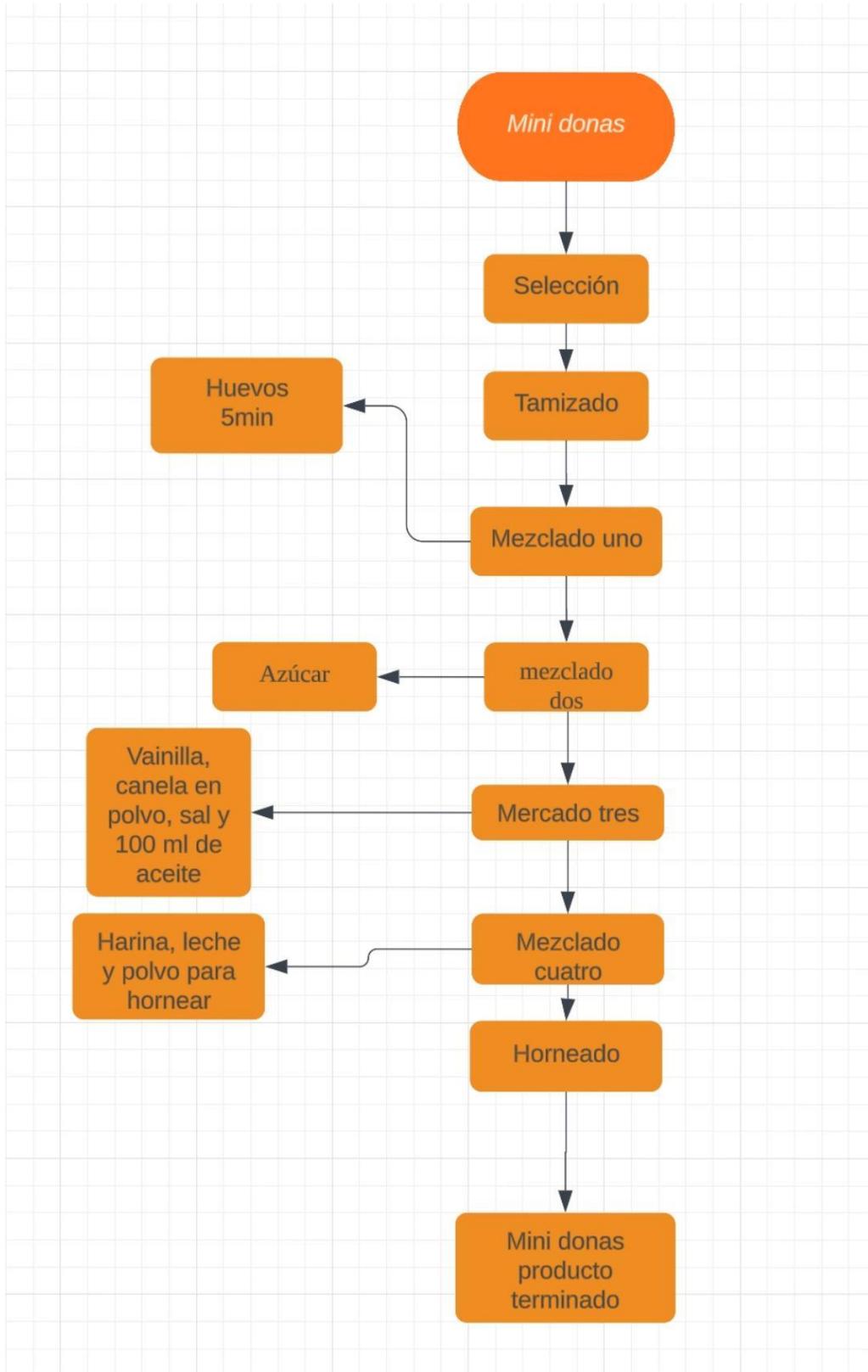
Ingredientes

- 3 Huevos
- 280 gr de azúcar
- 1ml de esencia de Vainilla
- 3gr de canela en polvo
- 3gr de sal
- 100 ml de aceite
- 700 gr de harina
- 500 ml de leche
- $\frac{1}{4}$ de polvo para hornear

Proceso

- Mezclamos los 3 huevos hasta obtener una consistencia de espuma, esto durante cinco minutos.
- Luego llega el momento de incorporar la azúcar y continuamos mezclando.
- Añadimos la esencia de vainilla, canela en polvo, sal, y los 100 ml de aceite y mezclamos todo muy bien hasta que todo incorpore.
- En este momento vamos incorporando poco a poco harina, leche y el polvo para hornear, agregando la harina y la leche poco a poco para evitar grumos, luego de incorporar todo completamente al obtener una mezcla fluida pasamos a un recipiente con el que aplicaremos la cantidad suficiente a cada espacio de la máquina.

- Diagrama de flujo mini donas



- Cosas importantes que debes saber de las mini donas

El negocio de las mini donas puede ser una opción interesante para los emprendedores que buscan entrar en el mercado de los alimentos y la restauración. Las mini donas son una versión más pequeña y fácil de comer de las tradicionales donas, lo que las hace ideales para eventos y para comer como un bocadillo rápido.

Por su contenido elevado de azúcar, podría aumentar los niveles de serotonina, dopamina y adrenalina en tu cerebro, lo cual te ayudaría a reducir la carga de estrés o depresión en caso de que te sientas triste.

- Características

Las mini donas son la versión pequeña de una dona en su originalidad estas tienen 5.2 cm de diámetro que es la medida a las que la hace la máquina.

