



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

FAREM – Carazo

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

Proyecto de Graduación Multidisciplinario de las carreras:

Administración Turística y Hotelera

Banca y Finanzas

Tema: Proyecto de graduación con enfoque de emprendimiento.

Subtema: Proyecto de emprendimiento para la Microempresa Eco-Arte dedicada a la producción y comercialización de jabones exfoliantes a base de café, ubicada en el municipio de Jinotepe, en el departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2019.

Autores:

	No. de Carné
Br. Guevara Ampie Vicente Javier	15 – 09262 – 0
Br. Gutiérrez Medina Héctor Horacio	15 – 09232 – 3
Br. Lanuza González Paul Moisés	15 – 09370 – 9
Br. Tardencilla Porras Blesnip Guadalupe	15 – 09544 – 7
Br. Vásquez Casco Scarleth Margarita	15 – 09276 – 3

Tutores:

Lic. Martha José Arévalo Medrano.

Msc. Ner David Arauz Carrillo.

Jinotepe, 18 de Diciembre del 2019

Objetivo general

- Diseñar proyecto de emprendimiento para la Microempresa Eco-Arte dedicada a la producción y comercialización de jabones exfoliantes a base de café, ubicada en la ciudad de Jinotepe, en el departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2019.

Objetivos específicos

- 1- Identificar los aspectos mercadológicos que permita a la microempresa posicionarse en el mercado para llevar nuestro producto al alcance de los consumidores brindándoles calidad y excelencia en el mismo.
- 2- Demostrar la viabilidad y factibilidad técnica en la producción de jabones a base de café para la microempresa Eco-Arte.
- 3- Establecer los aspectos legales y organizacionales para el funcionamiento de la microempresa Eco-Arte.
- 4- Realizar análisis financiero de los estados proyectados mediante la aplicación de técnicas financieras para determinar el rendimiento financiero del proyecto.

Dedicatoria

El presente trabajo lo dedicamos principalmente a Dios, por ser el que nos ha dado la capacidad y sabiduría para poder desarrollarlo.

A nuestros padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos.

A nuestros tutores por acompañarnos en cada una de las etapas y compartirnos sus conocimientos, haciendo posible la culminación de dicho trabajo.

A todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Agradecimiento

Agradecemos a Dios, quien con su bendición llena siempre nuestras vidas, colmándonos de su gracia y favor, siendo el centro de este trabajo y de todo lo que realizamos.

A nuestra familia por el apoyo incondicional y el tiempo invertido en cada uno de nosotros, aclarando las diferentes dudas que en el proceso surgieron.

De igual manera agradecemos a los tutores por su paciencia y ardua labor al desarrollar este trabajo y ayudarnos a culminarlo.

Agradecemos a Yahoska Téllez por el tiempo y conocimiento compartido, haciendo posible parte de la realización de nuestro trabajo.

Finalmente, agradecemos a cada una de las personas que han estado como pilares en nuestra vida y que se han tomado el tiempo para aportar de su conocimiento.

Carta Aval del Tutor-Administración Turística y Hotelera.



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

2019: 'Año de la reconciliación'

MSc. Elyra Azucena Sánchez
Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas
Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

12 de diciembre del año 2019

Estimada maestra Sánchez

Por este medio entrego formalmente informe de proyecto de graduación, bajo el Tema: **Proyectos de graduación con enfoque de emprendimiento**, presentado por los bachilleres:

Nº	Apellidos y Nombres	Carné
1	Lanuza González Paul Moisés	15-09262-0
2	Guevara Ampie Vicente Javier	15-09262-0

Siendo el subtema: Proyecto de emprendimiento para la microempresa Eco Arte, dedicada a la producción y comercialización de Jabones Exfoliantes a base de café, ubicada en el municipio de Jinotepe, departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2019

El cual ha cumplido con los requisitos científico-técnicos y metodológicos establecidos de acuerdo a la normativa de modalidad de graduación, Proyecto de Graduación (Arto. 86 estructura del Proyecto de Emprendimiento). Este trabajo contribuye a desarrollar habilidades y obtener conocimientos relacionados al perfil de la carrera y sobre todo se ajusta a las exigencias del entorno económico y laboral actual.

Por tanto, el presente trabajo puede ser defendido de acuerdo a los procedimientos académicos establecidos por la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua, para optar al título de Licenciatura en Administración Turística y Hotelera.

Sin más que agregar, me suscribo, deseando bendiciones a usted y a cada persona que lea este documento, el cual es el resultado de mucho esfuerzo y dedicación.

Atentamente

MSc. Ner David Araúz Carrillo
Tutor de proyecto de Graduación

Cc/ Archivo

¡A la libertad por la Universidad!

De la Policía Nacional 2 cuadra al Oeste, Jinotepe, Carazo| Edificio Reynaldo Rosales
Telf. 2532 2668 / Ext. 7712-7723 | depto.ceconom.faremc@unan.edu.ni | www.faremcarazo.unan.edu.ni

Carta Aval del Tutor-Banca y Finanzas



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

2019: "Año de la reconciliación"

12 de diciembre del año 2019

MSc. Elvira Azucena Sánchez
Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas
Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

Estimada maestra,

Por este medio entrego formalmente informe de proyecto de graduación, bajo el Tema: Proyectos de graduación con enfoque de emprendimiento presentado por los (as) bachilleres:

Nº	Apellidos y Nombres	Carné
1	Gutiérrez Medina Héctor Horacio	15-09232-3
2	Tardencilla Porras Blesnip Guadalupe	15-09544-7
3	Vásquez Casco Scarleth Margarita	15-09276-3

Siendo el subtema: Proyecto de emprendimiento para la microempresa Eco-Arte dedicada a la producción y comercialización de jabones exfoliantes a base de café, ubicada en el municipio de Jinotepe, en el departamento de Carazo, durante el segundo semestre del año 2019.

El cual ha cumplido con los requisitos científico-técnicos y metodológicos establecidos de acuerdo a la normativa de modalidad de graduación, Proyecto de Graduación (Arto. 86 Estructura del Proyecto de Emprendimiento). Este trabajo contribuye a desarrollar habilidades y obtener conocimientos relacionados al perfil de la carrera y sobre todo se ajusta a las exigencias del entorno económico y laboral actual.

Por tanto, el presente trabajo puede ser defendido de acuerdo a los procedimientos académicos establecidos por la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua, para optar al título de Licenciatura en Banca y Finanzas.

Sin más que agregar, me suscribo, deseando bendiciones a usted y a cada persona que lea este documento, el cual es el resultado de mucho esfuerzo y dedicación.

Atentamente,

Lic. Martha José Arévalo Medrano,
Tutor de Proyecto de Graduación

Cc/ Archivo

¡A la libertad por la Universidad!

De la Policía Nacional 2 cuadra al Oeste, Jinotepe, Carazo| Edificio Reynaldo Rosaies
Telf.: 2532 2668 / Ext. 7712-7723 | depto.econom.faremo@unan.edu.ni | www.faremcarazo.unan.edu.ni

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto de emprendimiento, consiste en la realización de una serie de estudios para determinar la viabilidad comercial de una microempresa al lanzar un producto al mercado. Eco- Arte está dedicada a la elaboración de jabones exfoliantes de café, la cual pretende posicionarse en el mercado y brindar confianza a través de la calidad en el producto, permitiendo una oportunidad de crecimiento y desarrollo para la microempresa.

La microempresa está ubicada en el departamento de Carazo, y se extenderá a los mercados de Jinotepe y Diriamba, teniendo en cuenta que son los municipios con mayor actividad comercial del Departamento. Mediante la investigación, se abordarán oportunidades que la empresa tendría al introducirse al mercado de Jabón exfoliante, la aceptación que tendría el producto, así como la factibilidad de la empresa a corto y largo plazo.

Eco- Arte a diferencia de jabones elaborados industrialmente, busca reducir al mínimo los productos químicos en el proceso de producción, y se centra en el uso de productos orgánicos, lo que se traduce en mejores propiedades naturales, para el beneficio y el cuidado de la piel de las personas brindando un jabón exfoliante natural.

Mediante la investigación realizada, se presentarán los elementos determinantes en la realización del proyecto, tales como el plan de negocio tanto como la aceptación que este tendría en funcionamiento en el mercado y finalmente se dictarán los costos estimados y los servicios a contratar en los que la empresa incurrirá para poder funcionar correctamente.

Contenido

1.	Introducción.....	1
2.	Objetivos.....	2
2.1.	Objetivo General	2
2.2.	Objetivos Específicos	2
3.	Generalidades del Proyecto	3
3.1.	Solución	5
3.2.	Diseño o Modelo en 3D	7
3.3.	Oportunidad en el Mercado.....	11
3.4.	Propuesta de valor	12
3.4.1.	Novedad del Proyecto	16
4.	Plan de Negocios.....	18
4.1.	Plan de Mercadotecnia.....	18
4.1.1.	Ubicación de la Micro-Empresa	18
4.1.1.1.	Macro Localización.....	18
4.1.1.2.	Micro localización.....	19
4.1.2.	Mercado/ Zona Comercial.....	20
4.1.3.	Principales Clientes.....	21
4.1.4.	Demanda insatisfecha	23
4.1.5.	Participación del mercado (oferta y competencia).....	24
4.1.6.	Precio de Venta.....	29
4.1.7.	Estimado de ventas	31
4.1.8.	Estrategias de Mercado y presupuesto (4P).....	33
4.2.	Plan Técnico.....	37
4.2.1.	Proceso de Producción/Servicio	37
4.2.2.	Proveedores y condiciones de compra de los equipos	44
4.2.3.	Capital Fijo y Vida Útil del Capital Fijo	46
4.2.4.	Mantenimiento y reparaciones.....	51
4.2.5.	Capacidad planificada y a futuro	51
4.2.6.	Ubicación y distribución física de la planta	53
4.2.7.	Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad	56
4.2.8.	Mano de obra, su costo y disponibilidad	59
4.2.9.	Gastos generales de producción.....	60

4.3.	Plan de organización y gestión.....	63
4.3.1.	Marco Legal (Persona Natural)	66
4.3.2.	Estructura Organizacional (fichas de cargo)	69
4.3.3.	Actividades y gastos preliminares	73
4.3.4.	Gastos Administrativos	74
4.4.	Plan Financiero	75
4.4.1.	Inversión del Proyecto	76
4.4.1.1.	Activos Fijos.....	78
4.4.1.2.	Activos Intangibles	78
4.4.1.3.	Capital de Trabajo.....	78
4.4.2.	Balance de Apertura.....	79
4.4.3.	Ingresos, Egresos, Costos	80
4.4.3.1.	Punto de Equilibrio	81
4.4.3.2.	Presupuesto de Ingresos	82
4.4.3.3.	Presupuesto de Egresos	82
4.4.3.4.	Presupuesto de Costos.....	84
4.4.3.5.	Estructura de Costos.....	86
4.4.3.6.	Flujo de caja	87
4.4.3.7.	Valor Actual Neto (VAN)	88
4.4.3.8.	Tasa interna de retorno (TIR)	88
4.4.3.9.	Periodo de recuperación de la inversión.....	89
4.4.3.10.	Estados financieros proyectados	89
4.4.3.11.	Análisis Financiero	91
5.	Cronograma de trabajo	92
6.	Bibliografía	94
7.	Anexos	96

Índice de gráficos

Gráfica 1.....	6
Gráfica 3.....	20
Gráfica 4.....	21
Gráfica 5.....	22
Gráfica 6.....	23
Gráfica 7.....	25
Gráfica 8.....	29
Gráfica 9.....	30

Índice de tablas

Tabla 2 Producto (4P)	33
Tabla 3 Precio (4P)	34
Tabla 4 Plaza (4P).....	34
Tabla 5 Promoción (4P)	35
Tabla 5 Presupuesto de Marketing.....	36
Tabla 6- Pasos de elaboración del jabón	40
Tabla 6 Diagrama de flujo del Proceso	43
Tabla 8- Proveedores de equipamiento	45
Tabla 9 Mobiliarios y equipo de cocina	46
Tabla 10-Equipo de producción.....	47
Tabla 10- Equipo de higiene y seguridad.....	48
Tabla 11-Equipo de producción.....	49
Tabla 12-Equipo de limpieza.....	50
Tabla 13-Distribución de actividades en la empresa	56
Tabla 14 Materia prima requerida	58
-Tabla 15 Costo de la materia prima.....	58
Tabla 16-Mano de obra directa.....	60
<i>Tabla 17-Costos Indirectos de Fabricación.....</i>	<i>61</i>
Tabla 18-Gastos generales de producción.....	62
Tabla 19-Ficha de cargo 1	70
Tabla 20 ficha de cargo 2	70
Tabla 21 ficha de cargo 3	71
Tabla 22Ficha de cargo 4	71
Tabla 23 Ficha de cargo 5	72
Tabla 23 Actividades y gastos preliminares.....	73
Tabla 24 Gastos administrativos.....	74
Tabla 27 Gastos administrativos.....	83

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1	7
Ilustración 2	7
Ilustración 7	53
Ilustración 8	66
Ilustración 9	69
Ilustración 6	81
Ilustración 7	104
Ilustración 8	105
Ilustración 9	105
Ilustración 10	106
Ilustración 3	111

1. Introducción

La presente investigación muestra un plan de trabajo donde se aborda la temática del emprendimiento a través del establecimiento de una microempresa dedicada a la producción artesanal de Jabones exfoliantes a base de café.

En la actualidad, factores climático ambientales y la contaminación a la que las personas están expuestas pueden causar irregularidades en la piel, así como reacciones alérgicas y, a la larga, padecimientos crónicos. El cuidado de la piel es necesario, por ello con el desarrollo de este proyecto mediante la elaboración de jabones demostraremos los numerosos beneficios del café orgánico para la piel, brindando alternativas saludables a las personas para un mejor cuidado de las zonas más delicadas de su piel, aprovechando así todos los beneficios de un jabón exfoliante de café.

Eco-Arte significa: Ecológico-Artesanal nombre que se ha elegido para la microempresa, ya que además de ser una empresa que fabrica el jabón con elementos naturales, pretende mantener un concepto ecológico e impulsar a sus clientes a preservar el medio ambiente, la cual es otra de las más grandes problemáticas que nuestro país enfrenta.

Mediante la creación y puesta en marcha de la microempresa elaboradora de jabones a base de ingredientes orgánicos, y una vez conociendo su factibilidad es posible generar empleos a través de una buena organización y un correcto uso de las finanzas.

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

- Realizar un estudio para el funcionamiento y desarrollo del proyecto de emprendimiento de la Micro-Empresa “Eco-Arte” dedicada a la fabricación de jabón exfoliante a base de café para el cuidado de la piel en el Municipio de Jinotepe.

2.2. Objetivos Específicos

- 1- Realizar Plan de mercado para el desarrollo de la Micro-Empresa aplicando técnicas de oferta y demanda en base a las características del mercado.
- 2- Establecer la estructura administrativa y legal de la Micro-Empresa “Eco-Arte” en el Municipio de Jinotepe.

3. Generalidades del Proyecto

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes y competidores, sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados. (Shujel, 2018)

Con el presente proyecto de emprendimiento se pretende lanzar un nuevo producto al mercado, para el cual se recopiló información a través de encuestas, planteando diferentes preguntas con el fin de abordar el estudio de mercado, como también conocer las necesidades de los clientes, datos que ayudaran a analizar cada uno de los aspectos que son necesarios para la realización del producto, de tal forma que su ejecución brinde al consumidor la seguridad al usar el producto.

Cada uno de los aspectos del estudio de mercado permitirá conocer a los consumidores, desde su posición económica, los lugares que ellos frecuentan para adquirir sus productos (jabones), marcas que utilizan, entre otros.

El uso de productos para la higiene y el cuidado personal no se detiene y por tal razón cada día se observa una amplia variedad de productos que se ofrecen en el mercado, sin embargo son productos cuya producción de tipo industrial puede afectar las futuras posibilidades de crecimiento y reconocimiento en el mercado a partir de la oferta de un producto de alta calidad con ingredientes naturales, pues la gran mayoría de los jabones que actualmente se ofrecen son elaborados industrialmente a gran escala mediante procedimientos que persiguen abaratar costos y obtener los mayores beneficios de las materias primas utilizadas. Esto da como resultado que el jabón así obtenido sea, en la mayoría de los casos, un producto reconstituido con una gran variedad de aditivos y productos químicos, además de los colorantes y aromatizantes, en su gran mayoría artificiales.

Las preferencias de los consumidores marcan una tendencia a productos elaborados de manera natural enfocados a ingredientes y empaques que no dañen el medio ambiente, por tanto, se hace necesario evaluar técnicas diferentes a la industrial, que permitan producir un jabón con las condiciones que el mercado actual está demandando.

Justificación

El jabón exfoliante es un producto que hace parte del sector productivo cosméticos y aseo personal y la aparición de propuestas adyacentes, no sólo por su función principal de limpiar y perfumar, sino que ofrezcan una experiencia saludable para el consumidor y amigable con el medio ambiente, permiten que la producción de jabón mediante técnicas artesanales a partir de ingredientes naturales, tenga una participación importante en el mercado con respecto a la producción industrial.

La producción de jabón como idea de negocio, se puede convertir en un motor para continuar con el crecimiento del mercado del sector cosméticos y aseo, pues posee características que pueden resultar altamente atractivas para el consumidor actual. Otra de las cualidades de este jabón es que utiliza ingredientes naturales, aportando los nutrientes de los mismos y por tanto se obtiene un producto real, pues el jabón artesanal contiene glicerina a base de Karité, que mantiene la piel humectada, lubricando las células de la misma.

Observando un panorama positivo se realizará un estudio de mercado que permita conocer tanto las oportunidades como los riesgos, así mismo, definir el tipo de clientes al que se quiere llegar, detectar los competidores, el precio más conveniente para el producto, en fin, lograr identificar con efectividad cual es y donde se encuentra el mercado potencial, aspectos claves para un emprendedor al contribuir con el desarrollo del país.

3.1. Solución

Identificación de necesidades y Oportunidades

Se estudiará y analizará la necesidad que tiene el mercado, encontrando que al ser el jabón un nuevo producto hace que las personas desconfíen ya sea por reacciones alérgicas, o bien porque otros tienen preferencias a las marcas de jabones tradicionales posicionadas en el mercado.

El jabón exfoliante es un producto que hace parte del sector productivo cosmético y aseo personal y la aparición de propuestas adyacentes, no sólo por su función principal de limpiar y perfumar, sino que ofrece una experiencia saludable para el consumidor y amigable con el medio ambiente, que permiten que la producción de jabón mediante técnicas artesanales a partir de ingredientes naturales, tenga una participación importante en el mercado con respecto a la producción industrial.

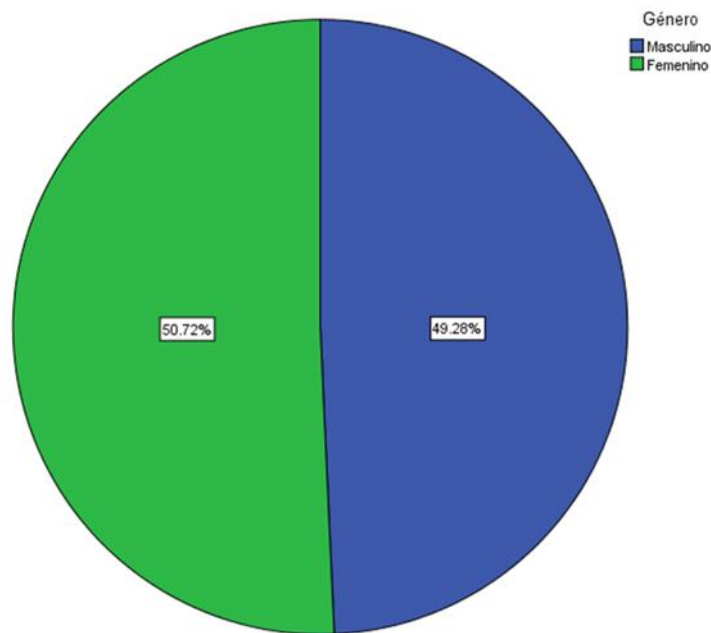
La producción de jabón como idea de negocio, se puede convertir en un motor para continuar con el crecimiento del mercado del sector cosméticos y aseo, pues posee características que pueden resultar altamente atractivas para el consumidor actual. Otra de las cualidades de este jabón es que utiliza ingredientes naturales, aportando los nutrientes de los mismos y por tanto se obtiene un producto real, pues el jabón artesanal contiene glicerina a base de Karité, que mantiene la piel humectada, lubricando las células de la misma.

El deseo de usar un producto natural que les permita cuidar la salud de su piel y obtener beneficios para la misma, si existe, por tal razón se enfocará en el cuidado de la salud de los clientes, como también la posibilidad de generar empleo al elaborar y vender el producto natural.

Segmento o Protagonista Beneficiado

El segmento de mercado o protagonistas para el consumo del producto son las mujeres, quienes estadísticamente lo reflejan con un porcentaje del 50.72%, sin embargo, el porcentaje restante (49.28%), que proviene del sexo masculino indica que ellos también están dispuestos a usar el jabón exfoliante a base de café.

Al notar esta diferencia, podemos expresar que el preferitismo ligero lo representan las mujeres, dato que podría interpretarse desde el punto de vista del cuidado que las féminas optan por dar a su piel, sin embargo, al obtener los datos estadísticos observamos que muchos varones también optan por usar este producto ya sea por cuidado (estética), pieles sensibles, problemas de piel, o gustos.



Gráfica 1

3.2. Diseño o Modelo en 3D



Ilustración 1



Ilustración 2

Logo



Producto

El jabón elaborado a base de café es un producto natural de belleza con unas increíbles propiedades exfoliantes, anticelulíticas, reafirmantes, energizantes y rejuvenecedoras, el producto está catalogado como Jabón exfoliante hecho totalmente de componentes 100% naturales en conjunto con productos de beneficio para la piel, y el medio ambiente.

La exfoliación es un proceso natural en el que se regenera nuestra piel, con ella se eliminan las células muertas que se van acumulando y limpia la piel a profundidad. Su uso más popular es como tratamiento anticelulítico, pues la cafeína es un ingrediente que actúa eficazmente contra los depósitos de grasa que se acumulan bajo los tejidos de la piel y favorece su eliminación, además de que combate la flacidez y aporta firmeza y tersura a la dermis afectada. (Revistas, 2018)

Es excelente para exfoliar la piel del rostro y evitar la formación temprana de arrugas; elimina células muertas que se acumulan en la piel impidiéndole su adecuada respiración, por tal razón cuando se realizan exfoliaciones, se estimula la microcirculación sanguínea y la regeneración celular de la piel, gracias a todo ese proceso la piel puede retomar su flexibilidad y suavidad.

El jabón exfoliante de café se aplica directamente sobre las zonas más conflictivas, ejemplo de ello puede mencionarse los glúteos, con el fin de estimular la circulación y eliminación de grasa acumulada, como la celulitis.

Por ser un producto de tipo exfoliante y por existir variaciones en tipos de pieles se recomienda utilizar de 2 a 3 veces por semana, en el caso de pieles sensibles y secas es

suficiente realizar el proceso cada 15 días, si se trata de una piel normal se puede realizar 1 vez a la semana y si es una piel grasa se recomienda que sea 2-3 veces a la semana.

Es importante aclarar que cada proceso de exfoliación debe ir acompañado de una crema hidratante para así poder restaurar la capa protectora de la piel. Además de ello, se debe recordar que luego de la exfoliación, la piel puede absorber de mejor forma los tratamientos que se quieran aplicar.

Si se pretende enfocar el uso en diferentes zonas del cuerpo como lo pueden ser las piernas, y rostro se tiene que hacer en consideración al tipo de piel de la personas, por tal razón es necesario seguir las indicaciones antes mencionadas, es importante tener en cuenta que en zonas así al igual que el rostro se dediquen ciertos minutos y no sea el proceso que usualmente se realiza al aplicar un jabón común pues el uso correcto permitirá que las partículas del café puedan hacer efecto con el pasar de los días y así mismo se recomienda usar cremas hidratantes ya que la piel queda sensible luego de ser exfoliada.

Caracterización del Producto

El café está muy presente en nuestras vidas diarias, ya que se utiliza como punto de unión en la vida social. Pero, ¿Conoces los beneficios del café en la cosmética natural?

