

UNIVERSIDAD DE TECNOLOGÍA Y COMERCIO

PROGRAMA DE GRADUACIÓN 2021



Proyecto: Fabrica de jabones EnJabónArte S,A.

Autores:

1. Engels José Solís Hernández
2. Jordy Fernando López Guzmán
3. Brayan Alejandro García Huerta
4. Tania del Carmen Valdez

Tutores:

1. Msc. Noel Enrique Castellón
2. Msc. Lisseth Hernández
3. Msc. Salvador Alemán

Managua, marzo 2021.

Índice

I. NATURALEZA DEL PROYECTO.....	
1. Descripción de la Idea Seleccionada.....	
1.1 Misión.....	
1.2 Visión.....	
2. Justificación del Producto Seleccionado.....	
3. Propuesta de Valor del Producto.....	
4. Nombre de la Empresa.....	
5. Descripción de la Empresa.....	
5.1 Giro que se ubica la empresa.....	
5.2 Ubicación y Tamaño.....	
6. Análisis F.O.D.A.....	
7. CONCLUSIÓN.....	
II. PLAN DE MERCADEO	
1. Análisis de la Situación.....	
1.1 Empresa, Marca Y Posición.....	
2. El Mercado.	
1.1 Características Demográficas.....	
1.2 Características Geográficas.....	
2. Necesidades del Mercado.....	
3. Tendencias del Mercado.....	
4.1 Evolución del Mercado.....	
5. La Competencia.	
5.1 Principales Competidores.	
6. Posicionamiento y Situación.	
7. El Producto y Marca.....	
7.1 El Producto.	
7.2 La Marca.	
8. Puntos Críticos.	
8.1 Factores Exógenos.....	
9. Objetivos de Plan de Mercadeo.....	
9.1 Objetivos a corto, mediano y largo plazo.	
10.- Estrategia de Marketing.....	
11. Ventajas y Distingo Competitivo.....	
12. Política de Promoción.	
13. Resultados del estudio de Mercadeo.....	
14. Plan de Marketing.....	
14.1 Estimaciones económicas.....	
14.2. Previsión de ventas.	
14.3. Punto de Equilibrio.....	
15. CONCLUSION.....	
III OPERACIONES	
1. Objetivos del plan de Producción.....	
2. Especificaciones del Producto.....	
3. Descripción del proceso de Producción.....	
4. Diagrama de Flujo de Proceso.....	

6. Equipos e Instalaciones.....	
7. Materia Prima.....	
7.1 Necesidades de materia prima.....	
7.2 Identificación de proveedores y cotizaciones.....	
7.3 Compras.....	
8. Capacidad Instalada.....	
9. Manejo de Inventarios.....	
10. Ubicación de la Empresa.....	
11. Diseño y Distribución de planta y oficina.....	
12. Mano de Obra Requerida.....	
13. Planes de mejora continua y Políticas de calidad.....	
14. Cronograma de Proceso de Producción.....	
15. CONCLUSIONES.....	

IV. ORGANIZACION

1. Objetivos de la empresa en el área organizacional.	
2. Objetivos de la empresa por área funcional.	
3. Funciones generales y específicas de su empresa.	
4. Método de selección que seguirá la empresa.	
5. Organigrama de la empresa.....	
6. Tabla de Puesto y Responsable.....	

V. FINANZA

1. Introducción.....	
2. Objetivos.....	
3. Plan Maestro – Fabrica de jabones EnJabónArte S, A.....	
4. Políticas de Inventario.....	
5. Balance Inicial.....	
6. Estado de Resultado Proyectado.....	
7. Balance General Proyectado.....	
8. Razones de Liquidez.....	
9. Razones de Actividad.....	
10. Análisis de Rendimiento Financiero.....	
11. CONCLUSIÓN.....	
12. BIBLIOGRAFIA.....	
ANEXOS.....	

I- NATURALEZA DEL PROYECTO

1. Descripción de la idea seleccionada

EnJabónArte S, A. será una empresa dedicada a la producción de jabón a base de café lo cual destacará los beneficios del mismo ya que muchas personas desconocen de sus propiedades para el cuidado del rostro, teniendo en cuenta que en el mercado se encuentran empresas distribuyendo diferentes tipos de jabones, tomamos la decisión de aprovechar el nicho de mercado disponible que tiene el jabón de café.

1.1 Misión

Somos una empresa dedicada a la fabricación de jabones artesanales a base de café, con aditivos naturales que nos conectan con la madre naturaleza y brindan bienestar al cutis.

1.2 Visión

Ser la primera opción para satisfacer las necesidades y gustos de nuestros clientes en la compra de jabones para el cuidado del cutis, nuestro objetivo está garantizado gracias a nuestra materia prima de calidad y al entusiasmo que día a día aportan nuestros colaboradores para la elaboración de nuestros jabones.

2. Justificación del producto seleccionado

La elaboración de este proyecto parte de la necesidad de elaborar un jabón natural que permita cuidar y proteger la piel ya que hoy en día los productos utilizados para este fin están elaborados a base de químicos. De esta necesidad surge la idea de elaborar un jabón de café natural.

3. Propuesta de valor del producto

Su base de café le brinda beneficios naturales como exfoliante, antiinflamatorio, astringente, y sin químicos que puedan dañar la piel.

4. Nombre de la Empresa

EnJabónArte S,A

5. Descripción de la empresa

En la actualidad la industria manufacturera es uno de los sectores de mayor exportación, ingresos fiscales y del empleo formal para la creciente población urbana en el país. El aporte que el sector industrial ha brindado para el producto interno bruto (PIB) del país es del 13.3%, este sector contribuyó a las exportaciones totales del país con un 77%, si tomamos en cuenta el consumo local más las exportaciones convierte a este en uno de los sectores de mayor contribución a los ingresos fiscales del gobierno es decir de un 25% a un 30 % de la recaudación es generada por la industria.

EnJabónArte, es una microempresa ubicada en carretera norte en módulo de SOVIPE contiguo a plaza 3F, un excelente punto debido a la gran afluencia vehicular, negocios e instituciones que se encuentran en los alrededores, la plaza tiene excelente visibilidad, cuenta con un amplio parqueo y seguridad para nuestros clientes, la carretera es una de las arterias de la capital por lo cual es muy transitada por vehículos. El local cuenta con una infraestructura adecuada a nuestro giro de negocio.

5.1 Giro en que se ubica la empresa

Debido a que enjabonarte transformara la materia prima en un producto terminado mediante la transformación de la materia prima a través del proceso de fabricación, nuestro giro esta designado al sector industrial.

5.2 Ubicación y tamaño

Enjabonarte es una pequeña empresa la cual cuenta con 6 colaboradores.

La ubicación es Managua, carretera norte módulo SOVIPE contiguo a plaza 3F con fácil acceso a las diferentes vías de la capital.

Los puestos de trabajo son:

- a) 01 administrador.
- b) 01 responsable de bodega.
- c) 01 responsable de producción.
- d) 02 vendedores.
- e) 01 entregador.

6. Análisis F.O.D.A

Fortalezas

- 1- Aprovechar las propiedades naturales del café.
- 2- Precio accesible en comparación con las marcas reconocidas.

Oportunidades

- 1- Aprovechar la demanda de adquirir este tipo de jabón.
- 2- Mercado con pocos competidores e informales.

Debilidades

- 1- Poca experiencia en el sector.
- 2- Alto costo de inversión inicial.

Amenazas

- 1- Competir con marcas de renombre y gran trayectoria en el mercado de jabones.
- 2- Poca aceptación del consumidor a un producto nuevo.

7. Conclusión

El presente proyecto tiene como finalidad aprovechar las propiedades del café para la elaboración de un jabón dirigido a un sector poco atendido, que busca el cuidado del cutis con productos naturales.

EnJabónArte es un plan de negocio que se enfoca en la sostenibilidad mediante la oferta de un jabón natural elaborado bajo un proceso responsable con el medio ambiente, cuyo ingrediente principal es el café. La demanda de productos cosméticos ecológicos tiene futuro en el desarrollo de negocios, ya que las personas se preocupan cada vez más por vincular en sus rutinas de aseo y cuidado con productos que no contengan elementos químicos, y están dispuestas a sustituirlos por este tipo de productos.

II- PLAN DE MERCADEO

Análisis de la situación

1.1 Empresa, marca y posición

Nuestro producto modelo el jabón **CAFETO**, es una nueva propuesta para el cuidado facial tanto de la mujer como para el hombre, con propiedades que benefician a nuestros consumidores. Su base de café le brinda beneficios naturales como exfoliante, antioxidante, antiinflamatorio y sin químicos que puedan dañar la piel el cual esta dermatológicamente comprobado.

2. El mercado

El segmento de mercado, que identificamos, son mujeres con poder adquisitivos medio y medio alto o todas aquellas personas que tengan facilidad para adquirir el producto ante la necesidad de un jabón natural que mejore su cutis ya que es apto para todo tipo de piel.

2.1 Características demográficas

Para obtener las características demográficas tomamos en cuenta.

- ❖ Edad.
- ❖ Genero.
- ❖ Ingresos.

Por eso se ha establecido como población objeto a las mujeres de edades entre 18 y 50 años, aún que no se descarta el interés por los hombres también con un nivel económico medio y medio alto que pueda darle prioridad al cuidado de su rostro.

2.2 Características geográficas

La población objetivo se centra en los 7 distritos de la capital con una población total de 1,254, 878 de habitantes.

3. Necesidades del mercado

Basado en los resultados del estudio de mercado encontramos que existe una necesidad en el mercado nacional, un 69% de consumidores de Jabones Faciales requiere un mejor costo con beneficios naturales.

4. Tendencia de mercado

Tendencia actual:

En la tendencia del mercado encontramos que en la actualidad los consumidores conocen y usan estos productos ofrecidos por la competencia, pero son muy pocos los que aprovecha los grandes beneficios del café como jabón facial. Es por eso que pretendemos impulsar una campaña publicitaria que promoverá los grandes beneficios de usar este tipo de jabón para el rostro, introduciéndolos en el mercado como producto nuevo e innovador.

Tendencia Futura:

El consumo de jabones faciales en Nicaragua puede verse afectado en cambios económicos y culturales ya que no precisamente puede ser consumido por personas de bajo nivel económico. Pero que a mediante que se pueda explotar los recursos tecnológicos pueda expandirse la demanda de del producto, es decir llegar a otros países, y primeramente dominar los mercados locales del país.

4.1 Evolución del mercado

En base a la investigación de mercado que realizamos por medio de encuestas la muestra tomada de 384 personas de 1,254,878 habitantes en la ciudad de Managua el 93% utilizan jabones para el cuidado del cutis, lo cual nos brinda

información para la proyección de la demanda probable. Los cambios tecnológicos han transformados los mercados estos avances en comunicaciones nos permiten un mejor acceso a los consumidores.

5. La competencia

En este mercado existen ya marcas con gran trayectoria en el mercado, bastante conocidas a nivel Nacional e internacional, **EnJabónArte** tiene claro que necesitará de un muy buen plan estratégico para lograr posicionarse en primer lugar en el país. Los métodos de Marketing ya antes mencionados no ayudaran a competir con estas Marcas.

5.1 Principales competidores

El **Jabón Asepsia**: es la marca #1 a nivel nacional siendo nuestro competidor más fuerte con una amplia línea de jabones faciales dirigidos a diferentes tratamientos del rostro, posee una muy buena estrategia promocional estando activo en los diferentes medios de comunicación radial y en televisión.

El Jabón Nivea: siendo nuestro segundo fuerte competidor posee un gran posicionamiento en el mercado, presente en casi todas las líneas de los supermercados y tiendas de conveniencia en el país, aunque está más dirigido a la piel del cuerpo en general, no se descarta su uso facial.