Tienen un sabor dulce y pueden ser de sabores y colores variados.

Pie de limón

Algunos de sus beneficios son ;

- Contiene vitamina C, un gran antioxidante.
- El limón favorece la salud de la piel, los huesos y el tejido conectivo.
- Promueve la curación y ayuda a absorber el hierro, de acuerdo con la Biblioteca Nacional de Medicina de los E.U.

Proceso de producción pie de limón

Ingredientes

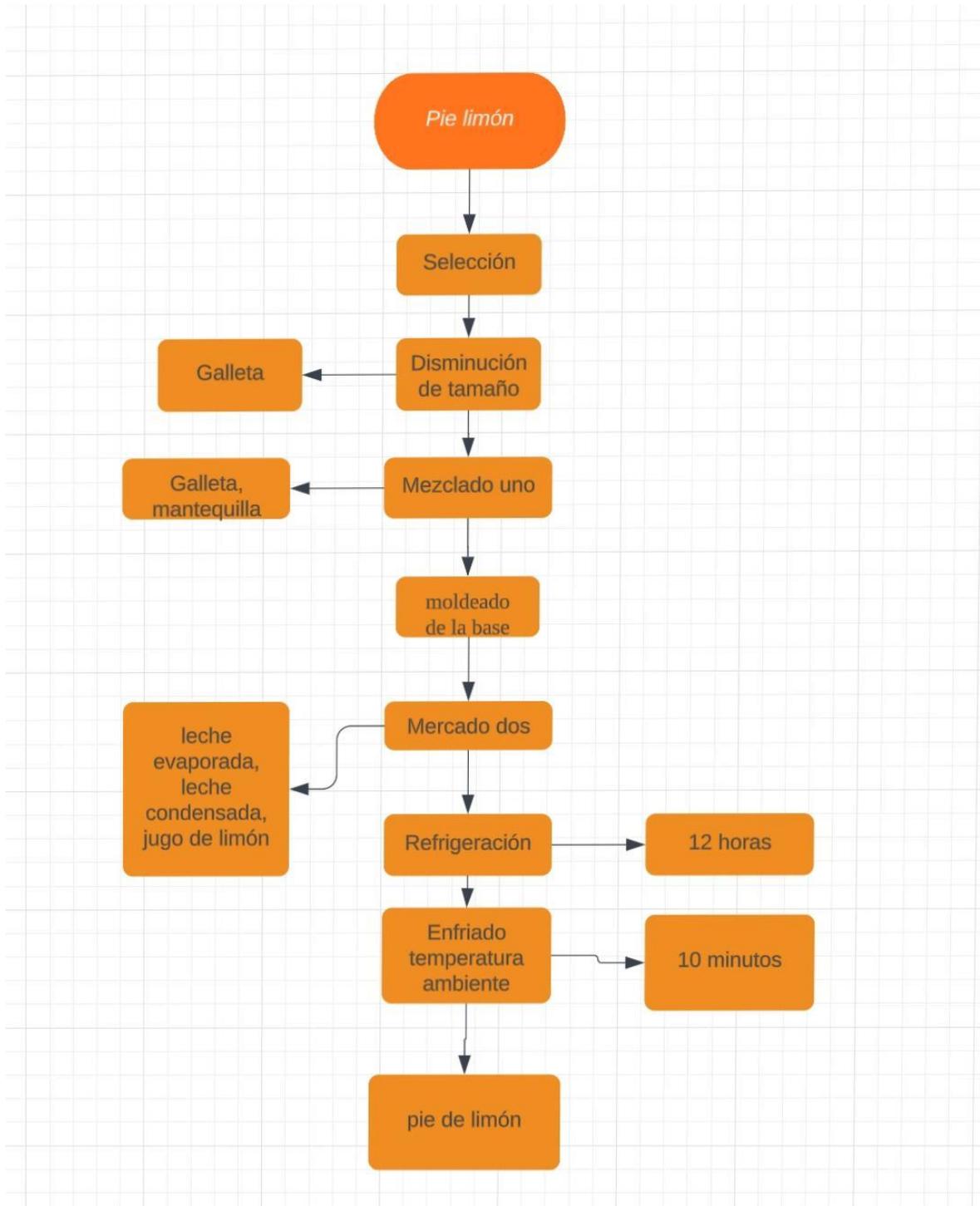
- 2 paquetes de Galleta dulce
- 315 g Leche evaporada
- 315 g Leche condensada
- 180 ml de Jugo de limón
- 120 g Mantequilla

Proceso para elaborar el pai de limón

- Selección: esta es la parte en la que seleccionamos los materiales a utilizar supervisando que cada uno se encuentre en perfecto estado.
- Disminución de tamaño: es triturar las galletas dulces hasta obtener una consistencia de polvo para así poder moldear la base.
- Mezclado Uno: añadimos al polvo de galletas, la mezcla de 200ml de mantequilla para poder formar la base de el pie de limón
- Moldeado de la base : ocupamos la forma de otro recipiente para darle la forma a nuestra base en este caso una forma circular estilo pana
- Mezclado dos : creamos la crema que será el relleno de nuestro pie de limón, esta mezcla incluye la leche condensada , la leche evaporada y el jugo de limón.