Aplicado sobre la piel tiene importantes cualidades desintoxicantes, reafirmantes y estimulantes de la circulación, por lo que es un excelente remedio contra la celulitis y otros problemas circulatorios como las varices, además de ser un aliado contra el envejecimiento prematuro, gracias a que neutraliza la acción de los radicales libres que causan las arrugas en la piel.

Eco-Arte brindara a sus clientes un jabón exfoliante de color café, con un diseño único y especial, representado por la figura emblemática que encontramos en una de las arribadas masivas y más importantes del refugio de vida silvestre Chacocente, siendo esta la tortuga Paslama,

Tendrá un peso de 70 gramos, de consistencia sólida, y presentada a nuestros clientes en unidad y precio de 170 córdobas, con empaques elaborados totalmente de materiales 100% biodegradables, además de estar comprometidos con la responsabilidad socio-ambiental.

Los ingredientes que este contiene son: café artesanal, glicerina a base de Karité, esencias naturales, aceite de oliva y miel.

Debido a esto el jabón exfoliante a base de café, posee numerosas y significativas propiedades para el cuidado de la piel, ya que aplicado sobre la piel el café tiene propiedades desintoxicantes, estimula y reafirma, además de ser un buen aliado contra las varices y la celulitis, combatiendo así un sinnúmero de problemas y al ser un exfoliante el objetivo principal es eliminar las células muertas, lo que genera la desaparición de granos y acumulaciones de grasa en diferentes puntos del cuerpo; pues sus efectos estimulantes son ideales y de gran ayuda a la hora de eliminar toxinas y grasas al momento de conseguir una piel más tersa.

3.3. Oportunidad en el Mercado

La mercadotecnia actualmente requiere algo más que desarrollar un buen producto, fijarle un precio atractivo y ponerlo al alcance del grupo o clientes meta, para ello, nosotros como emprendedores pretendemos mantener comunicación constante con nuestros clientes mediante estrategias de mercado a fin de penetrar en el mismo, dando a conocer numerosos beneficios del uso del jabón exfoliante hecho a base de café, como lo es satisfacer las necesidades personales en cuanto a estética, salud, mejoras de su apariencia facial debido a que el jabón exfoliante, posee numerosas y significativas propiedades para el cuidado de la piel, siendo un producto clave para combatir la celulitis, acné, etc.

Al conocer que el proyecto de emprendimiento es viable en cuanto al estudio de mercado, esto permitirá ser una fuente de crecimiento para la economía del país mediante la comercialización del producto y generación de empleos, ya que hoy en día son pocos los emprendedores de negocios que van más allá de simplemente generar ganancias, por tal razón con la creación de este novedoso producto se contribuye al cuidado de la piel y conservación de la tortuga Paslama, promoviendo el turismo en el país. ¿De qué forma? Cuando personas extranjeras visitan nuestro país, son numerosas personas las que optan por visitar tiendas de productos completamente artesanales, y al estar frente a este producto natural y atractivo por su forma, estos querrán conocer más sobre este novedoso jabón, es aquí el nacimiento de otro valor que genera el producto pues no es simplemente un jabón de limpieza profunda y exfoliación sino que de esta forma los turistas despertaran el interés por conocer lugares interesantes donde se dan desoves de tortuga Paslama como lo es Chacocente, promoviendo así el turismo y de cierta manera siendo parte del crecimiento por medio de los ingresos por la parte turística, además de financiera.

3.4. Propuesta de valor

La propuesta de valor del jabón exfoliante, parte de su creación, puesto que, las técnicas de elaboración y su materia prima vienen a ser los elementos claves para caracterizarlo por encima de los jabones que actualmente se comercializan.

A partir de la intención que manifestó el mercado meta de cambiar el jabón convencional por el jabón artesanal y de los altos beneficios encontrados en el café, se fortalece la propuesta de ofrecer al cliente no sólo un producto más de la canasta familiar, sino un elemento importante para el cuidado y la salud de la piel, elaborado cuidadosamente pensando en el bienestar del cliente y del medio ambiente, pues el proceso de elaboración se convierte en todo un arte, donde el artesano juega con una mezcla de ingredientes que proporciona la madre naturaleza para brindar un producto de calidad hecho especialmente para que esos minutos en la ducha se conviertan en toda una experiencia de limpieza corporal y facial haciendo sentir al cliente no sólo aseado sino también renovado, recargado de buena energía y con una piel humectada y protegida.

Hoy en día los recursos naturales se extinguen a cada segundo, por tal razón al emprender este proyecto se reconoce que los recursos naturales se pueden aprovechar al máximo logrando un beneficio significativo sin tener que dañar el medio ambiente. Teniendo en cuenta que el turismo debe ser siempre amigable con la naturaleza optamos por incentivar el uso de productos orgánicos mediante el uso del jabón exfoliante hecho a base de café, el cual aporta beneficios libres de productos químicos.

Desde el punto de vista turístico, nuestro producto natural contribuye al cuidado del medio ambiente, puesto que es elaborado con materiales Eco-amigables, además de ser un producto que promueve el cuidado de una de las mayores reservas del país, y por ende hábitat de gran variedad de especies de flora y fauna propias del entorno natural, como lo es el Refugio de Vida Silvestre Río Escalante-Chacocente, sitio en el mundo en cuyas costas se produce uno de los espectáculos más impresionantes siendo este las arribadas masivas de tortuga Paslama cada año.

Con la creación de este proyecto de emprendimiento se generan ingresos y se contribuirá al crecimiento económico local, de igual manera, los clientes tienen la oportunidad de respirar recuerdos, ya que por años el departamento de Carazo fue uno de los lugares con mayor producción de Café, por ende, mediante la comercialización de este producto se pueden rescatar valores culturales que promueven el valor, beneficios del café e importancia de la especie de fauna más emblemática del área protegida como lo es la tortuga Paslama; ícono representativo del jabón exfoliante.

Esta propuesta de valor se enfoca en desarrollar un vínculo emocional con el cliente, al observar que en el mercado un producto tan indispensable en una actividad del día a día como lo es el jabón de tocador, motivamos al cliente a que el momento de la ducha se convierta en un momento especial, que no sólo permita la limpieza y aseo del cuerpo sino que además contribuya con su bienestar y el del medio ambiente, logrando que esta experiencia establezca un vínculo emocional que hará que el cliente desee elegir el jabón artesanal sobre las otras marcas del mercado.

Otro mecanismo que fortalecerá esta propuesta de valor enmarcada por ofrecer un producto especial, es su presentación al cliente, ya que contara con un empaque acorde a su filosofía artesanal, natural y amigable con el medio ambiente, siendo este una bolsa de papel Kraft decorada que visualmente se diferenciara de los demás productos, marcando así un cambio para no afectar al hombre, tierra o agua mediante procesos industriales que deterioren los recursos naturales, la salud e higiene de los demandantes.

Aspectos de valor en la propuesta

La exfoliación es un proceso natural mediante el cual se regenera la piel, con ella se eliminan células muertas que se van acumulando en la piel; el producto que nosotros presentamos es un Jabón exfoliante elaborado con productos naturales de mucho beneficio para la piel.

Cuando se realizan exfoliaciones, se estimula la microcirculación sanguínea y la regeneración celular de la piel, gracias a todo ese proceso, la piel puede retomar su flexibilidad y suavidad, a diferencia de la competencia nuestro jabón posee numerosas y

significativas propiedades para el cuidado de la piel ya que combate la celulitis y el acné logrando desaparecer granos y acumulación de grasa en diferentes zonas del cuerpo.

Los efectos estimulantes del café son ideales y de gran ayuda a la hora de eliminar toxinas y grasas y también a la hora de conseguir una piel más tersa. Aplicado sobre la piel el café tiene propiedades desintoxicantes, estimula la circulación sanguínea y reafirma lo que lo hace ser un buen aliado para combatir varices y celulitis.

Las características del producto son totalmente diferentes a los jabones tradicionales, este es realizado con un diseño especial, es un producto que más allá de la limpieza y perfume es una propuesta atractiva que ofrece experiencia saludable para el consumidor y amigable con el medio ambiente.

El Café como principal ingrediente del Jabón, permite rescatar el valor histórico que ha tenido durante años el café grano de oro para Carazo, tanto económico como culturalmente; al mismo tiempo su particular figura de tortuga, más que un atractivo visual del producto, es un símbolo de identidad con la fauna y la naturaleza y del respeto por nuestras costas, dentro de las cuales Chacocente es y ha sido por años, playa de desove de las tortugas de Paslama las cuales se encuentran en peligro de extinción.

La producción del jabón artesanal como idea de negocio, se puede convertir en un motor para continuar con el crecimiento del mercado del sector turístico y económico-financiero, pues posee características que pueden resultar altamente atractivas para el consumidor extranjero y nacional al ver el panorama positivo para ambos sectores y las oportunidades favorables que se pueden presentar para la creación de nuestra Mipyme a partir de la producción de jabón artesanal.

Ventajas o Beneficios del Proyecto

Hoy en día nos encontramos saturados de ingredientes sintéticos en la cosmética convencional y en la mayoría de los jabones que nos encontramos en el mercado, por lo que cada día son más los que valoran “lo natural”.

Poco a poco se está teniendo más conciencia de los beneficios que poseen los jabones naturales frente a los industriales.

La principal diferencia, entre unos y otros, radica en el proceso de fabricación de los jabones naturales, ya que se utilizan únicamente ingredientes naturales muy beneficiosos para la salud de nuestra piel al poseer multitud de propiedades, que no contienen la mayor parte de los jabones comerciales, además si se conjugan con técnicas de elaboración artesanal el beneficio es aún mayor. (Aurora, 2015)

Las ventajas del jabón son:

- El jabón natural está elaborado de tal forma que mantiene toda la glicerina que es muy beneficiosa para la piel sensible y seca. Se utiliza en tratamientos contra el eczema pues disminuye la picazón en la piel, ayuda a tratar enfermedades cutáneas, entre otras ventajas.
- No contienen fragancias artificiales ni productos químicos propios de los jabones industriales para conseguir espuma, que pueden irritar la piel.
- Se garantiza el uso de materia prima natural y de primera calidad (aceites vegetales, miel, café, etc.)
- Evitamos la contaminación del medio ambiente, al evitar el uso de químicos.

3.4.1. Novedad del Proyecto

Nicaragua es un país centroamericano con fuertes bellezas naturales, expresiones sociales y culturales muy marcadas y con un clima de incentivo a la economía agradable para los inversionistas locales y extranjeros que desean desarrollar actividades comerciales. En los últimos años se ha visto un incremento en la inversión en los distintos sectores económicos y cada vez más se observa la participación activa de los empresarios en el desarrollo de la producción y explotación de los recursos para generar cada vez un clima de oferta y demanda bastante activo.

Precisamente por esa actividad de oferta y demanda, es que Nicaragua cuenta con un sistema legal de propiedad que otorga protección jurídica exclusiva a las invenciones aplicables a la industria y a las ideas que se gestan en la actividad empresarial que tienen la finalidad de publicitar una actividad comercial específica, o bien, determinados productos o servicios en el mercado.

La novedad del proyecto es que la empresa, así como la idea original del producto, nace bajo conceptos y enfoques distintos, tanto en el sector turístico como en el financiero, lo que permite orientar la empresa a rescatar valores culturales y medioambientales, mediante la fabricación de un producto atractivo, funcional, y eco amigable; al mismo tiempo buscando la rentabilidad económica de la misma, a través de una buena organización y optimización de los recursos financieros.

Registro de la Propiedad Intelectual de Nicaragua

En Nicaragua, El Registro de la Propiedad Intelectual (RPI) es el órgano administrativo perteneciente al Ministerio de Fomento, Industria y Comercio, encargado de desarrollar políticas que impulsen la protección de la propiedad industrial e intelectual en el territorio nacional; asimismo se encarga de diariamente gestionar las solicitudes de protección de signos distintivos, patentes de invención, modelos de utilidad, derechos de autor, y demás manifestaciones de propiedad intelectual. Organizacionalmente se encuentra conformada por la Dirección de Marcas, la Dirección de Patentes de Invención y Nuevas Tecnologías y la Dirección de Derechos de Autor y Derechos conexos.

Las solicitudes de registro de signos distintivos son las más demandadas y mayoritariamente se observa que los solicitantes son empresas extranjeras que invierten en el territorio, sin embargo, también es frecuente que día a día se acerquen empresarios nacionales a solicitar asesoría para proteger sus marcas. El tiempo promedio que dura el trámite para obtener protección por parte del RPI es de 8 a 10 meses, esto en caso de que no surja una oposición o una objeción por parte de la Autoridad.

También existen patentes nacionales protegidas y eventualmente se brindan conferencias a las Universidades Nacionales para incentivar la actividad intelectual y asesorar sobre los medios que tienen a disposición los inventores nacionales para protegerlas.

Reconocimiento y protección de la propiedad industrial en Nicaragua

Más allá de la protección que otorga el RPI a través del registro de un signo distintivo o concesión de una patente, el ordenamiento jurídico nicaragüense brinda otras vías legales para su reconocimiento y protección.

En el ámbito de la protección, es importante mencionar que Nicaragua cuenta con mecanismos judiciales para hacer valer el derecho exclusivo sobre signos distintivos y derechos otorgados por la concesión de patentes. Cualquier persona que vea infringido sus derechos puede intentar acciones judiciales e inclusive solicitar a autoridades administrativas como la Dirección General de Aduanas, ciertas medidas que eviten la introducción de mercancías que infrinjan estos derechos. Asimismo, con la también reciente entrada en vigencia del Código Procesal Civil, se reconoce la existencia de relaciones jurídicas particulares relativas a derechos de propiedad industrial e intelectual que pueden ser conocidas por los Jueces de la República de Nicaragua. (Úbeda)

4. Plan de Negocios

4.1. Plan de Mercadotecnia

4.1.1. Ubicación de la Micro-Empresa

La micro empresa “Eco-Arte” está ubicada en el municipio de Jinotepe, Departamento de Carazo.

Se localiza en un punto estratégico que le permite cubrir la demanda de Jinotepe y Diriamba, los cuales son los 2 principales Municipios con mayor actividad Económica y Comercial del departamento de Carazo.

4.1.1.1. Macro Localización

El proyecto se llevará a cabo en el Municipio de Jinotepe el cual tiene una extensión territorial de 280.52 km². Se encuentra entre las coordenadas 11° 51´de latitud norte y 86° 12´longitud oeste.



4.1.1.2. Micro localización

La empresa está localizada en el Residencial Lomas de Andalucía ubicado en el municipio de Jinotepe, el cual cuenta casi en su totalidad con los servicios de agua potable, luz eléctrica, pavimentación, teléfono. Entre otros.

¿Por qué se eligió esta dirección?

Se consideró un punto estratégico, debido a que está en una zona muy transcurrida por personas residentes, pero a la vez personas que constantemente vienen a Jinotepe por diversas razones, siendo un punto cercano a la concentración de comercios.

Instalación geográfica específica de la empresa

Para la instalación de la empresa ‘Eco-Arte’ donde se fabricarán los jabones exfoliantes a base de café, se dispone de un apartamento de 100 metros cúbicos, que se encuentra ubicado en la zona residencial ‘Lomas de Andalucía’ municipio de Jinotepe, departamento de Carazo.

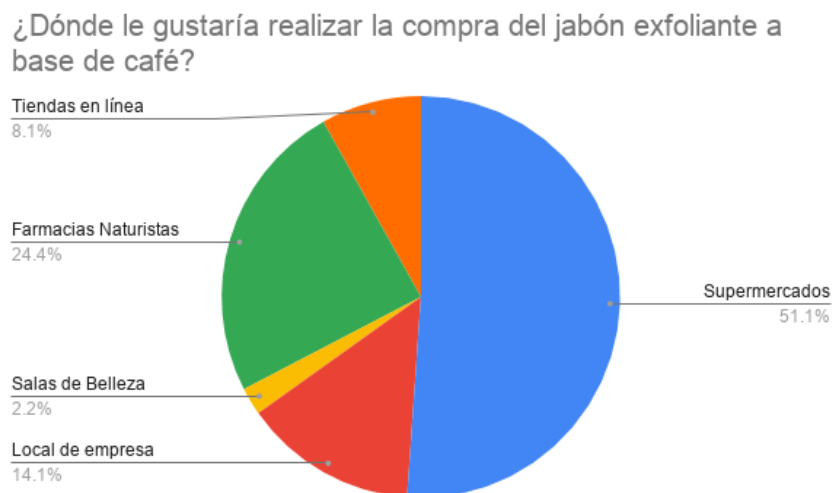
La localización de dicho apartamento se encuentra mejor explicada en la siguiente imagen:



4.1.2. Mercado/ Zona Comercial

Nuestro mercado está centrado en el departamento de Carazo, en el municipio de Jinotepe, en el que se pretende abarcar la zona con mayor demanda teniendo en cuenta a las personas que visitan Carazo procedente de ciudades de otros departamentos.

Jinotepe cuenta con sus propios supermercados, los que son visitados por clientes de todo Carazo y otros departamentos, donde además existen diferentes mercados, siendo éste la zona que representa el 51.1% según la encuesta aplicada, donde existe mayor actividad comercial en casi todo el departamento, se considera un punto estratégico para la comercialización de nuestro producto.



Gráfica 2

Aprovechando las ventajas que brinda el comercio en el municipio y tomando en cuenta que, para la distribución del producto, el canal seleccionado es el de productores-consumidores, ya que es la vía más corta, simple y rápida, para que el consumidor acuda al establecimiento para la compra del jabón exfoliante.

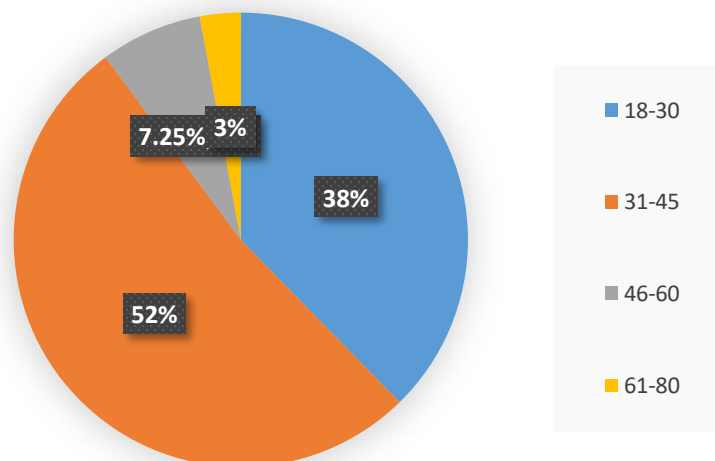
4.1.3. Principales Clientes

Conocer el producto es tan importante para determinar el tipo de cliente y la forma que se debe llevar a cabo el Jabón, para que cubra con las necesidades y expectativas de los consumidores del Jabón. Con el jabón exfoliante de café se segmentó el mercado, lo que significa saber que tan factible es satisfacer las necesidades de los clientes existentes y potenciales en un mercado que está bien definido. Con este método de análisis se obtiene la comprensión de las actitudes y preferencias de los clientes, así como de los beneficios que se buscan.

El Jabón exfoliante de café tiene aceptación relevante debido a que es un producto hecho con compuestos naturales activos y cuyas propiedades para la piel son numerosas, además de contribuir en gran manera con el cuidado del medio ambiente y especies que para los visitantes y nacionales es de suma importancia, con ello se destaca que este producto puede ser usado por personas de diferentes edades, ya que aporta beneficios para todo el cuerpo.

El mercado se centraliza principalmente en todas aquellas personas de entre 18 a 80 años de edad, con problemas cutáneos específicamente, o bien aquellos clientes que les guste mantener una piel limpia y exfoliada, tanto varones como mujeres en la ciudad de Jinotepe y aquellas demás personas que visitan constantemente la ciudad de Jinotepe.

Rango de edad en el que se encuentra

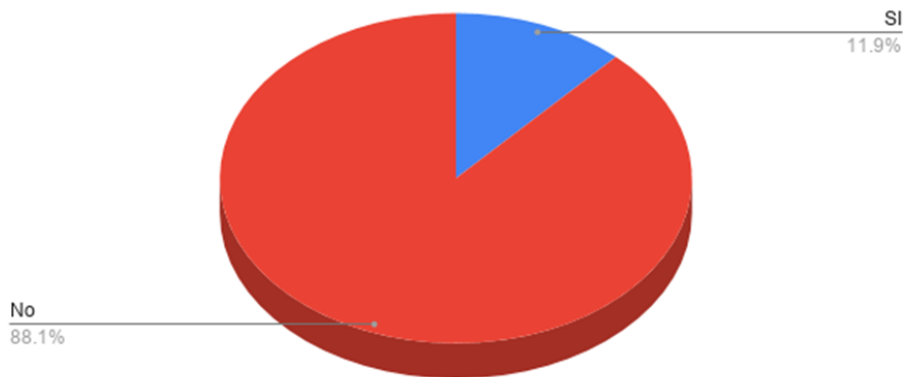


Gráfica 3

De la población encuestada se puede observar que el 52.17% corresponden a edades comprendidas entre 31-45 años, el 37.68% a edades entre 18-30 años, el 7.25% a edades de 46-60 años y el mínimo porcentaje del 2.90% a individuos en edades de 61- 80 años. Podemos percibir entonces que las encuestas fueron encaminadas a una población joven, mismos que se encuentran económicamente activos con capacidad de tomar decisiones de compra.

En la encuesta realizada se hizo la siguiente pregunta:

¿Ha utilizado jabón exfoliante a base de café?



Gráfica 4

Un 88.1% no ha utilizado el jabón exfoliante de café lo que da a conocer que se puede incursionar al mercado este producto nuevo ya que a muchos les gustaría usarlo por los diversos factores expuestos anteriormente, al conocer esto reconocemos la oportunidad para la Micro-Empresa.

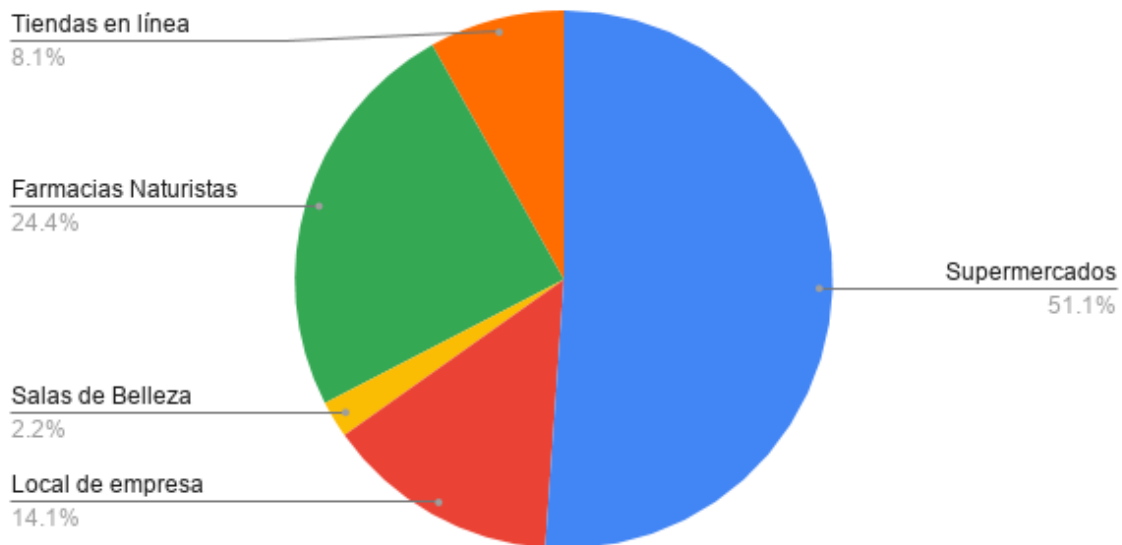
Cabe mencionar que la población que no ha utilizado el jabón de café es porque desconocen de su existencia, beneficios y por temor a reacciones alérgicas, aparte del lugar donde adquirirlo o bien porque el jabón artesanal que está en el mercado no es lo que ellos buscan en un jabón artesanal. Por otro lado el porcentaje que si lo ha utilizado no es competencia directa puesto que han sido jabones adquiridos en línea además de ser elaborados con diferentes tipos de componentes.

4.1.4. Demanda insatisfecha

Se presenta cuando el mercado no cubre las necesidades o requerimientos de la demanda, con los productos existentes en el mercado. En este caso, nuestros cálculos están dirigidos en base a la población económicamente activa.