6. Posicionamiento

EnJabónArte S.A. es una empresa nueva en la industria que pretende posicionarse en el mercado con estrategias de marketing y calidad del producto en el segmento que se pretende abarcar.

Consumo aparente:

Se tomó la información de la población de la ciudad de Managua hasta el año 2019 que es de un total de 1,254,878 de habitantes. De la que obtuvimos que debíamos entrevistar a 384 personas entre hombres y mujeres, las que distribuimos en los 7 distritos de la capital.

Donde se determinó que el consumo de nuestro producto es el siguiente:

- ✚ El 9% compran el producto por semana.
- ✚ El 41% compran cada 15 días
- ✚ El 46 % compran el producto una vez por mes.
- ✚ El 4% cada 45 días compran el producto.

7. El producto y marca

7. 1 El producto

El jabón base de café es un producto elaborado con componentes, jabón neutro, fruto procesado del café aceite de oliva, carbón activado en polvo y aromatizante de café, ayudan a la hidratación de la piel que le aportan brillo y salud del cutis. El café en sí mismo contiene propiedades que son estimulantes para el cutis.

Inicialmente *EnJabónArte S.A.* dará inicio con el lanzamiento de su producto estrella el cual es un jabón a base de café (**CAFETO**).

7. 2 La marca

Jabón **CAFETO** se encuentra en la fase de introducción, la cual inicia cuando el producto es lanzado al mercado, después de un período apropiado de producción o desarrollo del producto. En esta etapa hay un alto porcentaje de fracasos, debido a la inexperiencia en el mercado.

Es un producto a base de café, nuestra función es entrar en un nuevo nicho de mercado tratar de posicionar la marca permitiendo la aceptación del consumidor, teniendo en cuenta en brindarle un buen producto para el cuidado del cutis.

8. Puntos críticos

8.1 Factores Exógenos

Factores nacionales:

Posibilidades de accesos a materias primas e insumos: Mediante se va incorporando nuestro jabón de Café en el mercado puede que ocurran cambios en los precios de la materia prima que vayamos a utilizar, por diferentes factores como naturales, políticos o económicos que nos impidan acceder a ella.

Actitud de demanda: Nuestro jabón de Café puede tener una demanda no esperada ya que tendríamos un nuevo jabón en el mercado y los consumidores tendrían poco conocimiento de nuestra marca.

Falta de disponibilidad de los medios de distribución con infraestructura o rutas.

Incremento de competencia: Somos un segmento de mercado nuevo que busca incorporarse al mercado esto provocara que se aumenten los nuevos competidores.

Factores Políticos

Nivel de situación en la estabilidad del entorno político: El riesgo que puede generarse debido a la falta de seguridad económica del país esto puede influir directamente en los precios de materia prima y disparar nuestro precio de venta y quedar fuera de competencia con otras marcas.

9. Objetivos del plan de mercadeo

9.1 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

En *EnjabónArte S.A.* nos enfocaremos en crear un plan de mercadeo para la comercialización de la marca de jabones naturales **CAFETO** en el mercado de la ciudad de Managua para lograr los siguientes objetivos.

Corto

- Captar al menos el 25% de clientes de la demanda actual del mercado de jabones de cuidado facial en la ciudad de Managua.

Mediano

- Incremento en las ventas del 10% en el segundo año con respecto a las ventas del primer año.

Largo

- Reconocimiento de marca del 20% durante el tercer año este resultado se obtendrá por medio de encuestas para seguimiento de aceptación de marca

10. Estrategia de marketing

Hemos decidido tocar el sentimiento nacionalista en nuestros clientes, asegurando la oportunidad de que pruebe la calidad de nuestro jabón en comparación a productos extranjeros.

11. Ventajas y distingo competitivo

Ofrecemos una base junto al empaque tipo jabonera incluida en el valor del producto.

Ninguna de las marcas reconocidas en el mercado usa el café como ingrediente en su fórmula para elaborar sus jabones.

Como haremos para estar en la mente del consumidor

Nuestra etiqueta hace referencia al café más que al jabón para que nuestro cliente relacione sus ganas de tomar café a nuestro jabón.

Realizaremos promociones cuyos premios sean tazas de café en restaurantes más conocidos a nivel nacional como Casa del Café o Café las Flores así nuestros clientes relacionaran su gusto del café a nuestro jabón para el cuidado del cutis.

Los Beneficios para el cliente

Los beneficios que ofrece jabón CAFETO son:

- a) Limpieza facial.
- b) Exfoliante.
- c) Antiarrugas.
- d) Hidratante

Estrategia de producto

Al ser un producto nuevo incentivaremos la relación del gusto por un buen café con nuestro jabón. Nuestra publicidad se enfocará en los beneficios que brinda nuestro jabón y en su procedencia que es 100% Nicaragüense.

Estrategia de lanzamiento

- a) El lanzamiento se identificará con Nicaragua como país de origen del jabón, con el orgullo de ser nicaragüense es por tal razón que los anuncios publicitarios aparecerán vistas panorámicas de Nicaragua.

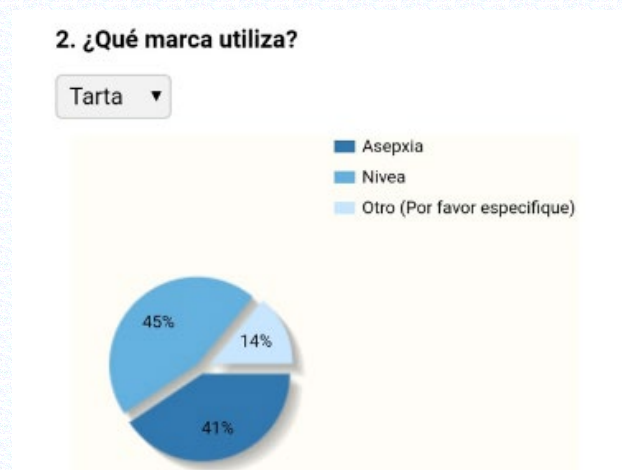
- b) Creamos plan promocional con fechas establecidas para los medios publicitarios elegidos.
- c) Los colores que ocuparemos en los anuncios publicitarios, serán el verde que transmite naturaleza, frescura, orgánico y el rojo que transmite energía y pasión.

12. Política de promoción

Trabajaremos en un lema publicitario que motive a los consumidores a comprar un producto nicaragüense (consume lo nica) usaremos la estrategia de la empresa cervecera nacional relacionando nuestro jabón con la cultura nicaragüense.

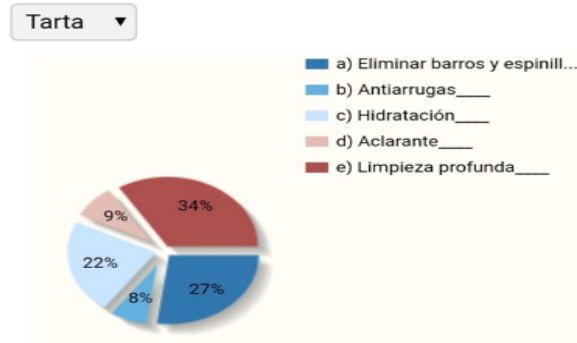
13. Resultados del estudio de mercado

La siguiente información la obtuvimos mediante la aplicación de una encuesta realizada a 384 personas entre ellas entrevistados obteniendo que el 87% fueran del sexo femenino y el 13% del sexo masculino obteniendo que el 93% de estos utilizan algún jabón para el cuidado del cutis.



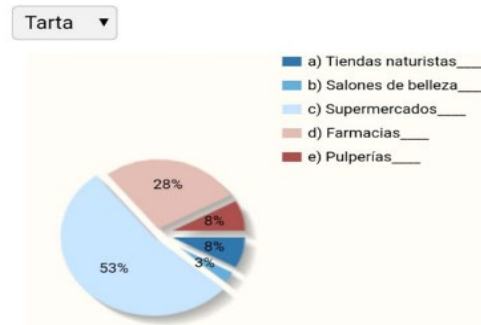
Las marcas más reconocidas como Nivea y Asepxia son las más utilizadas por los encuestados lo que quiere decir que nos tocaría competir con marcas reconocidas en el mercado a nivel mundial

3. ¿Qué beneficios busca al adquirir el jabón?

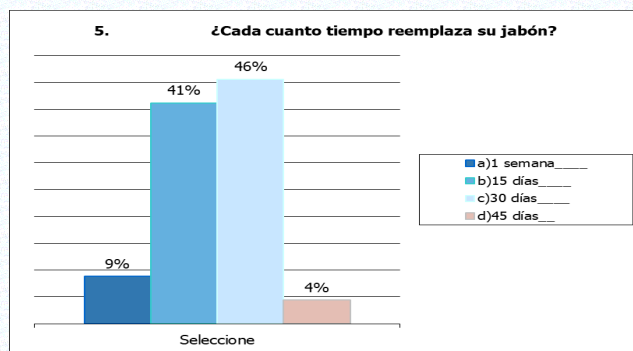


La mayoría coincide en que lo que buscan al utilizar este tipo de jabones es Limpieza profunda lo que consideramos una ventaja, tomando en cuenta todas las propiedades que brinda el café para la piel.

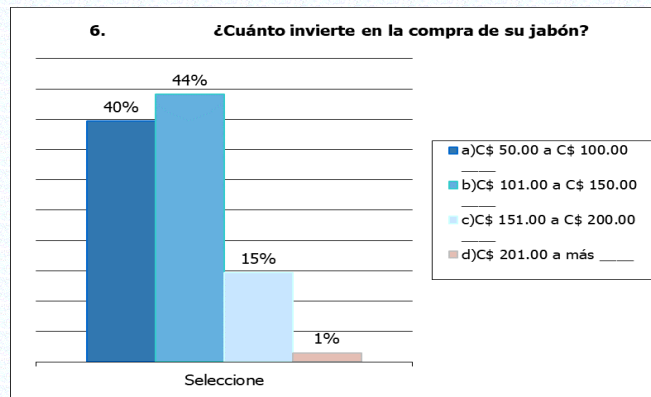
4. ¿Qué puntos de compras prefiere?



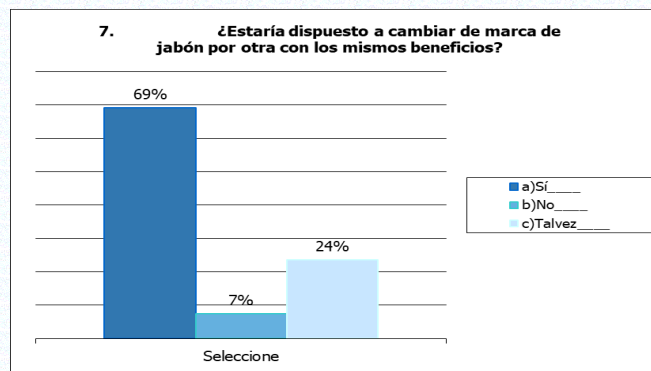
Los supermercados y farmacias son los puntos dónde los encuestados por lo general adquieren este producto, lo que consideramos para cambiar nuestro enfoque de comercialización ya que nuestra idea era iniciar por los mercados públicos en Managua. Gracias a los resultados de esta encuesta pudimos replantearnos que nuestra prioridad para comercializar el jabón es en supermercados y farmacias.