- Refrigeración: luego de tener armado nuestro pie de limón procedemos a refrigerar durante 12 horas
- Enfriado: este se da a temperatura ambiente durante 10 minutos que es osra que nuestra crema se ponga in poco más blanda y cremosa.
- Pie de limón

- Diagrama de flujo del Pie de limón



Tres leches

Es un postre popular en México, Nicaragua, Venezuela, Panamá, Colombia, Perú, Bolivia, Chile, Ecuador, Costa Rica, Puerto Rico, República Dominicana, y demás países de América Central como El Salvador, Honduras entre otros países de América Latina, pero también en Albania.

Consiste en un bizcocho bañado con tres tipos de leche: leche evaporada, crema de leche y leche condensada, que le dan su nombre. Suele acompañarse con un merengue de claras de huevo y con cerezas al marraschino y espolvoreado con canela en polvo. Usualmente la receta no lleva mantequilla y por eso tiene una textura esponjosa.

La decoración puede variar dependiendo de la región o del gusto del comensal. Se puede utilizar fondant, chantilly o merengue.

Puede prepararse de diferentes maneras, por ejemplo se puede agregar chocolate a la decoración o bien agregar dulce de leche (cajeta/manjar/arequipe), o alguna bebida alcohólica (ron, brandy, anís, etc.) a la mezcla de las tres leches.

Proceso para la producción de tres leches.

Ingredientes para la torta

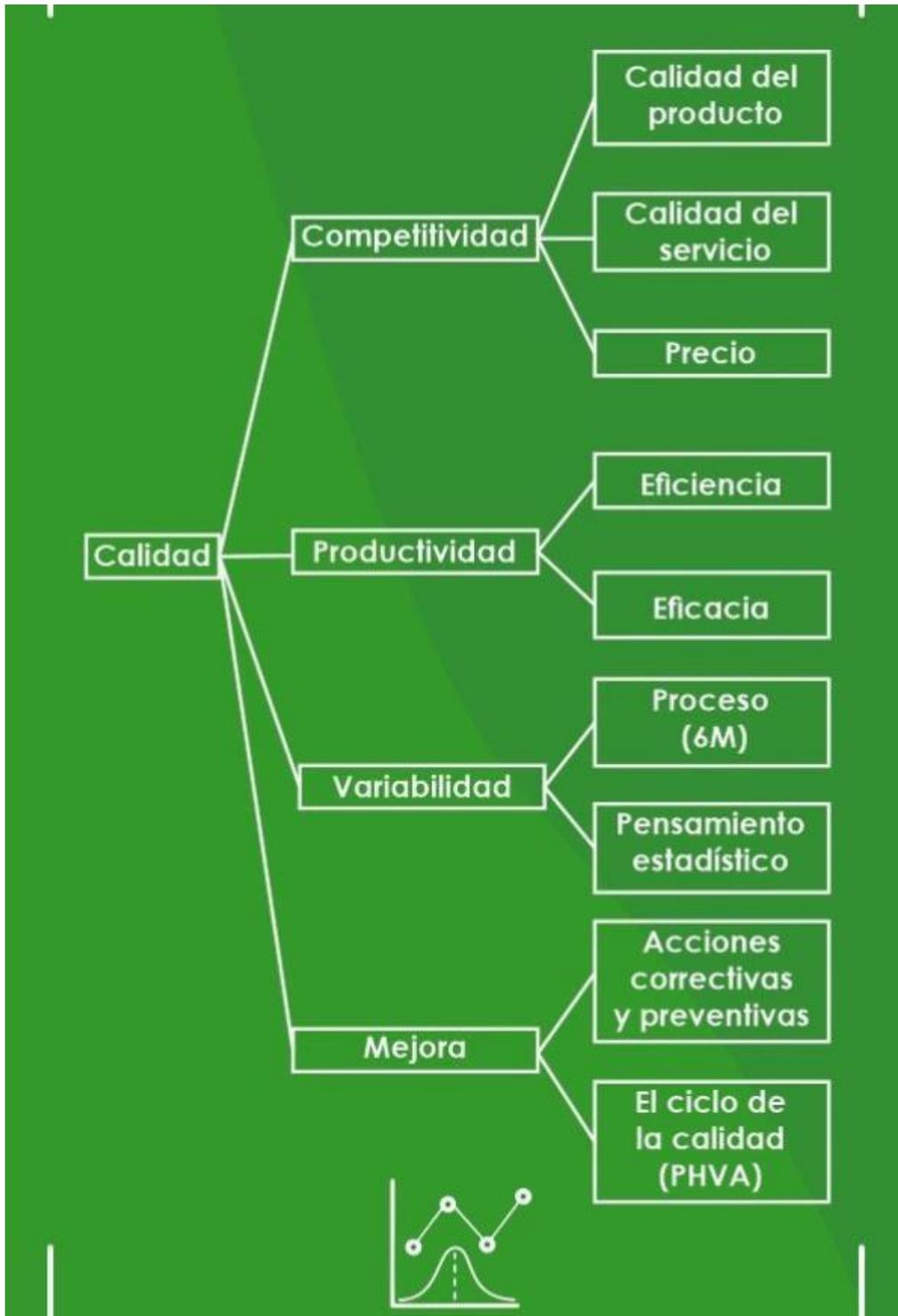
- 500 gr de harina
- 430 gr de azúcar
- 430 gr de huevo
- 439 gr de Margarina
- 10 gr de polvo de hornear
- 75 gr de agua helada
- 39gr de esencia de Vainilla.

Ingredientes para el tres leches

Capacidad de producción: Nuestra micro empresa por medio de la tabla siguiente les brindará información sobre nuestra capacidad de producción.