Se conoce que la población económicamente activa de Jinotepe es de 21,543 personas, se comprobó que realmente existe demanda insatisfecha en el mercado, que justifica la creación de un producto exfoliante a base de café, principalmente en los municipios estudiados, los cuales son donde se centra la mayor demanda.

¿Dónde le gustaría realizar la compra del jabón exfoliante a base de café?



Gráfica 5

Tomando en cuenta a las personas encuestadas el gráfico nos demuestra que la mayor demanda la tienen los supermercados con un 51.1%.

Cálculos:

DI= DR- % Competencia

DI= 11,848*65.22% (porcentaje cubierto por la competencia indirecta, jabones de marca por ejemplo asepxia)

DI= 7,727.2

DI= 11,848– 7,727.2

DI= 4,123.8 demanda insatisfecha de personas que se sienten inconforme con su actual jabón exfoliante.

La tarea de cualquier negocio, es entregar un valor agregado al mercado, obteniendo una utilidad al hacerlo. Las organizaciones se desenvuelven en una economía dinámica, donde el cambio; es el factor dominante, es por ello que la búsqueda constante de nuevas y mejores formas de satisfacer las necesidades del público consumidor, es de vital importancia para la sobrevivencia, crecimiento y desarrollo de las empresas y microempresas, aún a sabiendas de las múltiples tareas y responsabilidades de orden operativo y administrativo que así lo exige, aparte de comprender que el desarrollar e introducir un nuevo producto en un mercado es un proceso que exige imaginación y criterio, como se pretende con el jabón exfoliante hecho a base de café.

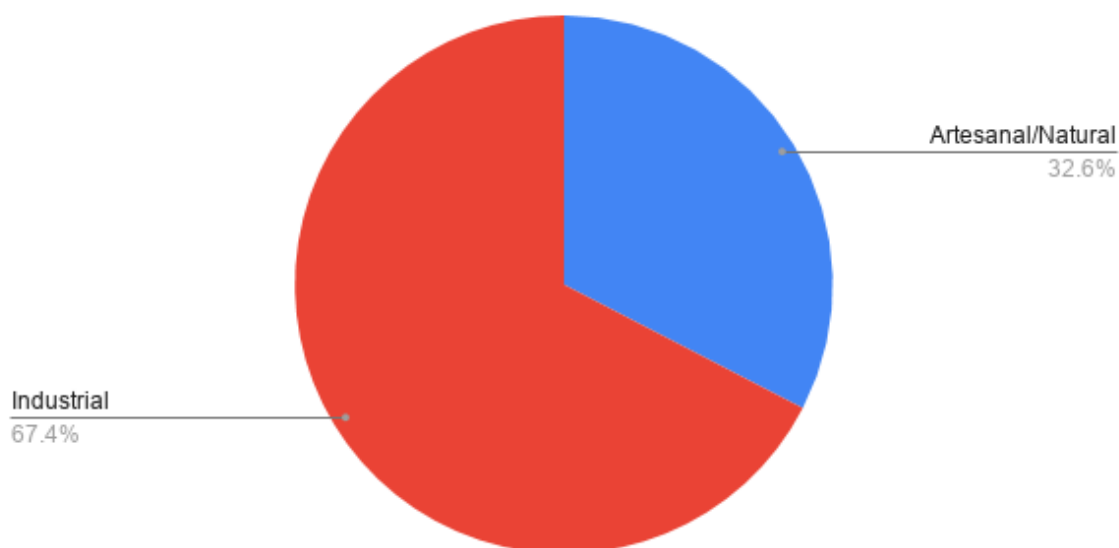
4.1.5. Participación del mercado (oferta y competencia)

Para la economía, la oferta está constituida por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto. Realizando una simplificación, puede decirse que la oferta es la cantidad de productos y servicios que se encuentran disponibles para ser consumidos.

(Gardey, 2009)

En la encuesta que se aplicó, se incluyó la siguiente pregunta: ¿De qué forma ha sido elaborado el jabón exfoliante que ha utilizado? Esto con el objetivo de conocer que predomina más en los nicaragüenses.

¿De qué forma ha sido elaborado el jabón exfoliante que ha utilizado?



Gráfica 6

Son pocos los que usan o han utilizado jabones exfoliantes artesanales, específicamente el 32.6% que equivale a 44 personas de las 135 encuestadas, mientras que en jabones exfoliantes industriales tenemos el 67.4% que equivale a 91 personas de las 135 personas encuestadas.

En base a estos resultados, se pretende lograr captar a las personas que optan por jabones exfoliantes industriales, ofreciéndoles un jabón exfoliante artesanal de calidad pero que también cuente con los registros sanitarios correspondientes y la legalidad del mismo, teniendo el respaldo de que lo que estamos ofreciendo no será dañino como muchos creen.

Con respecto a las características del producto, los ingredientes que este contiene se detallaran a continuación junto con los beneficios que este posee.

Glicerina

La glicerina posee propiedades hidratantes excepcionales, hasta el punto de que podemos considerarla como un imán para el agua. La glicerina pertenece a un tipo de agentes

hidratantes conocidos como humectantes, que son apreciados por su capacidad para atraer y retener la humedad. Cuando se incluye glicerina en la rutina diaria del cuidado de la piel, esta capta la humedad del entorno que la rodea, ya sea de las capas más profundas de la piel o del aire, para propiciar una sensación más suave y equilibrada en la capa más externa de la piel.

(Johnson & Johnson, 2017)

Manteca de Karité

Es un excelente regenerador celular natural que previene el envejecimiento de la piel.

Es altamente hidratante, además ofrece una nutrición profunda de alta duración con grandes propiedades suavizantes y reestructurantes.

La manteca de Karité protege tu piel de las agresiones ambientales, retiene la humedad evitando la deshidratación de la piel, y aporta flexibilidad y elasticidad.

Sus propiedades suavizantes y reestructurantes otorgan a la manteca de Karité su capacidad cicatrizante. Se puede utilizar para reducir arrugas y estrías, pero también en pieles con tendencia a descamarse y en manos agrietadas.

(Farmacia Torrent Andorra, s.f.)

Café

En uso externo, el café actúa como un exfoliante natural muy efectivo, ya que los granos molidos brindan estimulación a la renovación de las células.

Entre los beneficios del café, destaca su uso como un componente principal para tratar la celulitis. También se utiliza el café para eliminar la piel de naranja, gracias a que la cafeína permite que desaparezca la grasa acumulada en la piel y reactiva la circulación, aumentando los niveles de moléculas quemadoras de grasa.

(Comeconsalud.com, s.f.)

Miel

Es hidratante

Gracias a las enzimas naturales que contiene, la miel es capaz de dar a la piel una hidratación extrema. Se puede agregar a la crema hidratante corporal para mejores resultados.

Es antioxidante

La miel es un potente antioxidante natural y actúa en la piel evitando el envejecimiento prematuro.

Ayuda a regenerar la piel

La miel natural tiene vitaminas que ayudan a que la piel se regenere con facilidad, por ello es ideal para tratar cicatrices. Además, contribuyen a eliminar las bacterias acumuladas para evitar marcas e infecciones.

Puede mejorar el acné

Por su alto contenido en peróxido de hidrógeno puede mejorar las pieles con acné reduciendo la aparición de espinillas. De igual modo, ayuda a eliminar manchas en la piel y gracias a sus enzimas es un excelente limpiador facial.

Es exfoliante

Gracias a la glucosa, fructosa y ácidos alfa hidrónicos que contiene la miel permite remover las células muertas de la piel para dejarla suave y renovada.

(Ciudad Magazine, 2018)

Aceite de oliva y Esencia Natural

El Aceite de oliva le aporta a la piel:

- Protección e hidratación.

- Revitaliza el tejido cutáneo otorgándole suavidad y firmeza.
- Favorece la oxigenación.
- Gracias a su elevada concentración de ácido oleico, estimula la regeneración celular.
- Contribuye a restituir los niveles naturales de humedad de la dermis.
- Su alto contenido en vitamina E refuerza la tonicidad de la epidermis, haciéndola más flexible y sedosa.

(Álvarez, 2018)

Cada uno de los ingredientes que el jabón contiene, por si solos son numerosos los beneficios que tienen, al juntarlos para crear un jabón exfoliante, logrando mayores resultados en nuestra piel.

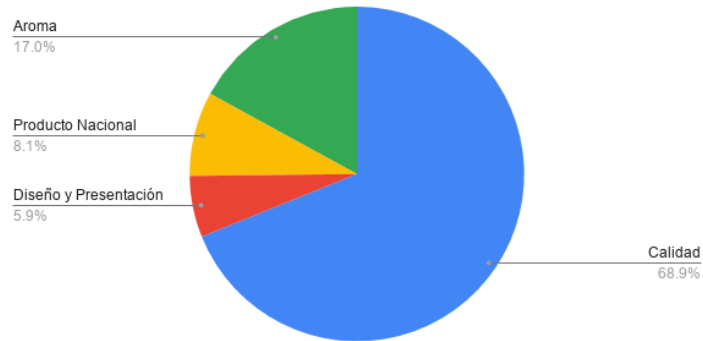
Competencia

Competencia se refiere a la existencia de un gran número de empresas o personas que realizan la oferta y venta de un producto (son oferentes) en un mercado determinado, en el cual también existen personas o empresas, denominadas consumidores o demandantes, las cuales, según sus preferencias y necesidades, les compran o demandan esos productos a los oferentes.

(Banrepcultural, 2017)

A como se pudo observar |en el punto anterior, la mayoría de personas utilizan jabones exfoliantes industriales, nosotros pretendemos competir en el mercado ofreciendo un producto en el cual lo primordial como lo muestra la siguiente gráfica, sea la calidad.

¿Cuáles de los siguientes aspectos le atraen para seleccionar un jabón exfoliante?



Gráfica 7

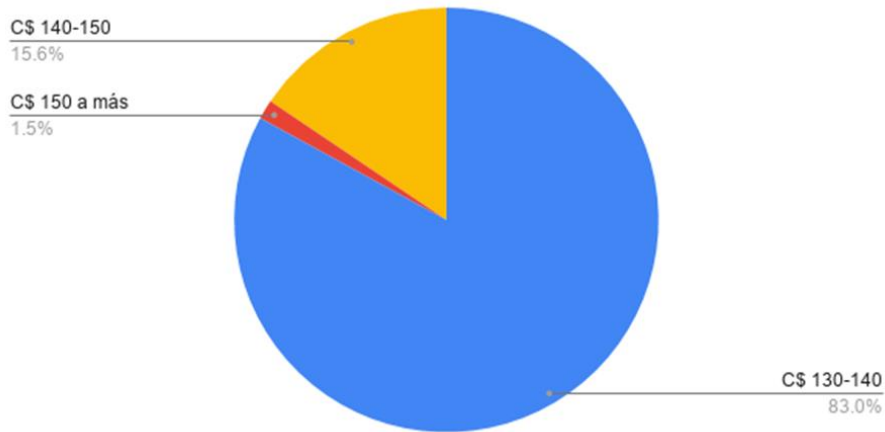
Si bien este jabón no puede ser tomado como un jabón común, el reto está en que las personas puedan hacerlo parte de su rutina, debido a que muchas de ellas ya cuentan con una marca reconocida que tratan directamente el acné, pero resecan la piel a tal punto que puede presentar grietas en el rostro, siendo muchos de ellos muy fuertes y produciendo reacciones alérgicas en muchos casos.

4.1.6. Precio de Venta

“El precio es la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar, un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”.

(Urbina, 2010)

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar para adquirir el jabón exfoliante de café de 1 unidad?



Gráfica 8

Para establecer el precio de venta del producto, se tomaron en cuenta varios aspectos como: Costo de materia prima y calidad en la misma, así mismo se realizó una encuesta que incluyó el precio al que la persona está dispuesta a pagar por el jabón, de la cual podemos ver el resultado en la gráfica, siendo las categorías desde C\$130-C\$150 a más, es por esto que, en base a los costos y a los resultados obtenidos, más la calidad del producto, el precio del jabón será de C\$170.00

Cabe mencionar que este jabón es elaborado de forma artesanal, por lo que los costos son mayores y el tiempo invertido es mayor en comparación con las empresas productoras de jabones industriales que, a diferencia de ellas se elaborará un jabón libre de productos químicos y que contribuyan al cuidado de la piel, pero a la vez del Medio Ambiente.

4.1.7. Estimado de ventas

El pronóstico de ventas es una estimación de las ventas futuras (ya sea en términos físicos o monetarios) de uno o varios productos (generalmente todos) para un periodo de tiempo determinado.

Realizar el pronóstico o estimado de ventas permite elaborar el presupuesto de ventas y a partir de éste, elaborar los demás presupuestos.

En otras palabras, hacer el pronóstico de ventas nos permite saber cuánto se va a producir, cuánto se necesita de insumos o mercadería, cuánto personal se va a requerir, cuánto se va a requerir de inversión, etc. Y de ese modo, lograr una gestión más eficiente del negocio, permitiendo planificar, coordinar y controlar actividades y recursos.

(R., 2010)

Se tomó la decisión de producir 200 unidades de jabón mensualmente con porcentajes de aumento a partir del mes de febrero, de las cuales un 5% representa la demanda insatisfecha, debido a que es una Micro-Empresa introduciéndose al mercado y es un beneficio el impacto que crea la apertura de la misma, y las diferentes actividades festivas que se realizan en el país, Eco-Arte conforme a este dato hará uso del presupuesto y demás herramientas que permitan lograr una gestión más eficiente dentro de la misma, obteniendo ganancias, pero a su vez, solventando cada costo o gasto que se tuviese.

Eco-Arte													
Cédula N° 1 Proyecciones de Ventas en Unidades Físicas													
Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Producto 1	200	240	210	210	220	210	210	210	230	240	250	250	2680
Total	200	240	210	210	220	210	210	210	230	240	250	250	2680

Eco-Arte							
Cédula N° 3 Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias							
Descripción	Precio de Venta	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Producto 1	C\$170.00	C\$34,000.00	C\$40,800.00	C\$35,700.00	C\$35,700.00	C\$ 37,400.00	C\$ 35,700.00
Total		C\$34,000.00	C\$40,800.00	C\$35,700.00	C\$35,700.00	C\$ 37,400.00	C\$ 35,700.00

Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
C\$35,700.00	C\$35,700.00	C\$39,100.00	C\$40,800.00	C\$42,500.00	C\$42,500.00	C\$455,600.00
C\$35,700.00	C\$35,700.00	C\$39,100.00	C\$40,800.00	C\$42,500.00	C\$42,500.00	

4.1.8. Estrategias de Mercado y presupuesto (4P)

Producto

Estrategia	Objetivo	Acción	Recursos	Responsable
Innovar un producto funcional y Eco – amigable.	Fabricar un Jabón exfoliante de café artesanalmente, con componentes Naturales, que sea funcional para el cuidado y tratamiento de la salud de la piel.	<ul style="list-style-type: none"> Mostrar la funcionalidad del producto y forma de uso a través de demostraciones. 	<ul style="list-style-type: none"> Jabón exfoliante terminado. Sonido. Cámara. Recipiente de agua. 	<ul style="list-style-type: none"> Responsable de ventas.
		El producto será ofrecido en bolsas de papel Kraft con yute.	<ul style="list-style-type: none"> Empaque, realizado con papel Kraft. 	
		Diseño de una etiqueta que contenga el logo de la empresa, y la imagen del producto.	<ul style="list-style-type: none"> Etiqueta. 	

Tabla 1 Producto (4P)

Fuente: elaborado por equipo investigador

Precio

Estrategia	Objetivo	Acción	Recursos	Responsable
Establecer un precio más bajo que la competencia y consecuente con las características del producto.	Captar la atención de los clientes y garantizar las ventas para la sostenibilidad de la empresa.	Analizar los costos, precio de la competencia y el criterio de los clientes y fijar el precio.	Estudios y cotizaciones realizados.	Administración y ventas.

Tabla 2 Precio (4P)

Fuente: elaborado por el equipo investigador

Plaza

Estrategia	Objetivo	Acción	Recursos	Responsable
Establecer lugar específico para la empresa, crear alianzas estratégicas y ampliar los canales de distribución.	<ul style="list-style-type: none"> • Difundir la localización y existencia de la empresa. • Crear lazos de colaboración negociando con los aliados los criterios de venta y garantizando márgenes de ganancia para ambas partes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Distribuir el producto a través de los canales establecidos en acuerdos, para lograr mayor oportunidad y estabilidad de ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Plataformas digitales. • Computadoras, dispositivos móviles con acceso a internet. • Servicio de internet residencial. • Medios radiales. 	Ventas.

Tabla 3 Plaza (4P)

Fuente: Elaborado por el equipo investigador

Promoción

Estrategia	Objetivo	Acción	Recursos	Responsable
Brindar descuentos sobre compras mayores a 6 unidades	<ul style="list-style-type: none"> Maximizar los niveles de ventas. Incentivar a los clientes brindándoles descuentos. 	<ul style="list-style-type: none"> Por las compras mayores a 6 jabones rebajar 3.5 %. Por compras mayores a 12 jabones rebajar 7.15 %. 	Estudios financieros y cálculos realizados.	Administrador

Tabla 4 Promoción (4P)

Fuente: Elaborado por el equipo investigador

Presupuesto de Marketing (Mensual)

Publicidad Digital

Para el desarrollo de la Micro-Empresa haremos publicidad a través de los medios digitales, como lo son las redes sociales.

Hoy en día la tecnología nos facilita muchas cosas y cuando hablamos de lograr captar un público que físicamente no se puede esto encaja perfecto, es por esto que se realizarán publicidades promocionadas a través de Facebook e Instagram, en donde se creará la página de la Micro-Empresa y cada semana se estará promocionando el producto.

En aspectos del costo, la plataforma de Facebook, permite que cada anuncio sea publicado en Instagram sin costo o cargo adicional.

El alcance de estos anuncios son según el presupuesto que se designe y equivale por semana a C\$100.00 por lo cual cada semana se estará promocionando una publicación diferente para poder lograr un mayor alcance, la cantidad de personas para este anuncio va de 300 a 870 personas al día.

Haciendo un cálculo mensual se tiene que 2 imágenes diferentes por cada semana son C\$200.00 lo que al mes eso nos da el monto de C\$800.00. Como antes se mencionó este alcance va de 300 a 870 personas por día, si se saca más o menos una cantidad proporcional se podría decir que por día equivale a 585 personas lo que al mes significaría 2,340 personas y al ser publicaciones diferentes promocionadas, se estaría manejando 4,680 personas alcanzadas aproximadamente (puede ser más) eso tendríamos mensualmente por C\$800.00.

Los días estratégicos de publicación serán los martes y jueves por la Mañana de cada semana.

Cabe mencionar que los artes creados para la plataforma se harán a través de herramientas que faciliten la creación de las mismas, realizándolo entre el mismo equipo y haciéndose cargo así mismo con los detalles de la página, en cuanto a los mensajes pre-grabados, respuestas a comentarios o inquietudes que las personas puedan realizar a través de la plataforma.

Publicidad radial

Tomando en cuenta la localización de la empresa, se considera un medio de publicidad estratégica las radios locales, que tienen la audiencia de personas de todo Carazo y pueden cubrir zonas donde la señal de internet y redes sociales son casi inaccesibles y teniendo presente también la edad de algunos clientes que no tienen un teléfono inteligente o acceso a una red social.

El costo de la propaganda radial es de 200 córdobas por semanas, de lunes a domingo y 800 córdobas al mes.

Publicidad	Costo
Radial	C\$ 800.00
Redes sociales	C\$ 800.00
Total	C\$ 1, 600.00

Tabla 5 Presupuesto de Marketing

4.2. Plan Técnico

4.2.1. Proceso de Producción/Servicio

El proceso de producción es un conjunto de actividades orientada a la transformación de recursos o factores productivos en bienes y/o servicios. En este proceso intervienen la información y la tecnología, que interactúan con personas, que tiene como objetivo la satisfacción de la demanda. (Business School).

El jabón elaborado a base de café es un producto natural de belleza con unas increíbles propiedades exfoliantes, anticelulíticas, reafirmantes, energizantes y rejuvenecedoras. Su uso cosmético más popular es como tratamiento anticelulítico; pues la cafeína es un ingrediente que actúa eficazmente contra los depósitos de grasa que se acumulan bajo los tejidos de la piel y favorece su eliminación, además de que combate la flacidez y aporta firmeza y tersura a la dermis afectada. Pero esto no es todo, también es excelente para exfoliar la piel del rostro y evitar la formación temprana de arrugas. (Vicente, 2017)

Se describe el proceso de producción en la empresa comercializadora de productos de jabón exfoliante natural, a partir del proceso de transformación de la materia prima que es la fase más importante para la fabricación del jabón, se deberán considerar otros factores como la flexibilidad de los procesos, equipos y organización, para poder mantener la producción esperada en el momento deseado.

Con respecto a las características del producto, los ingredientes que este contiene se detallaran a continuación junto con los beneficios que este posee.

Glicerina

La glicerina posee propiedades hidratantes excepcionales, hasta el punto de que podemos considerarla como un imán para el agua. La glicerina pertenece a un tipo de agentes hidratantes conocidos como humectantes, que son apreciados por su capacidad para atraer y retener la humedad. Cuando se incluye glicerina en la rutina diaria del cuidado de la piel, esta capta la humedad del entorno que la rodea, ya sea de las capas más profundas de la piel o del aire, para propiciar una sensación más suave y equilibrada en la capa más externa de la piel.

(Johnson & Johnson, 2017)

Manteca de Karité

Es un excelente regenerador celular natural que previene el envejecimiento de la piel.

Es altamente hidratante, además ofrece una nutrición profunda de alta duración con grandes propiedades suavizantes y reestructurantes.

La manteca de Karité protege tu piel de las agresiones ambientales, retiene la humedad evitando la deshidratación de la piel, y aporta flexibilidad y elasticidad.

Sus propiedades suavizantes y reestructurantes otorgan a la manteca de Karité su capacidad cicatrizante. Se puede utilizar para reducir arrugas y estrías, pero también en pieles con tendencia a descamarse y en manos agrietadas.

(Farmacia Torrent Andorra, s.f.)

Café

En uso externo, el café actúa como un exfoliante natural muy efectivo, ya que los granos molidos brindan estimulación a la renovación de las células.

Entre los beneficios del café, destaca su uso como un componente principal para tratar la celulitis. También se utiliza el café para eliminar la piel de naranja, gracias a que la cafeína permite que desaparezca la grasa acumulada en la piel y reactiva la circulación, aumentando los niveles de moléculas quemadoras de grasa.

(Comeconsalud.com, s.f.)

Miel

- Es hidratante
- Gracias a las enzimas naturales que contiene, la miel es capaz de dar a la piel una hidratación extrema. Se puede agregar a la crema hidratante corporal para mejores resultados.
- Es antioxidante
- La miel es un potente antioxidante natural y actúa en la piel evitando el envejecimiento prematuro.
- Ayuda a regenerar la piel

- La miel natural tiene vitaminas que ayudan a que la piel se regenere con facilidad, por ello es ideal para tratar cicatrices. Además, contribuyen a eliminar las bacterias acumuladas para evitar marcas e infecciones.
- Puede mejorar el acné
- Por su alto contenido en peróxido de hidrógeno puede mejorar las pieles con acné reduciendo la aparición de espinillas. De igual modo, ayuda a eliminar manchas en la piel y gracias a sus enzimas es un excelente limpiador facial.
- Es exfoliante
- Gracias a la glucosa, fructosa y ácidos alfa hidróxidos que contiene la miel permite remover las células muertas de la piel para dejarla suave y renovada.

(Ciudad Magazine, 2018)

Aceite de oliva y Esencia Natural

El Aceite de oliva le aporta a la piel:

- Protección e hidratación.
- Revitaliza el tejido cutáneo otorgándole suavidad y firmeza.
- Favorece la oxigenación.
- Gracias a su elevada concentración de ácido oleico, estimula la regeneración celular.
- Contribuye a restituir los niveles naturales de humedad de la dermis.
- Su alto contenido en vitamina E refuerza la tonicidad de la epidermis, haciéndola más flexible y sedosa.