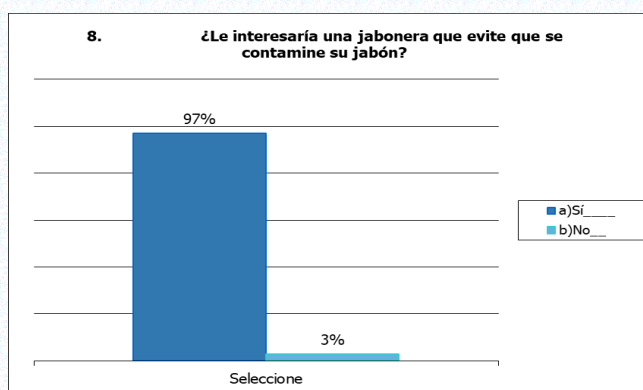
A través de las respuestas brindadas por los entrevistados podemos proyectar nuestra demanda durante un mes.



El valor que invierten los probables clientes nos da una mejor idea con qué precio vamos a introducir nuestro jabón.

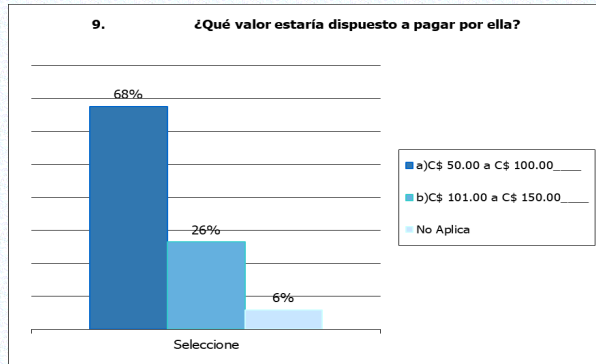


El 69 % indico la posibilidad de cambiar de marca a un jabón con los mismos beneficios, pero más económico lo que es una ventaja tomando en cuenta la situación actual del país.

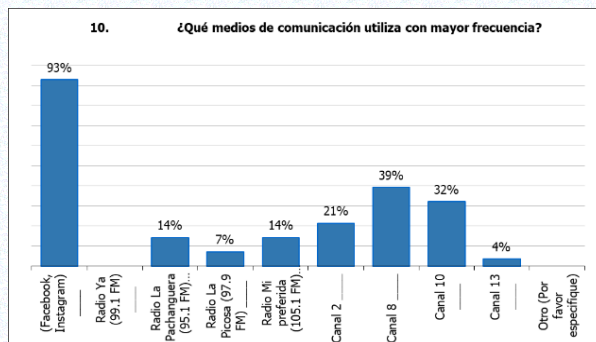


Un valor agregado que podríamos darle a nuestro producto es un recipiente resistente para mantener libre de bacterias el jabón. Es una buena opción y atractivo para el consumidor.

Ya que se puede apreciar en la gráfica que el 97% le gustaría este beneficio extra.



A pesar de ser un valor agregado el 74% de los entrevistados acepta pagar un valor extra por una jabonera antibacterial.

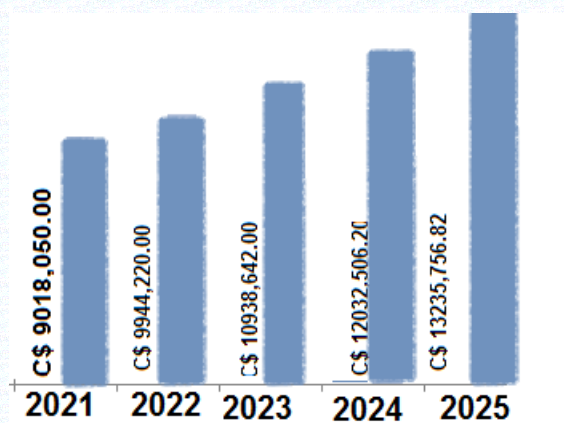


Con la información obtenida nos da una guía de donde debemos invertir en publicidad y poder llegar a nuestros clientes, la cual será a través de las redes sociales que es la más utilizada

14. Plan de marketing

14.1 Previsión de ventas

La estimación de ventas la hemos realizado partiendo del punto de equilibrio por lo cual en el primer año proyectamos la venta mínima, posteriormente nos enfocamos en su crecimiento anual para obtener utilidades en el segundo año que nos permitan reinvertir hasta llegar al quinto año enfocados en ser una empresa productora, obteniendo una venta total en los cinco años de C\$ 55,169,175.02



14.2 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es una herramienta estratégica clave para determinar si el negocio es solvente y rentable, cuando se crea una nueva empresa, el primer objetivo debe ser siempre alcanzar este punto.

Para poder llegar al punto de equilibrio EnJabónArte necesitaría vender la cantidad de 3,610 unidades mensualmente de jabón lo que significa que en este punto no tendríamos ni pérdidas ni ganancias.

Todo lo que se venda por encima de esta cifra dará beneficios que garantizarán la continuidad de la empresa.

15. Conclusiones

La planificación es indispensable para definir una estrategia eficaz para la empresa al definir los objetivos deben ser claros para el cumplimiento de las metas, para obtener los mejores resultados. El plan de marketing es una herramienta necesaria para cumplir los objetivos comerciales de toda la empresa tomando en cuenta la competencia precios y proveedores.

El plan de marketing nos indica la situación actual de la empresa a través de nuestros estudios realizados y nos enseña las proyecciones futuras para el desarrollo del negocio.

El estudio de marketing realizado en el proyecto nos permite marcar el camino para llegar a un lugar concreto ya que el mismo nos indica que pasos utilizar para entrar en la mente del consumidor.

III- OPERACIONES

1. Objetivos del plan de producción

Corto Plazo:

- Coordinar todos los procesos, actividades y funciones necesarias para la producción del jabón CAFETO de acuerdo con los niveles de calidad aprobados.

Mediano plazo:

- Lograr el equilibrio, la estabilidad y capacidad de respuesta entre la demanda de ventas versus el inventario disponible.

Largo plazo.

- Alcanzar la producción según las proyecciones de ventas y políticas de control de inventario sin que existan pérdidas de materia prima.

2. Especificaciones del producto

Nuestro producto está elaborado con Jabón base (42 gramos), una onza de carbón activado equivalente en peso a (28.3495 gramos), café molido (5 gramos), esencia de café (1 ml), aceite de oliva (1 ml). Se empacará en caja de papel sólido para crear estructura adecuada para no dañar el jabón con su etiqueta con la información completa del producto, marca, empresa, ingredientes, número de registro sanitario, advertencias, número telefónico.

3. Descripción del proceso de producción

Pesado y medición de los ingredientes por volumen calculando la mezcla necesaria para las unidades a fabricar, jabón base, carbón activado, café molido, esencia de café, aceite de oliva. Se debe separar de manera independiente cada ronda en base a la capacidad de la máquina procesadora de 670 unidades

- Cortar en trozos finos el jabón base.
- Calentar la máquina procesadora a temperatura entre 45° y 70° C controlada para fundir el jabón por completo verificando que no llegue al punto de hervir.
- Con el jabón en estado líquido agregar los ingredientes en el orden siguiente.
 - Carbón activado.
 - Café molido.
 - Aceite de oliva.
 - Esencia de café
 - Dejar que la maquina mezcle los ingredientes.
 - Verter el jabón en estado líquido en el molde y dejar reposar hasta que solidifique por completo.
 - Control de calidad (inspeccionar la estructura).
 - Remover el jabón del molde y empacar.
 - Almacenamiento de producto terminado.

4. Diagrama de flujo de proceso

5.



5. Equipo e instalaciones

Para el proceso de producción se utilizara:

- 1 Mezcladora
- 2 Mesas
- 34 Moldes
- 1 Máquina cortadora
- 1 Empacadora
- 1 Bascula
- 6 Estantes
- 1 Tanque de gas de 100 libras

6. Materia prima

- ✚ Base de jabón neutro
- ✚ Fruto de café procesador.
- ✚ Aceite de oliva.
- ✚ Carbón activado en polvo.
- ✚ Aromatizante de café.

Jabón neutro:

- Tienen un PH similar al de la piel y no generan daños ni irritación, ni alergias.
- Se recomiendan para el uso del lavado diario del cutis (mañana-tarde y durante la noche, sobre todo luego de desmaquillarte).

Café molido:

- El **café** es un exfoliante natural muy eficaz, ya que los granos molidos estimulan la renovación celular.
- Tiene un efecto antiinflamatorio que calma **la piel** cuando está irritada o enrojecida.

- Posee un efecto astringente, que elimina los malos olores y a la vez promueve una limpieza profunda.

Aceite de oliva:

- Nutre la piel a la perfección.
- Hidratación de las pieles sensibles.
- Aliado contra el envejecimiento de la piel.
- Repara los tejidos dañados de la piel.
- Ayuda a eliminar el maquillaje.

Carbón activado en polvo:

Aporta luminosidad, al limpiar en profundidad **la piel** e igualar la superficie cutánea, revelando una piel más lisa y luminosa. Su principal aplicación en cosmética son las mascarillas.

Aromatizante de café: excelente para un buen aroma en la piel.

6.1 Necesidades de materia prima

Materia prima requerida para producir 5000 unidades de jabón para un mes							5,000.00	
Materia prima	Cantidad	Unid de medida	Precio Unit x Volumen	Precio de Materiales por Unid	Unid de medida	Cant x Und	Costo	Gasto Total mensual
Jabón base	1.00	Kg.	C\$ 176.52	C\$ 0.18	gr	42	C\$ 7.41	C\$ 37,069.20
Carbón activado	0.03	Kg.	C\$ 10.43		gr	1	C\$ 10.43	C\$ 52,150.00
Café molido	1.00	Kg.	C\$ 220.00	C\$ 0.22	gr	5	C\$ 1.10	C\$ 5,500.00
Esencia	1.00	ml.	C\$ 43.48		ml.	1	C\$ 33.48	C\$ 167,400.00
Aceite de oliva	17.00	ml.	C\$ 350.00	C\$ 20.59	ml.	1	C\$ 20.59	C\$ 102,941.18
Empaque				C\$ 10.00		1	C\$ 10.00	C\$ 50,000.00
Base tipo jabonera				C\$ 10.00		1	C\$ 10.00	C\$ 50,000.00

Total	C\$ 465,060.38
--------------	-----------------------

	Córdobas	Dólares
Total	C\$ 465,060.38	C\$ 13,344.25

6.2 Identificación de proveedores y cotizaciones

Proveedores y Cotizaciones							
		Precio Proveedor Seleccionado Seleccionado		OTRAS COTIZACIONES			
Maquinarias y Equipos de producción		proveedor	precio Unitario	proveedor	precio Unitario	proveedor	precio Unitario
Marmita o Mezcladora		La Hostelera	\$10,000.00	Equipos AB	\$10,500.67	La casa del Chef	\$11,845.56
Empacadora		Imisa	\$4,900.00	Dieguinsa	\$5,000.00	Premet	\$5,000.00
Moldes de Silicon		Armada Tecgnology Co.	\$2.20	Sprinkles	\$4.00	Interiola	\$5.11
Etiquetadora		Libreria Jardin	\$450.00	Intek	\$460.00	Cablematic	\$490.00
Mesas de trabajo		Pricesmart	\$248,80	Imisa	\$256.70	Pricesmart	\$255.00
Bascula		Azocar S. A.	\$775,00	ServiBasculas	\$789.00	Nisyo Scales	\$800.00
Estante de 300 kg		Global S. A.	\$245,00	Pricesmart	\$246.00	Modecor	\$300.00

		Precio Proveedor Seleccionado Seleccionado		OTRAS COTIZACIONES			
Mobiliario de Oficinas		proveedor	precio Unitario	proveedor	precio Unitario	proveedor	precio Unitario
Escritorios		Arista	\$73,50	Ofimuebles	\$78.00	La Curacao	\$77.00
Sillas para Oficinas		Office Solutions	\$43,00	SYSCOM	\$54.00	La Curacao	\$55.50
Planta Telefonica		Serincsa	\$75,00	Megacom	\$88.44	Claro	\$87.00
Sillas de espera		Muebles en linea	\$30,00	SYSCOM	\$46.34	La curacao	\$48.00
Impresora Multifuncional		Comtech	\$145,00	Coparsa	\$180.30	La Curacao	\$220.00