Productos	Cantidad por día	Cantidad mensual
Mini donas	100	3000
Pai de limón	8	1920
Tres leches	8	1920

Control de calidad: Con respecto al control de calidad de nuestros productos ejecutaremos los siguientes:



Competitividad: la competitividad se define como la capacidad de una empresa de crear e implementar estrategias competitivas y mantener o aumentar su cuota de mercado de manera sostenible.

Calidad de el producto: debido a que nuestros productos serán realizados a base de un mismo orden de procesos, bajo una igualdad de insumos, obtendremos la misma calidad siempre.

Calidad de el servicio: nuestros clientes serán atendidos de la mejor manera y con la mayor amabilidad posible, dándonos a conocer por nuestro ambiente amigable y acogedor.

Precio: nuestros precios estarán adaptados al bolsillo de el cliente y de igual manera a las ganancias de la micro empresa y se tratará de tener precios estables, pero esto dependerá de los costos de nuestra materia prima.

Productividad: se define como capacidad de llevar a cabo las tareas laborales maximizando la eficiencia, orientando las acciones hacia la excelencia en términos de calidad y priorizando la innovación.

Eficiencia: buscamos de nuestro personal, así como de nuestros proveedores la disponibilidad y el control sobre nuestros procesos para que podamos llevarse todo bajo un mismo orden y para que la materia prima nunca sea escasa para nuestros productos mucho menos con precios elevados.

Eficacia: pretendemos hacer conciencia en nuestros trabajadores que depende de todo su esfuerzo el que nuestra microempresa sea reconocida ya que iniciaremos los socios trabajando para hacerla crecer y dado el tiempo se ingresará nuevo personal buscaremos en nuestro personal la misma dedicación que como socios aportamos a la microempresa.

Variabilidad: se refiere a las fluctuaciones y cambios en las operaciones de una empresa, como las ventas, la producción y los gastos.

- Proceso (6M)



Pensamiento estadístico : apoyo para todo nuestro trabajo ocurra en un sistema de procesos interconectados, donde la variación exista pero se pueda reducir.

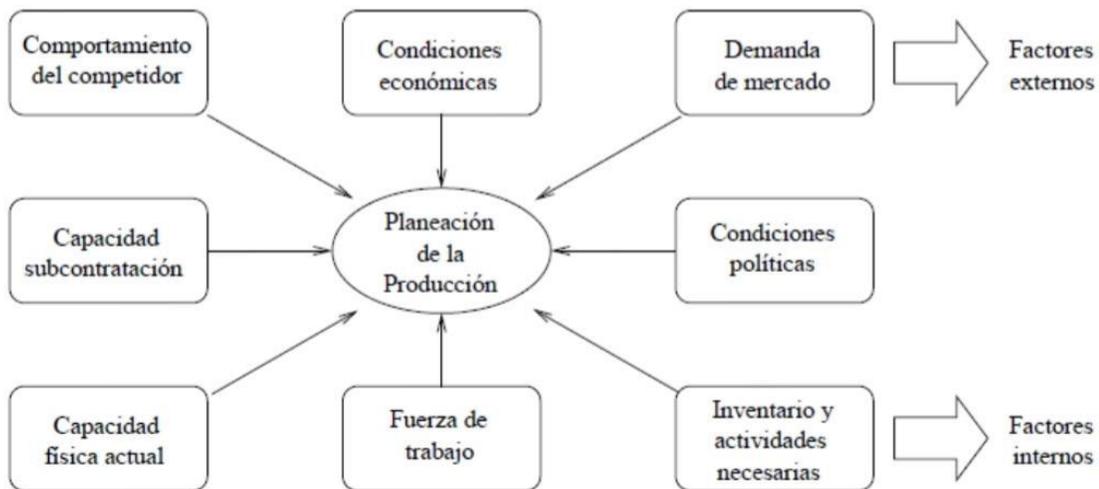
Mejora : es una práctica de gestión para que la empresa pueda mejorar constantemente sus procesos y así ser más eficiente y tener un mejor rendimiento.

Acciones correctivas y preventivas : al detectar algún problema o conformidad poder aplicar la mejora continua al igual que poder detectar la causa de este se puede encontrar una manera de prevenir o eliminar esta dicha acción .

El ciclo de la calidad: se basará en planificar es decir definir metas y métodos para lograr los objetivos. Hacer, implementar los procesos en base a las actividades planificadas. Verificar, observar los resultados de las tareas ejecutadas y hacer ajustes si son necesarios. Actuar, tomar acciones para mejorar continuamente el desempeño de los procesos.

- Planificación de la producción

La Planificación de producción son los diversos métodos que se utilizan para sacar adelante la producción en una compañía o industria. Analizando los recursos



Requeridos de materiales y capacidad de producción, para servir las necesidades de los clientes.

La programación lineal es un método de optimización matemático que permite obtener un adecuado plan de producción que minimiza un conjunto de costos (mano de obra, materiales, inventarios, mantenimiento, producción, etc.) sujeto a restricciones de capacidad de planta y disponibilidad de recursos de producción.

Flexibilidad y escalabilidad

La escalabilidad impulsa el crecimiento, mientras que la flexibilidad garantiza la supervivencia en un panorama dinámico. Al comprender estos matices e implementar estrategias inteligentes, las nuevas empresas pueden maximizar la eficiencia y prosperar en su modelo de costo por proyecto.