(Álvarez, 2018)

Cada uno de los ingredientes que el jabón contiene, por si solos son numerosos los beneficios que tienen, al juntarlos para crear un jabón exfoliante, logrando mayores resultados en nuestra piel.

|

A continuación, se muestra los pasos de elaboración del jabón que se debe seguir en orden cronológico por etapa que se reflejan en la siguiente:

Estado inicial:	Proceso transformador	Producto final
Insumos: <ul style="list-style-type: none"> • Glicerina a base de Karité. • Café artesanal. • Miel. • Esencias • Aceite de oliva. 	Proceso: <ul style="list-style-type: none"> • Preparar la materia prima. • Cortar en trozos pequeños. • Derretir la glicerina en baño María. • Mezclar el café a la glicerina derretida. • Mezclar el aceite de oliva, miel y la esencia. • Trasladar la mezcla al molde. • Enfriar a temperatura ambiente. 	Jabón exfoliante a base de café.
Suministros: <ul style="list-style-type: none"> • Gas butano. • Energía eléctrica. • Agua potable. 	Equipo productivo: <ul style="list-style-type: none"> • Cocina • Cacerola de acero inoxidable • Unidades de medida • Cuchara de madera • Guantes • Lentes • Gabacha • Mascarilla • Malla para la cabeza • Moldes 	
	Organización: <ul style="list-style-type: none"> • Encargado de compra de materia prima. • Encargado de la producción del jabón. 	

Fuente: elaborado por equipo investigador

Tabla 6- Pasos de elaboración del jabón

Apartado de las materias primas

- Glicerina: Se adquiere de la distribuidora el Caribe en la ciudad de Managua, que nos hace entrega de 20 cajas de Glicerina mensual que equivalen a 1kg de la misma.
- Café: Se hace el pedido a un proveedor independiente ubicado en la ciudad de Jinotepe.
- Aceite de oliva: Se encuentra en el supermercado la Colonia de Jinotepe.
- La miel se adquiere de un proveedor independiente.
- Esencias: Se adquieren en la distribuidora el Caribe en la ciudad de Managua.

Preparación de los ingredientes para la elaboración del jabón

- Se prepara cada insumo para posteriormente ser pesado, una vez pesado se agregan en recipientes individuales con el fin de agregar los ingredientes en porción exacta para conseguir el producto deseado.

Elaboración del Jabón Exfoliante

- Se corta la glicerina en trocitos pequeños.
- Se derrite los trocitos de jabón de Glicerina en baño María a una temperatura de 58°C por 2 minutos evitando que este expuesta mucho tiempo al calor del fuego, se pasa a un recipiente hasta esperar por 3 minutos que se enfríe, al conseguir una textura espesa se procede a mezclar el café con la glicerina derretida no muy caliente.
- Se remueve con una cuchara de madera constantemente estos dos elementos y se agregan los demás ingredientes como es la miel, la esencia y el aceite de oliva, moviéndolos de igual forma para evitar que la mezcla no se endurezca.
- Una vez terminada se vierte la mezcla en el molde y procede a enfriar la mezcla completa a una temperatura ambiente de 28°C por 30 o 40 minutos.
- Se prueba la consistencia de la mezcla para comprobar si se cumple con el estándar deseado.

Proceso de empaque y sellado

- Una vez elaborado los empaques hechos a mano, se procede a retirar el molde para luego ser empacados.

Almacenamiento del producto







- El producto terminado se almacena en un lugar limpio, seco y seguro.

Almacenamiento en la empresa

- Se hace entrega en bodega principal de la empresa al momento de ser terminado los jabones ya empaquetado con su etiqueta.

Vida útil del producto

- Cada Jabón tiene una vida útil de 2 años, debido a que los ingredientes que contiene permite el almacenamiento del mismo por este lapso de tiempo, manteniéndolo en un lugar fresco y seco.

Nombre	Simbología	Descripción
Inicio o final		Para marcar los extremos de un diagrama, podría implicar actividades de inicio y final.
Operación		Indica las principales frases del proceso: agrega, modifica, montaje etc.
Actividad		Acción llevada a cabo en un proceso representa cortes, cambios, modificaciones etc.
Espera		Indica demora entre dos operaciones o abandono momentáneo.
Inspección		Verifica la calidad y/o cantidad.
Almacenamiento		Indica depósito de un objeto bajo vigilancia en un almacén.

A continuación, se detalla el siguiente diagrama para la producción de 25 jabones en el lapso de 1 hora aproximadamente.














Actividades	Área Responsable	Tiempo	Simbología						
									
Apartado de las materias primas para su preparación	Producción	5 minutos							
Derretir glicerina a baño María	Producción	2 minutos							
Enfriar glicerina para proceder mezclar los demás ingredientes	Producción	3 minutos							
Se vierte la mezcla al molde y enfriar a temperatura ambiente	Producción	35 minutos							
Inspección de la consistencia, color y olor para verificar el estándar de calidad	Producción	5 minutos							
Retirar moldes y empaquetar	Producción	10 minutos							
Almacenamiento en bodega	Producción	Total 1 Hora							

Tabla 7 Diagrama de flujo del Proceso

Fuente: elaborado por equipo investigador

4.2.2. Proveedores y condiciones de compra de los equipos

Para la elaboración del jabón exfoliante de café encontramos diversos proveedores de mobiliarios equipos y oficina, equipo de cocina y limpieza que nos permita realizar el producto final deseado, con ello mencionaremos los proveedores de los equipos que se tomara en consideración para el proceso de producción de la empresa Eco-Arte.

Para las compras de los equipos se realizaron cotizaciones en lugares accesibles de los cuales se hicieron en la sucursal el Verdugo y Mercado nuevo de Jinotepe.

Todas las compras se realizarán al contado en cada uno de los establecimientos antes mencionados.

Cabe destacar que los proveedores no se presentan como una complicación o un riesgo para la empresa y no es un problema al que se deba enfocar, puesto que hay disposición de los equipos en el mercado y las condiciones de compra accesibles.

La frecuencia de compra de equipos varía de acuerdo al cuadro que se presenta en el rubro de la vida útil del capital fijo con sus depreciaciones. Al final de cada año en que dura un equipo se realizan las compras para su renovación.

Equipos	Proveedores	Cantidad	Dibujo de Referencia	
Muebles y equipo de oficina	Sucursal el Verdugo	8	 	 
Equipo de Producción	Mercado nuevo Jinotepe-Verdugo	12	 	 
Utensilios y Herramientas	Mercado Nuevo Jinotepe	36	   	   
Equipo de limpieza	Mercado Nuevo Jinotepe	11	 	 

Fuente: Elaborado por equipo investigador

Tabla 8- Proveedores de equipamiento

4.2.3. Capital Fijo y Vida Útil del Capital Fijo

A continuación, se muestra un cuadro sobre las depreciaciones de los equipos y cabe destacar que el método empleado es el de línea recta:

MOBILIARIOS Y EQUIPO DE OFICINA			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Mesa de madera	2	C\$ 1,000.00	C\$2,000.00
Estante de bodega	1	C\$2,800.00	C\$2,800.00
Sillas de oficina	4	C\$ 200.00	C\$800.00
Computadora Portátil	1	C\$4,924.45	C\$4,924.45
Totales			C\$10,524.45

DEPRECIACIÓN DE MOBILIARIOS Y EQUIPO DE OFICINA									
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total	Vida útil	Depreciación anual	Depreciación mensual	Monto anual	Monto mensual	Total mensual depreciado
Mesa de madera	2	C\$ 1,000.00	C\$2,000.00	5 años	20.00%	1.67%	C\$400.00	C\$33.40	C\$1,966.60
Estante de bodega	1	C\$2,800.00	C\$2,800.00	5 años	20.00%	1.67%	C\$560.00	C\$46.76	C\$2,753.24
Silla de oficina	4	C\$ 200.00	C\$800.00	5 años	20.00%	1.67%	C\$160.00	C\$13.36	C\$786.64
Computadora Portátil	1	C\$4,924.45	C\$4,924.45	2 años	50.00%	1.67%	C\$2,462.23	C\$82.24	C\$2,462.23
Totales			C\$10,524.45				C\$3,528.23	C\$175.76	C\$10,348.69

Fuente: Elaborado por equipo investigador a través de la ley 822. Ley de concertación tributaria

Tabla 9 Mobiliarios y equipo de cocina

EQUIPO DE PRODUCCIÓN			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Cocina	1	C\$6,000.00	C\$6,000.00
Balanza	1	C\$ 2,500.00	C\$ 2,500.00
Molde de jabones	6	C\$ 133.00	C\$ 798.00
Termómetro	1	C\$200.00	C\$200.00
Mesa de madera	1	C\$1,000.00	C\$1,000.00
Sillas	2	C\$ 200.00	C\$400.00
Totales			C\$10,898.00

Fuente: elaborado por equipo investigador a través de la ley 822. Ley de Concertación tributaria.

Tabla 10-Equipo de producción

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE PRODUCCIÓN									
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total	Vida útil	Depreciación anual	Depreciación mensual	Monto anual	Monto mensual	Total mensual depreciado
Cocina	1	C\$6,000.00	C\$6,000.00	5 años	20.00%	1.67%	C\$1,200.00	C\$100.20	C\$ 5,899.80
Balanza	1	C\$ 2,500.00	C\$ 2,500.00	2 años	20.00%	1.67%	C\$500.00	C\$41.75	C\$ 2,458.25
Molde de jabones	6	C\$ 133.00	C\$ 798.00	2 años	20.00%	1.67%	C\$159.60	C\$13.33	C\$ 784.67
Termómetro	1	C\$200.00	C\$200.00	2 años	20.00%	1.67%	C\$40.00	C\$3.34	C\$ 196.66
Mesa de madera	1	C\$ 1,000.00	C\$1,000.00	5 años	20.00%	1.67%	C\$200.00	C\$16.70	C\$ 983.30
Sillas	2	C\$ 200.00	C\$400.00	5 años	20.00%	1.67%	C\$80.00	C\$6.68	C\$ 393.32
Totales			C\$10,898.00				C\$2,179.60	C\$182.00	C\$ 10,716.00

EQUIPO DE HIGIENE Y SEGURIDAD			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Malla para cabello	8	C\$2.00	C\$16.00
Gabacha	2	C\$60.00	C\$120.00
Lentes	2	C\$100.00	C\$200.00
Guantes	8	C\$5.00	C\$40.00
Mascarilla	8	C\$3.00	C\$24.00
Totales			C\$400.00

EQUIPO DE HIGIENE Y SEGURIDAD						
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total	Vida útil meses	Devengación mensual	Total meses devengados
Gabacha	2	C\$60.00	C\$120.00	6	C\$20.00	C\$100.00
Lentes	2	C\$100.00	C\$200.00	9	C\$22.22	C\$177.78
Total					C\$55.56	C\$277.78

Fuente: Elaborado por equipo investigador

Tabla 11- Equipo de higiene y seguridad

UTENSILIOS Y HERRAMIENTAS			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Cacerola de acero inoxidable	3	C\$250.00	C\$750.00
Malla para cabello	8	C\$2.00	C\$16.00
Gabacha	2	C\$60.00	C\$120.00
Lentes	2	C\$100.00	C\$200.00
Cuchara de madera	1	C\$110.00	C\$110.00
Cuchara de medidas	4	C\$30.00	C\$120.00
Guantes	8	C\$5.00	C\$40.00
Mascarilla	8	C\$3.00	C\$24.00
Totales			C\$1,380.00

Fuente: elaborado por equipo investigador a través de la ley 822. Ley de Concertación tributaria.

Tabla 12-Equipo de producción

DEVENGACIÓN DE UTENSILIOS Y HERRAMIENTAS						
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total	Vida útil meses	Devengación mensual	Total meses devengados
Gabacha	2	C\$60.00	C\$120.00	6	C\$20.00	C\$100.00
Lentes	2	C\$100.00	C\$200.00	9	C\$22.22	C\$177.78
Cuchara de medidas	4	C\$30.00	C\$120.00	9	C\$13.33	C\$106.67
Total					C\$55.56	C\$384.44

EQUIPO DE LIMPIEZA			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Botes para basura Grandes	1	C\$ 100.00	C\$ 100.00
Bolsas para basura	1	C\$30.00	C\$ 30.00
Alcohol.	1	C\$130.00	C\$ 130.00
Palo de lampazo	1	C\$60.00	C\$ 60.00
Mecha de lampazo	5	C\$40.00	C\$ 200.00
Escobas	2	C\$80.00	C\$ 160.00
Totales			C\$ 680.00

Fuente: elaborado por equipo investigador a través de la ley 822. Ley de Concertación Tributaria

Tabla 13-Equipo de limpieza

DEVENGACIÓN DE EQUIPO DE LIMPIEZA						
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total	Vida útil	Devengación mensual	Total meses devengados
Botes para basura Grandes	1	C\$ 100.00	C\$ 100.00	11 meses	C\$ 8.33	C\$90.91
Bolsas para basura	1	C\$30.00	C\$ 30.00	1 mes	C\$30.00	C\$0.00
Alcohol.	1	C\$130.00	C\$ 130.00	2 meses	C\$65.00	C\$65.00
Palo de lampazo	1	C\$60.00	C\$ 60.00	12 meses	C\$5.00	C\$55.00
Mecha de lampazo	5	C\$40.00	C\$ 200.00	5 meses	C\$40.00	C\$160.00
Escobas	2	C\$80.00	C\$ 160.00	11 meses	C\$13.33	C\$145.45
Totales			C\$ 680.00		C\$163.64	C\$516.36

4.2.4. Mantenimiento y reparaciones

La empresa Eco-Arte cuenta con equipos que son necesarios realizar mantenimientos y reparación como son equipos de cocina. Para ello se contrata servicios de equipos técnicos en reparación de electrodomésticos con el fin de que cada mes se realice mantenimientos y pueda tener una vida útil más prolongada aprovechando de manera eficiente la producción de jabón en el tiempo y forma cumpliendo con los objetivos planteados.

Es importante mencionar que estos son gastos inciertos pero que pueden surgir a futuro. Habrá momentos en los que se va a requerir que los equipos sean retirados de su sitio, esto para facilitar las operaciones de mantenimiento, reparación o reemplazo lo cual llevara a que la producción se detenga por un tiempo corto y una vez concluida quedan dispuesto en el mismo lugar.

4.2.5. Capacidad planificada y a futuro

Para la capacidad planificada se tomó en cuenta la cantidad correspondiente a los moldes ya que este cuenta con la capacidad para producir 6 jabones, debido a que se contará con 6 moldes de 6 tortugas, por lo cual se puede abarcar la producción de 200 jabones mensuales, tomando en cuenta para los otros meses los porcentajes de crecimiento que se aplicaran con el fin de crecer gradualmente, beneficiándonos del impacto en la apertura de la Micro-Empresa, compitiendo por calidad en cada producto.

Para llevar a cabo la producción de los 200 jabones junto con sus incrementos se contará con 2 operarios a los cuales se les pagará por día y no por producción debido a que como Micro-Empresa se quiere establecer 2 días laborales por semana para cada operario, elaborando 25 jabones por día.

Los porcentajes de crecimiento corresponden a partir de febrero con el 20%, marzo y abril con el 5%, mayo 15%, junio, julio, agosto 5%, septiembre 15%, octubre 20% y para los meses de noviembre y diciembre el 25%.

Al establecer estos porcentajes de crecimiento se consideraron las diferentes festividades en cada uno de los meses, sin embargo también se tomó muy en cuenta el impacto de apertura provocado por la Micro-Empresa, debido a que toda apertura atrae clientes y publicidad de

persona a persona, por lo cual al introducirse en el mercado compitiendo por calidad generará la llegada y fidelización de clientes, tomando en cuenta así mismo las alianzas estratégicas que se tendrán y las oportunidades que se puedan generar mediante el desarrollo de la misma.

Plan de Producción													
Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Unidades a Producir	200	290	210	210	220	210	210	210	230	240	250	250	2730
Unidades a Vender	150	218	158	158	165	158	158	158	173	180	188	188	2048
Inventario de Almacén	50	73	53	53	55	53	53	53	58	60	63	63	683
Total a Vender	150	218	158	158	165	158	158	158	173	180	188	188	2048

El plan de producción sirve para detallar la cantidad de productos que se han previsto vender, Eco-Arte hace referencia a su total de producción de las cuales estima vender un 75% cada mes, cabe mencionar que el pronóstico de ventas es incierto, puesto que como sabemos los factores económicos varían y podemos tener ventas sustanciales o mayores a lo pronosticado como también en ocasiones vender menos de lo planteado, para la producción de estas unidades se cuenta con personal capacitado para su elaboración, los cuales recibirán una retribución monetaria de acuerdo a los rangos salariales establecidos.

Otro aspecto importante es dar a conocer que estos operarios realizaran funciones a partir de las 8 de la mañana a 12 del mediodía, gozando de un salario por día. Eco- Arte como toda microempresa responsable, de iniciativa emprendedora y de carácter impulsador al crecimiento local de nuestra economía, contrata a dos operarios que además de elaborar los jabones exfoliantes se encargarán de la limpieza de las herramientas y utensilios que se usarán durante la elaboración de los jabones.

4.2.6. Ubicación y distribución física de la planta

Diseño del lugar

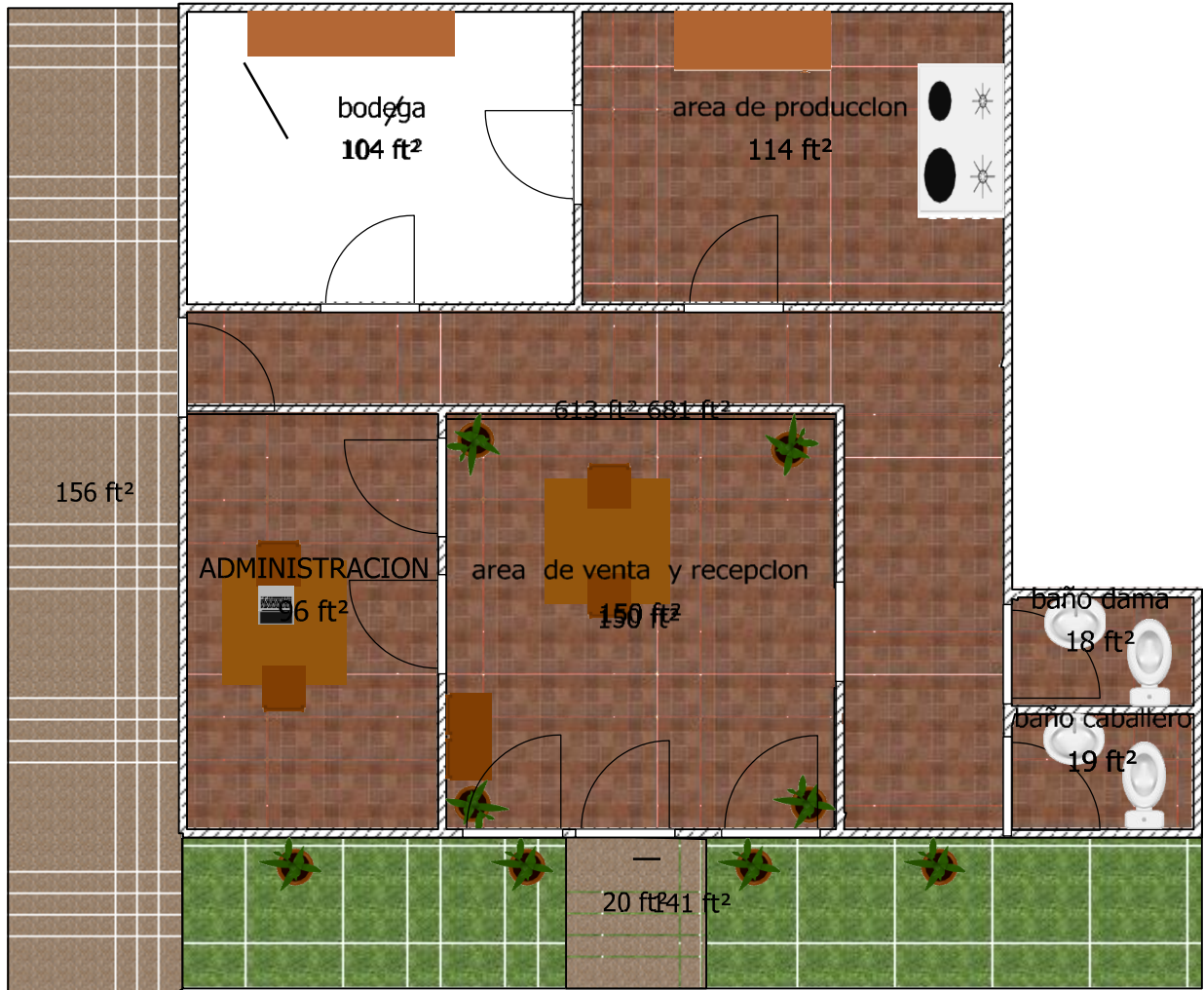


Ilustración 3

Ingeniería del Proyecto

Este proyecto está enfocado directamente con la producción del jabón, siendo el producto terminado la etapa culminante del proceso productivo.

Sin embargo, hay una serie de aspectos que se deben considerar en la empresa para la optimización del tiempo y los recursos, así como la parte organizativa dentro de cada uno de los procesos.

Es necesario determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción de los 200 jabones, para lo cual se han establecido que los equipos a usar en la elaboración del Jabón sean fáciles de usar para los operarios, quienes llevan la mayor parte en la elaboración del producto.

Producción

La producción de los 200 jabones será llevada a cabo por 2 operarios, durante 2 días a la semana. Para la elaboración de los jabones se dispone de 6 moldes donde será vertida la mezcla, cada molde tiene en su interior 6 moldes más pequeños con la figura de tortuga la cual es el diseño del Jabón, esto permite a los operarios trabajar con mayor facilidad y rapidez en la producción, siendo capaces de producir 25 Jabones por las horas laborables acordadas, lo que al final constituye una ventaja para la empresa al momento de ampliar porcentualmente la producción en aquellos meses donde existe mayor demanda del producto.

Equipamiento de producción

Tomando en cuenta, el diseño e idea inicial del producto; el equipo de producción juega un papel importante para conseguir los resultados deseados en el jabón, por lo que se ha elegido equipos básicos y fáciles de usar, que le permitan a la empresa alcanzar la producción proyectada sin elevar tanto sus costos y, al mismo tiempo a los operarios desempeñar su trabajo de forma artesanal con equipos con los que ellos están familiarizados a usar, entre estos equipos figuran:

- Cocina a gas butano.
- Cacerolas
- Moldes
- Cucharas de medir

Además de simplificar el proceso de fabricación, esto le permite a la empresa ahorrarse costos innecesarios al tener que comprar equipamientos más sofisticados, y le permite al operario estar en contacto con el producto siempre, desde la materia prima, proceso transformador, hasta su terminación, o que garantiza que el producto sea totalmente artesanal.

Proceso de producción

Para transformar la materia prima en un producto terminado, se requieren ciertos procesos y recursos que se deberán tomar en cuenta previo al inicio de la producción de los jabones. Además de ser un Jabón orgánico y funcional, se deben tomar las medidas de higiene, seguridad y selección de la materia prima, para garantizar tanto la calidad, como la seguridad para los clientes al momento de usarlo, teniendo en cuenta que es un Jabón exfoliante dirigido principalmente zonas delicadas de la piel de las personas.

(Véase en el anexo 2.)

Distribución de planta

Para lograr una producción óptima en tiempo esperado se requiere una buena distribución tanto del personal, como de los demás elementos técnicos con los que contara la empresa.

A continuación, se muestra el diagrama de funciones de la empresa:

Distribución de actividades en la empresa

Actividades	Personal	Descripción
Área de producción	2	Cortar y derretir la glicerina
		Mezclar los ingredientes a la glicerina
		Inspeccionar la consistencia de la mezcla.
		Enfriar a temperatura ambiente
		Encargarse de empacar los pedidos según el diseño de empaque.
		Guardar los pedidos en espera de retiro en bodega. Elaborar empaques.
Responsable de compras y ventas	1	Inspección de los inventarios de la empresa.
		Traslado de pedidos al departamento de producción.
		Compra de insumos.
		Pago de servicios.
Contador	1	Levantar los inventarios de la Micro-Empresa Manejar la contabilidad de la Micro-Empresa
Administrador financiero	1	Análisis de los estados financieros de la Micro-Empresa

Fuente: Elaborado por equipo investigador

Tabla 14-Distribución de actividades en la empresa

4.2.7. Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad

Materia prima: Son los materiales que serán sometidos a operaciones de transformación o manufactura para su cambio físico y/o químico, antes de que puedan venderse como productos terminados.