		Precio Proveedor Seleccionado Seleccionado		OTRAS COTIZACIONES			
Materia prima	Unid de medida	Proveedor.	Precio Unit por Volumen	Proveedor	Precio Unit por Volumen	Proveedor	Precio Unit por Volumen
Jabón base	1 Kg.	distribuidora del caribe	C\$176,52	Distribuidora Jiron	C\$220.50	Laboratorio Grisi	C\$250.00
Carbón activado	0.03 Kg.	distribuidora del caribe	C\$10,43	Al natural	C\$20.14	La Organica S. A.	C\$22.14
Café molido	1 Kg.	Cafe segoviano	C\$220,00	Cafe Soluble	C\$230.00	E. Chamorro Industrial	C\$235.00
Esencia	1 ml.	distribuidora del caribe	C\$43,48	Natural Elohim	C\$45.00	Aceite Santiago	C\$50.00
Aceite de oliva	17 ml.	distribuidora del caribe	C\$350,00	Tu nicaragua.com	C\$410.00	Distribuidira Jiron	C\$420.50
Empaque	1 caja de Carton	Astro Carton Nicaragua S.A.	C\$10,00	Industrias Graficas Mercurio	C\$15.00	Sigma Q	C\$16.00
Base tipo jabonera	1 Jabonera de madera	Cigar Box Nicaragua S.A.	C\$10,00	Sigma Q	C\$14.70	Maderbox S. A.	C\$15.00

7. Capacidad Instalada

- La producción de la capacidad total diseñada al año en unidades:
- $1,340 \text{ unidades al día} \times 240 \text{ días laborales} = 321,600 \text{ unidades al año.}$
- 321,600 unidades de jabones de 70 gr. al año representan 22, 512,000 gr anuales.
- Se estima una capacidad total diseñada mensual para el primer año de 1340 unidades en presentación de 70 gramos para un total de 22, 512,000 gr.
- Se considera una jornada laboral de 6 horas de producción diaria, 5 días de la semana de lunes a viernes, 4 semanas al mes.

8. Manejo de inventarios

Tomando en consideración los requerimientos de producción mensual y los tiempos de importación de nuestro proveedor principal Distribuidora del Caribe que son aproximados a los 45 días se toma la decisión de adquirir un inventario de seguridad o respaldo para 2 meses de producción, con una inversión total C\$ 930,120.76

Las compras para producción deben realizarse de manera mensual tomando en cuenta que se debe conservar el inventario de respaldo para dos meses.

9. Ubicación de la empresa

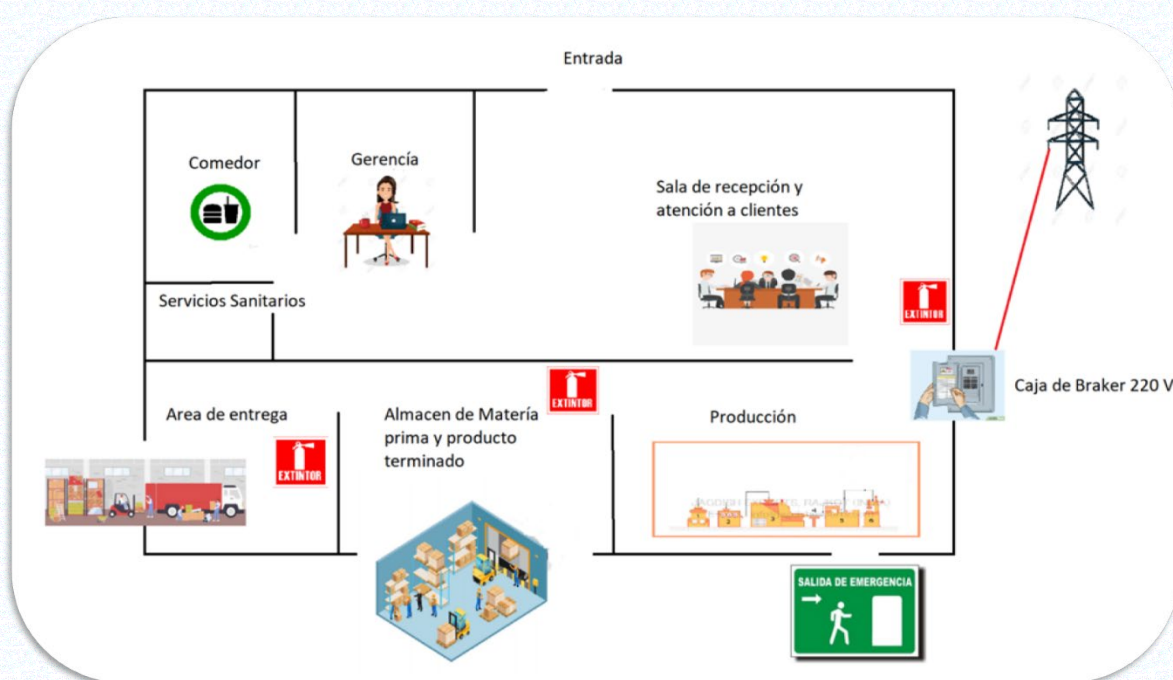
La empresa Enjabonarte estará ubicada en carretera norte en plaza SOVIPE un lugar muy céntrico y amplio, con gran tránsito vehicular con más opciones de atraer a nuevos clientes que adquieran el producto.

Con gran acceso de área para descargar la materia prima para la distribución del producto terminado.

10. Diseño y distribución de planta y oficina

- Oficina gerencia 10. m2
- Sala de ventas y recepción 20 m2.
- Comedor 10 m2.
- Servicios sanitarios 5 m2.
- Producción 25 m2.
- Almacén 15 m2.
- Área de entrega 9..5

Total de área requerida 94.5 m2



11. Mano de obra requerida

Actividad	Número de persona	Habilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Mezcladora • Empaquetadora • Etiquetadora 	3	Conocimiento en máquina industrial

Mano de obra totalmente requerida por 3 personas en el área de producción.

12. Planes de mejora continua y políticas de calidad

La gestión de procesos es una actividad imprescindible en las empresas. En este sentido, tener modelos eficientes de gestión de recursos y actividades da una en el mercado.

En **Enjabónarte** contaremos con los siguientes procedimientos de mejora continua:

- Se realizaran visitas a los clientes para conocer su opinión acerca de nuestro producto, para de esta manera conocer las inconformidades en caso de que existan y mejorar.
- De la misma manera coordinar con el departamento de entregas el tiempo de entrega para garantizar la entrega de los pedidos en los plazos y cantidades solicitadas.
- Supervisar las diferentes fases del proceso de producción para ver que se cuente con la materia prima necesaria para hacer eficazmente un producto de calidad.
- Se elaborara un plan de capacitación con el objetivo de contar con un personal que tenga las habilidades y el conocimiento necesario para realizar sus funciones en el área de producción.
- Evaluaciones constantes con el propósito de identificar todas las incidencias de las fallas en la empresa y buscar remediarlas mediante cursos especializados.
- La motivación al personal para conseguir un progreso continuo, además de brindarles charlas rutinarias donde se les dará una retroalimentación de su labor.

Implementar la mejora continua no sólo hace que los procesos de producción sean más rápidos, sino que también, sean de mejor calidad.

13. Conclusiones

Durante la elaboración de este proyecto hemos podido evidenciar que hay muchos factores que podemos aprovechar al momento de producir nuestros jabones, uno de ellos es la calidad del café que produce nuestra tierra el cual tiene importantes beneficios para el cuidado de la piel los que ayudan a la nutrición y humectación de la misma.

De la mano con este gran beneficio natural y nuestro plan de Marketing, que está enfocado en la introducción de un nuevo producto a precio competitivo y una serie de herramientas más, ayudará al crecimiento de nuestro mercado, incrementando la demanda y logrando el posicionamiento esperado. Para esto, es debido tener un personal calificado que serían los responsables de que cada proceso se realice de manera eficaz.

Cada uno del personal cumpliendo con las medidas necesarias de producción para una mejor elaboración del producto para lograr rápida aceptación por el público que se aun producto de calidad.

Podemos analizar la importancia del área productiva de la empresa para garantizar que el mercado tenga en tiempo y forma el producto nos indica a desarrollar una adecuada administración de producción.

Se elaboró un flujograma para determinar el tiempo que se llevara acabo para la producción

IV- ORGANIZACION

1. Objetivo de la empresa en el área organizacional

Nuestro objetivo es distribuir de manera óptima las funciones acordes a los puestos asignados con el propósito de llevar a cabo en conjunto los objetivos propuestos. Lográndose por medio del trabajo en equipo.

2. Objetivo de la empresa por área funcional

Puesto: Producción

Indicador: Eficiencia en la producción

Objetivos

- Producir los jabones artesanales correspondientes a la demanda exigida de acuerdo a las necesidades de la demanda.
- Maximizar eficientemente el uso de la materia prima, cumpliendo con las necesidades de los clientes en el mercado meta y la selección de los proveedores.
- Reducir errores durante los procesos de producción, previamente supervisados, ya que, al no ser corregidos y supervisados previamente, generarán un costo adicional que disminuye la productividad, esto se lograra a través de la disposición y montaje de la planta procesadora.
- Incrementar la eficiencia y productividad de elaboración de jabones naturales a base de café mediante la mejora continua de procesos a través de la optimización de la planta.
- Optimizar el volumen de producción de jabones de café al día, con el fin de satisfacer una mayor demanda de nuestro producto en caso que se diera un pico elevado en la demanda.
- Iniciar con nuestros planes de distribución en tiendas, proyectando lo resultados en función de la sostenibilidad económica y financiera.

Puesto: Ventas

Indicador: Trato al cliente

Objetivo

Suministrar toda la información pertinente en cuanto al producto, mediante la literatura del producto, incluyendo catálogo, lista de muestras, código de barras, especificaciones técnicas del producto, con el fin que el cliente se informe sobre la calidad del jabón CAFETO, lo recomiende y se vaya construyendo la marca a través de la publicidad de boca en boca.

Puesto: Administración

Indicador: Responsabilidad en las operaciones Financieras

Objetivo

Llevar un control exacto de cada movimiento financiero que se haga en la empresa, de manera clara, transparente y segura de esta manera se evitar un manejo irresponsable de las finanzas del negocio, cumpliendo con la normas de auditoría, en función del cumplimiento de las informaciones financieras de las empresas.

1. Funciones generales y específicas de la empresa

Administrador: es la parte de la empresa que se encargara de l administración, el control y el desarrollo de la misma, cuidando que las distintas áreas lleven a cabo, de la mejor manera posible, sus funciones; es decir que cumpla con sus objetivos de manera que el desempeño en general sea de alta calidad.

Las funciones específicas son:

1. Formular objetivos y determinar medios para alcanzarlos.
2. Asignar los recursos y coordinar las actividades.
3. Asignar personas responsables, dirigir las actividades, motivarlas, y liderarlas.
4. Monitorear las actividades y corregir los desvíos

5. Ser responsable de las relaciones laborales al cuidar que sean cordiales y respetuosas.
6. Inducir, adiestrar y capacitar a los empleados.
7. Evaluar el desempeño del personal.
8. Cumplir con los requisitos legales para el registro adecuado del personal.
9. Llevar a cabo todo el proceso de reclutamiento y selección de personal

Ventas

Se ocupará de las estrategias de mercado, como publicidad, promoción y ventas, para difundir de manera rápida el producto y acrecentar las ventas, estimulando en los clientes el deseo o la necesidad de adquirirlo.