DELIJUMIS tomara en cuenta lo siguiente para tener una microempresa con escalabilidad y flexibilidad:

Responder a las nuevas tendencias del mercado: La capacidad de lanzar nuevos productos o servicios de forma rápida y eficiente puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso. DELIJUMIS tiene como objetivo mejorar nuestros postres según las tendencias ya sea en empaque, decoraciones o publicidades de redes.

Adaptarse a las necesidades cambiantes de los clientes: Los clientes son cada vez más exigentes y demandan experiencias personalizadas. Las empresas que no se adaptan a estas necesidades corren el riesgo de perder clientes. DELIJUMIS al tener en cuenta que la gama de variedad de postres es muy larga tiene planeado alargar con el tiempo su lista o menú.

Aprovechar las nuevas tecnologías: Las nuevas tecnologías pueden brindar a las empresas una ventaja competitiva significativa. Sin embargo, es importante contar con la infraestructura y la capacidad para implementarlas de forma efectiva. Cambiarnos de un negocio artesanal a Semi industrial y por último llegar a ser procesos y productos industriales.

VI. PLAN DE ORGANIZACIÓN

- ESTRUCTURA ORGANIZATIVA



- DESCRIPCIONES DE PUESTOS
- SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL
- DESARROLLO DE CAPACIDADES

Nombre del puesto:	Producción
Objetivo del puesto:	Sus actividades consisten en darla a conocer, mejorar la oferta, aumentar las ventas y utilidades, optimizar recursos y, sobre todo, hacer que los clientes sean leales al producto o servicio.
Principales funciones del puesto:	<ul style="list-style-type: none"> • Fabricación de producto finales • Establecer metas, estándares de calidad y servicio. • Mantener una comunicación constante entre socios. • Inventariar los bienes del negocio y solicitar el reabastecimiento de insumos. • Garantizar materia prima de calidad. • Garantizar el cumplimiento de los procedimientos de seguridad alimentaria (BPM).
Relaciones de trabajo:	Interno: Todo el personal, inversionistas. Externo: Proveedores
Nivel académico requerido:	Técnico superior Agro industria
Experiencia profesional:	Mínima de 2 años en cargos a fines
Destrezas técnicas y/o conocimientos especiales:	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de toma de decisiones • Conocimiento en técnicas de negociación • Capacidad de trabajo en equipo • Capacidad para trabajar bajo presión • Capacidad de trabajo en equipo • Facilidad verbal para dialogar

Nombre del puesto:	Marketing
Objetivo del puesto:	Su función principal es manejar y coordinar estrategias de venta. Además, debe obtener ganancias al mismo tiempo de satisfacer los requerimientos y necesidades del cliente.
Principales funciones del puesto:	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación de mercados • Evaluación de la competencia • Planeación de estrategias de marketing • Implementación de los planes • Promoción de ventas • Comunicación con el mercado • Evaluación de la recepción del público • Desarrollo de pronósticos • Comunicación interna y externa • Investigación y adopción de nuevas tendencias • Colaboración en el proceso de marketing
Relaciones de trabajo:	Interno: Gerencia
Nivel académico requerido:	Licenciatura en Marketing
Experiencia profesional:	Experiencia mínima de 1 años en trabajos iguales o similares
Destrezas técnicas y/o conocimientos especiales:	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajo en equipo. - Uso de redes sociales. - Aptitud analítica. - Buena comunicación. - Creatividad. - Redacción de textos. - Liderazgo

Nombre del puesto:	finanza
Objetivo del puesto:	Su función es cobrar al cliente por cada producto que se venda , y presentar informes de las ventas realizadas a diario.
Principales funciones del puesto:	<ul style="list-style-type: none"> - Acondicionar las mesas de manera adecuada. <ul style="list-style-type: none"> - Verificar la limpieza de los envases para el consumo del cliente. - Mantener un inventario de los productos con mayor demanda. - Tener un informe semanal de los productos que tienen stock mínimo y que requieren de un nuevo pedido. - Brindar información y una buena atención al cliente en el caso de que el mismo requiera ayuda. - Recibir la mercadería del almacén debidamente contada, e ingresa al sistema contable. - Realizar informes sobre cualquier novedad tanto en la recepción. - Llevar un kárdex por productos el mismo que debe coincidir con las unidades físicas o en existencia. - Tener un informe semanal de los productos que llegan, su calidad, fecha de vencimiento, y toda información que permita presentar un producto fresco y de buena calidad al consumidor. - Hacer limpieza del local de bodega y ordenarla.
Relaciones de trabajo	Interno: Todo el personal Externo: Clientes
Nivel académico Requerido	Bachiller
Experiencia profesional	No indispensable
Destrezas técnicas y/o Conocimientos especiales:	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Manejo de Inventarios ➤ Capacidad para trabajar bajo presión ➤ Capacidad de trabajo en equipo

Nombre del puesto:	Recursos humanos
Objetivo del puesto:	Suya es la tarea de formalizar los contratos de trabajo, tramitar las nóminas y seguros sociales de los empleados, así como cerciorarse de que se respetan los derechos de los trabajadores y que estos cumplen con sus deberes.
Principales funciones del puesto:	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño y análisis de puestos de trabajo - Contratación y selección de empleados - Compensación y beneficios - Formación y desarrollo de empleados - Gestión de el rendimiento de los empleados - Relaciones laborales - Compromiso de los empleados y comunicación - Normas de salud y seguridad -
Relaciones de trabajo	Interno: Todo el personal Externo: Clientes
Nivel académico Requerido	Bachiller
Experiencia profesional	No indispensable
Destrezas técnicas y/o Conocimientos especiales:	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Buena comunicación ➤ Negociación y persuasión ➤ Pensamiento crítico ➤ Capacidad de trabajo en equipo ➤ Identificar y resolver conflictos de forma rápida