Costo de la Materia Prima: Precio de los materiales directamente utilizados en la fabricación o elaboración del producto, como empresa se busca obtener la materia prima al

mejor costo posible, por lo que comprar la materia prima al por mayor no sólo nos permite aprovechar descuentos y comprar la materia prima a un costo más bajo, sino también tener a la larga mejores márgenes de utilidades.

Disponibilidad de la Materia Prima: Se indican si los insumos utilizados en el proceso productivo están disponibles en los momentos deseados.

El volumen y las características de las materias primas disponibles que se requieren para la elaboración de los jabones son aspectos de suma importancia, como también la disponibilidad de los insumos, junto con sus precios de adquisición, puesto que muchas veces influyen en alto grado sobre los resultados económicos del proyecto.

A diferencia de la materia prima indirecta, la materia prima directa que se requiere para la elaboración del producto, solo se encuentra en Managua, por lo que es necesario comprar la materia prima al por mayor y así reducir costos al momento de transportarla.

Para la elaboración de 200 jabones, Eco-Arte se requiere de ciertos insumos, y cantidades específicas para lo cual se cuenta con proveedores determinados como lo es Distribuidora El Caribe-Managua, siendo esta la que provisionará la glicerina a base de Karité, miel, aceite de oliva, esencias naturales y uno independiente quien proveerá el café artesanal; conociendo quienes son los proveedores se puede decir con certeza que se cuenta con materia prima disponible para llevar a cabo la producción del jabón exfoliante, sin embargo se hace hincapié en la adquisición de la glicerina ya que en determinados momentos los productores de jabones acaparan esta materia, tanto que abastecerse a tiempo es un reto.

- **Materia Prima Requerida**

Para elaborar una producción de 200 jabones exfoliantes se requiere la siguiente materia prima:

Materia Prima Requerida	
Producción: 200 Jabones	
Insumos	Unidad de Medida
Glicerina a base de Karité	Kg
Café	Lb
Miel	Ltr
Aceite de oliva	ml
Esencias Naturales	Oz

Fuente: Elaborado por Equipo Investigador

Tabla 15 Materia prima requerida

- **Materia Prima-Costo**

Insumos	Cantidad	Unidad de medida	Precio unitario	Precio Total
Materia prima Directa				
Glicerina a base de Karité	20.00	Kg	C\$507.00	C\$10,140.00
Café	2.00	Lb	C\$80.00	C\$160.00
		Sub-Total	C\$587.00	C\$10,300.00
Materia prima Indirecta				
Miel	2.00	Ltr	C\$ 300.00	C\$600.00
Aceite de Oliva	2.00	Botella de 250ml	C\$ 260.00	C\$520.00
Esencias	2.00	Oz	C\$ 160.00	C\$320.00
Bolsas de Papel Kraft con Sellos	200.00	unidades	C\$ 4.00	C\$800.00
		Sub-Total	C\$ 724.00	C\$2,240.00
		Total, M.P	C\$1,311.00	C\$12,540.00

Fuente: Elaborado por equipo investigador

-Tabla 16 Costo de la materia prima

4.2.8. Mano de obra, su costo y disponibilidad

Mano de Obra: Es el esfuerzo tanto físico como mental que se aplica durante el proceso de elaboración de un bien.

Costo de la mano de obra: El costo de la mano de obra es aquel que está vinculado a los trabajadores que están ligados a la fabricación de un producto, siendo conformado por los salarios, las provisiones para las prestaciones sociales.

Disponibilidad de la mano de obra: Este factor no se considera como limitante, ya que, Nicaragua se distingue por su excesiva mano de obra, además de que a nivel de disponibilidad tiene un índice considerable de desempleo.

Sin mano de obra no hay producción, y sin producción la mayoría de las cosas de las que disfrutamos diariamente no existirían. Absolutamente todo tiene un proceso de creación en la que directa o indirectamente la mano de obra está implicada, en Eco-Arte se cuenta con 2 operarios para llevar a cabo el proceso productivo, el costo de la mano de obra está representado por las horas – hombre trabajadas en relación a su categoría de trabajo, cuya remuneración mínima está reglamentada por el ministerio de trabajo (MITRAB), estos devengarán un salario de C\$ 598.32 mensuales, cada uno realizando sus funciones un día a la semana, con un total de 4 días laborables por mes, totalizando 8 días laborables cada mes entre los 2 operarios, cabe mencionar que cada operario producirá 25 jabones cada día que se presente a laborar en la microempresa en sus horarios establecidos de 8:00am a 12:00pm.

Es importante mencionar que Eco-Arte aumenta sus porcentajes de producción en los meses a partir de febrero, sin embargo, se ha establecido que la remuneración de la mano de obra a los operarios será por horas laborables, no por producción ya que lo que se busca es asegurar la calidad del producto, puesto que Eco-Arte solamente incurrirá en el aumento de la materia prima directa, por tal razón es que la remuneración de mano de obra permanecerá igual.

Mano de Obra directa	
Salario de pymes artesanales	C\$ 4,487.47
Salario diario	C\$ 149.58
Días trabajados-Operario 1	4
Días trabajados-Operario 2	4
Total días laborados	8
Salario-Operario 1	C\$ 598.33
Salario-Operario 2	C\$ 598.33
Total Mano de Obra Directa	C\$ 1,196.66

Fuente: Elaborado por equipo Investigador

Tabla 17-Mano de obra directa

4.2.9. Gastos generales de producción.

Los costos de producción también llamados costos de operación son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento.

Los costos de producción pueden dividirse en dos grandes categorías: costos directos o variables, que son proporcionales a la producción, como la materia prima, y los costos indirectos, también llamados fijos que son independientes de la producción, pero contribuyen y forman parte del costo de producción. (Parín, s.f.)

Los costos indirectos de fabricación son todos aquellos que no se relacionan directamente con la manufactura, pero que, si contribuyen y forman parte del costo de producción, mano de obra indirecta y materiales indirectos de fabricación como la energía eléctrica, agua, gas, etc.

Costos Indirectos de Fabricación		
Agua	C\$	100.00
luz	C\$	90.00
Transporte	C\$	800.00
Gas	C\$	300.00
Salario responsable de Compras y ventas	C\$	6,592.50
Materia Prima Indirecta	C\$	2,240.00
Devengación de limpieza	C\$	65.46
Devengación de utensilios	C\$	55.56
Depreciación de equipo de cocina	C\$	182.00
Total		C\$ 10,425.52

Fuente: Elaborado por equipo Investigador

Tabla 18-Costos Indirectos de Fabricación

4.2.10. Gastos Generales de producción

Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Materia prima directa	C\$10,300.00	C\$12,360.00	C\$10,815.00	C\$10,815.00	C\$12,360.00	C\$11,330.00
Mano de obra directa	C\$1,196.64	C\$1,196.64	C\$1,196.64	C\$1,196.64	C\$1,196.64	C\$1,196.64
CIF	C\$7,129.27	C\$6,477.27	C\$6,141.27	C\$6,941.27	C\$6,253.27	C\$6,141.27
Total	C\$18,625.91	C\$20,033.91	C\$18,152.91	C\$18,952.91	C\$19,809.91	C\$18,667.91

Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
C\$11,330.00	C\$11,845.00	C\$11,845.00	C\$12,875.00	C\$12,875.00	C\$12,875.00
C\$1,196.64	C\$1,196.64	C\$1,196.64	C\$1,196.64	C\$1,196.64	C\$1,196.64
C\$7,241.27	C\$6,141.27	C\$6,365.27	C\$7,277.27	C\$6,589.27	C\$6,589.27
C\$19,767.91	C\$19,182.91	C\$19,406.91	C\$21,348.91	C\$20,660.91	C\$20,660.91

Fuente: Elaborado por Equipo Investigador

Tabla 19-Gastos generales de producción

4.3. Plan de organización y gestión

Misión

- “Eco-Arte” Empresa creada con el fin de elaborar y comercializar jabones exfoliantes artesanales en la ciudad de Jinotepe, abarcando personas de distintos lugares que visiten la ciudad, dirigido tanto a varones como mujeres, haciendo más énfasis en aquellas personas que sufren de acné o bien les guste mantener limpio su rostro y exfoliado, a la vez se recalca la producción de café en Nicaragua siendo este el ingrediente central del jabón y la conservación de la tortuga Paslama el cual es el icono representativo del Producto.

Visión

- Como empresa se espera posicionarse en el mercado a través de alianzas estratégicas y comercialización del jabón desde el propio establecimiento, brindando calidad y seguridad en el producto, siendo este libre de químicos.

Valores

- Respeto

Se mantiene el respeto tanto con los clientes como con los compañeros de trabajo, proveedores y sociedad en general.

- Honestidad

Estamos comprometidos a actuar de manera honesta y transparente en cada una de las operaciones o actividades a realizar.

- Responsabilidad

Valoramos el tiempo y la disposición de cada uno de los consumidores para adquirir nuestro producto, es por ello que la responsabilidad siempre estará de por medio al atenderlos.

- Excelencia

Nos comprometemos a realizar cada una de las actividades con excelencia y calidad, brindándoles lo mejor a nuestros consumidores.

Políticas de la Empresa “Eco-Arte”

➤ Políticas de Compras

En definitiva, las políticas de compra son una herramienta imprescindible para tomar las decisiones correctas a la hora de: qué comprar, cómo, a quién y a cuánto. Esta decisión influirá en el desarrollo del producto, la satisfacción de los clientes, etc.

Se procurará siempre obtener las mejores condiciones en cuanto a la calidad, precios, plazos de entrega, formas de pago, entre otros.

Las políticas de compra que establece Eco-Arte son las siguientes:

- Las compras de las materias primas, se harán mensualmente.
- Se incrementará la compra para cada uno de los meses, debido a las diferentes actividades realizadas en los mismos y al impacto de apertura que se obtiene.
- Que los productos cumplan con los estándares de calidad establecidos.
- La forma de pago será al contado.
- No se permitirá comprar más de lo establecido para evitar el exceso en inventario, a menos que sean encargos realizados por el cliente que conlleve a utilizar más de lo presupuestado.
- Se hará alianzas con empresas distribuidoras de los insumos necesarios, con el fin de garantizarlos mensualmente y mantener un precio fijo de los mismos, en la medida de lo posible.

➤ Políticas de Venta

- Se establece el margen de ganancia del 5% sobre el valor del producto para los que quieran adquirir el producto para su reventa.
- Se venderá tanto en unidad como por docena teniendo un descuento por docena del 7.15% sobre el total.
- Para pedidos se establecerá una semana de anticipación en caso de ser más de 50 unidades.
- Todo pedido deberá ser facturado.

➤ Políticas de Producción

Son la administración de los recursos productivo de la empresa. Esta área se encarga de la planificación, control, dirección y mejora de los sistemas de producción de los bienes y servicios.

A continuación, se presenta las políticas de producción de la Micro-Empresa “Eco-Arte”

- Se realizará una capacidad productiva de 200 jabones correspondientes al mes de enero sin porcentaje de aumento, teniendo en cuenta los porcentajes en los siguientes meses a partir de febrero.
- Se mantendrán las herramientas y utensilios necesarios para cada producción, cuidando la higiene y salud de los operarios, garantizando calidad en su elaboración.
- Se realizará mantenimiento y mejora de algunos equipos que interfieran en el proceso productivo en el caso que sea necesario.
- Se respetará las unidades a producir por mes, evitando el exceso de productos en inventario, salvo a que sea un encargo y tenga que producirse más de lo establecido.
- Tener almacenado suficiente materia prima para poder cubrir cada mes las unidades de producción.

4.3.1. Marco Legal (Persona Natural)

Tabla 1. Clasificación Legal de Pequeñas y Medianas Empresas en Nicaragua¹

	Micro	Pequeña	Mediana
Número Total de Trabajadores	1-5	6-30	31-100
Activos Totales (Córdobas)	Hasta 200 mil	Hasta 1.5 millones	Hasta 6.0 millones
Ventas Totales Anuales (Córdobas)	Hasta 1 millón	Hasta 9 millones	Hasta 40 millones

Fuente: Reglamento de Ley MIPYME, Decreto No. 17-2008.

Ilustración 4

En base a los requerimientos establecidos en el reglamento de la ley MIPYME, Eco-Arte se constituye como una Micro-Empresa, debido a que cuenta con 5 trabajadores, dos de ellos, trabajadores directos.

Las ventas totales anuales cumplen con el estándar de Micro-empresa y en lo que respecta a los activos totales no excede el rango establecido por la ley para la Micro-empresa, debido a esto, se considera Eco-Arte como Micro-Empresa.

Para la formación de la Micro-empresa nos constituiremos como persona natural, con el nombre de “Eco-Arte” que significa Ecológico-Artesanal, para lo cual se deberá registrar ante las instituciones correspondientes como:

➤ Registro Mercantil

El Registro Mercantil tiene por objeto la inscripción de los comerciantes o empresarios, de los actos y contratos de comercio; la inscripción y legalización de los Libros de Diario, Mayor, Actas, Acciones y cualquier otra información que determine la Ley 698, Ley General de Registros Públicos.

➤ DGI

La Persona natural debe acudir a la Administración de Rentas más cercana al domicilio donde realizará su actividad económica presentando los siguientes requisitos:

1. Llenar el Formulario de Inscripción que la Renta proporciona gratuitamente.

2. Tener la edad de 18 años cumplidos.

3. Documento de identificación ciudadana:

a) Nacionales: Cédula de Identidad Ciudadana, de acuerdo a lo establecido en el literal f) del artículo 4, de la Ley N° 152 Ley de Identificación Ciudadana.

4. Documentos para hacer constar el Domicilio Fiscal:

Debe presentar al menos una de las siguientes facturas de servicios básicos: agua, energía eléctrica, teléfono o contrato de arriendo del inmueble. Si la factura no está a su nombre, debe adjuntarle fotocopia de Cédula de Identidad Ciudadana y constancia de la persona que aparece reflejada en la misma, donde autoriza el uso de su domicilio como domicilio fiscal.

La cuota fija será de C\$230.00

Alcaldía Municipal de Jinotepe

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

- Los requisitos para persona natural son:
- Cédula de Identidad del Contribuyente.
- Fotocopia de Cédula de Identidad de la persona autorizada para realizar el trámite.
- Permiso y/o Constancia de la Policía Nacional y de la Dirección General de Medio Ambiente y Urbanismo, cuando el caso lo amerite.

Aspectos Contables

Los procesos contables, son una base fundamental para cualquier empresa, y es por ello que nuestra microempresa se apropiara de recursos contables ya que estos nos ayudaran a tener un mayor control de nuestras operaciones financieras; para poder conocer los procesos administrativos en exactitud.

En el presente proyecto, se realizará el análisis de los Estudios de Mercado y Técnico, con el fin de adquirir una cuantía económica aproximada de todas las inversiones a realizar; considerando que existen inversiones que se utilizan antes de poner en marcha el proyecto, y durante la realización del mismo.

La Microempresa Eco-Arte tomara en cuenta todos los ingreso, costos y gastos que incurrirán en la inversión, considerando dentro de esto los gastos de administración en los cuales se detalla el sueldo a percibir por parte de cada uno de los miembros de la microempresa.

Se tratará de sistematizar la información, a fin de cuantificar la inversión de los activos que requiere el proyecto y la determinación del monto de capital de trabajo adicional requerido para el funcionamiento normal del proyecto después de su implementación; al ser Jabón Eco-Arte un negocio regido por aspectos legales y de total seriedad, este presentará su contabilización a través de estados financieros y libros contables pertinentes de conformidad a las leyes correspondientes que rigen los sistemas contables de nuestro país.

Se considerará todas las adquisiciones de activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles que se necesitarán en el proyecto. Las inversiones en activos fijos son todas aquellas que utilizaremos en el proceso de transformación de la materia prima, así como otros activos, como equipamiento de oficina, muebles, etc. Nuestra inversión de activos intangibles está conformada por los derechos adquiridos, para la puesta en marcha del proyecto.

Es decir, para nuestra microempresa será de mucha importancia realizar procedimientos contables ya que esto permitirá poner ordenadamente todas las actividades económicas que se efectuaran y que realizaran las personas que intervendrán de una u otra forma en el proceso productivo del jabón exfoliante hecho a base de café.

4.3.2. Estructura Organizacional (fichas de cargo)

El diseño organizacional es uno de los procesos más relevantes ya que por medio de este conocemos la estructura organizacional más apropiada para las estrategias, la gente, la tecnología y las actividades de la organización, considerando que la estructura organizacional es la manera en que las actividades de una organización se dividen, organizan o coordinan mejor, ayudando a los miembros e integrantes de la empresa a lograr los objetivos propuestos.

Eco-Arte es una microempresa compuesta por 5 trabajadores, Definiendo la estructura Organizacional de la siguiente manera:

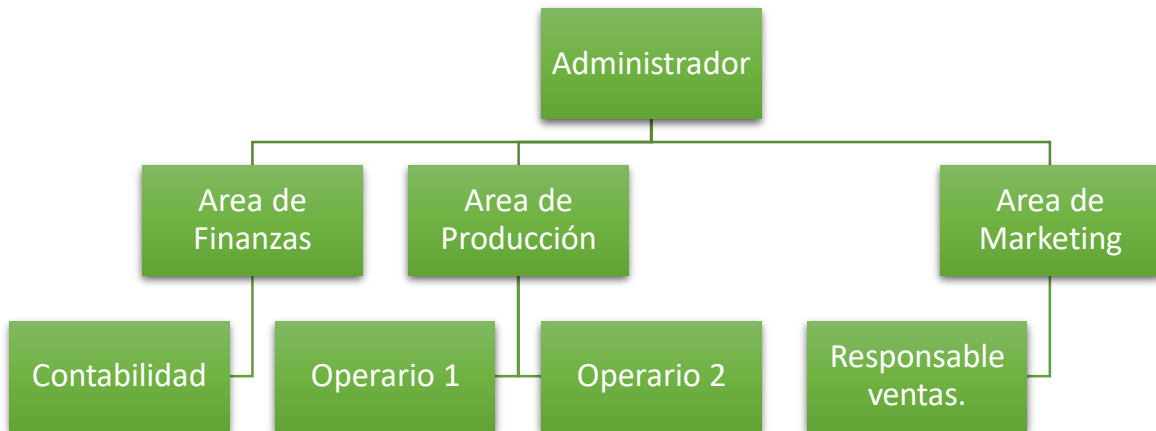


Ilustración 5

Detallando a continuación cada uno de los cargos:

Número de ficha	001
Cargo	Administrador
Área	Administración
Jefe superior	-
Responsabilidades del cargo	
<ul style="list-style-type: none"> - Tomar decisiones prontas e inteligentes basadas en un análisis que ayude a coordinar y actualizar las diferentes áreas. - Mantener una línea directa de comunicación con sus colaboradores para estar informado de la funcionalidad de cada una de las áreas dentro de la Micro-empresa. - Crear estrategias que permitan el crecimiento y posicionamiento de la Micro-empresa en el mercado. 	

Fuente: Elaborado por equipo investigador-

Tabla 20-Ficha de cargo 1

Número de ficha	002
Cargo	Financiero
Área	Finanzas
Jefe superior	Administración
Responsabilidades del cargo	
<ul style="list-style-type: none"> - Mantener informado al administrador de cualquier anomalía que observe. - Llevar inventario de compras y registro de ventas. - Solicitar presupuesto a distintos distribuidores e información de las características de los productos u insumos a comprar, buscando lo más viable. 	

Fuente: Elaborado por equipo investigador –

Tabla 21 ficha de cargo 2

Número de ficha	003
Cargo	Operario
Área	Producción
Jefe superior	Administración
Responsabilidades del cargo	
<ul style="list-style-type: none"> - Realizar con eficiencia y eficacia el proceso de elaboración del jabón exfoliante. - Elaborar el empaque correspondiente para el producto. - Mantener limpios los utensilios y herramientas que se utilicen en la producción. - Pasar reporte al jefe superior de cada inventario que se tenga en bodega, tanto de producto almacenado como aquel que se acaba de finalizar. 	

Fuente: Elaborado por equipo Investigador –

Tabla 22 ficha de cargo 3

Número de ficha	004
Cargo	Operario
Área	Producción
Jefe superior	Administración
Responsabilidades del cargo	
<ul style="list-style-type: none"> - Realizar con eficiencia y eficacia el proceso de elaboración del jabón exfoliante. - Elaborar el empaque correspondiente para el producto. - Mantener limpios los utensilios y herramientas que se utilicen en la producción. - Pasar reporte al jefe superior de cada inventario que se tenga en bodega, tanto de producto almacenado como aquel que se acaba de finalizar. 	

Fuente: Elaborado por equipo Investigador-

Tabla 23Ficha de cargo 4

Número de ficha	005
Cargo	Responsable de Ventas
Área	Marketing
Jefe superior	Administración
Responsabilidades del cargo	
<ul style="list-style-type: none"> - Monitorear redes sociales de la Micro-empresa. - Recibir y llevar a cabo las ventas dentro de la Micro-empresa. - Tomar pedidos realizados por el cliente. - Mantener control de los productos vendidos. 	

Fuente: Elaborado por equipo investigador

Tabla 24 Ficha de cargo 5

4.3.3. Actividades y gastos preliminares

Para el desarrollo de nuestra Micro-empresa detallamos a continuación los gastos a los que se incurrirá:

Actividades y gastos preliminares	
Registro Mercantil	C\$ 300.00
Matricula Alcaldía	C\$ 500.00
Registro de propiedad intelectual	C\$ 3,380.00
Asesor técnico	C\$ 6,760.00
Total	C\$ 10,940.00

Fuente: Elaborado por equipo investigativo

Tabla 25 Actividades y gastos preliminares

4.3.4. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son los gastos en los que incurre una empresa que no están directamente vinculados a una función elemental como la fabricación, la producción o las ventas. Estos gastos están relacionados con la organización en su conjunto en lugar de un departamento individual. Los salarios de los altos ejecutivos y los costos de los servicios generales como la contabilidad son ejemplos de gastos administrativos.

(Riquelme, 2019)

La empresa realizara los gastos administrativos requeridos de manera estratégica para garantizar la funcionalidad de la misma y procurando no afectar los márgenes de utilidad una vez que el negocio este puesto en marcha.

Gastos administrativos	
Concepto	Costo
Sueldo del administrador	C\$6,592.50
Sueldo del financiero	C\$899.15
Internet departamento de administración	C\$388.70
Energía eléctrica del departamento de administración	C\$120.00
Agua del departamento de administración	C\$40.00
Devengación de equipo de limpieza	C\$49.09
Depreciación de mobiliario y equipo de oficina	C\$87.88
Total	C\$8,177.32

Fuente: elaborado por equipo investigador-

Tabla 26 Gastos administrativos

Para hacer efectivas las operaciones dentro del negocio se cuenta con recursos tanto materiales, económicos, como recursos humanos quienes aportaran a la organización habilidades, conocimiento, actitudes y comportamientos, percepciones, etc. Además, vocación encaminada hacia el crecimiento y el desarrollo del proyecto; para el cual se contratará solo el personal necesario tomando en cuenta que se trata de una microempresa y solo se ofrecerá un producto en específico.

4.4. Plan Financiero

En el presente proyecto, se realizará el análisis de los Estudios de Mercado y Técnico, con el fin de adquirir una cuantía económica aproximada de la inversión a realizar; considerando que existen inversiones que se utilizan antes de poner en marcha el proyecto, y durante la realización del mismo.

Se tratará de sistematizar la información, a fin de cuantificar la inversión de los activos que requiere el proyecto y la determinación del monto de capital de trabajo requerido para el funcionamiento normal del proyecto después de su implementación.

Se considerará todas las adquisiciones de activos fijos y diferidos o que se necesitarán en el proyecto.

Las inversiones en activos fijos son todas aquellas realizadas en bienes tangibles que se utilizan en el proceso de transformación de la materia prima e insumos, así como otros activos, como adecuaciones necesarias para la instalación de la planta del proyecto, equipamiento de oficina, etc.

Las inversiones de activos intangibles son los activos conformados por los derechos adquiridos, patentes, registro sanitario, para la puesta en marcha del proyecto.

La inversión de Capital de trabajo se establece, tomando en consideración los recursos necesarios para la operación normal del proyecto durante el ciclo productivo.