Las funciones específicas son:

1. Captación de clientes
2. Establecer una conexión entre cliente y empresa
3. Lograr las metas de ventas propuestas.
4. Planificar, diseñar estrategias y decidir con anticipación las actividades que realizará y los recursos que utilizará.

Bodeguero

1. Identificar la cantidad de recursos que se necesitan para llevar a cabo la producción
2. Garantizar la calidad del producto
3. Registro y control de toda la mercadería
4. Revisión de la Mercadería
5. Orientar al personal de entrega la revisión del mismo
6. Control y archivo de las entradas y salidas

7. Elaborar solicitudes de producto para su debida autorización por parte del administrador.
8. Alistamiento de los pedidos por cada factura para el cargue por zonas.
9. Reportar y separar las mercancías averiadas para devolución.
10. Hacer el movimiento de las devoluciones de la venta, con la información del ingreso de la devolución.
11. Almacenar en el lugar asignado la materia prima de cada uno de los proveedores.
12. Realizar el aseo y organización de la bodega y velar por que se conserve.
13. Apoyar en el área de producción.

Producción

En este puesto se busca que la persona dirija las funciones relacionadas con el proceso de producción del artículo, como elegir la materia prima, buscar al proveedor, cuidar el proceso de preparación, envasado y etiquetado; así como regular la frecuencia de compra de materia prima y la disponibilidad del producto cuando se solicite.

En esta área de la empresa intervendrán tres personas que se encargarán de la preparación y envasado-etiquetado del producto:

1. Realizar las transformaciones de la materia prima y material de empaque.
2. Velar por el correcto funcionamiento de maquinaria y equipo.
3. Supervisar la calidad del producto terminado.
4. Controlar la higiene y limpieza.

Entregador

1. Carga y descarga de la mercancía de los clientes y proveedores.
2. Organiza la ruta de transporte en función del pedido y la ubicación del domicilio donde debe hacer la entrega.
3. Conduce el vehículo en el que realizar la entrega.
4. Realizar inspección del vehículo en el que realizara la entrega
5. Ofrecerle al cliente la atención correcta
6. Revisar las entregas con los clientes para asegurarse de que los productos satisfacen sus necesidades.
7. Apoyar en el área de producción.

2. Método de selección que seguirá la empresa

Reclutamiento

El proceso de reclutamiento será por medio de las redes sociales.

Se eligió este método porque no tiene ningún costo, lo que es positivo para la empresa que está iniciando y nos permitirá reducir gastos.

Selección

Primeramente se les dará a llenar una solicitud de empleo la que dejaran con su currículum y demás documentación en regla, luego se revisaran y se elegirán a los que se crean cumplan con las expectativas para entrevista y de ahí se elegirá a personal requerido. El gerente será quien haga la entrevista.

Contratación

Se realizaran contratos por tiempo indeterminado, en el cual especifique denominación del puesto de trabajo, horario, funciones a desempeñar, salario a

devengar, duración del contrato, obligaciones tanto del empleador como del trabajador, entre otras especificaciones.

Captación de personal.

Proceso de inducción de empresa *EnjabónArte S.A.*

Persona que realizará la inducción: Impartida por el Administrador.

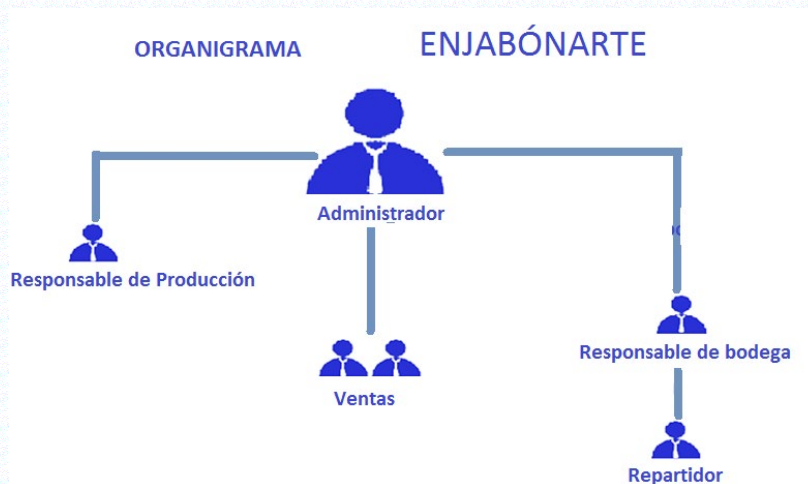
Durante el proceso de inducción.

1. Se presentará el carácter de la empresa, tales como la Misión y valores de la empresa.
2. Presentación de la política de la empresa y códigos escritos dentro de la misma.
3. Funciones del puesto q va a desempeñar la persona.
4. Capacitación general el buen uso de los recursos de la empresa.
5. Presentación de su jefe inmediato.

Material a Utilizar.

1. Se entregará un folleto con la información.
2. Se entregará política interna de la empresa.

3. Organigrama de la empresa



V- FINANZAS

1. Introducción

El plan financiero debe integrar los planes y las estrategias que se encuentran en el plan de negocios de una organización, en este plan se incorporan todas aquellas decisiones tomadas en el desarrollo del plan de negocios.

En consecuencia, en este plan se vera cuáles son las necesidades de financiamiento del negocio, así como las fuentes de financiamiento posibles, proyectando estados financieros, que servirán para guiar las actividades de la empresa cuando una vez que esté en marcha.

Analizaremos la rentabilidad económica y financiera del plan de negocios,

A partir de la información obtenida gracias al plan financiero, los accionistas o socios de EnJabónArte podrán saber cuál es la rentabilidad que podrían recibir por su dinero invertido y en qué momento podrán recuperar su inversión por medio de los diferentes indicadores financieros aplicados

2. Objetivos

Objetivo general:

Determinar la rentabilidad del negocio Enjabonarte en la Ciudad de Managua.

Objetivos específicos.

- Manejar información financiera con rapidez para la toma de decisiones.
- Indicar los procesos legales y administrativos para la creación de la empresa EnJabónArte.

3. Políticas de inventario

- Se creará inventario de respaldo del 3% mensual en compra de materiales.
- Se establece que al momento de los despachos se aplicara el método: primero en producir, primero en salir.
- Se realizará valoración de inventario en almacén cada cierre de mes.
- Establecemos el tiempo de reabastecimiento de materia prima mensual.

4. Balance inicial

En el balance de apertura EnJabónArte muestra la situación desde la que parte detallando los saldos con los que cuenta la empresa para iniciar la operación.



Enjabonarte, S.A
Estado de situacion Financiera
al 31 de Diciembre del 2020
Expresado en moneda nacional C\$

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO NO CORRIENTE	
EFFECTIVO EQUIVALENTE A	C\$ 741,071.92	Arrendamiento por pagar	C\$ 210,900.00
Inventario de materia prima	C\$ 567,806.88	Prestamo Bancario	C\$ 1026,648.00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE C\$ 1308,878.80		TOTAL PASIVO CORRIENTE C\$ 1237,548.00	
ACTIVO NO CORRIENTE		CAPITAL	
Equipo de Oficina	C\$ 43,284.94	Capital social	C\$ 754,700.00
Equipos de producción	C\$ 640,084.26		
TOTAL ACTIVO CORRIENTE C\$ 683,369.21		TOAL CAPITAL C\$ 754,700.00	
TOTAL ACTIVO	C\$ 1992,248.00	TOTAL PASIVO + CAPITAL	C\$ 1992,248.00

Contador

Administrador

5. Estado de resultado proyectado

En el estado de resultado expresamos los resultados obtenidos en un periodo determinado el total de los ingresos y el total de los costos y gastos o pérdidas originadas durante el ejercicio aquí encontramos las operaciones durante un lapso de tiempo.

Enjabónarte, S.A

Estado de resultado proyectado a 5 años

	este				
	2021	2022	2023	2024	2025
INGRESOS					
Ventas	C\$ 9018,050.00	C\$ 9944,220.00	C\$ 10938,642.00	C\$ 12032,506.20	C\$ 13236,660.84
COSTO DE VENTA					
Costo de Venta	C\$ 5636,531.76	C\$ 6386,190.49	C\$ 7235,553.82	C\$ 8197,882.48	C\$ 9288,200.85
UTILIDAD BRUTA	3381,518.24	3558,029.51	3703,088.18	3834,623.72	3948,459.99
GASTOS DE OPERATIVOS					
Gastos de Administracion	C\$ 2751,304.38	C\$ 2599,710.33	C\$ 2694,876.23	C\$ 2815,220.99	C\$ 2947,616.04
Gastos de ventas	C\$ 382,665.60	C\$ 382,665.60	C\$ 382,665.60	C\$ 382,665.60	C\$ 382,665.60
TOTAL GASTOS DE OPERATIVOS	3133,969.98	2982,375.93	3077,541.83	3197,886.59	3330,281.64
UTILIDAD DE OPERACIÓN	C\$ 247,548.26	C\$ 575,653.58	C\$ 625,546.35	C\$ 636,737.12	C\$ 618,178.35
GASTOS FINANCIEROS	C\$ 190,925.35	C\$ 206,062.92	C\$ 170,690.25	C\$ 122,400.28	C\$ 57,567.51
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	C\$ 56,622.91	C\$ 369,590.66	C\$ 454,856.10	C\$ 514,336.84	C\$ 560,610.84
IMPUESTO IR 25%	C\$ 14,155.73	C\$ 92,397.66	C\$ 113,714.02	C\$ 128,584.21	C\$ 140,152.71
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO	C\$ 42,467.18	C\$ 277,192.99	C\$ 341,142.07	C\$ 385,752.63	C\$ 420,458.13

6. Balance General proyectado

El balance general es el estado a través del cual se expresa la situación financiera de la empresa en un momento determinado, la capacidad que tiene ésta para pagar sus deudas. En este estado EnJabonarte detalla los recurso que posee, las deudas y obligaciones que debe cubrir proyectado a 5 años.

