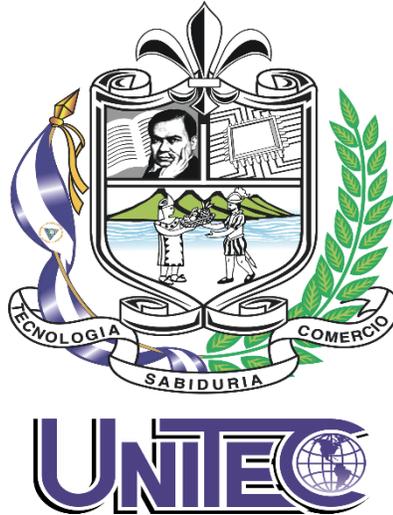


# UNIVERSIDAD DE TECNOLOGÍA Y COMERCIO

## FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y COMERCIO



**Proyecto de graduación para optar al título de grado:  
Plan de negocio para la producción y comercialización del  
aceite HACACOCO, de “JC Natural’s”.**

**Autores:**

1. Carla Francisca Leiva Gonzáles
2. Jacqueline Vanessa Morales Orozco

**Tutores:**

1. Lic. Alberto Quintanilla
2. Lic. Tania Fajardo Alvarado
3. Ing. Anastasio J. Gurdián Martínez
4. Lic. Nelson José Morales García

**Managua, Mayo 2024**

## **Dedicatoria**

A todas aquellas personas que han sido parte de este proceso y nos han brindado su apoyo incondicional, especialmente a nuestra familia que siempre nos motivaron a seguir adelante en cada uno de los módulos, y nos dieron el ánimo cuando más lo necesitábamos, el empujón para seguir adelante.

## **Agradecimiento**

En primer lugar, queremos agradecer a Dios quien ha sido nuestra fuerza y nuestra guía en todo momento, y ha hecho posible que logremos culminar con éxito este proyecto.

Expresamos nuestra gratitud a nuestras familias que estuvieron a nuestro lado durante todo este proceso, brindándonos su apoyo emocional y alentándonos a continuar cuando las cosas se ponían difíciles.

Agradecemos a todos y cada uno de los docentes que compartieron sus conocimientos con nosotras durante estos cuatro años, igualmente a los tutores de los cuatro módulos del curso de culminación que dedicaron tiempo y conocimientos para guiarnos en este proceso, también queremos agradecer a nuestros compañeros de clase, por compartir sus experiencias con nosotras, y hacer de esta etapa una experiencia enriquecedora y llena de aprendizaje.

A la Universidad de Tecnología y Comercio por abrirnos las puertas y recibirnos, cuando tomamos la decisión de tomar este reto que hoy está llegando a su meta.

A las personas que confiaron en nosotras y nos han permitido crecer profesionalmente, ya que sin ese apoyo no estaríamos alcanzando este logro.

# Índice General

Introducción .....	10
1. Objetivo general .....	11
2. Objetivos específicos .....	11
I.        GENERALIDADES DEL PLAN .....	12
1.        Descripción de la idea seleccionada.....	13
2.        Justificación de la idea de negocio .....	15
3.        Propuesta de valor del producto .....	17
4.        Nombre de la empresa .....	18
5.        Identidad empresarial .....	19
5.1. Misión.....	19
5.2. Visión .....	19
5.3. Valores.....	19
6.        Descripción de la empresa .....	21
6.1. Actividad y giro comercial.....	21
6.2. Ubicación .....	22
6.3. Tamaño .....	22
7.        Análisis situacional.....	23
7.1. Análisis PORTER.....	23
7.2. Análisis PESTEL .....	26
7.3. Análisis FODA.....	29
8.        Conclusiones generalidades del plan .....	32
II.        PLAN DE MERCADEO.....	33
1.        Planteamiento del problema .....	34
2.        Justificación .....	35
3.        Objetivos.....	36

3.1.	Objetivo general .....	36
3.2.	Objetivos específicos .....	36
4.	Investigación de mercado .....	37
4.1.	Segmentación de mercado .....	37
4.2.	Buyer de persona .....	37
4.3.	Instrumento metodológico .....	39
4.4.	Resultado y análisis de la encuesta .....	41
4.5.	Recomendaciones.....	47
4.6.	Conclusión .....	47
5.	Desarrollo del producto .....	48
5.1.	Descripción del producto .....	48
5.2.	Características y atributos .....	48
5.3.	Oferta de valor del producto o servicio .....	50
5.4.	Marca y sus elementos .....	51
6.	Objetivo del plan de marketing.....	55
6.1.	Objetivo general .....	55
6.2.	Objetivos específicos .....	55
7.	Mix de marketing.....	56
7.1.	Precio .....	56
7.2.	Plaza .....	56
7.3.	Promoción .....	57
8.	Estimaciones económicas .....	58
8.1.	Cálculo de la demanda.....	58
8.2.	Proyección de venta a 5 años .....	59
9.	Plan de mercadeo.....	60
10.	Conclusiones y recomendaciones .....	64
III.	OPERACIONES.....	65
1.	Objetivos del plan de producción .....	66

1.1.	Objetivo general .....	66
1.2.	Objetivos específicos .....	66
2.	Especificaciones del producto.....	67
3.	Descripción del proceso de producción .....	71
4.	Diagrama de flujo de proceso .....	74
5.	Cronograma de proceso de producción.....	75
6.	Equipos e instalaciones .....	76
6.1.	Ubicación de la empresa.....	76
6.2.	Capacidad instalada.....	77
7.	Diseño y distribución de planta y oficina .....	81
8.	Materia prima .....	84
8.1.	Necesidades de materia prima.....	84
8.2.	Identificación de proveedores y cotizaciones .....	85
8.3.	Compras.....	86
9.	Manejo de inventario.....	87
10.	Mano de obra requerida.....	88
11.	Planes de mejoras continúa.....	92
12.	Políticas de calidad .....	94
13.	Objetivos de la empresa en el área organizacional .....	95
14.	Gestión legal .....	96
14.1.	Constitución de la sociedad .....	99
14.2.	Obligaciones tributarias de la microempresa .....	105
15.	Estructura de la empresa .....	106
15.1.	Organigrama de la empresa.....	107
16.	Método de selección y contratación de la empresa .....	110
17.	Tabla de puestos y funciones .....	111

IV.	FINANZAS .....	119
1.	Introducción .....	120
2.	Objetivos .....	121
2.1.	Objetivo general .....	121
2.2.	Objetivos específicos .....	121
3.	Identificación de los principales costos y gastos del proyecto .....	122
3.1.	Construcción de la matriz general de costos.....	122
3.2.	Cálculo del punto de equilibrio .....	124
4.	Cálculo de precio (En base a costos) .....	128
5.	Cálculo de financiamiento externo .....	132
6.	Construcción del flujo de efectivo .....	134
7.	Elaboración de estados financieros .....	138
7.2.	Balance general proyectado.....	139
7.3.	Estado de resultado proyectado.....	141
8.	Determinación de indicadores financieros básicos .....	143
8.1.	Valor actual neto (VAN).....	143
8.2.	Tasa interna de retorno .....	144
8.3.	Análisis de costo beneficio .....	145
9.	Análisis de razones financieras.....	146
10.	Valoración económica general del plan .....	148
11.	Conclusiones .....	149
V.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	150
Anexos	.....	151

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1.</b> JC Natural`s .....	18
<b>Tabla 2.</b> <i>Aceite natural HACACOCO</i> .....	18
<b>Tabla 3.</b> <i>Matriz PESTEL</i> .....	26
<b>Tabla 4.</b> <i>Matriz FODA</i> .....	29
<b>Tabla 5.</b> Estrategias MAXI - MAXI.....	31
<b>Tabla 6.</b> Buyer persona, parte 1 .....	37
<b>Tabla 7.</b> Buyer persona, parte 2 .....	38
<b>Tabla 8.</b> Buyer persona, parte 3.....	38
<b>Tabla 9.</b> Buyer persona, parte 4.....	39
<b>Tabla 10.</b> Participación en el mercado .....	58
<b>Tabla 11.</b> Datos investigación de mercado .....	58
<b>Tabla 12.</b> Demanda.....	58
<b>Tabla 13.</b> Proyección de ventas .....	59
<b>Tabla 14.</b> Plan de mercadeo .....	60
<b>Tabla 15.</b> Cronograma de proceso de producción HACACOCO.....	75
<b>Tabla 16.</b> Capacidad de producción de JC Natural's. ....	77
<b>Tabla 17.</b> Maquinaria instalada JC Natural`s .....	78
<b>Tabla 18.</b> Otros materiales y equipos requeridos .....	79
<b>Tabla 19.</b> Medidas por áreas.....	82
<b>Tabla 20.</b> Necesidades de materia prima mensual .....	84
<b>Tabla 21.</b> Proveedores .....	85
<b>Tabla 22.</b> Compras mensuales .....	86
<b>Tabla 23.</b> Proyección compra de 5 años .....	86
<b>Tabla 24.</b> Inventario de materia prima.....	87
<b>Tabla 25.</b> Mano de obra directa requerida .....	88
<b>Tabla 26.</b> Mano de obra indirecta requerida.....	89
<b>Tabla 27.</b> Mano de obra directa proyectada.....	90
<b>Tabla 28.</b> Proyección de mano de obra indirecta .....	91
<b>Tabla 29.</b> Organización JC Natural's.....	106