4.4.1. Inversión del Proyecto

Las inversiones están constituidas por la suma de todos los bienes y servicios necesarios para la implantación del proyecto. Las inversiones son el conjunto de erogaciones destinadas a dotar al proyecto la capacidad operativa. Por ello generalmente se aplican durante la fase de instalación hasta la puesta en marcha, es decir cuando el proyecto, está en condiciones de iniciar su funcionamiento.

La inversión es el flujo de dinero que se encamina a la creación o mantenimiento de bienes de capital y a la realización del proyecto, la inversión es el uso de factores de producción para producir bienes de capital que satisfagan las necesidades del consumidor, de una forma indirecta pero más plena en el futuro.

Al rubro de inversiones corresponden todos los costos en los cuales se incurrirá para la compra de equipos de producción, muebles y enseres y demás activos que son bienes tangibles y que se utilizarán en el proceso de producción y comercialización del jabón exfoliante de café, estos forman parte de los activos fijos de la microempresa.

Eco-Arte			
Plan de Inversión			
Expresado en Córdoba			
Inversión Fija			
	Total		
Descripción			
Mobiliario y equipo de oficina	C\$ 10,524.45		
Mobiliario y Equipo de Producción	C\$ 10,898.00		
Utensilios y Herramientas	C\$ 1,380.00		
Subtotal Inversión fija		C\$ 22,802.45	
Inversión Diferida			
Gastos de Constitución	C\$ 10,940.00		
Propaganda y publicidad	C\$ 1,600.00		
Materiales de limpieza y Aseo	C\$ 680.00		
Subtotal Inversión Diferida		C\$ 13,220.00	
Capital de Trabajo			
Inventario Materia prima (3 meses)	C\$ 35,622.55		
Salarios (3 meses)	C\$ 45,842.37		
Servicios Básicos (3 Meses)	C\$ 4,932.20		
Subtotal capital de trabajo		C\$ 86,397.12	
Inversión Total			C\$ 122,419.57

4.4.1.1. Activos Fijos

Son los bienes de propiedad de la micro empresa como: mobiliario y equipo de oficina, equipo de producción, enseres y otros. Se llama “fijo” porque la microempresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que con ello ocasione problemas a sus actividades productivas a diferencia del activo corriente.

4.4.1.2. Activos Intangibles

Son aquellos activos no cuantificables físicamente, pero que producen o pueden producir un beneficio a la entidad, cuya vida es superior a un año a partir del momento que les dio origen, amortizándose con cargo a gastos en ejercicio posteriores.

Este rubro incluye bienes que, si bien tienen características inmateriales, implican un derecho o privilegio que posibilita reducir costos o mejorar la calidad de servicios o productos, tales como: patentes, marcas.

4.4.1.3. Capital de Trabajo

El capital de trabajo es la capacidad que tiene la microempresa para desarrollar sus actividades de manera normal en el corto plazo. Puede calcularse como el excedente de los activos sobre los pasivos de corto plazo; este permite medir el equilibrio patrimonial de la misma, se trata de una herramienta muy importante para el análisis interno de la microempresa ya que refleja una relación muy estrecha con las operaciones diarias del negocio.

Es la inversión de dinero que realiza el negocio para llevar a efectos su gestión económica y financiera a corto plazo, entiéndase por corto plazo períodos de tiempo no mayores de un año. Está generalizado por la mayoría de los especialistas y literatura especializada el criterio de que Capital de Trabajo no es más que la diferencia entre Activo Circulante y Pasivo Circulante.

A más de la inversión inicial, el presente proyecto tiene que afrontar una serie de gastos y costos directos e indirectos indispensables para atender las operaciones de producción y venta de jabones exfoliantes de café.

4.4.2. Balance de Apertura

El balance de apertura es la primera entrada en las cuentas de una empresa, ya sea cuando se inician por primera vez o al comienzo de un nuevo año fiscal. Se trata del balance que se tomó del final de un período contable para el comienzo de un nuevo período contable.

Los fondos en las cuentas de una empresa al comienzo de un nuevo período financiero se denominan balances de apertura, y sus saldos iniciales representan la posición financiera de una compañía el día antes de comenzar a ingresar transacciones.

Los balances de apertura también pueden ser importantes si una empresa transfiere sus cuentas a un nuevo sistema de contabilidad. Cuando esto ocurre, la última entrada en las cuentas anteriores se convertirá en el saldo inicial de las nuevas cuentas de la empresa.

Eco-Arte está comenzando, es un negocio nuevo, por tanto, el balance de apertura debe incluirse como parte del plan de negocios.

Balance de Apertura	
Eco-Arte	
Activos	
Activos Corrientes	
Caja	C\$ 50,774.57
Inventario	C\$ 35,622.55
Subtotal Activos Corrientes	C\$ 86,397.12
Activos No Corrientes	
Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$ 10,524.45
Equipo de Producción	C\$ 10,898.00
Utensilios y herramientas	C\$ 1,380.00
Subtotal Activos No Corrientes	C\$ 22,802.45
Activos Diferidos	
Gastos de Constitución	C\$ 10,940.00
Publicidad	C\$ 1,600.00
Material de Limpieza	C\$ 680.00
Subtotal Activos Diferidos	C\$ 13,220.00
Total Activos	C\$ 122,419.57
Capital Contable	
Capital Propio	C\$ 122,419.57
Total Capital Contable	C\$ 122,419.57
Total P+C	C\$ 122,419.57

4.4.3. Ingresos, Egresos, Costos

El ingreso es la cantidad de dinero que se retribuye a una empresa por concepto de sus operaciones y se dice que el ingreso total, es el que proviene de multiplicar las cantidades vendidas por el precio de venta de cada unidad.

Los ingresos para Eco-Arte están relacionados exclusivamente por la venta de jabón exfoliante a base de café, además el precio de venta está sustentado por el estudio de mercado.

4.4.3.1. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio en una empresa es igual al nivel de ventas que ésta deba realizar para no obtener ni pérdidas ni ganancias. En el nivel de punto de equilibrio las ventas de la empresa sólo alcanzan a cubrir los costos totales con cero pérdidas y cero utilidades.

(C., 2019)

Para el cálculo del punto de equilibrio se han clasificado los diferentes costos y gastos en fijos y variables de acuerdo a cada producto.

IT=CT	
PUV*X=CF+CVU*X	
COSTO FIJO	C\$ 158,837.55
PRECIO DE VENTA UNITARIO	170
COSTO VARIABLE UNITARIO	85.67
X	C\$ 1,883.56
COSTO VARIABLE TOTAL	C\$ 161,367.71
INGRESO TOTAL	C\$ 320,205.25

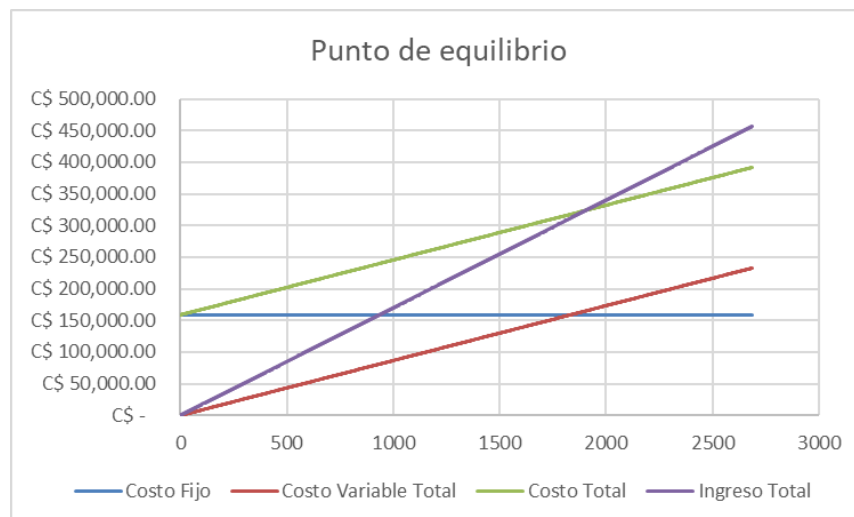


Ilustración 6

4.4.3.2. Presupuesto de Ingresos

Es la cantidad de dinero asignada para el mantenimiento y crecimiento de una empresa. Es esencial para la gerencia, siendo el resultado de las previsiones del negocio de los ingresos por ventas, gastos generales y de capital.

4.4.3.3. Presupuesto de Egresos

El documento que recoge las estimaciones de entrada y salida de recursos monetarios para un determinado periodo recibe el nombre de presupuesto.

Gastos Administrativos

Son desembolsos que están relacionados con las actividades de gestión, por ejemplo, los gastos laborales sueldos del administrador, financiero, la depreciación equipos de oficina, amortización, etc.

Gastos administrativos	
Concepto	Costo
Sueldo del administrador	C\$6,592.50
Sueldo del financiero	C\$899.15
Internet departamento de administración	C\$388.70
Energía eléctrica del departamento de administración	C\$120.00
Agua del departamento de administración	C\$40.00
Devengación de equipo de limpieza	C\$49.09
Depreciación de mobiliario y equipo de oficina	C\$87.88
Total	C\$8,177.32

Tabla 27 Gastos administrativos

Amortización

La amortización es un término económico y contable, referido al proceso de distribución en el tiempo de un valor duradero. Adicionalmente se utiliza como sinónimo de depreciación en cualquiera de sus métodos.

Se emplea referido a dos ámbitos diferentes casi opuestos: la amortización de un activo y la amortización de un pasivo. En ambos casos se trata de un valor, con una duración que se extiende a varios periodos o ejercicios, para cada uno de los cuales se calculan una amortización, de modo que se reparte ese valor entre todos los periodos en los que permanece.

La amortización solo se aplica a los activos diferidos o intangibles, este es un cargo anual que se hace para recuperar la inversión.

4.4.3.4. Presupuesto de Costos

Costos

El ciclo de producción también contempla costos y gastos que son parte fundamental en la elaboración y comercialización del jabón exfoliante de café, para calcular los costos del proyecto se han determinado las cantidades de materiales directos que son necesarias para la producción de la microempresa, durante el período considerado y los precios de los mismos. Paralelamente se han determinado los costos de ciertos servicios que necesitará la microempresa.

Costos Directos de Producción

Los costos directos son aquellos necesarios para obtener un producto (materias primas, partes o componentes complementarios y manos de obra de los trabajadores del área de producción). Estos costos se definen así porque afectan directamente la determinación del precio de un producto, el cual tendrá que ser recuperado a través de la determinación de su precio de venta al público y por las ventas del mismo en el mercado para el cual se destinó.

Materia Prima Directa Proyectada

Son las principales sustancias usadas en la producción que son transformadas en artículos terminados con la adición de mano de obra y gastos indirectos de fabricación.

Mano de Obra Directa

Es la que se utiliza para transformar la materia prima en producto terminado, para el funcionamiento de la microempresa se ha considerado contratar dos operarios para la producción de jabones, laborando por horas.

Costos Indirectos de Producción

Son todos los materiales que no son identificables en la producción de un producto, se necesitarán de varios insumos los cuales contribuirán al proceso productivo en una forma indirecta pero importante.

Servicios Básicos

En la siguiente tabla podemos ver la distribución de consumo en cada área de energía eléctrica y agua.

Útiles de Limpieza

Un factor relevante para lograr una limpieza eficiente es la selección y el empleo adecuado de los útiles de aseo. Estos pueden convertirse en un peligro de contaminación si no se usan, manejan y guardan correctamente. Es importante seleccionar el tipo de material, en el caso de la microempresa se utilizarán elementos de plástico duro o acero inoxidable como: guantes y escobas, etc., como observaremos en la siguiente tabla:

Utensilios y Herramientas

En el proyecto se toman en cuenta los utensilios y herramientas más necesarios para la puesta en marcha de las operaciones, detalle en la tabla siguiente:

Depreciaciones

La depreciación se aplica a los activos fijos ya que estos sufren desgaste sea este por el uso o la obsolescencia y estos bienes se deprecian o pierden su valor con el tiempo. Para el

estudio se depreciará la maquinaria y el equipo de cocina de acuerdo a la ley, el método a utilizar para la depreciación es el de línea recta se detalla en el cuadro:

4.4.3.5. Estructura de Costos

Los costos son el importe o valor monetario que hemos destinado en producir el jabón de café, estos son de gran significación para decidir qué volumen de producción tendrá la microempresa.

Insumos	Cantidad	Unidad de medida	Precio unitario	Precio Total
Materia prima Directa				
Glicerina a base de Karité	20.00	Kg	C\$507.00	C\$10,140.00
Café	2.00	Lbr	C\$80.00	C\$160.00
		Sub-Total	C\$587.00	C\$10,300.00
Materia prima Indirecta				
Miel	2.00	Ltr	C\$ 300.00	C\$600.00
Aceite de Oliva	2.00	Botella de 250ml	C\$ 260.00	C\$520.00
Esencias	2.00	Oz	C\$ 160.00	C\$320.00
Bolsas de Papel Kraft con Sellos	200.00	unidades	C\$ 4.00	C\$800.00
		Sub-Total	C\$ 724.00	C\$2,240.00
		Total Materia Prima	C\$1,311.00	C\$12,540.00
Mano de Obra directa				
Operario 1	4	Días	149.58	C\$598.32
Operario 2	4	días	149.58	C\$598.32
		Total Mano de Obra directa		C\$ 1,196.64
Costos Indirectos de Fabricación				
Mano de obra Indirecta				C\$3,296.25
Agua				C\$100.00
Luz				C\$90.00
Transporte				C\$800.00
Gas				C\$300.00
Depreciación de Equipo de Producción				C\$182.00
Devengación de Limpieza				C\$ 65.46
Devengación de Utensilios				55.56
Total C.I.F				C\$4,889.27

4.4.3.6. Flujo de caja

El flujo de caja o efectivo mide los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá la microempresa en un período determinado, permitiendo observar si realmente necesita financiamiento y obviamente si va a contar con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene.

Es la estimación de flujos de fondos de efectivo que generará cada proyecto, siendo la parte fundamental para la evaluación de inversiones pues la bondad del resultado final dependerá del cuidado que se ponga en esa estimación. A continuación, detallamos el flujo de caja para 3 años.

Eco-Arte				
Flujo de Caja				
Expresado en Córdoba				
Descripción	Años			
	0	1	2	3
Ingresos por Ventas		C\$ 455,600.00	C\$ 478,380.00	C\$ 502,299.00
Costos de Producción		C\$ 229,600.00	C\$ 241,080.00	C\$ 253,134.00
Utilidad Marginal		C\$ 226,000.00	C\$ 237,300.00	C\$ 249,165.00
Gastos Administrativos		C\$ 102,014.51	C\$ 107,115.23	C\$ 112,470.99
Gastos de Venta		C\$ 56,823.04	C\$ 59,664.19	C\$ 62,647.40
Utilidad antes de Impuesto		C\$ 67,162.45	C\$ 70,520.57	C\$ 74,046.60
Utilidad Neta		C\$ 67,162.45	C\$ 70,520.57	C\$ 74,046.60
Depreciación		C\$ 4,293.12	C\$ 4,507.78	C\$ 4,733.16
Devengación		C\$ 2,630.40	C\$ 2,761.92	C\$ 2,900.02
Amortización		C\$ 3,646.67	C\$ 3,829.00	C\$ 4,020.45
Inversión Fija	-C\$ 22,802.45			
Inversión Diferida	-C\$ 13,220.00			
Capital de Trabajo	-C\$ 86,397.12			
Flujo Neto de Efectivo	-C\$ 122,419.57	C\$ 77,732.64	C\$ 81,619.27	C\$ 85,700.23

4.4.3.7. Valor Actual Neto (VAN)

El método de selección de proyectos más consistente, con la meta de la maximización de la inversión por parte de los accionistas y/ o propietario, es el enfoque del valor actual neto(VAN).

El cálculo del VAN permite evaluar las propuestas de inversión, es decir, considera el ajuste en el tiempo de todos los flujos de efectivo esperados al porcentaje de rendimiento requerido por la administración. Si el valor presente neto es cero o positivo, significa que el proyecto debería ser aceptado, y si el resultado es negativo este debería ser rechazado. Para el cálculo del VAN es necesario calcular previamente la tasa mínima aceptable de rendimiento o tasa de descuento que está dado por el resultado de multiplicar el porcentaje de la inversión que estará financiado por la tasa activa y por el valor resultante de uno menos los gastos de los impuestos y el reparto de utilidades, y todo esto más el porcentaje de la inversión con recursos propios por la tasa pasiva. A este resultado se le suma el porcentaje de la inflación y el riesgo país.

El Van es de C\$ 54,233.04, esto quiere decir que es mayor de cero y significa que el proyecto posee un beneficio, cubre totalmente el costo de oportunidad de las alternativas de inversión inicial, generando un beneficio de C\$ 54,233.04 a valor actual.

4.4.3.8. Tasa interna de retorno (TIR)

Esta técnica convierte los beneficios futuros a valores presentes, solo que en el lugar de utilizar un porcentaje fijo determina el rendimiento de la inversión, expresado este como una tasa de interés por ciento.

Un proyecto está justificado, cuando la TIR es mayor que la tasa de descuento que fue del 18 %. Este método consiste en la determinación del tipo de interés que hace que el monto de la inversión en el proyecto sea igual al valor actual de los cobros netos previstos en efectivo.

La TIR puede compararse posteriormente con el costo de capital de la empresa para determinar si el proyecto tiene o no el potencial suficiente como para superar la rentabilidad con que debe contar el proyecto.

Se puede concluir que el proyecto tiene una TIR del 44%, lo que indica que tiene la capacidad de hacer atractiva la inversión ya que su tasa supera el costo de oportunidad. El costo de oportunidad que para el proyecto se estableció en el 18 %.

4.4.3.9. Periodo de recuperación de la inversión

Este indicador es uno de los modelos más sencillos para la toma de decisiones ya que permite conocer en qué momento de la vida útil del proyecto, una vez que el negocio empezó a operar, se puede recuperar el monto de la inversión, mientras más largo sea el lapso de tiempo obtenido mayor riesgo existe en la recuperación, y mientras menor sea el tiempo de recuperación, la inversión tendrá mayor seguridad.

Se debe calcular, los flujos positivos de efectivo de un proyecto a valor presente, uno por uno hasta que se iguale al monto de la inversión inicial del proyecto, en este caso para Eco-Arte el periodo de recuperación se presenta en el primer año, lo que significa que es muy factible realizarlo y a la vez un alto grado de seguridad siendo específicamente 0.43 que equivale a 5 ½ meses.

4.4.3.10. Estados financieros proyectados

Eco-Arte			
Estado de Resultado Proyectado			
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas Totales	C\$ 455,600.00	C\$ 478,380.00	C\$ 502,299.00
Costo de Producción	C\$ 229,600.00	C\$ 241,080.00	C\$ 253,134.00
Utilidad Bruta	C\$ 226,000.00	C\$ 237,300.00	C\$ 249,165.00
Gastos de Operación	C\$ 158,837.55	C\$ 166,779.42	C\$ 175,118.40
Gastos de Venta	C\$ 56,823.04	C\$ 59,664.19	C\$ 62,647.40
Gastos de Administración	C\$ 102,014.51	C\$ 107,115.23	C\$ 112,470.99
Utilidad de Operación	C\$ 67,162.45	C\$ 70,520.57	C\$ 74,046.60
Utilidad antes de impuesto	C\$ 67,162.45	C\$ 70,520.57	C\$ 74,046.60

Estado de Situación Financiera Proyectado "Eco-Arte

Al 01 de Enero del 2020

	Año 1	Año 2	Año 3
Activos			
Activos Corrientes			
Caja	C\$146,093.87	C\$ 153,398.56	C\$ 161,068.49
Inventario	C\$ 38,197.55	C\$ 40,107.43	C\$ 42,112.80
Subtotal Activos Corrientes	C\$ 184,291.42	C\$ 193,505.99	C\$ 203,181.29
Activos No Corrientes		C\$ -	C\$ -
Mobiliario y equipo de Oficina	C\$ 10,524.45	C\$ 11,050.67	C\$ 11,603.21
Depreciación de Mobiliario y Equipo de Oficina	C\$ 2,109.12	C\$ 2,214.58	C\$ 2,325.30
Equipo de Producción	C\$ 10,898.00	C\$ 11,442.90	C\$ 12,015.05
Depreciación de Mobiliario y equipo de Producción	C\$ 2,184.00	C\$ 2,293.20	C\$ 2,407.86
Utensilios y Herramientas	C\$ 1,380.00	C\$ 1,449.00	C\$ 1,521.45
Devengación de Utensilios y Herramientas	C\$ 666.72	C\$ 700.06	C\$ 735.06
Subtotal Activos No Corrientes	C\$ 17,842.61	C\$ 18,734.74	C\$ 19,671.48
Activo Diferido		C\$ -	C\$ -
Gastos de Constitución	C\$ 3,646.67	C\$ 3,829.00	C\$ 4,020.45
Publicidad	C\$ 6,400.00	C\$ 6,720.00	C\$ 7,056.00
Material de limpieza	C\$ 680.00	C\$ 714.00	C\$ 749.70
Devengación de Material de limpieza	C\$ 1,963.68	C\$ 2,061.86	C\$ 2,164.96
Subtotal Activos Diferidos	C\$ 8,762.99	C\$ 9,201.14	C\$ 9,661.19
Total Activos	C\$210,897.02	C\$ 221,441.87	C\$ 232,513.96
Pasivos		C\$ -	C\$ -
Pasivos Corrientes		C\$ -	C\$ -
Prestaciones por pagar	C\$ 18,750.00	C\$ 19,687.50	C\$ 20,671.88
Inss laboral	C\$ 630.00	C\$ 661.50	C\$ 694.58
Inss Patronal	C\$ 1,935.00	C\$ 2,031.75	C\$ 2,133.34
Total Pasivos	C\$ 21,315.00	C\$ 22,380.75	C\$ 23,499.79
Capital Contable		C\$ -	C\$ -
Capital Propio	C\$122,419.57	C\$ 128,540.55	C\$ 134,967.58
		C\$ -	C\$ -
Utilidad Neta del Ejercicio	C\$ 67,162.45	C\$ 70,520.57	C\$ 74,046.60
Total Capital Contable	C\$189,582.02	C\$ 199,061.12	C\$ 209,014.18
Total P+C	C\$210,897.02	C\$ 221,441.87	C\$ 232,513.97

4.4.3.11. Análisis Financiero

En el presente capítulo se detalla acerca del estudio financiero realizado al Proyecto de emprendimiento del proceso productivo de un jabón artesanal hecho a base de café, por la cual se busca sustentar la factibilidad y viabilidad del mismo. Se establecen puntos como la inversión total, determinación de costos directos, gastos directos e indirectos y proyección de ventas a 3 años. De dicha información sintetizada se ha elaborado el flujo de caja, flujo de efectivo, estado de resultados, y balance general proyectado, dando como resultado los indicadores financieros VAN, TIR, y el Periodo de Recuperación del Capital, los que confirman un retorno positivo de la inversión inicial realizada en el proyecto, dando como resultado la recuperación de la inversión en menos de un año, siendo el equivalente a 0.43.

Para la proyección del estado de resultado y balance general proyectado se aplicó un porcentaje del 5%, tomando como referencia diferentes factores como el índice de desempleo que ha generado la crisis sociopolítica y la inestabilidad económica que se enfrenta en el país, a consecuencia de esto, y por ser una micro empresa que está iniciando sus operaciones, además de estar comprometidos con la salud de nuestros clientes, y no ir más allá de generar altos ingresos, se hace conciencia al establecer un margen equilibrado que permita mantenernos en el mercado pero a la vez en un constante crecimiento.