VII. PLAN FINANCIERO

7.1. Fuentes de financiamiento

Nuestra pequeña micro empresa ubicada en km 154 carretera El Rama constará con 3 inversionistas o aliados para el financiamiento de este aparte del capital principal que será dado por los siguientes individuos

Inversionistas	Monto	Capital de la empresa
Marvin Espinoza López		C\$ 40,000
Roberto Delgadillo Montenegro		
Erlinda Méndez		
Monto total:		

7.2. iniciadores de esta microempresa

7.3. Proyecciones financieras

Una proyección financiera es un análisis que te permite calcular —desde el punto de vista financiero y contable— cuál será el desenvolvimiento de tu empresa o negocio en un futuro determinado. De esta manera, podrás anticipar las eventuales utilidades o pérdidas del proyecto.

No.	Descripción	Unidad medida	Cantidad	Valor x porción	Ventas mensuales	Ventas anuales
1	Pie de limón	Porción	1,920	U\$2.43	U\$4,665.60	U\$55,987
2	Mini donitas	Unidad	600	U\$1.62	U\$972.00	U\$11,664
3	Tres leches	Porción	1,920	U\$2.43	U\$4,665.60	U\$55,987
	Totales				U\$10,303.20	U\$4123,638

7.4. Presupuesto operativo

Un presupuesto operativo es una herramienta financiera utilizada por las empresas para calcular y controlar sus gastos e ingresos a corto plazo, generalmente para el período de un año fiscal.

informacion General		Salario base	Neto a recibir	Deducciones laborales			Prestaciones Sociales		Obligaciones laborales	
N°	Puesto/Cargos	Salario Base	Ingresos Totales	INSS	IR	Salario a recibir	Vacaciones	Aguinaldo	Inatec	INSS PATRON
1	Gerente General	C\$ 7,200.00	C\$ 7,200.00	C\$ 504.00	C\$ 0.00	C\$ 6,696.00	C\$ 600.00	C\$ 600.00	C\$ 144.00	C\$ 1,656.00
2	Vendedor/Cajero	C\$ 6,027.72	C\$ 6,027.72	C\$ 421.94	C\$ 0.00	C\$ 5,605.78	C\$ 502.31	C\$ 502.31	C\$ 120.55	C\$ 1,386.38
3	Repostera	C\$ 6,027.72	C\$ 6,027.72	C\$ 421.94	C\$ 0.00	C\$ 5,605.78	C\$ 502.31	C\$ 502.31	C\$ 120.55	C\$ 1,386.38
Total	C\$ 19,255.44		C\$ 19,255.44	C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 17,907.56	C\$ 1,604.62	C\$ 1,604.62	C\$ 385.11	4428.7512
U\$	C\$520.42									

Tabla de nomina de empleados

Descripción	Cantidad	Unidad de Medida	Costo Unitario	Costo Total mes	Costo total año
Energía (Kw/mes)	133.12	Kw/mes	0.13	17.31	U\$207.67
Agua potable	17.5	M3/mes	0.25	4.38	U\$52.50
Casa claro (internet, celular)	1	Global	19.34	19.34	U\$232.08
Total					U\$492.25

Tabla de costos de servicios básicos

Presupuesto del pie de limón

No.	Descripción	Unidad de media	Cantidad	Precio	Costo total
1	Galleta maría o dulce	Paquetes	496	25	U\$ 336
2	Envase (panita)	6 onzas	496	3	U\$41
3	Limonos	Docena	52	55	U\$77.29
4	Leche evaporada	375 ml	248	75	U\$ 502.70
5	Leche condensada	375 ml	248	94	U\$630.05
6	Mantequilla	90g	248	12	U\$80.43
	Total			U\$	U\$1665.83,00

Presupuesto de mini donas

No.	Descripción	Unidad de media	Cantidad	Precio	Costo total
1	Harina	Lb	8	140	U\$30.27
6	Leche Condensada	MI(375)	496	94	U\$1260.10
7	Leche Evaporada	MI(375)	496	75	U\$1005.40
8	Crema de Leche	MI	248	60	U\$402.16
9	Leche entera	Ltrs	124	26	U\$87.13
10	Margarina	Gr(90)	248	12	U\$80.43
11	Crema Chantilly	Gr(124	150	U\$502.70
	Total				U\$3368.13

Presupuesto del tres leches

No.	Descripción	Unidad de media	Cantidad	Precio	Costo total
1	Harina	Lb	31	21	U\$17.59
2	Azúcar	Lb	31	13	U\$10.89
3	Leche	Litro	16	26	U\$11.24
4	Huevo	Unidad	62	190	U\$10.70
5	Canela molida	Gr	62	78	U\$2.10
6	Vainilla	MI	62	15	U\$0.40
7	Sal	Gr	62	5	U\$0.13
8	Polvo de Hornear	Gr	124	45	U\$1.21
M9	Aceite	Litro	3	65	U\$5.27
10	Margarina	Gr	31	12	U\$10.05
11	Colorantes comestibles	Gr	80	5	U\$10.81
	Total			U\$	U\$80.43