<b>Tabla 30.</b> Organización proyectada a partir del tercer año.....	108
<b>Tabla 31.</b> Matriz general de costos (1mes) .....	122
<b>Tabla 32.</b> Costos presentación de 50 ml. ....	128
<b>Tabla 33.</b> Cálculo de costo unitario y precio de venta, presentación 50ml.....	129
<b>Tabla 34.</b> Costos presentación de 120 ml. ....	130
<b>Tabla 35.</b> Cálculo de costo unitario y precio de venta, presentación 120 ml.....	131
<b>Tabla 36.</b> Inversión inicial del proyecto .....	132
<b>Tabla 37.</b> Flujo de efectivo año 1 .....	134
<b>Tabla 38.</b> Flujo de efectivo proyectado, 5 años .....	136
<b>Tabla 39.</b> Balance general, año 1 .....	138
<b>Tabla 40.</b> Balance general proyectado 5 años .....	139
<b>Tabla 41.</b> Estado de resultado proyectado.....	141
<b>Tabla 42.</b> Cálculo VAN.....	143
<b>Tabla 43.</b> Cálculo de la TIR.....	144
<b>Tabla 44.</b> Cálculo costo beneficio .....	145
<b>Tabla 45.</b> Análisis capital neto de trabajo.....	146
<b>Tabla 46.</b> Índice de solvencia.....	146
<b>Tabla 47.</b> Prueba acida .....	147

## Índice de Figuras

<b>Figura 1.</b> Análisis PORTER .....	24
<b>Figura 2.</b> Envase HACACOCO .....	49
<b>Figura 3.</b> Logo tipo JC Natural`s .....	51
<b>Figura 4.</b> Etiqueta HACACOCO, presentación 50 ml.....	52
<b>Figura 5.</b> Etiqueta HACACOCO, presentación 120 ml.....	53
<b>Figura 6.</b> Muestra envase con etiqueta.....	54
<b>Figura 7.</b> Etiqueta HACACOCO, presentación de 120ml.....	68
<b>Figura 8.</b> Etiqueta HACACOCO, presentación de 50ml.....	69
<b>Figura 9.</b> Envase HACACOCO .....	70
<b>Figura 10.</b> Ubicación de la empresa JC Natural`s.....	76
<b>Figura 11.</b> Distribución planta JC Natural`s .....	81
<b>Figura 12.</b> Organigrama funcional de JC Natural`s.....	107
<b>Figura 13.</b> Organigrama proyectado a partir del tercer año .....	109

## Índice de Gráficos

<b>Gráfico 1.</b> Aceptación de un nuevo producto.....	41
<b>Gráfico 2.</b> Tipo de aceite que utiliza.....	42
<b>Gráfico 3.</b> Producto que actualmente consume .....	42
<b>Gráfico 4.</b> Lugar de preferencia para aplicación .....	43
<b>Gráfico 5.</b> Frecuencia de compra.....	44
<b>Gráfico 6.</b> Presentación o tamaño de preferencia.....	44
<b>Gráfico 7.</b> Precio de producto que actualmente compra.....	45
<b>Gráfico 8.</b> Medios de comunicación que más utilizan .....	46
<b>Gráfico 9.</b> Punto de equilibrio presentación 50 ml. ....	125
<b>Gráfico 10.</b> Punto de equilibrio presentación de 120ml. ....	127

## Índice de Anexos

<b>Anexo 1.</b> Modelo de negocio con CANVAS .....	151
<b>Anexo 2.</b> Instrumento metodológico aplicado (encuesta) .....	152
<b>Anexo 3.</b> Banner .....	157
<b>Anexo 4.</b> Detalle de capital de trabajo primer mes de operaciones .....	158
<b>Anexo 5.</b> Detalle de trámites iniciales y legales .....	159
<b>Anexo 6.</b> Presupuesto de publicidad.....	159
<b>Anexo 7.</b> Amortización de financiamiento externo .....	160
<b>Anexo 8.</b> Proyección de ventas del año dos al año cinco .....	161
<b>Anexo 9.</b> Cálculo de depreciación de activos .....	162
<b>Anexo 10.</b> Planilla de personal .....	162

## Glosario

**Aceites esenciales:** Líquidos extraídos de diferentes tipos de flora y contienen la “esencia” de la fragancia única de la planta y sus posibles beneficios para la salud.

**Flujograma:** O diagrama de flujo es una herramienta gráfica que representa visualmente un proceso o un algoritmo. Es muy utilizado en los campos de la informática, la economía, la industria e incluso la psicología, para organizar de un modo simple las decisiones involucradas en algún tipo de proceso.

**Innovación:** Creación o modificación de un producto y su introducción en un mercado.

**Probabilística:** Se refiere a la teoría de la probabilidad o al hecho de que la aleatoriedad desempeña un papel en la predicción de eventos futuros. Capacidad para finalizar satisfactoriamente entregando los resultados esperados con la iniciativa.

**Situacional:** Es un adjetivo que se refiere a algo propio y específico de una determinada situación, considerando el conjunto de factores o circunstancias involucrados.

**Trastornos de inmunidad:** Disfunción del sistema inmunitario del organismo, que provoca que éste ataque a sus propios tejidos.

**Viabilidad:** Se refiere a la evaluación de un proyecto, empresa o idea para determinar si es capaz de generar ingresos suficientes que cubran sus costos y produzcan beneficios.

En otras palabras, se trata de analizar si una actividad económica es rentable y sostenible a lo largo del tiempo

## Introducción

JC Natural’s, elabora su plan de negocio para la producción y comercialización de un producto 100% natural, a base de aceite de coco y aceite esencial de albahaca con numerosos beneficios entre los cuales destaca el cuidado de la piel, cuidado del cabello, alivio de dolores musculares, alivio del estrés, entre otros.

Desde la antigüedad, la humanidad ha utilizado los diferentes recursos naturales a su disposición para la elaboración de medicinas (té, ungüento, aceites). Actualmente la población está prefiriendo esta opción para evitar el uso de productos químicos o sintéticos que ocasionan daños colaterales o reacciones adversas.

Según el informe del sitio web Mordor Intelligence (2023), a partir de la pandemia (coronavirus), el consumo de aceites naturales medicinales ha aumentado, como lo indica a continuación:

A nivel mundial después de la pandemia, el mercado de aceites esenciales experimentó un crecimiento positivo. Los aceites esenciales tienen propiedades antimicrobianas, antioxidantes y anti-infecciosas; Por lo tanto, tratan diversas condiciones de salud, incluyendo estrés, trastornos de inmunidad, trastornos del sueño y depresión. Por lo tanto, debido al aumento de la conciencia sobre los beneficios de los aceites esenciales, el mercado de aceites esenciales ha crecido rápidamente después de la pandemia.

Tomando como referencia lo anterior JC Natural’s, nace como una opción diferente, para satisfacer las necesidades del consumidor de aceites naturales para uso cosmético y medicinal.

## Objetivos

### 1. Objetivo general

Elaborar el plan de negocio de JC Natural’s, para la producción y comercialización de HACACOCO un aceite natural, que nace de la combinación del aceite de coco 100% natural y aceite esencial de albahaca, con beneficios para la salud interna y externa del cuerpo humano.

### 2. Objetivos específicos

1. Realizar un análisis situacional para la comercialización de aceites naturales en el mercado nacional, e integración de HACACOCO, en el mismo.
2. Elaborar un plan de marketing para la comercialización del aceite natural HACACOCO.
3. Identificar la materia prima directa e indirecta para la producción del aceite natural HACACOCO.
4. Establecer el flujograma para el proceso de producción.
5. Conocer la viabilidad financiera del proyecto, por medio del análisis de estados e indicadores financieros.

## **I. GENERALIDADES DEL PLAN**

## 1. Descripción de la idea seleccionada

La idea de negocio de JC Natural’s es la producción y comercialización del producto HACACOCO, el cual nace de la combinación de aceite de coco 100% natural y aceite esencial de albahaca, dando como resultado un producto con numerosos beneficios para la salud del cuerpo humano.

JC Natural’s, aplica en innovación incremental e innovación de producto, porque incrementa el valor medicinal transformando dos productos que dan origen a un tercero, del aceite de coco 100% natural y aceite esencial de albahaca nace HACACOCO, concentrando y potenciando los beneficios de ambos aceites para la salud del cuerpo humano.

JC Natural’s producirá y comercializará HACACOCO, al público en general, centros de masajes, tiendas de productos naturistas, clínicas de terapias alternativas y spa.

Según el informe del sitio web Mordor Intelligence (2023), el interés por consumir aceites naturales para combatir el estrés y otros tipos de enfermedades crea la oportunidad a nuevas empresas de crecer en este rubro, como lo indica a continuación:

Europa representa la mayor parte del mercado mundial. Organizaciones como la Federación Europea de Aceites Esenciales (EFEO) han tenido un buen impacto en el mercado de los aceites esenciales al defender los intereses de las partes interesadas, lo que ayudará en la entrada de nuevas empresas. Sin embargo, una mayor conciencia de los consumidores sobre la higiene y la salud ha ayudado al mercado.

En las regiones desarrolladas, como el Reino Unido, los niveles de estrés entre las personas aumentaron en los últimos años, debido al estilo de vida acelerado, lo que aumentó el crecimiento del mercado de aceites esenciales. Además, debido al aumento del ingreso disponible de los consumidores, especialmente en las regiones en desarrollo, los consumidores están dispuestos a gastar una cantidad superior en productos naturales, saludables y nutricionales.