5. Cronograma de trabajo

Actividades	Diciembre				Casa de Reunión					Horas Trabajadas	Asistencia				Firmas				
	3	4			1	2	3	4			1	2	3	4	5				
	3-dic	6-dic	11-dic	13-dic	Tardencilla	Amplé	Lanuza	Gutierrez	Vásquez		Tardencilla	Amplé	Lanuza	Gutierrez	Vásquez				
Lectura y análisis de la Normativa de SG - Plan 2013																			
Presentación del tema general aprobado en Consejo de Dirección																			
Conformación de equipos de seminario																			
presentación de estructura, cronograma y plan de talleres prácticos																			
Portada (Marca institucional, tema, Subtema, Autores, Tutor y fecha)																			
Dedicatorias																			
Agradecimientos																			
Valoración del docente																			
Resumen																			
Índice de contenidos (se actualiza conforme el avance del informe)																			
Índice de gráficos																			
Índice de tablas																			
Índice de ilustraciones																			
Introducción																			
Objetivos del Proyecto																			
Objetivo General										De 2 pm a 4 pm									
Objetivos Específicos																			
Generalidades Del Proyecto																			
Solución																			

Nota: A cada integrante se le ha asignado un color, en cada mes se enumeran la cantidad de encuentros que hemos tenido, marcando el primer encuentro de un mismo color junto con el lugar donde nos reunimos y las horas trabajadas, la asistencia se marca con el debido color que se le dio a cada integrante, y así sucesivamente para los demás encuentros.

Actividades	Diciembre				Casa de Reunión					Horas Trabajadas	Asistencia				Firmas				
	3	4			1	2	3	4			1	2	3	4	5				
	3-dic	6-dic	11-dic	13-dic	Tardencilla	Amplé	Lanuza	Gutierrez	Vásquez		Tardencilla	Amplé	Lanuza	Gutierrez	Vásquez				
Objetivo General										De 2 pm a 4 pm									
Objetivos Específicos																			
Generalidades Del Proyecto																			
Solución																			
Diseño o modelo en 3D										De 2 pm a 4:30 pm									
Oportunidad en el Mercado																			
Propuesta de Valor																			
La novedad del proyecto desde la base de la Propiedad Intelectual																			
Plan de Negocios																			
Plan de Mercadotecnia																			
Ubicación de la empresa																			
Macro localización																			
Micro localización																			
Mercado/ Zona Comercial										De 9 am a 2 pm									
Principales Clientes										De 9 am a 1 pm									
Demanda insatisfecha																			
Participación del mercado (oferta y competencia)																			
Precio de Venta																			

Actividades	Diciembre				Casa de Reunión					Horas Trabajadas	Asistencia					Firmas				
	3	4			1	2	3	4	1		2	3	4	1	2	3	4	5		
	3-dic	6-dic	11-dic	13-dic	Tardencilla	Ampié	Lanuza	Gutiérrez	Vásquez		Tardencilla	Ampié	Lanuza	Gutiérrez	Vásquez	Tardencilla	Ampié	Lanuza	Gutiérrez	Vásquez
Estimado de ventas																				
Estrategias de Mercado y presupuesto (4P)																				
Plan Técnico																				
Proceso de Producción/Servicio																				
Proveedores y condiciones de compra de los equipos																				
Capital Fijo y Vida Útil del Capital Fijo																				
Mantenimiento y Reparaciones																				
Capacidad planificada y a futuro																				
Ubicación y distribución física de la planta																				
Materia prima necesaria, su costo y disponibilidad.																				
Mano de obra, su costo y disponibilidad.																				
Gastos generales de producción.																				
Plan de organización y gestión																				
Marco Legal (Forma Jurídica)																				
Estructura Organizacional (fichas de cargo)																				
Actividades y gastos preliminares																				
Equipos de oficina																				
Gastos Administrativos																				
Plan Financiero																				

Actividades	Diciembre				Casa de Reunión					Horas Trabajadas	Asistencia					Firmas				
	3	4			1	2	3	4	1		2	3	4	1	2	3	4	5		
	3-dic	6-dic	11-dic	13-dic	Tardencilla	Ampié	Lanuza	Gutiérrez	Vásquez		Tardencilla	Ampié	Lanuza	Gutiérrez	Vásquez	Tardencilla	Ampié	Lanuza	Gutiérrez	Vásquez
Plan Financiero																				
Inversión del Proyecto																				
Activos fijos.																				
Activos intangibles.																				
Capital de trabajo.																				
Balance de apertura																				
Ingresos, egresos y costos.																				
Punto de Equilibrio																				
Presupuesto de ingreso.																				
Presupuesto de egresos.																				
Presupuesto de costos.																				
Estructura de costo																				
Flujo de caja																				
Valor actual neto (VAN).																				
Tasa interna de retorno (TIR).																				
Período de recuperación de la inversión																				
Estados Financieros proyectados																				
Análisis Financiero																				
Cronograma de trabajo																				
Bibliografía																				
Anexos																				

Actividades	Diciembre				Casa de Reunión					Horas Trabajadas	Asistencia					Firmas				
	3	4			1	2	3	4	1		2	3	4	1	2	3	4	5		
	3-dic	6-dic	11-dic	13-dic	Tardencilla	Ampié	Lanuza	Gutiérrez	Vásquez		Tardencilla	Ampié	Lanuza	Gutiérrez	Vásquez	Tardencilla	Ampié	Lanuza	Gutiérrez	Vásquez
Anexos																				
Revisión final del documento, por parte del tutor																				
Entrega del documento, para predefensa																				
Predefensa de Seminario de Graduación																				
Incorporación de correcciones del Comité																				
Entrega del documento corregido																				
Defensa de Seminario de Graduación																				

6. Bibliografía

- Álvarez, V. L. (24 de 07 de 2018). *Gastroleum*. Obtenido de <https://gastroleum.com/beneficios-aceite-oliva-piel/#.XbEpLpozbiU>
- Aurora. (23 de 06 de 2015). *Ecolisima* . Obtenido de Ecolisima: <http://ecolisima.com/beneficios-de-los-jabones-naturales-frente-los-industriales/>
- Banrepcultural*. (2017). Obtenido de https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Competencias_del_mercado
- Ciudad Magazine*. (26 de 03 de 2018). Obtenido de https://www.ciudad.com.ar/virales/beneficios-miel-piel-cabello_96387
- Comeconsalud.com*. (s.f.). Obtenido de <https://comeconsalud.com/alimentacion-nutricion/beneficios-del-cafe-para-la-piel/>
- Farmacia Torrent Andorra*. (s.f.). Obtenido de <https://www.farmaciatorrent.com/blog/cosmetica-natural/manteca-de-karite-propiedades-y-usos-cosmeticos/>
- Gardey, J. P. (2009). *Definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/oferta/>
- Johnson & Johnson, S. (2017). *Neutrogena*. Obtenido de <https://www.neutrogena.es/consejos-belleza-cuidado-de-la-piel/rostro/glicerina-para-la-piel>
- Osterwalder, A. (2011). Modelo Canvas. En A. Osterwalder. Barcelona: Deusto SA Ediciones.
- Parín, A. Z. (s.f.). *Ingeniería Económica Aplicada a la Industria Pesquera*. Obtenido de Ingeniería Económica Aplicada a la Industria Pesquera: <http://www.fao.org/3/V8490S/v8490s00.htm#Contents>
- R., A. (5 de Marzo de 2010). *Crece Negocios*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/el-pronostico-de-ventas/>
- Riquelme, M. (Junio de 2015). *Las 5 Fuerzas de Porter – Clave para el Éxito de la Empresa*. Obtenido de Las 5 Fuerzas de Porter – Clave para el Éxito de la Empresa: <https://www.5fuerzasdeporter.com/>
- Riquelme, M. (22 de julio de 2019). *Web y Empresas*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/gastos-administrativos/>
- School, B. (s.f.). *EAE Business School*. Obtenido de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/proceso-de-produccion-en-que-consiste-y-como-se-desarrolla/>
- Shujel. (2018). *Emprendedores*. Obtenido de Emprendedores: <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>

Úbeda, C. (s.f.). *Consortium Legal-Nicaragua*. Obtenido de Consortium Legal-Nicaragua:
<http://consortiumlegal.com/blog/2018/05/04/resena-sobre-la-proteccion-de-la-propiedad-intelectual-en-nicaragua/>

Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de Proyectos*.

Vicente, M. (16 de Enero de 2017). *UnComo*. Obtenido de UnComo :
<https://belleza.uncomo.com/articulo/como-hacer-jabon-exfoliante-de-cafe-44749.html>

7. Anexos

Anexo I



Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo FAREM-CARAZO

Estimado lector somos estudiantes de la Universidad UNAN-FAREM-CARAZO. El presente cuestionario tiene como finalidad recopilar información para realizar nuestro Proyecto de Grado, el cual consiste en la elaboración y comercialización de un jabón exfoliante a base de café, hecho de manera artesanal. Por lo antes mencionado, agradecemos su apoyo al responder las preguntas que a continuación le presentamos.

Los ingredientes del jabón serán los siguientes:

- Café elaborado de forma artesanal
- Glicerina a base de Karité
- Esencias
- Aceite de Oliva
- Miel

Marque con una x según corresponda

1- Genero

- 1) Masculino___
- 2) Femenino___

2) Rango de edad en el que se encuentra

- 1) 18-30___
- 2) 31-45___
- 3) 46-60___
- 4) 61-80___

3) ¿Cuál es su tipo de piel?

- 1) Piel normal___
- 2) Piel Seca___
- 3) Piel Grasa___
- 4) Piel Mixta___

4) ¿Ha utilizado jabón exfoliante a base de café?

- 1) Si ____ 2) No ____

Si su respuesta es no, justifique las razones:

- 1) Desconozco sus beneficios____
- 2) Desconozco donde adquirir el producto ____
- 3) Temor a reaccione alérgica____
- 4) Todas las anteriores____

5) ¿De qué forma ha sido elaborado el jabón exfoliante que ha utilizado?

- 1) Artesanal/Natural____
- 2) Industrial____

6) ¿Dónde le gustaría realizar la compra del jabón exfoliante a base de café?

- 1) Farmacias Naturistas____
- 2) Salas de Belleza____
- 3) Tiendas en línea____
- 4) Supermercados____
- 5) Local de empresa productora de jabón____

7) ¿Cuáles de los siguientes aspectos le atraen para seleccionar un jabón exfoliante?

- 1) Calidad____
- 2) Aroma____
- 3) Producto Nacional____
- 4) Diseño y Presentación____
- 5) Color____

8) Marque cuál de los siguientes beneficios le motiva a utilizar el jabón exfoliante de café

- 1) Regenerador de células muertas____
- 2) Ayuda a la circulación sanguínea____
- 3) Humecta y suaviza la piel____
- 4) Reduce Celulitis____

5) Rejuvenece___

9) ¿Le gustaría que la empresa productora de jabón exfoliante de café promueva la responsabilidad social y ambiental?

1) Si___

2) No___

10) ¿Cuánto es el presupuesto mensual que destina para la compra de jabones?

1) C\$ 100-150___

2) C\$ 150-200___

3) C\$ 200-250___

4) C\$ 250-300___

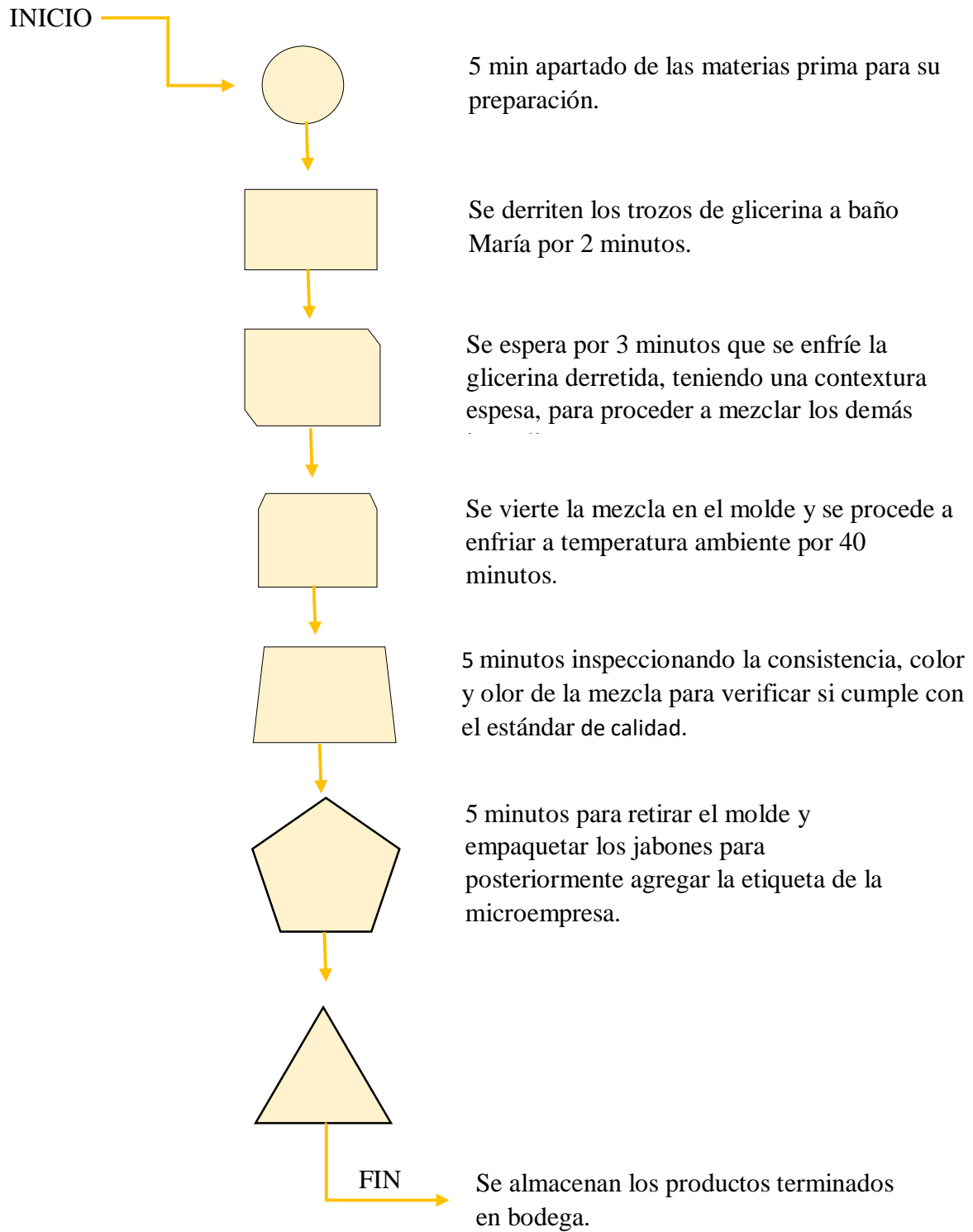
11) ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar para adquirir el jabón exfoliante de café de 1 unidad?

1) C\$ 130-140___

2) C\$ 140-150___

3) C\$ 150 a más___

Anexo 2



Lugar y fecha:

Carta de Compromiso Laboral

ECO-ARTE

Micro-Empresa productora de jabón

Por este medio yo: _____, con N° Cédula, _____, Quien presta sus servicios como trabajador de la Micro-empresa de nombre: **ECO-ARTE** mediante el presente escrito me comprometo a cumplir con los requisitos, los cuales son necesarios su cumplimiento para mantener la relación laboral existente entre el suscrito y la Micro-empresa antes descrita, dichos requisitos son los siguientes:

- Cumplir con el horario establecido de 8:00am a 12pm el día _____ de cada semana, el cual implica la puntualidad y eficiencia en el mismo y en caso de faltar en su horario presentar justificación en tiempo y forma.
- Mantener el respeto y la profesionalización con cada personal dentro de la empresa Eco-Arte, así como con los clientes.
- Cumplir con responsabilidad el trabajo en los días encomendados elaborando y entregando reportes al terminar la jornada de trabajo de las actividades realizadas.

El suscrito se compromete a cumplir con cada punto antes descrito y el incumplimiento de alguno de los puntos antes señalados ocasionará la aplicación de sanciones pertinentes establecidas en la ley del trabajo.

Atentamente:

Atentamente:

Lic.

Operario de la empresa Eco-Arte

**Administrador de la Micro-
Empresa Eco-Arte**

Lugar y fecha:

Carta de Compromiso Laboral

ECO-ARTE

Micro-Empresa productora de jabón

Por este medio yo: _____, con N° Cédula, _____, Quien presta sus servicios como trabajador de la Micro-empresa de nombre: **ECO-ARTE** mediante el presente escrito me comprometo a cumplir con los requisitos, los cuales son necesarios su cumplimiento para mantener la relación laboral existente entre el suscrito y la Micro-empresa antes descrita, dichos requisitos son los siguientes:

- Cumplir con el horario establecido de 8:00am a 12pm el día _____ de cada semana, el cual implica la puntualidad y eficiencia en el mismo y en caso de faltar en su horario presentar justificación en tiempo y forma.
- Mantener el respeto y la profesionalización con cada personal dentro de la empresa Eco-Arte, así como con los clientes.
- Cumplir con responsabilidad el trabajo en los días encomendados elaborando y entregando reportes al terminar la jornada de trabajo de las actividades realizadas.

El suscrito se compromete a cumplir con cada punto antes descrito y el incumplimiento de alguno de los puntos antes señalados ocasionará la aplicación de sanciones pertinentes establecidas en la ley del trabajo.

Atentamente:

Lic.

**Administrador de la Micro-
Empresa Eco-Arte**

Atentamente:

Operario de la empresa Eco-Arte

Elaboración del jabón





Proceso de transformación del Jabón

En ocasiones cuando se nos habla de exfoliación lo primero en lo que se piensa es en el rostro, sin embargo, hay otras áreas del cuerpo en las que también se pueden realizar exfoliaciones como lo son las piernas que generalmente acumulan grasa, siendo la exfoliación de gran beneficio ya que permite limpiar y rejuvenecer la piel.

Al utilizarse el jabón exfoliante sólo en el rostro puede durar aproximadamente 2 meses ya que la frecuencia de uso es menor, el ciclo que a continuación se muestra está basado en una prueba realizada por el grupo investigador, cabe mencionar que esto puede variar con la frecuencia de uso y la zona en la cual sea aplicada, a cómo puede durar más, puede durar menos en dependencia del tipo de piel y uso que le de la persona.

Semana 1



Ilustración 7

- Recién adquirido.
- El jabón no ha tenido ningún desgaste, está en el diseño original.
- Su color está intacto.

3 semanas de uso



Ilustración 8

- Se mantiene el color.
- Hay un desgaste y las partículas del café sobresalen
- Pierde tamaño al ser desgastado.

6 semanas de uso



Ilustración 9

- Pierde Color
- Pierde tamaño y forma.
- Las partículas del café, sobresalen aún más.
- Se puede deformar a medida que está siendo desgastado.

8 semanas de uso



Ilustración 10

- Al cumplirse el período puede tornarse de esta forma, debido a que en esta etapa han sido desgastadas las partículas del café, quedando pocas y con más presencia la glicerina y demás ingredientes.
- La forma y tamaño del jabón cambia.

El Modelo CANVAS

(The Business Model Canvas) es una metodología, desarrollada por Alexander Osterwalder, la cual se está consolidando como una alternativa real para agregar valor a las ideas de negocio.

El modelo Canvas es una herramienta lo suficientemente sencilla como para ser aplicada en cualquier escenario: pequeñas, medianas y grandes empresas, independientemente de su estrategia de negocio y público objetivo.

Hay muchas formas de explicar cómo diseñar un modelo de negocio, pero como lo explica Alexander Osterwalder, en el libro *Generación de modelos de negocio*, de Ediciones Deusto (Grupo Planeta):

“La mejor manera de describir un modelo de negocio es dividirlo en nueve módulos básicos que reflejen la lógica que sigue una empresa para conseguir ingresos. Estos nueve módulos cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructuras y viabilidad económica”.

(Osterwalder, 2011)

MODELO CANVAS

<u>RED DE</u>	<u>ACTIVIDADES</u>	<u>PROPUESTA</u>	<u>RELACIÓN CON</u>	<u>SEGMENTOS DE</u>
<u>ALIANZAS</u>	<u>CLAVES</u>	<u>DE VALOR</u>	<u>CLIENTES</u>	<u>CLIENTES</u>
Supermercados Salas de Belleza Casas de emprendimientos	Búsqueda de materias primas Técnicas de producción artesanal Publicidad y Mercadeo	Jabón elaborado cuidadosamente con técnicas artesanales a partir de materias primas naturales para el cuidado de la salud y la piel, aportando bienestar a tu vida y siendo amigable con el	Interacción directa para conocer las necesidades y proyectar la imagen de un producto con diseño especial que permita otorgar el bienestar y cuidado que demandan los	Personas entre los 18 y 35 años de edad que demandan el uso del jabón exfoliante de café, situados en la ciudad de Jinotepe y Diriamba, con un nivel educativo profesional y poder adquisitivo, además de identificarse con el cuidado de la naturaleza.
	<u>RECURSOS CLAVES</u>		<u>CANALES DE DISTRIBUCIÓN</u>	
	Humanos- Financieros Técnicos de Producción Sitio Físico		Redes sociales Radios Local del negocio	
<u>ESTRUCTURA DE COSTOS</u>			<u>FLUJO DE INGRESOS</u>	
<ul style="list-style-type: none"> - Adecuación de Infraestructura - Equipamiento y costos de producción - Servicios Básicos - Material de trabajo 			Ingresos por ventas al contado de los jabones exfoliante hechos a base de café.	
			<i>Fuente: elaborado por equipo investigador</i>	

Gracias a los aportes de Porter sobre estrategias de marketing para el mundo de los negocios, hoy en día se conoce la gerencia estratégica por medio de la cual se desarrollan una serie de ventajas para que cualquier negocio sea **competitivo**.

Michael Eugene Porter, uno de los mejores economistas de todos los tiempos, su fuerte son los temas de economía y gerencia, creador de las 5 fuerzas de Porter, las cuales son esenciales para los negocios, ya que por medio de estas se pueden maximizar los recursos y superar a la competencia, cualquiera que sea el giro de la empresa.

Según Porter, si no se cuenta con un plan perfectamente elaborado, no se puede sobrevivir en el mundo de los negocios de ninguna forma; lo que hace que el desarrollo de una estrategia competente no solamente sea un mecanismo de supervivencia, sino que además también te da acceso a un puesto importante dentro de una empresa y acercarte a conseguir todo lo que soñaste.

(Riquelme, 2015)

Para Porter existen aspectos importantes que hacen que una empresa o negocios cuenten con liderazgo, para él, estos aspectos son: la diferenciación donde se debe conseguir que los clientes o las personas que sepan del negocio tengan un concepto diferente del mismo, Eco-Arte cuenta con ello ya que se diferencia de la competencia logrando un concepto personalizado en la creación de la imagen del producto y por consiguiente para la micro empresa; ya que atrae a los clientes casi por completo y se distingue de cualquier otro negocio del mercado.

Para Porter otro de los aspectos importantes es el enfoque del negocio, del cual remarca que se deben tener en cuenta las bases del negocio, ya que se debe enfocar toda la energía en la venta de un sólo producto en vez de intentar vender varios, esto nos muestra un punto de provecho en el mercado, ya que como nuevos entrantes es más probable que tengamos éxito debido a que venderemos un nuevo producto, con un diseño original y de importante

significado, ya que para Porter ofrecer un producto o servicio en un mercado donde se comercialicen productos similares es menos probable vender algo que todos tienen.

Porter garantiza el éxito si:

- El negocio actúa con total apego a la estrategia que se ha fijado desde el principio.
- Si se asignan adecuadamente los recursos que se necesitan para cada cosa.
- Hablar sobre los valores del negocio siempre que se pueda
- Cuando se es capaz de identificar los riesgos que pueden surgir y además tener la capacidad de resolverlos con la administración adecuada.
- Ser capaz de evaluar todos los cambios que se van presentando y además tener la capacidad de generar un entorno de negocio completo, además de poder hacer los ajustes necesarios.

Diagrama de las 5 Fuerzas de Porter



Ilustración 11

Las Fuerzas de Porter

La primera de las fuerzas es la existencia de los productos que pueden sustituir el nuestro. Este es uno de los factores que más competencia produce. En este caso se puede tener en cuenta reducir el costo.

La segunda fuerza es la rivalidad. Si Eco-Arte cuenta con pocos productos en el sector, la rivalidad será muy baja, sin embargo, si lo que ofrecemos es un producto que ofrecen muchos más negocios – que son los que suelen ser de alta demanda- la rivalidad será muy superior.

La tercera fuerza es la amenaza de los nuevos competidores. Aquí es donde realmente Eco-Arte se mide con otros negocios para poder ver si el producto realmente es rentable o no. Además, podemos medir el atractivo que tenemos con los clientes al ponernos cara a cara con otros negocios.

En lo que se refiere a la cuarta fuerza, nos encontramos en la negociación con el intermediario, que son los proveedores, lo cual requiere que le prestemos un poco más de atención, ya que son los que realmente saben dónde está la rentabilidad en el sector.