Otros costos

No.	Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Precio	Costo total
1	Etiquetas	Hoja	1767	5	U\$238.78
2	Envases (Vasos)	6 onzas	3534	3	U\$286.54
3	Envases (vasos)	7 onzas	3534	4	U\$382.05
4	Libros de actas	Unidad	1	240	U\$6.48
5	Lápices	Unidad	6	10	U\$1.62
6	Bolsas gabachas	Paquete	100	95	U\$2.56
7	Cucharas	Paquete	295	15	U\$119.59
8	Servilletas	Paquete	3	20	U\$1.62
9	Otros gastos	-	-	-	U\$40.54
	Total			U\$	U\$1079.81

Costos CIF de la empresa

No.	Descripción	Costo total
1	Mano de obras	U\$520.42
2	Servicios básicos	U\$492.25
3	Impuesto de la DGI	U\$48.65
4	Impuestos de basuras	U\$8.11
	Total	U\$1,069.43

7.5. Análisis del punto de equilibrio

FLUJO DE EFECTIVO

Ingresos	AÑOS		
	1	2	3
Ventas	123,638.40	127,347.55	131,167.98
Total Ingresos	123,639.40	127,349.55	131,170.98
Gastos			
Energía eléctrica	208.44	214.69	221.13
Internet	232.08	239.04	246.21
Agua	52.56	54.14	55.76
Gas butano (100 lbs)	155.68	322.51	489.34
Nomina	6,245.04	6,432.39	6,625.36
Impuestos	48.65	50.11	51.61
MP e insumos	4,573.95	4,711.17	4,852.50
Insumos de limpieza	64.1	66.02	68.00
Total, egresos	11,580.50	12,090.07	12,609.93
Flujo Neto de efectivo	112,058.90	115,259.48	118,561.05

BALANCE GENERAL INICIAL

ACTIVOS CIRCULANTE	VALORES	PASIVO CIRCULANTE	VALORES
Efectivo en caja	217.00	Proveedores	-
Banco	300.00	Préstamos a C/P	-
Inventario inicial	4,573.95	Cuentas por pagar	-
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	5,090.95	Impuestos por pagar	-
ACTIVO FIJO		A LARGO PLAZO	-
Infraestructura	1,695.63	Prestamos a L/P	-
Maquinaria y equipos	768.10	Provision para beneficios	-
Equipo de transporte	-	TOTAL PASIVO	-
Muebles y enseres	-	CAPITAL	-
TOTAL ACTIVOS FIJO	2,463.73	Capital social	7,704.68
ACTIVO DIFERIDO		Utilidad acumulada	-
Constitución y matricula	150.00	Utilidad del ejercicio	-
TOTAL, ACTIVOS DIFERIDOS	150.00	TOTAL, CAPITAL	7,704.68
TOTAL, DE ACTIVOS	7,704.68	TOTAL, PASIVO MAS CAPITAL	7,704.68

ESTADO DE RESULTADOS

Cuenta	2025	2026	2027
Ventas netas	123,638.40	127,347.55	131,167.98
Costo de ventas	4,573.95	4,711.17	4,852.50
Utilidad bruta	119,064.45	122,636.38	126,315.48
Gastos			
Gastos de administración	12,249.36	12,616.84	12,995.35
Gastos de Ventas	1,079.81	1,112.20	1,145.57
Otros Gastos	64.10	439.99	439.99
Total Gastos	13,393.27	14,169.04	14,580.91
Utilidad antes de los II	105,671.18	108,467.35	111,734.57
Impuesto	48.65	50.11	51.61
Utilidad neta	105,622.53	108,417.24	111,682.96

7.6. Estrategias de precio

DELIJUMIS se basará en la siguiente estrategia de precio:

Estrategias de precios basados en el coste incrementado

Para implementar esta estrategia de fijación de precios tienes que enfocarte solo en tus costes.

De hecho, esta estrategia es una de las mejores formas de empezar un negocio, cuando no sabes cómo calcular el precio de venta, ya que tan solo tienes que tener claros cuáles son tus costes unitarios. Y sobre esa base, incrementar el porcentaje que deseas obtener como margen comercial.

Del mayor o menor margen que apliques, dependerá el incremento de tu rentabilidad. Lo bueno es que, haciéndolo así, te aseguras de vender siempre a un precio superior al de tu coste. Sin embargo, esta estrategia no tiene en cuenta que hay más competidores en el mercado, que pueden reaccionar y quitarte unos cuantos pedidos.

7.7. Gestión de capital de trabajo

No.	Descripción	Unidad Medida	Costo Unitario	Costo Total
1	Cielo Razo	120m ²	U\$ 5.95	U\$714.00
2	Cerámica	120m ²	5.41	U\$649.20
3	Pintura	120m ²	Global	U\$170.27
4	Puertas	2	Unidad	U\$162.16
	Total			\$1,695.63