## 2. Justificación de la idea de negocio

Esta idea de negocio es motivada por la necesidad de muchas personas de encontrar un tratamiento natural que les ayude a reducir o eliminar sus malestares tanto interno como externos (dolencias).

El aceite HACACOCO, es un producto natural, que llegara al mercado para suplir las necesidades de los consumidores, que por razones médicas lo utilizaran como alternativa para tratarse, diferentes malestares en cualquier parte del cuerpo, estas dolencias pueden ser principalmente dolores musculares por golpe o estrés y , resequedad en la piel, por ejemplo: en la piel, el cabello, el cuello, espalda, piernas, pies, ya que al ser un producto natural no posee ningún tipo de preservante o aditivo, es por tal razón que aumenta su efectividad en el uso clínico.

Se ofrecerá un producto accesible de precio y de fácil uso, con el objetivo que las personas que lo utilicen no tengan necesidad de invertir dinero, por la aplicación del producto ya que el mismo o con ayuda de un familiar, se puede hacer terapias o masajes en la comodidad de casa.

JC Natural’s, tomando en cuenta el Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza, y los Objetivos de Desarrollos Sostenibles, contribuye con el crecimiento y desarrollo económico de familias y comunidades de la costa caribe, y demás departamentos en donde se cosecha el coco, y de forma artesanal producen el aceite de coco que se utilizara para el producto HACACOCO.

JC Natural`s aporta al PNLCP, abriendo nuevas plazas de empleo directas a colaboradores que laboraran en este proyecto, así como también indirectamente con la

## “JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO

---

compra de materia prima (aceite de coco), a comunidades de la costa caribe, lo que generara ingresos a familias.

JC Natural’s vincula los ODS, 1 y 3, los cuales son fin de la pobreza y salud y bienestar, ya que el proyecto generara empleos y el producto está dirigido a una mejor calidad de vida en el ámbito de la salud, con un producto 100% natural.

JC Natural’s con el producto HACACOCO, aporta a una existencia sana y suscita el bienestar de todas las personas de diferentes edades y género.

“Existe una fuerte tendencia al alza en el mercado de aceites esenciales, ya que ahora se está utilizando en casi todas las industrias debido a los muchos beneficios para la salud que ofrece, desde la industria de alimentos y bebidas hasta medicamentos y alimentos para animales, junto con su presencia en productos de cuidado personal y otras áreas. Además, se espera que las crecientes actividades de investigación y desarrollo y la innovación en técnicas de extracción impulsen el crecimiento del mercado en las economías emergentes”. Mordor Intelligence (2023)

Nicaragua no se queda atrás en la tendencia de consumo de aceites naturales y aceites esenciales, el uso principal es de carácter cosmético, para masajes y terapias.

### **3. Propuesta de valor del producto**

JC Natural’s, ofrece un producto 100% natural, a base de aceite de coco y aceite esencial de albahaca, la combinación de ambos aceites da como resultado el producto llamado HACACOCO, consolidando los beneficios y propiedades de ambos aceites (coco y esencia de albahaca) en uno solo.

Las gracias y propiedades del producto HACACOCO son: antiinflamatorio, relajante muscular, analgésico, repelente natural contra mosquitos, reducción o eliminación de problemas en la piel como acné, estrías, limpieza facial, anti estrés, fatigas, ansiedades (con masajes), revitalizante natural para el cabello.

Lo que diferencia a JC Natural’s, de los otros centros o tiendas naturistas es que ellos comercializan el aceite de coco y aceite esencial de albahaca individuales, el cliente tiene que comprar 2 productos, esto genera inversión monetaria, es por tal motivo que JC Natural’s presenta un producto combinado, listo para ser aplicado, adquirido con una inversión menor.

JC Natural’s, innova un producto con beneficios y propiedades concentradas de dos productos diferentes en uno solo, obteniendo un mejor resultado en menos tiempo.

#### 4. Nombre de la empresa

**Tabla 1.** JC Natural’s

Razón social de la empresa	Justificación
JC Natural’s	JC iniciales de las socias emprendedoras, Natural’s porque se dedicará a la producción y comercialización de un producto 100% natural.

Nota: Fuente propia

**Tabla 2.** *Aceite natural HACACOCO*

Nombre del producto	Justificación
Aceite natural HACACOCO	Combinación de los nombres del aceite de coco y aceite esencial de albahaca, que son la materia prima de HACACOCO.

Nota: Fuente propia

## 5. Identidad empresarial

### 5.1. Misión

Somos una microempresa productora y comercializadora de producto 100% natural, en búsqueda constante de la calidad para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, contribuyendo a su salud y mejora en calidad de vida.

### 5.2. Visión

Ser una microempresa líder en la producción y comercialización de productos naturales, de referencia a nivel nacional por su calidad, innovación y precios.

### 5.3. Valores

- Humanos: Disposición para brindar atención con calidad humana, amabilidad y calidez.
- Responsabilidad social: Involucrar a las comunidades de la costa caribe generando ingresos a las familias que trabajan en el cultivo del coco y producción de aceite.
- Compromiso: Nuestro compromiso es con el cliente, dando respuesta a sus necesidades con producto de calidad.

## “JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO

---

- Honestidad: Orientada tanto para los miembros de la empresa como con los clientes se promueve la verdad como una herramienta elemental para generar confianza en la marca y producto.
- Calidad: Enfocada en el producto, mantener siempre los mismos estándares de calidad para nuestros clientes.

## 6. Descripción de la empresa

### 6.1. Actividad y giro comercial

JC Natural’s se dedicará a la producción y comercialización del aceite natural HACACOCO, ofreciéndolo directamente al público en general, tiendas naturistas, centros de masajes, terapias y spa.

HACACOCO es producido y comercializado para uso cosmético y para masajes, con generosos beneficios para el cuidado y salud del cuerpo humano.

JC Natural’s, se clasifica en la actividad comercial en la sección G, grupo 477, clase 4772, sub clases 4772-03 y 4772-04.

“Sección G - Comercio al por mayor y al por menor; Reparación de Vehículos Automotores, y Motocicletas.

Grupo 477 Venta al por Menor de Otros Productos en Comercios Especializados.

Clase 4772 Venta al por Menor de Productos Farmacéuticos y Medicinales, Cosméticos y Artículos de Tocador en Comercios Especializados.

4772-03 Artículos de perfumerías y cosméticos, venta al por menor.

4772-04 Productos medicinales de origen natural, venta al por menor.”

INIDE CUAEN (2021)

## **6.2. Ubicación**

JC Natural’s, estará ubicado en el distrito IV de Managua, sobre la calle principal de Bello Horizonte, una zona comercial, de fácil acceso en vehículo, y se cuenta con los servicios básicos (redes eléctricas, telefónicas, e internet y agua potable). Al ser una zona altamente comercial la institución pública encargada de la seguridad tiene presencia constante en el sector.

## **6.3. Tamaño**

JC Natural’s, es una microempresa que apertura funciones con 8 colaboradores.

## **7. Análisis situacional**

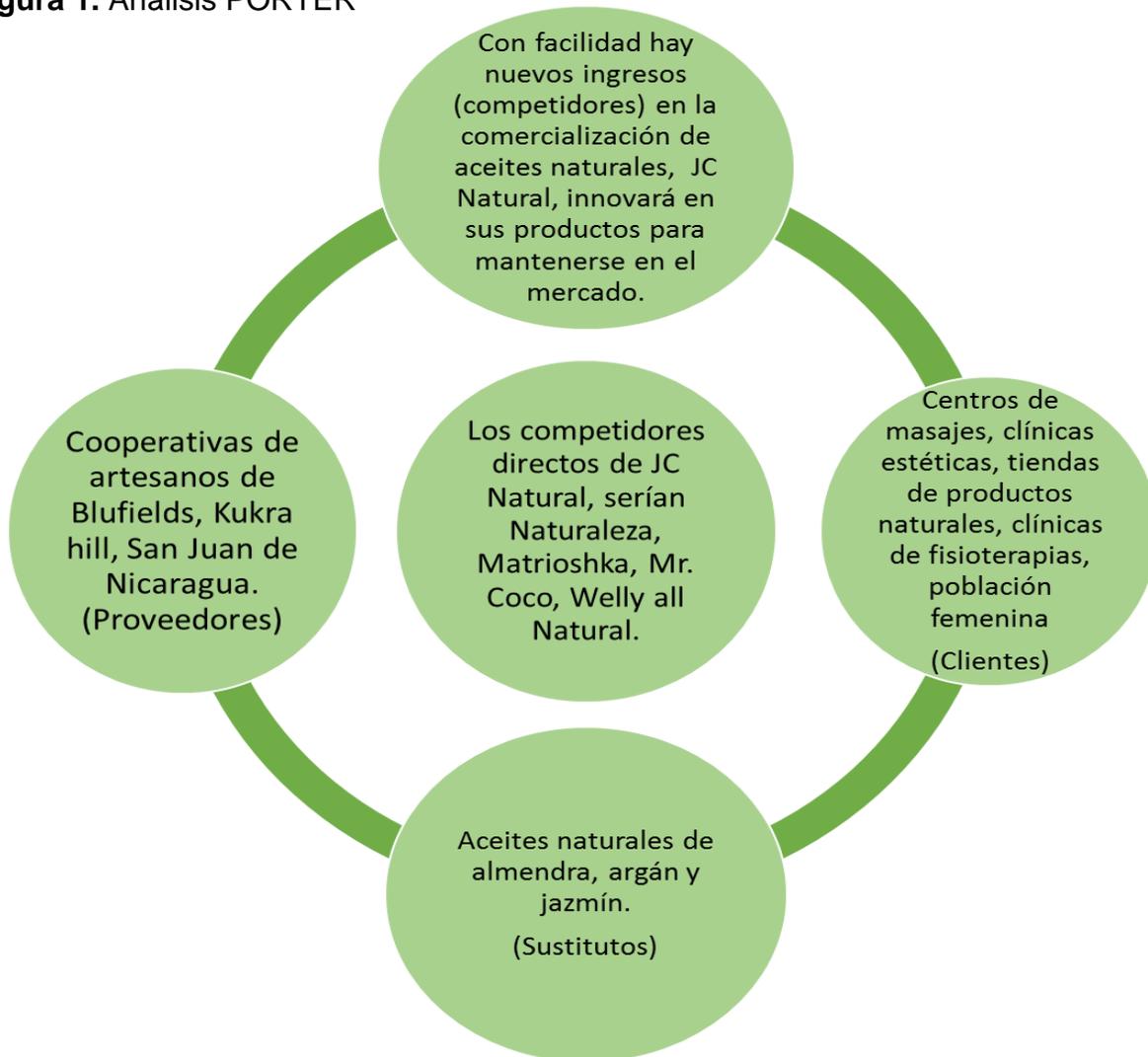
JC Natural’s realiza análisis situacional para conocer la viabilidad de entrada al mercado nacional de los aceites naturales, tomando como referencia las matrices de análisis de PORTER, PESTEL y FODA.