Enjabónarte, S.A

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA PROYECTADO

2021-2025

Activos	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Activo corriente						
Efectivo y equivalentes al efectivo	\$ 741,071.92	\$ 972,595.87	\$ 575,299.20	\$ 1129,837.94	\$ 1770,292.52	\$ 2445,487.77
Inventarios	\$ 567,806.88	\$ 5636,531.76	\$ 6386,190.49	\$ 7235,553.82	\$ 8197,882.48	\$ 9288,200.85
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar		\$ 1035,856.25	\$ 2467,221.25	\$ 2713,943.38	\$ 2985,337.71	\$ 3284,078.66
Impuestos pagados por anticipado iva		\$ 25,200.00	\$ 31,500.00	\$ 39,375.00	\$ 49,218.75	\$ 61,523.44
Impuesto Pagado por anticipado ir y imi		\$ 135,603.00	\$ 149,163.30	\$ 164,079.63	\$ 180,487.59	\$ 198,549.91
Total de activos corriente	\$ 1308,878.80	\$ 7805,786.88	\$ 9609,374.24	\$ 11282,789.77	\$ 13183,219.06	\$ 15277,840.63
Activo no corriente						
Equipo de Oficina	\$ 43,284.94	\$ 43,284.94	\$ 43,284.94	\$ 43,284.94	\$ 43,284.94	\$ 43,284.94
Equipos de producción	\$ 640,084.26	\$ 640,084.26	\$ 640,084.26	\$ 640,084.26	\$ 640,084.26	\$ 640,084.26
Depreciacion		-\$ 105,695.27	-\$ 211,390.54	-\$ 317,085.81	-\$ 422,781.07	-\$ 528,476.34
Total de activos no corriente	\$ 683,369.21	\$ 577,673.94	\$ 471,978.67	\$ 366,283.40	\$ 260,588.14	\$ 154,892.87
Total activos	\$ 1992,248.00	\$ 8383,460.82	\$ 10081,352.90	\$ 11649,073.16	\$ 13443,807.19	\$ 15432,733.49
Pasivos						
Pasivos Corrientes						
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar		\$ 2348,554.90	\$ 3130,623.68	\$ 3546,996.63	\$ 4018,747.19	\$ 4553,240.56
Préstamos Bancario	\$ 1026,648.00	\$ 731,853.50	\$ 727,642.15	\$ 727,642.15	\$ 723,430.80	\$ 723,430.80
Arrendamiento por pagar	\$ 210,900.00	\$ 210,900.00	\$ 210,900.00	\$ 210,900.00	\$ 210,900.00	\$ 210,900.00
Acreedores diversos		\$ 476,541.55	\$ 727,773.26	\$ 586,213.27	\$ 301,665.43	\$ 1367,331.47
IVA por pagar		\$ 1339,017.40	\$ 1545,894.11	\$ 1701,115.95	\$ 1915,831.97	\$ 2152,515.55
Retenciones por pagar		\$ 3,360.00	\$ 4,200.00	\$ 5,250.00	\$ 6,562.50	\$ 8,203.13
Intereses por pagar		\$ 190,925.35	\$ 206,062.92	\$ 170,690.25	\$ 122,400.28	\$ 57,567.51
Provisiones por beneficios a los empleados		\$ 816,000.00	\$ 816,000.00	\$ 816,000.00	\$ 816,000.00	\$ 816,000.00
IMI		\$ 1,680.00	\$ 2,100.00	\$ 2,625.00	\$ 3,281.25	\$ 4,101.56
Inss Laboral		\$ 175,440.00	\$ 175,440.00	\$ 175,440.00	\$ 175,440.00	\$ 175,440.00
Inatec		\$ 16,320.00	\$ 16,320.00	\$ 16,320.00	\$ 16,320.00	\$ 16,320.00
Gastos acumulados por pagar		\$ 775,633.11	\$ 531,322.80	\$ 299,364.84	\$ 531,322.80	\$ 531,322.80
Impuestos sobre la renta		\$ 14,155.73	\$ 92,397.66	\$ 113,714.02	\$ 128,584.21	\$ 140,152.71
Total pasivos	\$ 1237,548.00	\$ 7100,381.53	\$ 8186,676.58	\$ 8372,272.12	\$ 8970,486.43	\$ 10756,526.09
Patrimonio						
Capital emitido	\$ 754,700.00	\$ 1454,700.00	\$ 1454,700.00	\$ 2754,700.00	\$ 2754,700.00	\$ 2754,700.00
Aportaciones de Accionistas		\$ 5000,000.00	\$ -	\$ -	\$ 1000,000.00	\$ 1000,000.00
Ganancias (pérdidas) acumuladas		-\$ 5171,620.72	\$ 439,976.32	\$ 522,101.04	\$ 718,620.76	\$ 921,507.40
Patrimonio total	\$ 754,700.00	\$ 1283,079.28	\$ 1894,676.32	\$ 3276,801.04	\$ 4473,320.76	\$ 4676,207.40
Total de patrimonio y pasivos	\$ 1992,248.00	\$ 8383,460.82	\$ 10081,352.90	\$ 11649,073.16	\$ 13443,807.19	\$ 15432,733.49
	C\$ 0.00	C\$ 0.00	-C\$ 0.00	C\$ 0.00	C\$ 0.00	-C\$ 0.00

7. Razones de liquidez

Razón circulante

La razón circulante mide la capacidad que tiene una empresa para cumplir sus obligaciones a corto plazo, es decir, que vencen en el plazo de un año. Por lo tanto, la razón circulante nos sirve para conocer si una empresa cuenta con los recursos para cubrir los compromisos de pago de los próximos 12 meses.

RAZON CIRCULANTE	2021		2022		2023		2024		2025						
Activo corriente	C\$	7805,786.88	C\$	9609,374.24	C\$	11282,789.77	C\$	13183,219.06	C\$	15277,840.63					
Pasivo corriente	C\$	7100,381.54	1.10	C\$	8186,676.58	1.17	C\$	8372,272.12	1.35	C\$	8970,486.43	1.47	C\$	10756,526.09	1.42

En este caso nos indica que la empresa tiene suficientes recursos financieros para permanecer solvente en el corto plazo en los 5 años.

Prueba de Acido

Consiste en el mismo principio que la razón circulante solo que le restamos los inventarios, la prueba del ácido plantea la situación de no incluir las mercancías para hacer frente a nuestras deudas, es decir tomara como riesgo las mercancías o inventarios, medirá siempre la solvencia de la empresa.

PRUEBA DE ÁCIDO	2021		2022		2023		2024		2025						
Activo corriente	C\$	7805,786.88	C\$	9609,374.24	C\$	11282,789.77	C\$	13183,219.06	C\$	15277,840.63					
inventario	C\$	5636,531.76	C\$	6386,190.49	7235553.822	C\$	8197,882.48	C\$	9288,200.85						
pasivo corriente	C\$	7100,381.54	0.31	C\$	8186,676.58	0.39	C\$	8372,272.12	0.48	C\$	8970,486.43	0.56	C\$	10756,526.09	0.56

Con este dato encontramos que la empresa podría llegar a incumplir pagos por lo que se deberá de buscar la manera de que los inventarios se vendan a lo inmediato

8. Razones de actividad

Rotación de inventarios

Es el número de veces que los inventarios fueron convertidos a ventas en el período

ROTACION DE INVENTARIOS		2021	2022	2023	2024	2025
Costo de venta		C\$ 5636,531.76	C\$ 6386,190.49	C\$ 7235,553.82	C\$ 8197,882.48	C\$ 9288,200.85
Inventarios		C\$ 5636,531.76 1.0	C\$ 6386,190.49 1.0	C\$ 7235,553.82 1.0	C\$ 8197,882.48 1.0	C\$ 9288,200.85 1.0

Rotación de cuentas por cobrar

Esta se utiliza para cuantificar la eficacia de una empresa en el cobro de sus cuentas por cobrar. El índice muestra qué tan bien una empresa usa y administra el crédito que otorga a los clientes y qué tan rápido se cobra o se paga la deuda a corto plazo.

ROTACION DE CUENTAS POR COBRAR		2021	2022	2023	2024	2025
Ventas de credito		C\$ 4509,025.00	C\$ 4972,110.00	C\$ 5469,321.00	C\$ 6016,253.10	C\$ 6618,330.42
cuentas por cobrar		1035856.25 4.35	2467221.25 2.02	2713943.375 2.02	2985337.713 2.02	3284078.655 2.02

En el primer año podemos apreciar que el índice de rotación en alto por lo que en ese año será eficiente, y los cuatro años seguidos baja por lo que se debe de evaluar las políticas de crédito para garantizar el cobro oportuno.

Periodo medio de cobros

El periodo medio de cobro es el plazo, en días, que tarda de media una empresa en cobrar de sus clientes.

PERIODO MEDIO DE COBROS		2021	2022	2023	2024	2025
Rotacion de cuentas		360	360	360	360	360
CxC		4.35 82.7	2.02 178.6	2.02 178.6	2.02 178.6	2.02 178.6

9. Análisis de rendimiento financiero

Rendimiento sobre la inversión de explotación

Es un índice o indicador financiero encargado de medir la rentabilidad de una inversión, es decir, las utilidades o ganancias que se esperan obtener en una inversión.

Por lo tanto, mientras mayor es el rendimiento, se suponen mayores beneficios económicos como inversionista. Este índice señala el porcentaje de la inversión que se ha recuperado o ganado

RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSION	2021		2022		2023		2024		2025	
	Utilidad de operación	C\$ 247,548.26		C\$ 575,653.58		C\$ 625,546.35		C\$ 636,737.12		C\$ 618,178.35
Activo total	C\$ 8383,460.82	3%	C\$ 10081,352.90	6%	C\$ 11649,073.16	5%	C\$ 13443,807.19	5%	C\$ 15432,733.49	4%

10. Conclusión

A través de los análisis financieros realizados en el presente podemos asegurar que dicho proyecto, desde el punto de vista financiero, es viable, exitoso y no representa riesgo alguno para los interesados, hemos podido identificar a través de las reglas que generalmente se utilizan para para decidir que un proyecto debe de llevarse a cabo o no como los son VAN, PRI Y TIR el cual el TIR nos arroja que la inversión la recuperaremos en 2 años 10 meses y 3 días este indicador nos indica que nuestro proyecto de fabricación de jabones EnJabónArte es rentable para sus inversionistas.

A través de este análisis observamos los procedimientos empleados en la transformación de la información básica sobre los aspectos contables económicos y financiero de la empresa es una información procesada y útil para la toma de decisiones sobre las finanzas de la empresa.

Los estados financieros elaborados en el proyecto nos reflejan la posición financiera que la empresa posee, de los créditos que la empresa tiene con terceros incluyendo los montos de capital aportado por los accionistas.

11. Bibliografía

1. Mercadotecnia: Phillips Kotler Prentice Hall
2. Investigación de Mercados: Kinneer / Taylor Mc. Graw Hill
3. El emprendedor de Éxito Cuarta Edición: Rafael Alcaraz Rodríguez
4. Marketing Estratégico: Roger J. Best
5. Norma NIF para las Pymes.

ANEXOS

CONTRATO DE TRABAJO

Nosotros: _____, mayor de edad, Contador Técnico, casado, de este domicilio, identificado por medio de la Cédula de Identidad Ciudadana número: _____, actuando en mi calidad de Apoderado Generalísimo, de la Sociedad Anónima, Enjabonarte S,A a quien en lo sucesivo y para efectos de este contrato se denominará el EMPLEADOR y el(la) Señor(a) _____, con Cédula de Identidad número _____, quien reside en la dirección que sita _____ y en adelante será denominado el TRABAJADOR; hemos convenido celebrar el presente Contrato de Trabajo que se regirá por las siguientes cláusulas especiales y lo no previsto expresamente se regulará por lo estatuido en el Código Laboral de la República de Nicaragua.

PRIMERO: DENOMINACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO: El Trabajador se obliga para con el Empleador a desempeñar el puesto de _____.

SEGUNDA: LUGAR Y HORARIO DE TRABAJO: El Trabajador ejercerá sus labores en las instalaciones de la oficina principal de Enjabonarte S,A que actualmente sita _____ en esta ciudad de Managua, en el horario de Lunes a Viernes desde las ocho de la mañana hasta las cinco de la tarde (8:00 AM a 5:00 PM) con una hora de descanso diario desde el mediodía hasta la una de la tarde (12 M – 1:00 P.M.) y los Sábados desde las ocho de la mañana hasta las doce de la mañana (8: 00 A.M.- 12 M), de manera que la jornada semanal constituirá 48 horas.

TERCERA: DE LAS FUNCIONES DEL PUESTO DE TRABAJO: Adjunto al presente contrato se encuentran detalladas las funciones del puesto a

desempeñar, adendum que será considerado parte integrante del presente contrato por lo cual el Trabajador no podrá alegar desconocimiento de sus obligaciones.

CUARTA: SALARIO A DEVENGAR: El Trabajador devengará un salario básico mensual de siete mil córdobas netos (C\$ 8,000.00), el cual se pagará de manera quincenal a través de cargos por tarjeta de _____.

QUINTA: DURACIÓN DEL CONTRATO: El presente Contrato es por tiempo indeterminado, y entra en vigencia a partir del día de su suscripción, sin embargo, con el objetivo de afectar al Trabajador en sus derechos de antigüedad, se reconoce la relación laboral existente entre el Trabajador y Enjabonarte S, A desde el _____.