En último lugar, nos encontramos con la quinta fuerza, la cual nos habla de la negociación directa con los clientes. Esto hace que podamos ver si realmente estamos llegando a los clientes y cuál es el grado de dependencia o lealtad de ellos con el jabón exfoliante de café.

Las 5 fuerzas de Porter juegan un papel importante, nos hablan de cómo usar la estrategia competitiva y además determinan la rentabilidad que se puede tener en el mercado a largo plazo. Las primeras 4 de estas fuerzas van combinadas y dan origen a la quinta.

El ser capaz de clasificar y usar estas fuerzas es lo que hace que se pueda conseguir un mejor análisis del negocio en todos los sentidos. Se pueden diseñar nuevas estrategias y usar las fuerzas de Porter para poder detectar nuevas amenazas o encontrar un sinnúmero de nuevas oportunidades. Este análisis hace referencia sobre todos aquellos que compiten con el mismo producto.

Al iniciar el negocio y entrar al mercado, la competencia nos capta como amenaza por ser nuevos competidores entrantes en el mercado. Esta es una de las fuerzas más famosas y que

se usa en la industria para detectar empresas con las mismas características económicas o con productos similares en el mercado.

Eco-Arte es un nuevo entrante en el mercado, y con ello introducimos nuevas capacidades y un deseo de adquirir participación y posicionamiento en el mercado, dentro del modelo de las fuerzas de Porter está la fuerza llamada “**Amenaza de los nuevos entrantes**” indica cuán difícil es entrar en un mercado. Hay menos opciones de triunfar si existen barreras de entrada fuertes en la industria como estrictas regulaciones, conocimientos y tecnologías específicas o alto requerimientos de inversión. Por el contrario, si en la industria hay pocas barreras de entrada o estas son débiles, la opción de triunfar aumenta significativamente.

Michael Porter creía que la amenaza de nuevos entrantes jugaba un rol fundamental en la empresa y en el ambiente cambiante de las industrias en el día de hoy; esta visión de Porter permitió a muchas visualizar amenazas antes que se transformaran en una situación real. De acuerdo con el modelo de las 5 fuerzas de Porter, las amenazas cambian el ambiente competitivo e impactan directamente en las utilidades de la organización. Si hay una gran cantidad de amenazas de nuevos entrantes y bajas barreras de entrada, quiere decir que hay una alta probabilidad de que en el futuro se reduzcan las utilidades. Esto se debe por que más competidores pelearan por la misma cuota de mercado. Las ventas se reducirán y los esfuerzos de marketing serán más caros lo que implica una seria amenaza para el precio y calidad del producto.

Porter dijo que las barreras de entrada son las condiciones dentro de un ambiente competitivo que afectan las decisiones del negocio para entrar a un mercado o no. Estas barreras pueden hacer fácil o difícil la entrada en el mercado para establecer su presencia.

Hay muchos tipos de barreras de entrada incluyendo las creadas por el gobierno, por los negocios existentes, por la naturaleza y la estructura, sin embargo, la barrera de uno puede ser una oportunidad para otro.

La economía de escalas

Los volúmenes altos en los negocios permiten que los costos se reduzcan, lo que ofrece la posibilidad de volver a ser competitivos en el mercado.

La diferenciación de productos

Si se es capaz de posicionar el producto claramente en el mercado ofreciendo algo diferente se puede revalorizar ante los ojos de los compradores, buscando tu producto al verlo de mejor calidad.

Las inversiones de capital

En caso de problemas, la micro empresa puede mejorar su posición con una inyección de capital en sus productos lo que puede hacer que sobreviva ante negocios más pequeños y similares.

Desventaja de costos

Esta barrera juega a nuestro favor cuando los otros no pueden imitar el precio de nuestros productos por que cuentan con costos más elevados.

Acceso a los Canales de Distribución

Contar con diferentes canales de distribución permite a la empresa ser más robusta en cuanto a sus niveles de ventas, por el contrario, esto implicaría para las empresas tener que compartir costos de promoción de distribución y reducción de precios en general.

Política gubernamental

Este punto puede jugar a tu favor, ya que, en muchos puntos, las políticas gubernamentales son las que impiden la llegada de nuevos competidores en todos los sentidos, por esto, en Eco-Arte al desear formar parte del mercado hemos decidido entrar con una escala pequeña de producción, lo que implica costes unitarios muy importantes, evitando entrar con una

gran capacidad de producción, disminuyendo el riesgo a que esta capacidad sea infrautilizada mientras el volumen de producción no sea suficiente con los costes que ello conlleva, si bien es cierto es muy difícil para un negocio nuevo que entra al sector a competir contra otros que ya están asentados en el mismo; y es que estos negocios asentados a los que nos referimos cuentan ya con una marca reconocida y una fiel clientela, lo que nos lleva a realizar importantísimas inversiones en publicidad, un coste que se podría ahorrar si se hubiera entrado antes que los que ya son competencia en el sector.

El hecho de ser los primeros en llegar a un sector, unido a otros factores como el abastecimiento de un producto, provocan que el negocio que ya está dentro del sector tenga ventajas en costes, sin embargo, con el jabón exfoliante no tenemos barreras puesto que la competencia no cuenta con diversos aspectos de diferenciación que poseemos.

- Cédulas Mensuales

Eco-Arte													
Cédula N° 1 Proyecciones de Ventas en Unidades Físicas													
Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Producto 1	200	240	210	210	220	210	210	210	230	240	250	250	2680
Total	200	240	210	210	220	210	210	210	230	240	250	250	2680

Eco-Arte

Cédula N° 2 Proyecciones de Unidades a producir

Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Ventas	200	240	210	210	220	210	210	210	230	240	250	250	2680
Inventario final	20	24	21	21	22	21	21	21	23	24	25	25	268
Sub total	220	264	231	231	242	231	231	231	253	264	275	275	2948
Inventario inicial	0	20	24	21	21	22	21	21	21	23	24	25	243
Unidades requeridas a producir	220	244	207	210	221	209	210	210	232	241	251	250	2705

Eco-Arte

Cédula N° 3 Proyecciones de Ventas en Unidades Monetarias

Descripción	Precio de Venta	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Producto 1	C\$170.00	C\$34,000.00	C\$40,800.00	C\$35,700.00	C\$35,700.00	C\$ 37,400.00	C\$ 35,700.00
Total		C\$34,000.00	C\$40,800.00	C\$35,700.00	C\$35,700.00	C\$ 37,400.00	C\$ 35,700.00

Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
C\$35,700.00	C\$35,700.00	C\$39,100.00	C\$40,800.00	C\$42,500.00	C\$42,500.00	C\$455,600.00
C\$35,700.00	C\$35,700.00	C\$39,100.00	C\$40,800.00	C\$42,500.00	C\$42,500.00	

Eco-Arte

Cédula N° 4 Proyecciones de Ventas al contado

Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Unidades Físicas	200	240	210	210	220	210
Precio de Venta	C\$170.00	C\$170.00	C\$170.00	C\$170.00	C\$170.00	C\$170.00
Ventas al Contado	C\$34,000.00	C\$40,800.00	C\$35,700.00	C\$35,700.00	C\$37,400.00	C\$35,700.00

Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
210	210	230	240	250	250	2680
C\$170.00	C\$170.00	C\$170.00	C\$170.00	C\$170.00	C170.00	C\$150.00
C\$35,700.00	C\$35,700.00	C\$39,100.00	C\$40,800.00	C\$ 42,500.00	C\$ 42,500.00	C\$ 455,600.00

Eco-Arte

Cédula N° 5 Proyecciones de Compras requeridas

Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Compras	220	244	207	210	221	209	210	210	232	241	251	250	2705
Inventario final	22	24	21	21	22	21	21	21	23	24	25	25	271
Sub total	C\$242.00	C\$268.40	C\$227.70	C\$231.00	C\$243.10	C\$229.90	C\$231.00	C\$231.00	C\$255.20	C\$265.10	C\$276.10	C\$275.00	C\$2,975.50
Inventario inicial	C\$ -	22.00	C\$24.40	C\$20.70	C\$21.00	C\$22.10	C\$20.90	C\$21.00	C\$21.00	C\$23.20	C\$24.10	C\$25.10	C\$245.50
Unidades requeridas	C\$242.00	C\$246.40	C\$203.30	C\$210.30	C\$222.10	C\$207.80	C\$210.10	C\$210.00	C\$234.20	C\$241.90	C\$252.00	C\$249.90	2730

Eco-Arte

Cédula N° 6 Proyecciones de Inventario Requerido

Descripción de los Materiales	Cantidad	Unidades de Medida	Precio Unitario	Precio Total	Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril
Glicerina	20	kg	507	10140	Unidades requeridas	242	246	203	210
Café	2	lb	80	160					
Miel	2	Ltr	300	600					
Aceite de Oliva	2	Botella de 250 ml	260	520					
Esencias	2	oz	160	320					
Bolsas de Papel Kraft con Sellos	200	Unidades	4	800	Costo Unitario	C\$51.50	C\$51.50	C\$51.50	C\$ 51.50
Total			C\$1,311.00	C\$12,540.00	Total	C\$12,463.00	C\$12,689.60	C\$10,469.95	C\$ 10,830.45

Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
222	208	210	210	234	242	252	250	2730
C\$51.50	C\$51.50	C51.50	C\$51.50	C\$51.50	C\$51.50	C\$51.50	C\$51.50	
C\$ 11,438.15	C\$ 10,701.70	C\$ 10,820.15	C\$ 10,815.00	C\$ 12,061.30	C\$ 12,457.85	C\$ 12,978.00	C\$ 12,869.85	C\$ 140,595.00

Eco-Arte

Cédula N° 7 Proyecciones de Materiales a utilizar

Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Unidades requeridas a producir	200	240	210	210	220	210	210
Costo Unitario	C\$51.50	C\$51.50	C\$51.50	C\$51.50	C\$51.50	C\$51.50	C\$51.50
Total	C\$10,300.00	C\$12,360.00	C\$10,815.00	C\$10,815.00	C\$11,330.00	C\$10,815.00	C\$10,815.00

Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
210	230	240	250	250	2680
C\$51.50	C\$51.50	C\$51.50	C\$51.50	C\$51.50	C\$51.50
C\$ 10,815.00	C\$ 11,845.00	C\$ 12,360.00	C\$ 12,875.00	C\$ 12,875.00	C\$ 138,020.00

Eco-Arte

Cédula N° 8 Proyecciones de Mano de Obra Directa

Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Operario 1	C\$598.32	C\$598.32	C\$598.32	C\$598.32	C\$598.32	C\$598.32	C\$598.32
Operario 2	C\$598.32	C\$598.32	C\$598.32	C\$598.32	C\$598.32	C\$598.32	C\$598.32
Total	C\$1,196.64	C\$1,196.64	C\$1,196.64	C\$1,196.64	C\$1,196.64	C\$1,196.64	C\$1,196.64

Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
C\$598.32	C\$598.32	C\$598.32	C\$598.32	C\$598.32	C7,179.84
C598.32	C\$598.32	C\$598.32	C\$598.32	C\$598.32	C\$7,179.84
C\$1,196.64	C\$1,196.64	C\$1,196.64	C\$1,196.64	C\$1,196.64	C\$14,359.68

Eco-Arte

Cédula N° 9 Proyecciones de Costos Indirectos de Fabricación

Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Costos Fijos							
Salario del Responsable de compras y ventas	C\$3,296.25	C\$3,296.25	C\$3,296.25	C\$3,296.25	C\$3,296.25	C3,296.25	C\$3,296.25
Depreciación de producción	C\$ 182.00	C\$182.00	C\$182.00	C\$182.00	C\$182.00	C\$182.00	C\$182.00
Devengación de utensilios de cocina	C\$55.56	C\$55.56	C\$55.56	C\$55.56	C\$55.56	C\$55.56	C\$55.56
Devengación de equipo de limpieza	C\$65.46	C\$65.46	C\$65.46	C\$65.46	C\$65.46	C65.46	C\$65.46
Sub total Costos Fijos	C\$3,599.27	C\$3,599.27	C\$3,599.27	C\$3,599.27	C\$3,599.27	C\$3,599.27	C\$3,599.27
Costos Variables							
Agua	C\$100.00	C\$100.00	C\$100.00	C\$100.00	C\$100.00	C\$100.00	C\$100.00
Energía Eléctrica	C\$90.00	C\$90.00	C\$90.00	C\$90.00	C\$90.00	C\$90.00	C\$90.00
Gas	C\$300.00						C\$300.00
Transporte	C\$800.00			C\$800.00			C\$800.00
Materia prima indirecta	C\$2,240.00	C\$2,688.00	C\$2,352.00	C\$2,352.00	C\$2,464.00	C\$2,352.00	C\$2,352.00
Sub total Costos Variables	C\$3,530.00	C\$2,878.00	C\$2,542.00	C\$3,342.00	C\$2,654.00	C\$2,542.00	C\$3,642.00
Total Costos	C\$7,129.27	C\$6,477.27	C\$6,141.27	C\$6,941.27	C6,253.27	C\$6,141.27	C\$7,241.27

Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
C\$3,296.25	C\$3,296.25	C\$3,296.25	C\$3,296.25	C\$3,296.25	C\$39,555.00
C\$182.00	C\$182.00	C\$182.00	C\$182.00	C\$182.00	C\$2,184.00
C\$55.56	C\$55.56	C\$55.56	C\$55.56	C\$55.56	C666.72
C\$65.46	C\$65.46	C\$65.46	C65.46	C\$65.46	C\$785.52
C\$3,599.27	C\$3,599.27	C\$3,599.27	C\$3,599.27	C\$3,599.27	C\$43,191.24
C\$100.00	C\$100.00	C\$100.00	C\$100.00	C\$100.00	C\$1,200.00
C\$90.00	C90.00	C\$90.00	C90.00	C90.00	C\$1,080.00
					C\$600.00
		C\$800.00			C\$3,200.00
C\$2,352.00	C\$2,576.00	C\$2,688.00	C\$2,800.00	C\$2,800.00	C\$30,016.00
C\$2,542.00	C2,766.00	C\$3,678.00	C\$ 2,990.00	C\$2,990.00	C\$36,096.00
C\$6,141.27	C\$6,365.27	C\$7,277.27	C\$6,589.27	C\$6,589.27	C\$79,287.24

Eco-Arte

Cédula N° 10 Proyecciones de Costos de Producción Mensual

Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Materia Prima Directa	C\$10,300.00	C\$12,360.00	C\$10,815.00	C\$10,815.00	C\$11,330.00	C\$ 10,815.00	C\$10,815.00
Mano de Obra Directa	C\$1,196.64	C\$1,196.64	C\$1,196.64	C\$1,196.64	C\$1,196.64	C\$ 1,196.64	C\$1,196.64
CIF	C\$7,129.27	C\$6,477.27	C\$6,141.27	C\$6,941.27	C\$6,253.27	C\$6,141.27	C\$7,241.27
Costo total de producción	C\$18,625.91	C20,033.91	C18,152.91	C\$18,952.91	C\$18,779.91	C\$ 18,152.91	C\$19,252.91
Inventario inicial de productos terminados +	0	2049	1984	1848.33	1892.59	1868.69	1825.77
costo de artículos disponibles	C\$18,625.91	C22,082.76	C\$20,136.79	C\$20,801.24	C\$20,672.50	C\$20,021.60	C\$21,078.68
Inventario final de productos terminados -	2049	1984	1848.33	1892.59	1868.69	1825.77	1924.37
Costo de Venta	C\$16,577.06	C\$20,098.88	C\$18,288.46	C\$18,908.65	C\$18,803.81	C\$18,195.83	C\$19,154.31
Cálculos de unidades entre costo de producción	C\$93.13	81.31	89.29	90.12	84.56	87.36	91.64

Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
C\$ 10,815.00	C\$ 11,845.00	C\$ 12,360.00	C\$12,875.00	C\$12,875.00	C\$138,020.00
C\$1,196.64	C\$1,196.64	C\$1,196.64	C\$1,196.64	C\$1,196.64	C\$14,359.68
C\$6,141.27	C\$6,365.27	C\$7,277.27	C\$6,589.27	C\$6,589.27	C\$79,287.24
C\$ 18,152.91	C\$ 19,406.91	C\$ 20,833.91	C\$ 20,660.91	C\$20,660.91	C\$231,666.92
1924.37	1815.29	1922.46	2075.64	2057.89	C\$21,263.77
C\$20,077.28	C\$21,222.20	C\$22,756.37	C\$22,736.55	C\$22,718.80	C\$252,930.69
1815.29	1922.46	2075.64	2057.89	2066.92	C\$23,330.68
C\$18,261.99	C19,299.74	C\$ 20,680.73	C\$20,678.66	C\$20,651.88	C\$229,600.00
86.44	82.86	86.13	81.99	82.68	

Eco-Arte							
Cédula N° 11 Proyecciones de Gastos de Ventas							
Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Salarios	C\$3,296.25	C\$3,296.25	C\$3,296.25	C\$3,296.25	C\$3,296.25	C\$3,296.25	C\$3,296.25
Publicidad		C\$1,600.00			C\$1,600.00		
Depreciaciones de mobiliario	C\$87.88	C\$87.88	C\$87.88	C\$87.88	C\$87.88	C\$87.88	C\$87.88
Devengación de materiales de limpieza	C\$49.09	C\$49.09	C\$49.09	C\$49.09	C\$49.09	C\$ 49.09	C\$49.09
Servicios Básicos							
Agua	C\$60.00	C\$60.00	C\$60.00	C\$60.00	C\$60.00	C\$60.00	C\$60.00
Energía	C\$90.00	C\$90.00	C\$90.00	C\$90.00	C\$90.00	C\$90.00	C\$90.00
Internet	C\$388.70	C\$388.70	C\$388.70	C\$388.70	C\$388.70	C\$388.70	C\$388.70
Cuota Fija	C\$230.00	C\$230.00	C\$230.00	C\$230.00	C\$230.00	C\$230.00	C\$230.00
Total	C\$4,201.92	C\$5,801.92	C\$4,201.92	C\$4,201.92	C\$5,801.92	C\$4,201.92	C\$4,201.92

Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
C\$3,296.25	C\$3,296.25	C\$3,296.25	C\$3,296.25	C\$3,296.25	
			C\$1,600.00	C\$1,600.00	C\$6,400.00
C\$87.88	C\$87.88	C\$87.88	C\$87.88	C\$87.88	C\$1,054.56
C\$49.09	C\$49.09	C\$49.09	C\$49.09	C\$49.09	C\$589.08
C\$60.00	C\$60.00	C\$60.00	C\$60.00	C\$60.00	C\$720.00
C\$90.00	C\$90.00	C\$90.00	C\$90.00	C\$90.00	C\$1,080.00
C\$388.70	C\$388.70	C\$388.70	C\$388.70	C\$388.70	C\$4,664.40
C\$230.00	C\$230.00	C\$230.00	C\$230.00	C\$230.00	C\$230.00
C\$4,201.92	C\$4,201.92	C\$4,201.92	C\$5,801.92	C\$5,801.92	C\$56,823.04

Eco-Arte							
Cédula N° 12 Proyecciones de Gastos de Administración							
Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Salarios							
Administrador	C\$6,592.50	C\$6,592.50	C\$ 6,592.50	C\$6,592.50	C\$6,592.50	C\$6,592.50	C\$6,592.50
Financiero	C\$899.15	C\$ 899.15	C\$899.15	C\$899.15	C\$899.15	C\$899.15	C\$899.15
Amortización de gastos de constitucion	C\$303.89	C\$ 303.89	C\$303.89	C\$303.89	C\$303.89	C\$303.89	C\$303.89
Depreciación de mob y equipo de oficina	C\$87.88	C\$ 87.88	C\$87.88	C\$87.88	C\$87.88	C\$87.88	C\$87.88
Devengación de materiales de limpieza	C\$49.09	C\$ 49.09	C\$49.09	C\$49.09	C\$49.09	C\$49.09	C\$49.09
Servicios básicos							
Agua	C\$60.00	C\$60.00	C\$ 60.00	C\$60.00	C\$60.00	C\$60.00	C\$60.00
Energia eléctrica	C\$120.00	C\$120.00	C\$120.00	C\$120.00	C\$120.00	C\$120.00	C\$120.00
Internet	C\$388.70	C\$388.70	C\$388.70	C\$ 388.70	C\$388.70	C\$388.70	C\$388.70
Total	C\$8,501.21	C\$8,501.21	C\$8,501.21	C\$8,501.21	C\$8,501.21	C\$ 8,501.21	C\$8,501.21

Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
C\$ 6,592.50	C\$ 6,592.50	C\$ 6,592.50	C\$ 6,592.50	C\$ 6,592.50	C\$ 79,110.00
C\$ 899.15	C\$ 899.15	C\$ 899.15	C\$ 899.15	C\$ 899.15	C\$ 10,789.80
C\$ 303.89	C\$ 303.89	C\$ 303.89	C\$ 303.89	C\$ 303.89	C\$ 3,646.67
C\$ 87.88	C\$ 87.88	C\$ 87.88	C\$ 87.88	C\$ 87.88	C\$ 1,054.56
C\$ 49.09	C\$ 49.09	C\$ 49.09	C\$ 49.09	C\$ 49.09	C\$ 589.08
C\$ 60.00	C\$ 60.00	C\$ 60.00	C\$ 60.00	C\$ 60.00	C\$ 720.00
C\$ 120.00	C\$ 120.00	C\$ 120.00	C\$ 120.00	C\$ 120.00	C\$ 1,440.00
C\$ 388.70	C\$ 388.70	C\$ 388.70	C\$ 388.70	C\$ 388.70	C\$ 4,664.40
C\$ 8,501.21	C\$ 8,501.21	C\$ 8,501.21	C\$ 8,501.21	C\$ 8,501.21	C\$ 102,014.51

Eco-Arte						
			Cedula #13 Estado de Resultado Proyectado Mensual			
Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Ventas	C\$ 34,000.00	C\$ 40,800.00	C\$ 35,700.00	C\$ 35,700.00	C\$ 37,400.00	C\$ 35,700.00
Costo de Ventas	C\$16,577.06	C\$20,098.88	C\$18,288.46	C\$18,908.65	C\$ 18,803.81	C\$ 18,195.83
Utilidad Bruta	C\$17,422.94	C\$20,701.12	C\$17,411.54	C\$16,791.35	C\$ 18,596.19	C\$ 17,504.17
Gastos Operativos	C\$12,703.13	C\$14,303.13	C\$12,703.13	C\$12,703.13	C\$ 14,303.13	C\$ 12,703.13
Gastos de Venta	C\$4,201.92	C\$5,801.92	C\$4,201.92	C\$4,201.92	C\$ 5,801.92	C\$ 4,201.92
Gastos de Administración	C\$8,501.21	C\$8,501.21	C\$8,501.21	C\$8,501.21	C\$ 8,501.21	C\$ 8,501.21
Utilidad neta	C\$4,719.81	C\$6,397.99	C\$4,708.41	C\$4,088.22	C\$ 4,293.06	C\$ 4,801.05

Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
C\$ 35,700.00	C\$ 35,700.00	C\$ 39,100.00	C\$ 40,800.00	C\$ 42,500.00	C\$ 42,500.00	C\$ 455,600.00
C\$ 19,154.31	C\$ 18,261.99	C\$ 19,299.74	C\$ 20,680.73	C\$ 20,678.66	C\$ 20,651.88	C\$ 229,600.00
C\$ 16,545.69	C\$ 17,438.01	C\$ 19,800.26	C\$ 20,119.27	C\$ 21,821.34	C\$ 21,848.12	C\$ 226,000.00
C\$ 12,703.13	C\$ 12,703.13	C\$ 12,703.13	C\$ 12,703.13	C\$ 14,303.13	C\$ 14,303.13	C\$ 158,837.55
C\$ 4,201.92	C\$ 4,201.92	C\$ 4,201.92	C\$ 4,201.92	C\$ 5,801.92	C\$ 5,801.92	C\$ 56,823.04
C\$ 8,501.21	C\$ 8,501.21	C\$ 8,501.21	C\$ 8,501.21	C\$ 8,501.21	C\$ 8,501.21	C\$102,014.51
C\$ 3,842.56	C\$ 4,734.88	C\$ 7,097.13	C\$ 7,416.14	C\$ 7,518.21	C\$ 7,544.99	C\$ 67,162.45