Con estos tres análisis (PORTER, PESTEL y FODA), se tendrá toda la información interna y externa de JC Natural’s para formular las estrategias a implementar, hacia la entrada, puesta en marcha y estabilidad en el mercado.

### **7.1. Análisis PORTER**

En la página siguiente se presenta el análisis PORTER, demostrado en la figura 1.

**Figura 1.** Análisis PORTER



Nota: Fuente propia.

Nota. Análisis del entorno externo para conocer si es viable la entrada, desarrollo y sostenibilidad de nuevos emprendimientos de aceites naturales en el mercado.

Analizando la información de la figura 1., JC Natural’s tiene oportunidad de ingresar al mercado con el producto HACACOCO, no lo ofrece otra tienda ni centro naturista.

## “JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO

---

Nuevos competidores, con facilidad se ingresa a la comercialización de aceites naturales, pero la permanencia en el mercado dependerá de la innovación constante y calidad del producto de JC Natural’s.

Negociación con clientes, al ofrecer un producto innovador aceite HACACOCO, JC Natural’s tiene la oportunidad de fijar precio al producto, ya que no se encuentra en otra tienda de productos naturales, pero siempre pensando en la facilidad de adquisición de nuestros clientes, precio justo.

Negociación con proveedores, JC Natural’s, tiene la oportunidad de negociar la compra materia prima, como lo son el aceite de coco y aceite esencial de albahaca con diferentes proveedores, ya que estos los producen en varios departamentos del país, por lo que no hay un monopolio.

Competidores, hay varias empresas comercializadoras de aceites naturales, JC Natural’s se caracterizará por ofrecer un producto exclusivo que nace de la combinación de dos aceites naturales (aceite de coco y aceite esencial de albahaca).

Productos sustitutos, hay diferentes tipos de aceites naturales sustitutos, como lo podemos ver en la Figura 1., pero el producto que ofrece JC Natural’s brinda una gran ventaja al ser la combinación de dos aceites naturales con beneficios para la salud, belleza y cuidado de la piel, también para el dolor y relajación del cuerpo.

## 7.2. Análisis PESTEL

Tabla 3. Matriz PESTEL

Factor		Detalle	Impacto
Político	Apoyo al emprendimiento	El gobierno actual brinda apoyo y financiamientos a emprendimientos nuevos, a través de diferentes plataformas y ministerios.	Positivo
	Leyes tributarias	Constantemente se están realizando reformas a la ley tributaria, lo que ocasiona incertidumbre, las tasas o porcentajes de impuestos, pueden variar (incrementar o disminuir), afectando el costo del producto.	Incierto
	Diferencias entre partidos políticos	El rompimiento de alianza entre partidos políticos crea un ambiente de inquietud o inestabilidad en el país.	Negativo
Económico	Tasa desempleo de 3.3%	La tasa de desempleo muestra una disminución de 0.20, lo que favorece la economía del país.	Positivo
	Tasa de cambio congelada	El gobierno anuncio que, a partir de enero 2024, la tasa de cambio o deslizamiento de la moneda se congelara, así como también emitió prohibición de la facturación en dólar. Favorece el poder adquisitivo de la población.	Positivo
	Prestamos por medio MEFCCA	El gobierno por medio del Mefcca ofrece financiamiento a emprendedores con tasa de interés del 15% anual.	Positivo
Social	Falta de cultura de la población	Según los sectores sociales, las personas no tienen la cultura de cuidado y protección a su piel.	Negativo
	Población femenina	La población femenina se preocupa más por la apariencia física, (representa un 50%, de la población total de Managua).	Positivo
	Influencia por publicidad	La población se deja influenciar por la publicidad fácilmente, por lo que hoy pueden preferir un producto y mañana otro.	Incierto
Tecnológico	Redes sociales	Facilita la publicidad y promoción del producto.	Positivo
	Internet	Nos damos a conocer y llegamos más rápido a lugares remotos.	Positivo
	Maquinarias / Equipos	Nos ayudan o facilitan el trabajo	Positivo

**“JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO**

	<b>Factor</b>	<b>Detalle</b>	<b>Impacto</b>
<b>Ambiental</b>	Huracanes	La zona caribe esta propensa a los fenómenos naturales	Negativo
	Facilidad de siembra	La palmera cocotera crece en terreno arenoso y lodoso, la albahaca se cosecha en terreno fértil y húmedo, aguanta sol.	Positivo
	Abundantes cosechas	Una cocotera cosecha de 50 a 100 cocos por año.	Positivo
<b>Legal</b>	Ley 568	Ley de Registro de Medicinas, Cosméticos, etc., El Ministerio de Salubridad Pública	Positivo
	Base Legal: Ley 822, art. 71, LCT	Responsables recaudadores de IVA, toda venta debe ser facturada y gravada con 15% de IVA, para ser enterada a la DGI mensualmente.	Inherente
	Inscripción o matricula en la Alcaldía de Managua	Matricula anual	Positivo
	Registro único del contribuyente en la DGI.		Positivo
	Inscripción como comerciante el MIFIC		Positivo
	Inscripción en el registro público de la propiedad		Positivo

Nota: Fuente propia.

Analizando los cinco factores de la matriz PESTEL, llegamos a las siguientes conclusiones:

Factor político: Contamos con el respaldo del gobierno, que brinda apoyo a los emprendimientos por medio de diferentes plataformas y ministerio, las leyes tributaras están sujetas a reformar, siendo JC Natural’s un emprendimiento nuevo en el mercado a inscribir bajo el régimen de cuota fija no se verá afectado.

## “JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO

---

Factor económico: La tendencia de la tasa de desempleo es a disminuir, lo que favorece al crecimiento económico y brinda oportunidad a nuevos emprendimientos de desarrollarse, más aún contando con el apoyo de financiamiento del gobierno por medio del Mefcca, con préstamos a una tasa de interés del 15% anual.

Factor social: La población femenina en Managua equivale al 50.50%, esto favorece a JC Natural’s, ya que este sector de la población se preocupa por la apariencia física, en general la población busca tratamientos alternativos (naturales), para tratar dolencias y evitar el consumo de medicamentos químicos.

Factor tecnológico: El avance de las tecnologías, cada vez nos hace más fácil el desarrollo de los procesos y la comunicación, JC Natural’s, aprovechara el internet y las redes sociales para promoción de su producto, y darlo a conocer a los diferentes niveles sociales de la población.

Factor ambiental: JC Natural’s, tiene en cuenta los riesgos de los fenómenos naturales, porque sus proveedores de materia prima (aceites) serán de diferentes zonas y departamentos del país, para evitar de esta forma la escases del mismo, teniendo en cuenta que las plantas de la que proviene la materia prima es de fácil cosecha.

Factor legal: JC Natural’s, se alineará por las leyes y normas que una microempresa debe cumplir, desde su formación, registro ante los entes regulares y puesta en marcha.

### 7.3. Análisis FODA

Tabla 4. Matriz FODA

FACTOR INTERNO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Producto atractivo por ser natural y tener muchos beneficios saludables.	Marca no conocida ni posicionada, por ser nuevos en el mercado.
	Alta calidad del producto.	No contamos con transporte propio.
	Acceso fácil a la materia prima requerida.	Solo comercializaremos un producto.
	Producto a precio accesible.	
Producto innovador y diferente a los que se encuentran en el mercado.		
FACTOR EXTERNO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	Crecimiento de la demanda del producto.	Competencia de productos similares o sustitutos.
	Crecer en el mercado de productos naturales, con nuevos productos a ofrecer para satisfacer las necesidades de los consumidores.	Reformas a leyes que afecten directamente al negocio (incremento de impuestos).
	Acceso a financiamientos.	Peste que afecten las plantas de donde proviene la materia prima del producto.
	Publicidad en redes sociales.	Exposición de la materia prima en transporte público.