SEXTA: OBLIGACIONES DEL TRABAJADOR: El Trabajador se obliga a presentarse al trabajo de manera puntual, a la hora indicada en el contrato y a cumplir fielmente las funciones para que está siendo contratado, así como conocer y respetar las normas de carácter obligatorio que estarán estipuladas por el Reglamento Interno de Enjabonarte, S.A

SÉPTIMA: OBLIGACIONES DEL EMPLEADOR: Garantizar las condiciones óptimas de trabajo cumpliendo con las normas de higiene y seguridad ocupacional, apoyar al trabajador en su capacitación y el crecimiento profesional, cumplir oportunamente con el pago de los servicios del Trabajador en los términos acordados en el presente contrato y cumplir debidamente con la ley laboral.

OCTAVA: CAUSAS DE DISOLUCIÓN DEL CONTRATO: Cualquiera de las partes podrá dar por terminada la presente relación avisando a la otra parte.

Si la decisión de rescindir el presente contrato proviene del trabajador, éste debe avisar al empleador con al menos quince días de anticipación. Si la iniciativa de rescindir el contrato pertenece al Empleador, el mismo cancelará en un término de diez días a lo que el trabajador tenga derecho hasta el momento de la cancelación del contrato de conformidad con el Código del Trabajo.

El Empleador podrá cancelar el presente contrato sin más responsabilidad que el pago de prestaciones laborales, por las siguientes razones:

- 1) El incumplimiento de las obligaciones estipuladas por el presente contrato y el Reglamento Interno de Enjabonarte, S.A
- 2) Caso fortuito o fuerza mayor;
- 3) Causas establecidas en el artículo 48 del Código del Trabajo.

NOVENA: MODIFICACIONES AL CONTRATO: Cualquier modificación del presente contrato será efectuada por mutuo acuerdo de los contratantes, mediante firma del correspondiente Adendum.

DÉCIMA: DEL DOMICILIO: Es obligación del Trabajador informar oportunamente al Empleador acerca de los cambios de su domicilio, de lo contrario, se entenderá que cualquier notificación por parte del Empleador se reputará bien efectuada en la dirección que en su momento fue reportada por el Trabajador.

DÉCIMAPRIMERA: DE LAS RENUNCIAS: El Trabajador renuncia expresamente a su domicilio y se somete al domicilio de la Ciudad de Managua.

En fe de lo anterior firmamos el presente contrato a los ____ días del mes de _____ del año _____.

Empleador

Trabajador



**PERSONA JURIDICA
REGIMEN GENERAL**

NUMERO RUC: JO310000147388

NOMBRE O RAZON SOCIAL: ENJABONARTE, S.A

NOMBRE COMERCIAL: ENJABONARTE, S.A

Emission 05/01/2021



ORIGINAL



INSTITUTO NARIENSE DE SEGURIDAD SOCIAL
INSCRIPCIÓN O MOVIMIENTO DEL EMPLEADOR Y/O NOMINA



Inscripción:	Empleador:	<input checked="" type="checkbox"/>	Nómina:	<input type="checkbox"/>	Modificación de Datos:	<input type="checkbox"/>	Inactividad:	<input type="checkbox"/>	Autodeterminación:	<input type="checkbox"/>																								
1) Registro Patronal - Nómina:	--				2) Sucursal:																													
3) Nombre o Razón Social: Enjabonarte, S.A																																		
4) Nombre Comercial: Enjabonarte, S.A						5) Nombre Coto:																												
6) Número RUC: J 0 3 1 0 0 0 0 1 4 7 3 8 8				7) Tipo de Persona: J X N			8) No. de cédula de identidad:																											
9) NSS:			10) No. de Residencia:			11) País de Origen:																												
12) Matrícula Acafé:			13) Licencia Comercial:			14) Sector Económico:																												
15) Actividad Económica:			16) Descripción Actividad Económica:																															
17) Dirección del Empleador:				18) Departamento:			19) Municipio:																											
				20) Envío Estado de Cuenta <input type="checkbox"/>			21) Envío Comprobación de Pago y Derechos <input type="checkbox"/>																											
22) Dirección de Nómina:				23) Departamento:			24) Municipio:																											
				25) Envío Estado de Cuenta <input type="checkbox"/>			26) Envío Comprobación de Pago y Derechos <input type="checkbox"/>																											
27) Fecha de inscripción:		28) Régimen:		29) Unidad de Salud de Riesgos Profesionales:			30) Nómina Fiscal:		31) Código de Ruta:																									
Día: Mes: Año:		INTEGRAL: <input type="checkbox"/> IVMRP: <input type="checkbox"/>					SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>																											
32) Datos del Registro Público																																		
<table border="1"><thead><tr><th>Número</th><th>Libro</th><th>Activo</th><th>Tomo</th><th>Folio</th><th>Fecha de inscripción</th></tr></thead><tbody><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></tbody></table>											Número	Libro	Activo	Tomo	Folio	Fecha de inscripción																		
Número	Libro	Activo	Tomo	Folio	Fecha de inscripción																													
Representante Legal																																		
33) Tipo de identificación:			34) Número de identificación:				35) Teléfonos:																											
36) Nombre completo:																																		
37) Dirección del representante:				38) Departamento:			Municipio:																											
39) Fecha de inicio:						Fecha de Finalización:																												
40) Contactos																																		
<table border="1"><thead><tr><th>Nombre completo</th><th>Cargo</th><th>Teléfono</th><th>Fax</th><th>Celular</th><th>E-mail</th></tr></thead><tbody><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></tbody></table>											Nombre completo	Cargo	Teléfono	Fax	Celular	E-mail																		
Nombre completo	Cargo	Teléfono	Fax	Celular	E-mail																													
41) Observaciones:																																		
Firma Fundador INES						Firma y Sello del Representante Legal del Empleador																												

Original: Expediente empleador
Copia: Afiliación INES Central

Cod : 0931064-1
PEOPLE SOFT 2008



Enjabonarte, S.A
RUC: J0310000147388
Carrera Norte, Plaza SOVIPE
Managua, Nicaragua

Factura

Contado	Credito
---------	---------

Cliente _____ Dirección _____ Ciudad _____ Telefono _____	Fecha _____ Factura _____
--	------------------------------

Codigo	Descripcion	Cantidad	Precio	TOTAL
				0.00
				0.00
				0.00
				0.00
				0.00
				0.00
				0.00
				0.00
				0.00
				0.00
				0.00
				0.00
				0.00
				0.00
				0.00
				0.00
				0.00
				0.00

Revisa su mercadería al momento de recibirla, no aceptamos devoluciones.

Total bruto	0.00
TOTAL IVA	0.00
Total factura	0.00

 Cliente Vendedor
 Firma Firma

FP/LS/Imprenta Sa. Le@SUC J031 00000344189 J 2 000 30120 1770 TJ459 1063017 - 500000 - 777501-820500



Córdobas

EnJabonArte

CHEQUE No. 0001

1-7-0-1

Ciudad _____ Día _____ Mes _____ Año _____

354-18243-8

Paguese a _____

CS

Córdobas

Banco de América Central, S. A.
Nicaragua, C. A.

BAC OFICINA PRINCIPAL

⑆001070013⑆⑈0354182438⑈0001



Dólares

EnJabonArte

CHEQUE No. 0001

1-7-0-1

Ciudad _____ Día _____ Mes _____ Año _____

354-18243-8

Paguese a _____

\$

Dólares

Banco de América Central, S. A.
Nicaragua, C. A.

BAC OFICINA PRINCIPAL

⑆001070013⑆⑈0354182438⑈0001

Enjabonarte, S.A
RUC: J0310000147388
Carrera Norte, Plaza SOVIPE
Managua, Nicaragua

COMPROBANTE DE PAGO



Cheque No.

--

BAC US () BAC CS () Banpro US () Banpro CS () LAFISE US ()

--

CUENTA:	NOMBRE DE LA CUENTA	DEBE	HABER
SUMAS IGUALES			

Elaborado por: _____

Autorizado por: _____

Recibí conforme _____

Enjabonarte, S.A
RUC: J0310000147388
Carrera Norte, Plaza SOVIPE
Managua, Nicaragua



CONSTANCIA DE RETENCION

Lugar y Fecha: _____

Nombre del Retenido: _____

Cedula de Identidad: _____

RUC del Retenido: _____

Concepto de la Retención: _____

Tasa de Retención: _____

Valor Sin Impuesto: _____ Suma Retenida: _____

Factura Numero: _____ Cheque Numero: _____

Firma del Retenedor.

Firma del Retenido

Enjabonarte, S.A
RUC: J0310000147388
Carretera Norte, Plaza SOVIPE
Managua, Nicaragua
Expresado en córdoba nicaragüense
COMPROBANTE DE DIARIO



Concepto				
CÓDIGO	NOMBRE DE LA CUENTA	PARCIAL	DEBE	HABER
	TOTAL		C\$0.00	C\$0.00

Lugar Y Fecha

No.

Enjabonarte, S.A
RUC: J0310000147388
Carrera Norte, Plaza SOVIPE
Managua, Nicaragua



Entrada de Bodega

Fecha _____

N° _____

Nombre del Proveedor _____ Factura N° _____

Tipo de ingreso (compra) _____

Código	Descripción	Cantidad	Costo unitar	Costo Total
Total				

Recibido Por

Revisado Por

Enjabonarte, S.A
RUC: J0310000147388
Carrera Norte, Plaza SOVIPE
Managua, Nicaragua



Salida de Bodega

Fecha _____

N° _____

Cargo Departamento de _____

Requision Traslado
Devolución Baja de Inv.

código	cantidad	Descripción	Unida/Medida	Precio Unitario	Valor Total

Elaborado Por

Entregado Por

Recibido Por

Original Contabilidad
Copia Bodega



Orden de compra

Fecha:

EnJabónArte S, A
RUC: J0310000147388
Dirección: Km 5 carretera Norte, oficinas SOVIPE Ingenieros.
Teléfono:
Correo electrónico: compras@enjabonarte.com

Datos del proveedor

Razón social:
RUC:
Dirección:
Teléfono:
Correo electrónico:

Cantidad	Descripción	Precio Unitario
		CS\$0.00
		CS\$0.00
		CS\$0.00
	Subtotal	CS\$0.00
	I.V.A.	CS\$0.00
	Total	CS\$0.00

Condiciones de entrega

Lugar:
Fecha y hora:

Condiciones de pago

Marcar con X
Crédito:
Contado: _____

Observaciones

Autoriza



Enjabonarte, S.A
RUC: J0310000147388
Carrera Norte, Plaza SOVIPE
Managua, Nicaragua

Nº 3069

NOTA DE DEBITO

Managua, _____ de _____ del _____

Sr.(es) _____

Favor tomar nota que en esta fecha hemos debitado a su cuenta, lo siguiente:

	Importe

IMPRESIONES SOL S.A. RUC: J031000010890 • AIMP/4/027/03-2018 • 150 50; (2) • No. 2,501 - 3,250 • O.T. 1°

Elaborada por: _____

Revisada por: _____

Autorizada por: _____



Enjabonarte, S.A
RUC: J0310000147388
Carrera Norte, Plaza SOVIPE
Managua, Nicaragua

Nº 30

NOTA DE CREDITO

Managua, _____ de _____ del _____

Sr.(es) _____

Favor tomar nota que en esta fecha hemos acreditado a su cuenta lo siguiente:

	Importe

IMPRESIONES SOL S.A. RUC: J031000010890 • AIMP/4/027/03-2018 • 150 50; (2) • No. 2,501 - 3,250 • O.T. 1°

Elaborada por: _____

Revisada por: _____

Autorizada por: _____



PAGARE

La empresa _____ (Deudor) debidamente inscrita y recaudadora de impuesto con RUC número _____ de la cual en representación yo _____ mayor de edad, identificado con Cedula No _____, que por medio del presente escrito manifiesto que debo y pagare incondicional y solidariamente a la orden de: **EnJabónArte** (Acreedor); las facturas al crédito que se me otorguen con las siguientes condiciones:

1. El tiempo del crédito otorgado es de **30** días, la cual estaré cancelando en el tiempo establecido.
2. Si la factura no la he cancelado en un periodo mayor a **60** días, me comprometo a pagar un **3%** de interés mensual sobre el valor total vencido de la factura, desde el día siguiente a la fecha de exigibilidad del presente pagare y hasta cuando su pago total se efectúe.
3. En caso de que haya lugar al recaudo Judicial o extrajudicial de la obligación contenida en el presente pagare, será a mi cargo los gastos judiciales y honorarios que se causen por tal razón.