Tablas de costos de infraestructura

VIII. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES TITULACION TECNICO SUPERIOR EN TECNOLOGIA AGROINDUSTRIALES																	
Tema	estandarizacion de postres populares. DONAS, TRES LECHEs, PIE DE LIMON. Elaborados de forma semi industrial.		Integrantes	Br. Michelle Dalesky Delgadillo Castro.													
	Br. Juana Yessenia Vivas Perez																
No	Actividades	Br. Santos Miguel Miranda													Observaciones		
		AÑO 2023															
AÑO 2024																	
MARZO																	
ABRIL																	
MAYO																	
JUNIO																	
I	Aspectos Generales	IS	II S	IV S	IS	II S	III S	IV S	IS	II S	III S	IV S	IS	II S	III S	IV S	
1.1	Periodo de asignacion del acompañamiento																
1.2	Presentacion por escrito de la propuesta																
1.3	Revisión de la propuesta																
1.4	Notificación por escrito de aprobación de propuesta																
II	Estructura de entregables/Trabajo con Tutores	3															
2.1	Información Preliminar		5														
2.2	Generalidades del proyecto		7	10													
2.3	Marco Logico		?	10													
2.4	Plan de Negocio/Estudio de mercado			24													
2.5	Plan de Negocio/Plan de producción				7												
2.6	Plan de Negocio/Plan de organización					21											
2.7	Plan de Negocio/Plan de financiero						5										
2.8	Elaboración de diapositivas							19									
III	Defensa trabajo realizado																
3.1	Entrega del documento final													2			
3.2	Revisión del documento final														16		
3.3	DEFENSA														20		
																30	

Algunas fechas son tentativas sujetas cambio

IX. BIBLIOGRAFIAS

<https://soaint.com/agilidad-y-escalabilidad-claves-para-navegar-en-un-mercado-tecnologico-en-constante-evolucion/>

<https://flokzu.com/es/finanzas/7-pasos-para-realizar-una-proyeccion-financiera-completa-y-precisa/>

<https://www.questionpro.com/blog/es/funciones-del-departamento-de-recursos-humanos/>

<https://www.restauranteogrelo.com/blog/beneficios-de-comer-postre>

[https://www.bing.com/ck/a?!&&p=bc639a307b478d26JmltdHM9MTcxMDYzMzYwMCZpZ3VpZD0zMmEzNzJlOC1mYmE1LTlxNmItMmY1ZC02MjEzZmExYjYwZWEmYW5zaWQ9NTI3MQ&ptn=3&ver=2&hsh=3&fclid=32a372e8-fba5-616b-2f5d-](https://www.bing.com/ck/a?!&&p=bc639a307b478d26JmltdHM9MTcxMDYzMzYwMCZpZ3VpZD0zMmEzNzJlOC1mYmE1LTlxNmItMmY1ZC02MjEzZmExYjYwZWEmYW5zaWQ9NTI3MQ&ptn=3&ver=2&hsh=3&fclid=32a372e8-fba5-616b-2f5d-6213fa1b60ea&psq=producci%c3%b3n+de+leche+en+nicaragua&u=a1aHR0cHM6Ly93d3cuY2FuYWw0LmNvbS5uaS9hdW1lbnRhLWxhLXB2R1Y2Npb24tZGUtbGVjaGUtZW4tbmljYXJhZ3VhLWR1cmFudGUtZWw2VndW5kb3V1jdWF0cmItZmU0cmU0ZGVsLTl0MjEzZmExYjYwZWEmYW5zaWQ9NTI3MQ&ntb=1)

[6213fa1b60ea&psq=producci%c3%b3n+de+leche+en+nicaragua&u=a1aHR0cHM6Ly93d3cuY2FuYWw0LmNvbS5uaS9hdW1lbnRhLWxhLXB2R1Y2Npb24tZGUtbGVjaGUtZW4tbmljYXJhZ3VhLWR1cmFudGUtZWw2VndW5kb3V1jdWF0cmItZmU0cmU0ZGVsLTl0MjEzZmExYjYwZWEmYW5zaWQ9NTI3MQ&ntb=1](https://www.bing.com/ck/a?!&&p=bc639a307b478d26JmltdHM9MTcxMDYzMzYwMCZpZ3VpZD0zMmEzNzJlOC1mYmE1LTlxNmItMmY1ZC02MjEzZmExYjYwZWEmYW5zaWQ9NTI3MQ&ptn=3&ver=2&hsh=3&fclid=32a372e8-fba5-616b-2f5d-6213fa1b60ea&psq=producci%c3%b3n+de+leche+en+nicaragua&u=a1aHR0cHM6Ly93d3cuY2FuYWw0LmNvbS5uaS9hdW1lbnRhLWxhLXB2R1Y2Npb24tZGUtbGVjaGUtZW4tbmljYXJhZ3VhLWR1cmFudGUtZWw2VndW5kb3V1jdWF0cmItZmU0cmU0ZGVsLTl0MjEzZmExYjYwZWEmYW5zaWQ9NTI3MQ&ntb=1)

<https://www.researchgate.net/publication/303312567> Caracterizacion agro nomica y economica del Trigo Triticum aestivum variedad Jupateco e n la comunidad La Colmena Jinotega Nicaragua

<https://repositorio.una.edu.ni/4301/1/tnf02a787.pdf>

<https://ipnicaragua.com/nicaragua-limones-walmart-produccion/>

X. ANEXO

Diseño y presentación de etiqueta



Descripción y presentación del producto con sus empaques, marcar y etiquetas:

1. Donitas



2. Tres leches



Tres leches
100g

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

Calorías	42
Carbohidratos.....	5 g
Fibra alimentaria	0g
Proteínas	3.4 g
azúcares	5g
Grasas	1g

consumir antes de el
: 05 /03/2024

3. Pie de limón



Pay de limón
100g

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

Calorías	285g
Carbohidratos.....	39g
Proteínas	3.8 g
Sodio	242g
Grasas	13g

consumir antes de el
: 05 /03/2024