Nota: Fuente propia

Estrategias:

Fortaleza – oportunidad

- ✓ Teniendo como fortaleza un producto atractivo y como oportunidad la publicidad en redes sociales, como estrategia se implementará un plan de marketing ofensivo, para darse a conocer en todo el país.

Fortaleza - amenaza

- ✓ Teniendo como fortaleza la facilidad de adquirir materia prima y como amenaza peste que afecten las plantas de donde provienen, como estrategia se realizaran alianzas comerciales con productores de materia prima de diferentes regiones o departamentos del país, para tener alternativas de compra de la misma.

Debilidades - oportunidades

- ✓ Teniendo como debilidad que solo se comercializa un producto y como oportunidad crecimiento en el mercado natural con nuevos productos a ofrecer para satisfacer la necesidad de los consumidores, como estrategia se realizara un estudio de mercado para conocer las necesidades y problemas de salud que enfrenta la población, para la comercialización de nuevos productos naturales.

Debilidades – amenazas

- ✓ Teniendo como debilidad que no se cuenta con transporte propio y como amenaza la exposición de la materia prima en transporte público, como estrategia se concretara y firmara un convenio con transportistas privado para garantizar el traslado de la materia prima en óptimas condiciones.

**Tabla 5.** Estrategias MAXI - MAXI

<b>Fortaleza</b>	<b>Oportunidad</b>	<b>Acciones a seguir</b>
Producto atractivo por ser natural y tener muchos beneficios saludables.	Crecimiento de la demanda del producto.	Implementar un plan de mercado teniendo como base las redes sociales, principalmente en Facebook e Instagram.
Producto innovador y diferente a los que se encuentran en el mercado.	Crece en el mercado de productos naturales, con nuevos productos a ofrecer para satisfacer las necesidades de los consumidores.	Buscar como establecer alianzas estratégicas con centros, clínicas y tiendas que ofrecen la opción de medicina natural, para colocar el nuevo producto y ser una opción para los clientes.
Acceso fácil a la materia prima requerida.	Acceso a financiamientos.	Comprar materia prima suficiente y necesaria para mantener un stop para la producción del producto.

Nota: Fuente propia.

Con el fin de plantear las estrategias a implementar por JC Natural’s, se realizó el análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, para la integración del producto aceite natural HACACOCO, al mercado de los aceites naturales, garantizando calidad.

## **8. Conclusiones generalidades del plan**

En conclusión, se destaca la importancia de crear un plan de negocio para la producción y comercialización del producto HACACOCO, analizando los factores que afectan el entorno, para la implementación de estrategias a ejecutar para el desarrollo y puesta en marcha del proyecto

## II. PLAN DE MERCADEO

## 1. Planteamiento del problema

Tomando en cuenta que la piel es la cubierta exterior de nuestro cuerpo, es la presentación de una persona, debe cuidarse y mantenerse fresca y tersa.

Los largos periodos de tiempo que las personas se exponen a los fuertes rayos del sol ocasionan resequedad y daño intenso en la piel, provocando manchas, picazón, coloración, piel escamosa, entre otros, estos mismos problemas de la piel también los pueden ocasionar jabones de baño, o productos químicos como cremas, protectores solares, entre otros.

Al igual que en la piel el clima también afecta el cabello y cuero cabelludo, ocasionando irritaciones.

También el trabajo y problemas de diario, ocasionan estrés y sofoque que causan dolores tensionales en diferentes partes del cuerpo con mayor intensidad en el cuello y espalda, así como el cansancio de las extremidades.

La población está buscando otra opción para tratarse, que no sean medicamentos químicos o sintéticos que ocasionan daños colaterales en la salud.

Por todo lo anterior JC Natural’s realiza el siguiente estudio de mercado para introducir su producto HACACOCO, un aceite 100% natural, que provienen de la combinación del aceite de coco y aceite esencial de albahaca. Un producto con cualidades humectantes y nutritivas para la piel y cabello, así como también analgésico, antiinflamatorio, y repelente natural contra mosquitos.

## 2. Justificación

A raíz de la necesidad de alivio del dolor de cuello y muscular, así como necesidad del cuidado y salud de la piel y cabello, se crea un producto nuevo a base de aceites 100% naturales, que ayudaran a las personas de todas las edades a mejorar su nivel de vida, proporcionando salud interna y externa.

Sumado a los beneficios medicinales de este nuevo producto también está el beneficio del costo, ya que se ofrece un solo producto, en vez de dos, esto genera un ahorro en la economía del consumidor.

Desde el punto de vista de los artistas ya sea un escultor o un pintor, la piel es la esencia misma de la belleza, le dan diferentes tonos y matices, con una bella indescriptible y es que la piel es la que cubre y protege al ser humano del mundo exterior por lo que debe cuidarse.

La resequedad en la piel hace que la misma se vea y se sienta áspera, escamosa y con picazón. La ubicación de estos parches de sequedad varía de una persona a otra. Es una afección común que afecta a personas de todas las edades.

El nuevo producto de aceite natural también combate los molestos síntomas del estrés, la fatiga, dolores musculares, articulaciones, que son ocasionadas por las largas horas de trabajo, problemas y estilo de vida.

Considerando los resultados obtenidos en el análisis del entorno, con respecto las oportunidades y fortaleza con que se cuenta, se realiza el estudio de mercado para conocer la aceptación del público al nuevo producto HACACOCO.

### **3. Objetivos**

#### **3.1. Objetivo general**

Conocer la aceptación del público al nuevo aceite natural HACACOCO, por medio de un estudio de mercado.

#### **3.2. Objetivos específicos**

1. Conocer los gustos y preferencias del público en general con respecto a los aceites naturales.
2. Determinar la demanda de aceites naturales de parte de los clientes.
3. Conocer la competencia, servirá para presentar al cliente un mejor producto estableciendo la diferencia para su beneficio.
4. Analizar la información para toma de decisiones en cuanto a las estrategias y acciones en el plan de mercadeo.

## 4. Investigación de mercado

### 4.1. Segmentación de mercado

El segmento de mercado al que está dirigido al producto HACACOCO, es principalmente al público femenino, entre las edades de 20 a 60 años, amas de casa, trabajadoras, con ingresos estables, de clase económica media y alta, con cultura de cuidado personal y preferencia por consumir productos naturales, específicamente aceites corporales.

### 4.2. Buyer de persona

Tabla 6. Buyer persona, parte 1

 NOMBRE DEL BUYER PERSONA	Kathya Perez	PARTE 1: QUIÉN
<p><b>PERFIL GENERAL</b> Trabajo, historia laboral, familia</p> <p><b>INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA</b> Edad, salario, ubicación, sexo</p> <p><b>IDENTIFICADORES</b> Trato, personalidad, como prefiere comincar</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licenciada en Marketing.</li> <li>• Gerente de ventas de distribuidora de cosméticos.</li> <li>• 5 años de laborar en la misma empresa.</li> <li>• 1 hijo (madre soltera).</li>   <li>• Edad 35 años.</li> <li>• Salario mensual C\$ 38,000.00.</li> <li>• Habita en colonia Bello Horizonte, distrito IV, Managua.</li> <li>• Sexo, femenino.</li>   <li>• Es amable.</li> <li>• Entusiasta, le gusta la naturaleza.</li> <li>• Se comunica por redes sociales, y correo electrónico.</li> </ul>	

Nota: Fuente propia

**Tabla 7.** Buyer persona, parte 2

 NOMBRE DEL BUYER PERSONA	Kathya Perez	PARTE 2: QUÉ
<p><b>OBJETIVOS</b> Objetivos primarios y secundarios</p> <p><b>RETOS</b> Retos primarios y secundarios</p> <p><b>CÓMO PODEMOS AYUDAR</b> ...para que obtenga los objetivos deseados. ...para que pueda superar los retos</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• A nivel profesional cumplir las metas de venta mensual.</li> <li>• A nivel personal cambiar de trabajo para tener mas tiempo. libre a dedicar a su familia y cuidado personal.</li> <li>• Compartir más tiempo con su hijo.</li> <li>• Tener tiempo para cuidado personal.</li> <li>• Tener su propio proyecto (emprender).</li> <li>• Invitándola a probar un nuevo producto natural desde la comodidad de su casa, el cual pueda aplicar con suaves masajes para aliviar los sintomas del estres, dolor de cuello, nuca, y articulaciones.</li> <li>• Obsequiándole un certificado de regalo para un centro spa.</li> </ul>

Nota: Fuente propia

**Tabla 8.** Buyer persona, parte 3

 NOMBRE DEL BUYER PERSONA	Kathya Perez	PARTE 3: POR QUÉ
<p><b>COMENTARIOS</b> Ejemplos de comentarios reales sobre sus retos y objetivos.</p> <p><b>QUEJAS COMUNES</b> Razones por qué no comprarían nuestro producto o servicio.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hay competencia.</li> <li>• Productos sustitutos.</li> <li>• Desconfianza .</li> <li>• Precio</li> <li>• Desconfianza por ser nuevos en el Mercado.</li> <li>• Ofrecen un producto sustituto en promoción de precio.</li> </ul>

Nota: Fuente propia

**Tabla 9.** Buyer persona, parte 4

 NOMBRE DEL BUYER PERSONA	Kathya Perez	PARTE 4: CÓMO
<p><b>MENSAJE DE MARKETING</b></p> <p>Cómo describirías la solución de tu empresa a este buyer persona.</p> <p><b>MENSAJE DE VENTAS</b></p> <p>Cómo venderías las solución a tu buyer persona</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para una mejor vida y cuidado personal, te recomendamos HACACOCO, un aceite corporal, con múltiples propiedades y beneficio para la salud del ser humano.</li> <li>• Como mujer, profesional mereces tener una mejor calidad de vida, dedicarte tiempo a tu cuidado personal, con HACACOCO, no necesitarás analgésicos sintéticos, ni cremas químicas.</li> <li>• HACACOCO, es un producto 100% natural amigable con tu cuerpo y la naturaleza.</li> <li>• Cero dolores y estrés, para una mejor calidad de vida, HACACOCO.</li> </ul>	

Nota: Fuente propia

### 4.3. Instrumento metodológico

Se aplicará la investigación descriptiva, usando un método cuantitativo estructurado de recopilación y análisis de información que se obtendrá por medio del instrumento a aplicar en este caso una encuesta. Este proceso se lleva a cabo con el uso de herramientas estadísticas y matemáticas con el propósito de cuantificar el problema de investigación.