En constancia de lo anterior, se suscribe en la Ciudad de _____, a los _____ días del Mes de _____ del año 2021.

El Deudor

Teléfono No _____

Este documento no necesita firma del Acreedor.

C.C. Archivo



Prestamo Pymes Tasa Preferencial

CLIENTE :
PRESTAMO PARA : **PLAZO EN MESES :** 60
VALOR A FINANCIAR : \$ 30,000.00 **Comisión x Desemb 2% :** \$ 600.00
CUOTAS : \$ 842.27 **Fecha:** 15/02/2021
TASA DE INTERES MENSUAL : 1.90%

No	FECHA	CUOTA	AMORTIZACION		SALDO DEL PRESTAMO
			PRINCIPAL	INTERES	
	01/03/2021				30,000.00
1	30/03/2021	842.27	272.27	570.00	29,727.73
2	29/04/2021	842.27	277.44	564.83	29,450.29
3	29/05/2021	842.27	282.72	559.56	29,167.57
4	28/06/2021	842.27	288.09	554.18	28,879.48
5	28/07/2021	842.27	293.56	548.71	28,585.92
6	27/08/2021	842.27	299.14	543.13	28,286.79
7	26/09/2021	842.27	304.82	537.45	27,981.96
8	26/10/2021	842.27	310.61	531.66	27,671.35
9	25/11/2021	842.27	316.51	525.76	27,354.84
10	25/12/2021	842.27	322.53	519.74	27,032.31
11	24/01/2022	842.27	328.66	513.61	26,703.65
12	23/02/2022	842.27	334.90	507.37	26,368.75
13	25/03/2022	842.27	341.26	501.01	26,027.49
14	24/04/2022	842.27	347.75	494.52	25,679.74
15	24/05/2022	842.27	354.36	487.92	25,325.38
16	23/06/2022	842.27	361.09	481.18	24,964.29
17	23/07/2022	842.27	367.95	474.32	24,596.35
18	22/08/2022	842.27	374.94	467.33	24,221.41
19	21/09/2022	842.27	382.06	460.21	23,839.34
20	21/10/2022	842.27	389.32	452.95	23,450.02
21	20/11/2022	842.27	396.72	445.55	23,053.30
22	20/12/2022	842.27	404.26	438.01	22,649.04
23	19/01/2023	842.27	411.94	430.33	22,237.10
24	18/02/2023	842.27	419.77	422.50	21,817.34
25	20/03/2023	842.27	427.74	414.53	21,389.60
26	19/04/2023	842.27	435.87	406.40	20,953.73
27	19/05/2023	842.27	444.15	398.12	20,509.58
28	18/06/2023	842.27	452.59	389.68	20,056.99
29	18/07/2023	842.27	461.19	381.08	19,595.80
30	17/08/2023	842.27	469.95	372.32	19,125.85
31	16/09/2023	842.27	478.88	363.39	18,646.97
32	16/10/2023	842.27	487.98	354.29	18,158.99
33	15/11/2023	842.27	497.25	345.02	17,661.74
34	15/12/2023	842.27	506.70	335.57	17,155.05
35	14/01/2024	842.27	516.32	325.95	16,638.72
36	13/02/2024	842.27	526.13	316.14	16,112.59
37	14/03/2024	842.27	536.13	306.14	15,576.46
38	13/04/2024	842.27	546.32	295.95	15,030.14
39	13/05/2024	842.27	556.70	285.57	14,473.44
40	12/06/2024	842.27	567.28	275.00	13,906.17
41	12/07/2024	842.27	578.05	264.22	13,328.11
42	11/08/2024	842.27	589.04	253.23	12,739.08
43	10/09/2024	842.27	600.23	242.04	12,138.85
44	10/10/2024	842.27	611.63	230.64	11,527.22
45	09/11/2024	842.27	623.25	219.02	10,903.96
46	09/12/2024	842.27	635.10	207.18	10,268.87
47	08/01/2025	842.27	647.16	195.11	9,621.71
48	07/02/2025	842.27	659.46	182.81	8,962.25
49	09/03/2025	842.27	671.99	170.28	8,290.26
50	08/04/2025	842.27	684.76	157.51	7,605.50
51	08/05/2025	842.27	697.77	144.50	6,907.74
52	07/06/2025	842.27	711.02	131.25	6,196.71
53	07/07/2025	842.27	724.53	117.74	5,472.18
54	06/08/2025	842.27	738.30	103.97	4,733.88
55	05/09/2025	842.27	752.33	89.94	3,981.56
56	05/10/2025	842.27	766.62	75.65	3,214.94
57	04/11/2025	842.27	781.19	61.08	2,433.75
58	04/12/2025	842.27	796.03	46.24	1,637.72
59	03/01/2026	842.27	811.15	31.12	826.57
60	02/02/2026	842.27	826.57	15.70	0.00

Su cuota mensual puede ser de US\$ 842.27 a 60 meses de plazo!

La comisión de desembolso será de solamente 2%.

Con una tasa de interés PREFERENCIAL de 1.90% mensual.

Ahora usted puede desembolsar su préstamo desde nuestra **BANCA EN LÍNEA** con su usuario, contraseña y código BAC.

Enjabonarte, S.A

PRESUPUESTO DE VENTAS

Ventas totales de los 5 años		16%	18%	20%	22%	24%
C\$ 55170,079.040						
AÑO		2021	2022	2023	2024	2025
Ventas Pronosticadas	C\$	9018,050.00	C\$ 9944,220.00	C\$ 10938,642.00	C\$ 12032,506.20	C\$ 13236,660.84
Ventas al contado	50% C\$	4509,025.00	C\$ 4972,110.00	C\$ 5469,321.00	C\$ 6016,253.10	C\$ 6618,330.42
Ventas al credito a 1 mes	50% C\$	4133,272.92	C\$ 4933,519.58	C\$ 5427,886.75	C\$ 5970,675.43	C\$ 6568,157.31
Total de Entrada de Efectivo	C\$	8642,297.92	C\$ 9905,629.58	C\$ 10897,207.75	C\$ 11986,928.53	C\$ 13186,487.73

PRESUPUESTO DE GASTOS

Compras totales		13%	15%	17%	20%	22%
C\$ 41810,219.00						
AÑO		2021	2022	2023	2024	2025
Compras totales	C\$	5636,531.76	C\$ 6386,190.49	C\$ 7235,553.82	C\$ 8197,882.48	C\$ 9288,200.85
Compra de materia prima en efectivo	50% C\$	2450,665.98	C\$ 2776,604.56	C\$ 3145,892.97	C\$ 3564,296.73	C\$ 4038,348.20
Compra de materia prima al credito a 2 mes	50% C\$	2042,221.65	C\$ 2722,281.46	C\$ 3084,344.90	C\$ 3494,562.77	C\$ 3959,339.62
Planilla	C\$	816,000.00	C\$ 816,000.00	C\$ 816,000.00	C\$ 816,000.00	C\$ 816,000.00
Inss	C\$	175,440.00	C\$ 175,440.00	C\$ 175,440.00	C\$ 175,440.00	C\$ 175,440.00
Inatec	C\$	16,320.00	C\$ 16,320.00	C\$ 16,320.00	C\$ 16,320.00	C\$ 16,320.00
Aguinaldo	C\$	816,000.00	C\$ 816,000.00	C\$ 816,000.00	C\$ 816,000.00	C\$ 816,000.00
Servicio de agua	C\$	10,800.00	C\$ 10,800.00	C\$ 10,800.00	C\$ 10,800.00	C\$ 10,800.00
Servicio de energia	C\$	96,000.00	C\$ 96,000.00	C\$ 96,000.00	C\$ 96,000.00	C\$ 96,000.00
Alquiler de oficina	C\$	210,900.00	C\$ 210,900.00	C\$ 210,900.00	C\$ 210,900.00	C\$ 210,900.00
Gasto de publicidad	C\$	115,905.60	C\$ 115,905.60	C\$ 115,905.60	C\$ 115,905.60	C\$ 115,905.60
Telefono / internet	C\$	13,572.00	C\$ 24,000.00	C\$ 24,000.00	C\$ 24,000.00	C\$ 24,000.00
Intereses de prestamo	C\$	190,925.35	C\$ 206,062.92	C\$ 170,690.25	C\$ 122,400.28	C\$ 57,567.51
Pago del Principal	C\$	294,794.50	C\$ 299,005.85	C\$ 299,005.85	C\$ 303,217.20	C\$ 303,217.20
Impuesto	C\$	673,933.15	C\$ 824,832.90	C\$ 934,535.68	C\$ 1058,828.93	C\$ 1199,653.17
Impuesto DGI			C\$ 92,397.66	C\$ 113,714.02	C\$ 128,584.21	C\$ 140,152.71
Depreciacion	C\$	(105,695.27)	C\$ (40,146.66)	C\$ (60,219.99)	C\$ (80,293.33)	C\$ (100,366.66)
Total Desembolsos	C\$	7923,478.23	C\$ 9202,550.96	C\$ 10029,549.27	C\$ 10953,255.72	C\$ 11979,644.01

FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 5 AÑOS

	2021	2022	2023	2024	2025
Entrada de Efectivo	C\$ 8642,297.92	C\$ 9905,629.58	C\$ 10897,207.75	C\$ 11986,928.53	C\$ 13186,487.73
Menos Desembolsos de Efectivos	C\$ 7923,478.23	C\$ 9202,550.96	C\$ 10029,549.27	C\$ 10953,255.72	C\$ 11979,644.01
Flujo de Efectivo Neto	C\$ 718,819.68	C\$ 703,078.62	C\$ 867,658.48	C\$ 1033,672.81	C\$ 1206,843.72
Mas Efectivo Inicial	C\$ 738,928.79	C\$ 1452,748.47	C\$ 2150,827.10	C\$ 3013,485.58	C\$ 4042,158.39
Efectivo Final	C\$ 1457,748.47	C\$ 2155,827.10	C\$ 3018,485.58	C\$ 4047,158.39	C\$ 5249,002.11
Saldo de efectivo en caja	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00	C\$ 5,000.00
Financiamiento Total Requerido					
Saldo Efectivo Excedente	C\$ 1452,748.47	C\$ 2150,827.10	C\$ 3013,485.58	C\$ 4042,158.39	C\$ 5244,002.11

	-1781,348.00
TIR	113%
	1452,748.47
	2150,827.10
	3013,485.58
	4042,158.39
	5244,002.11
	113%

VAN	30%
Flujos descontado	C\$6589,448.41
IO	1781,348.00
VAN	3.70

0	-1781,348.00
1	1452,748.47
2	2150,827.10
3	3013,485.58
4	4042,158.39
5	5244,002.11
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	

	0	-1781,348.00	
PRI	113%	1	1452,748.47
		2	2150,827.10
		3	3013,485.58
		4	4042,158.39
		5	5244,002.11
			113%

a	3.00	Respuesta		
b	1781,348.00	PRI	1.80	Año
c	6617,061.15	0.84*12	10.1	Meses
d	4042,158.39	0.1*30	3	Dias