En cuanto a su uso en las empresas, la investigación cuantitativa puede ayudar a la mejora de productos y servicios o en la toma de decisiones exactas e informadas que ayuden a conseguir los objetivos establecidos.

## “JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO

---

De manera general, se trata de pedirles a las personas que den su opinión de manera estructurada para que se puedan lograr datos y estadísticas concretas que guíen y de esta manera, obtener resultados estadísticos confiables.

El método que se utilizara en la presente investigación es la aplicación de encuestas digitales en líneas, por medio de redes sociales, formulario de 13 preguntas elaborado en Google.

Dicha encuesta está dirigido a personas que utilizan aceites naturales para uso cosmético, relajación y alivio a dolores, con el objetivo de conocer el grado de aceptación a un nuevo producto.

Para ello se elaboraron 13 preguntas directas que permitirán conocer la percepción, conducta y uso del consumidor o cliente, de los aceites naturales y la apertura a conocer y dar entrada a nuevos productos naturales que ofrecen mayores beneficios que los que utilizan actualmente.

En este estudio de mercado se aplicó la técnica no probabilística a través de un muestreo por conveniencia, a población femenina con las características de la segmentación de mercado.

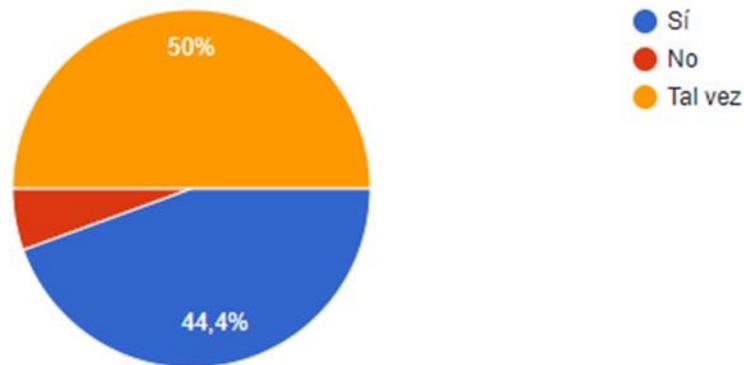
La muestra es de 68 personas, a la cual se le aplicara el instrumento a utilizar (encuesta) para dicho estudio.

#### 4.4. Resultado y análisis de la encuesta

Se aplicó encuestas a 68 personas de sexo femenino, entre las edades de 20 a 60 años.

1. ¿Estaría dispuesto a cambiar el tipo de aceite que usa por un nuevo producto?

**Gráfico 1.** Aceptación de un nuevo producto

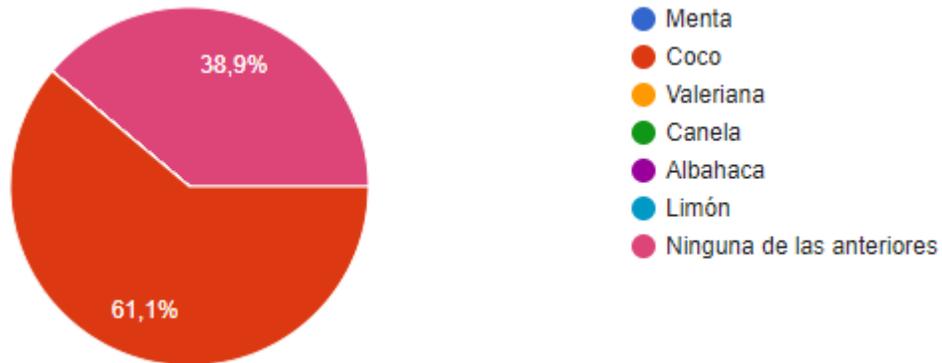


Nota: Fuente propia, encuesta aplicada.

Análisis: De 68 personas encuestadas el 50% equivalente a 34 expresaron que tal vez prueben un nuevo producto, el 44.4% equivalente a 30 personas están dispuestas a cambiar o probar un nuevo producto y el 5.6% equivalente a 4 personas no están dispuestas a cambiar o probar un nuevo producto.

2. ¿Qué tipo de aceite utiliza?

**Gráfico 2.** Tipo de aceite que utiliza

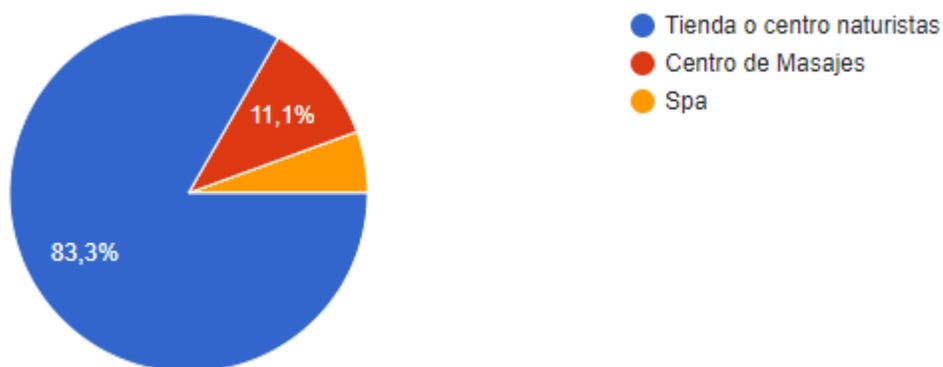


Nota: Fuente propia, encuesta aplicada.

Análisis: De 68 personas encuestadas el 61.1% equivalente a 42 personas utilizan aceite natural de coco y el 38.9% equivalente a 26 personas, utilizan un aceite diferente a los enlistados.

3. ¿Dónde adquiere el producto que actualmente consume?

**Gráfico 3.** Producto que actualmente consume

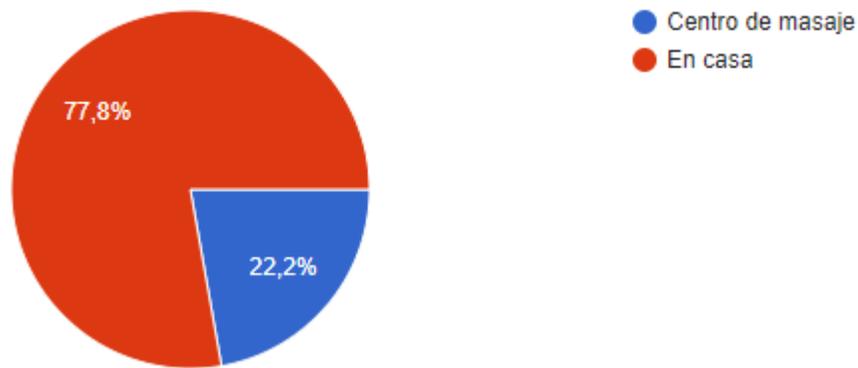


Nota: Fuente propia, encuesta aplicada.

Análisis: De 68 personas encuestadas el 83.3% equivalente a 57 personas compran aceite corporal en tiendas y centros naturistas, el 11.1% equivalente a 8 personas lo adquieren en centros de masajes y el 5.6% equivalente a 3 personas adquieren el producto en spa.

4. ¿Prefiere visitar un centro de masaje o que alguien se lo aplique en casa?

**Gráfico 4.** Lugar de preferencia para aplicación

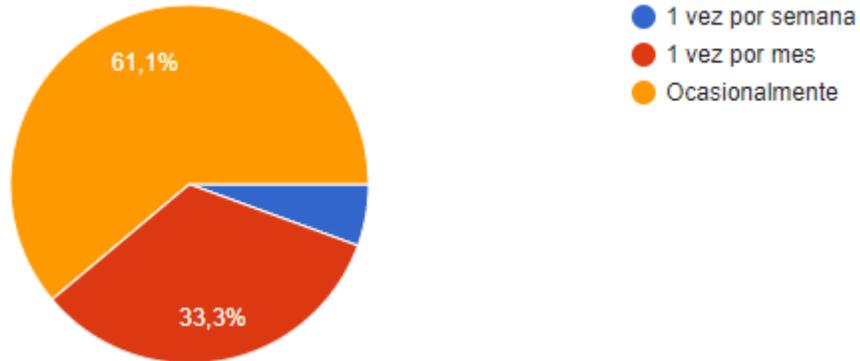


Nota: Fuente propia, encuesta aplicada.

Análisis: De 68 personas encuestadas el 77.8% equivalente a 53 personas prefieren la aplicación en casa y el 22.2% equivalente a 15 personas, prefieren la aplicación en centros de masajes.

5. ¿Con que frecuencia lo adquiere?

**Gráfico 5.** Frecuencia de compra

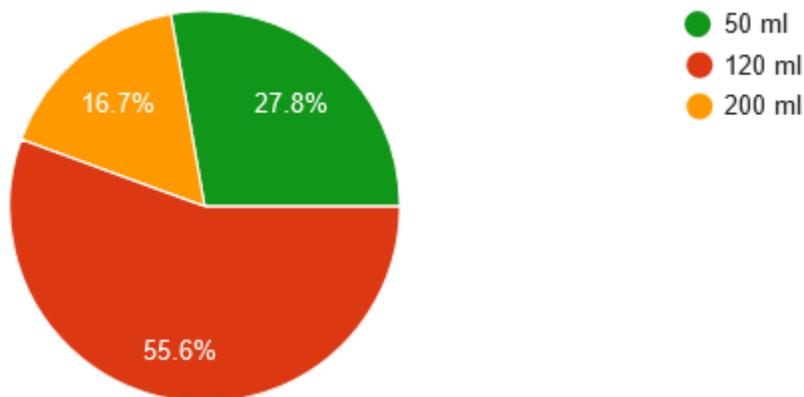


Nota: Fuente propia, encuesta aplicada.

Análisis: De 68 personas encuestadas el 61.1% equivalente a 42 personas compran aceite corporal ocasionalmente, el 33.3% equivalente a 23 personas lo adquieren 1 vez al mes y el 5.6% equivalente a 3 personas adquieren 1 vez a la semana

6. ¿Qué presentación o tamaño prefiere?

**Gráfico 6.** Presentación o tamaño de preferencia

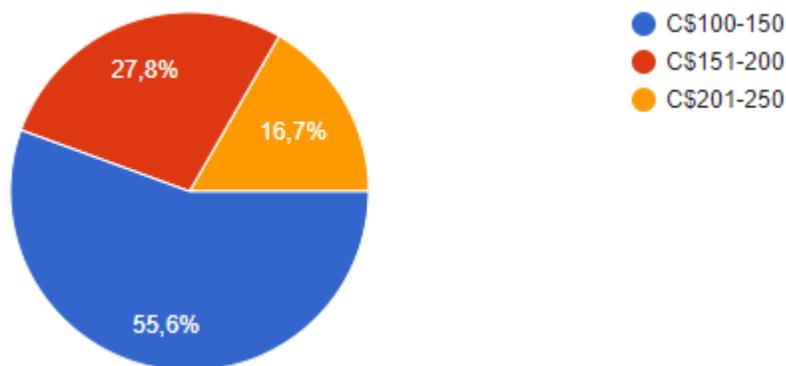


Nota: Fuente propia, encuesta aplicada.

Análisis: De 68 personas encuestadas el 55.6% equivalente a 38 personas prefieren la presentación de 120ml, el 27.80% equivalente a 19 prefieren la presentación de 50ml y el 16.7% equivalente a 11 personas prefieren la presentación de 200ml.

7. ¿Cuánto le cuesta el producto que actualmente compra?

**Gráfico 7.** Precio de producto que actualmente compra

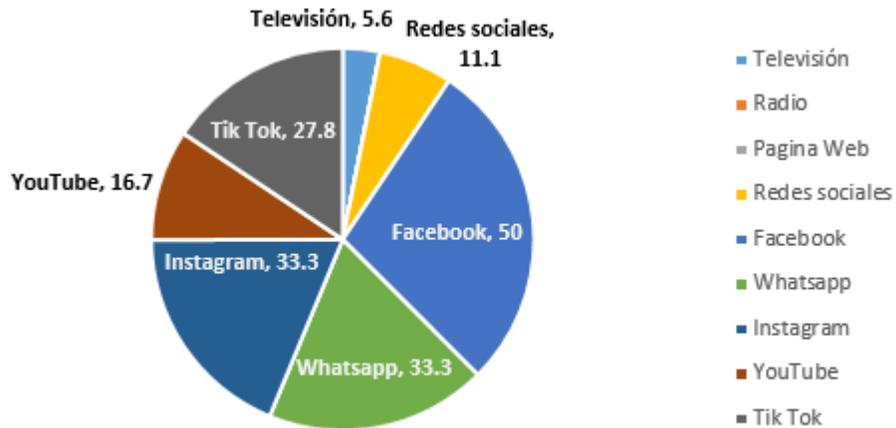


Nota: Fuente propia, encuesta aplicada.

Análisis: De 68 personas encuestadas el 55.6% equivalente a 38 personas compran el producto con precio entre C\$100 y C\$150, el 27.80% equivalente a 19 compran el producto con precio entre C\$151 y C\$200 y el 16.7% equivalente a 11 personas compran el producto con precio entre C\$201 y C\$250.

8. Medios de comunicación más utilizados

**Gráfico 8.** Medios de comunicación que más utilizan



Nota: Fuente propia, encuesta aplicada.

Análisis: De 68 personas encuestadas el 50% equivalente a 34 personas prefieren recibir información por la red social Facebook, seguidos por las redes sociales WhatsApp e Instagram.

#### **4.5. Recomendaciones**

Para la captación de clientes en el mercado se recomiendan las dos presentaciones más demandadas por los clientes las cuales son de 50ml y 120ml.

Garantizar un producto de calidad 100% natural, en las mejores condiciones ambientales para que conserve sus propiedades.

Plan de márketing con estrategias para ser frente a la competencia.

#### **4.6. Conclusión**

Después de analizar los resultados de la encuesta se comprobó que un 88.9% de la población encuestada conocen de los aceites naturales corporales, el 61% prefieren el aceite de coco, el 44% están dispuestos a realizar cambios del producto que utilizan, el 83% lo adquieren en centros y tiendas naturistas, un 77% prefieren comprar el producto y que se lo apliquen en casa, el 33% compra 1 vez al mes y el 61 por ciento ocasionalmente, el 50% de la población encuestadas prefieren como medio de comunicación las redes sociales, destacando Facebook.

La principal competencia son Sanaturaleza, Naturaleza, Matrioshka, Armonía, y Verde y Miel, estas tiendas naturistas están ubicadas en el distrito I y distrito VII, por lo que hay oportunidad de entrada al mercado ubicándose en el distrito IV de Managua.

## **5. Desarrollo del producto**

### **5.1. Descripción del producto**

JC Natural’s, ofrece un producto 100% natural, a base de aceite de coco y aceite esencial de albahaca, la combinación de ambos aceites da como resultado el producto llamado HACACOCO, consolidando los beneficios y propiedades de ambos aceites (coco y esencia de albahaca) en uno solo.

### **5.2. Características y atributos**

El producto aceite HACACOCO, se producirá y comercializará en 2 presentaciones de 50ml y 120ml, ambas presentaciones en envase plástico, transparente, para facilidad de uso y seguridad, evitando derrame del producto en caso que no esté en una superficie plana y fija (o sea que se porte en el bolso o cualquier otro depósito blando).

La decisión de sacar al mercado estas 2 presentaciones se toma en consideración a los resultados del instrumento aplicado (encuesta) en donde se reflejan estas 2 presentaciones en la preferencia del público.

**Figura 2.** Envase HACACOCO



Nota: Fuente propia

### 5.3. Oferta de valor del producto o servicio

Los beneficios y propiedades del producto HACACOCO son:

1. Antiinflamatorio
2. Relajante muscular
3. Analgésico
4. Repelente natural contra mosquitos
5. Reducción o eliminación de problemas en la piel como acné, estrías.
6. Limpieza facial
7. Anti estrés, fatigas, ansiedades (con masajes),
8. Revitalizante natural para el cabello.
9. Alivia resfriados y tos gracias a las propiedades antiespasmódicas que contiene, se puede utilizar para combatir la tos y otros síntomas de los resfriados. Precisamente por estas propiedades ayuda a combatir también el asma y las alergias.

Otros beneficios:

1. Envase práctico y seguro.
2. Presentación o tamaño de acorde a la necesidad del consumidor.
3. Reducción de costo al adquirir dos productos en uno.

Adquiere dos productos en uno solo, HACACOCO, favoreciendo la economía del consumidor, ya que, en vez de comprar aceite de coco y aceite esencial de albahaca, adquiere un solo producto con un costo monetario menor que al adquirir los dos por separados.

#### 5.4. Marca y sus elementos

Logo

**Figura 3.** Logo tipo JC Natural’s



Nota: Fuente propia

El logo es color verde ya que este color además de transmitir tranquilidad y calma, representa la naturaleza, identificándose con el producto de origen natural como lo es HACACOCO, el cual es 100% natural, producido y extraído de plantas.

Las botellas en el centro representan el aceite de coco y el aceite esencial de albahaca que da origen al nuevo producto.

Tiene la leyenda 100% y nombre de la empresa Jc Natural`s, identificándose como una empresa que comercializara productos 100% natural.

El logo es imagotipo ya que es el resultado de la combinación de un logotipo y un isotipo, es decir, es la unión del nombre de la empresa junto con un dibujo u otro elemento artístico que lo define.

Slogan a utilizar en publicidad

100% Natural, HACACOCO.

La relación entre logotipo y slogan es la siguiente: el color del logotipo (verde), transmite tranquilidad, calma, este color también se asocia a la salud y a la naturaleza, lo que se expresa en el slogan un producto 100% natural.

Etiqueta

**Figura 4.** Etiqueta HACACOCO, presentación 50 ml.

The image shows a product label for 'Hacacoco' by JC Natural's. The label is white with green text and graphics. At the top center is the brand logo 'JC Natural's' with '100% Natural' underneath. Below the logo is the product name 'Hacacoco' in a large, elegant green script font. Underneath the name is the description 'Aceite de coco y aceite esencial de albahaca' in a smaller green font. A green rounded rectangle contains the text 'Producto 100% natural'. Below that, it says 'Uso tópico 50 ml'. On the left side, there is a section for 'Ingredientes' listing 'Aceite de coco 100% natural 117 ml' and 'Aceite esencial de albahaca 3 ml'. Below that is the 'Aplicación' section, which says to apply a sufficient amount to the skin and massage gently. At the bottom left is a barcode with the number '1 234567 890128' and the text 'Registro sanitario: Usar antes:'. On the right side, there is a section titled 'Beneficios para la salud' listing various benefits: Anti-inflamatorio, Relajante muscular, Analgésico, Anti-estrés, fatigas y ansiedades, Elimina y reduce el acné, Limpieza facial, Estrías, Revitalizante natural para el cabello, and Repelente natural contra mosquitos. At the bottom right, there are two circular images: one showing a coconut and another showing a field of green plants.

**Ingredientes**

Aceite de coco 100% natural 117 ml  
Aceite esencial de albahaca 3 ml

**Aplicación**

Aplicar la cantidad suficiente sobre la piel, con suaves masajes en el área deseada.

**Beneficios para la salud**

- Anti-inflamatorio
- Relajante muscular
- Analgésico
- Anti-estrés, fatigas y ansiedades
- Elimina y reduce el acné
- Limpieza facial
- Estrías
- Revitalizante natural para el cabello
- Repelente natural contra mosquitos

**Registro sanitario:** Usar antes:

1 234567 890128

**Beneficios para la salud**

- Anti-inflamatorio
- Relajante muscular
- Analgésico
- Anti-estrés, fatigas y ansiedades
- Elimina y reduce el acné
- Limpieza facial
- Estrías
- Revitalizante natural para el cabello
- Repelente natural contra mosquitos

**Producto 100% natural**

Uso tópico  
50 ml

Nota: Fuente propia.



Figura 6. Muestra envase con etiqueta



Nota: Fuente propia

## **6. Objetivo del plan de marketing**

### **6.1. Objetivo general**

Definir las estrategias para el lanzamiento de un nuevo producto a base de aceites 100% natural, HACACOCO para tratar dolencias e imperfecciones del cuerpo.

### **6.2. Objetivos específicos**

1. Introducir al mercado el nuevo producto HACACOCO, en un único punto de venta los primeros 3 meses.
2. Ampliar la comercialización del producto HACACOCO, a partir del cuarto mes de puesto en marcha el negocio, por medio de alianzas estratégicas con tiendas naturistas, centros de masajes y spa, incrementando las ventas en un 3%.
3. Comercializar la línea de aceite HACACOCO a diferentes departamentos del país posicionando la marca como un mercado meta a partir del tercer año de vida del negocio, con un crecimiento en las ventas en un 15%.

## **7. Mix de marketing**

### **7.1. Precio**

JC Natural’s con el producto HACACOCO, se introducirá al mercado con una estrategia de precio de cartera de producto por ofertarse en 2 presentaciones diferentes, igualmente aplicará estrategia de precio por introducción al mercado.

La estrategia de precio por introducción al mercado consiste en un 15% de descuento en la presentación de 120 ml, y por la compra de cada 3 productos de la presentación de 120 ml, se ofrece uno de la presentación de 50ml al 30% de descuento. Estas promociones no aplican en forma conjuntas, es decir el cliente puede optar al momento de realizar su compra cuál de las dos opciones prefiere, según la cantidad de producto y presentación que compre.

En la estrategia de precio por introducción se sacrifica el margen de ganancia a cambio de ganar clientes y obtener su fidelidad al conocer y estar satisfecho con el nuevo producto HACACOCO, de manera que al ir aumentando o nivelando el precio del producto se mantenga al cliente. Esta estrategia de precio por introducción se mantendrá activa por un periodo máximo de 1 mes.

### **7.2. Plaza**

JC Natural’s para introducción al mercado contará con un punto único de venta, proyectando en 3 meses ubicar el producto en lugares seleccionados como mejores puntos de ventas siendo estos los centros o tiendas naturistas, centros de masajes, terapias y spa.

Iniciando operaciones con un único punto de venta, se debe contratar una persona que realizará la promoción y venta del producto, esta persona será la encargada de realizar un plan de visitas a las principales competencias para volverlos aliados estratégicos, y en un plazo de 3 meses tener colocado el producto en las principales tiendas naturistas, centros de masajes y spa-

### **7.3. Promoción**

JC Natural’s realiza su plan de promoción para introducción al mercado, teniendo como base principal la oferta de productos con precios especiales de lanzamiento, y utilizara como plataforma de lanzamiento para darse a conocer las redes sociales (WhatsApp, Facebook, Instagram y tik tok), para llegar al segmento de mercado.

La televisión es un medio caro para la publicidad, por lo que se buscará canje a cambio de unos minutos al aire para promover el nuevo producto, este canje será ofrecer 1 producto de la presentación de 120ml, para rifar entre los televidentes.

## 8. Estimaciones económicas

### 8.1. Cálculo de la demanda

**Tabla 11.** Datos investigación de mercado

Datos de Investigación de Mercado		
#	Categoría	Descripción
1	Segmento	Mujeres, 20 - 60 Años, Distrito IV Managua
2	Población	56,333.00
3	Marco Muestral	2008 INIDE
4	Producto	Aceite natural corporal
5	% Actualmente Compra	89%
6	Frecuencia Anual	10.00
7	Volumen de Compra	1.00
8	% Dispuesto a Comprar	44%
9	Precio de Compra	\$5
Datos del Sector Industrial / Macroentorno		
#	Categoría	Descripción
10	Crecimiento del Sector	5.60%
11	Inflación	6.00%
12	Intensidad de Rivalidad	Alta
13	Ciclo de Vida del Sector	Crecimiento

Nota: Fuente propia

**Tabla 10.** Participación en el mercado

Participación de Mercado	
Intensidad de Rivalidad	% de Participación
Baja	25%
Media	15%
Alta	4.50%
Ciclo de Vida	% de Participación
Introudcción	20% - 30%
Crecimiento	10% - 20%
Madurez	5% - 10%
Declinación	0.5% - 5%

Nota: Fuente propia

**Tabla 12.** Demanda

Datos de Investigación de Mercado		
#	Categoría	Descripción
1	Demanda Total	500,800.37
2	Demanda Potencial	222,555.68
3	Cuota de Mercado	4.50%
4	Demanda Inicial	22,536.02

Nota: Fuente propia

## “JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO

La demanda total del producto es de 500,800.37 unidades, y la demanda potencial 222,555.68, la demanda inicial o participación en el mercado del nuevo producto HACACOCO es de 22,536.02 unidades anual, esto teniendo en cuenta la participación o cuota de mercado de 4.5% que corresponde al nuevo producto.

El cálculo de la demanda se realiza con la información obtenida del INIDE 2008, con respecto a la población femenina del distrito IV, así como los resultados obtenidos en el instrumento aplicado (encuesta), que indica que el 88.9% consumen aceites naturales para el cuerpo, y el 44.4% está dispuesto a probar un nuevo producto.

### 8.2. Proyección de venta a 5 años

**Tabla 13.** Proyección de ventas

Precio de venta	C\$ 171.23	C\$ 232.71	
Proyección / Años	Proyección de Ventas en Unidades 50 ml.	Proyección de Ventas en Unidades 120 ml.	Proyección de Ventas
<b>1 (2024)</b>	8,773.00	17,722.00	C\$ 5,626,333.35
<b>2 (2025)</b>	9,826.00	19,848.00	C\$ 6,301,334.06
<b>3 (2026)</b>	11,301.00	22,825.00	C\$ 7,246,675.98
<b>4 (2027)</b>	13,334.00	26,934.00	C\$ 8,550,991.96
<b>5 (2028)</b>	16,001.00	32,321.00	C\$ 10,261,271.14

Nota: Fuente propia

Se proyectan ventas para los primeros 5 años, tomando en cuenta la cantidad de unidades proyectadas a vender según la demanda inicial, y precio de venta de la competencia.

## **“JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO**

---

Se proyecta un incremento en las ventas del 5.6% para el primer año, 12% para el segundo año, 15% para el tercer año, 18% para el cuarto año y un 20% para el quinto año. Partiendo de la proyección del primer año del crecimiento económico del sector.

### 9. Plan de mercadeo

Tabla 14. Plan de mercadeo

Objetivo	Línea estratégica	Acción	Indicador	Mes a ejecutar	Responsable
Lanzamiento del nuevo producto de aceite natural para el cuerpo HACACOCO	Introducir al mercado la nueva marca y producto	<p>Publicidad masiva en redes sociales: Facebook, Whatsapp, Instagram, Tik Tok</p> <p>Visita a medios de TV, revistas matutinas</p> <p>Laminas o artes alusivas a la mujer con necesidad de alivio del cansancio y dolores musculares, antes del evento de apertura.</p> <p>Entrega de volantes a las personas salen de la competencia, lo que significa que son consumidores o les interesan los productos naturales, esto garantiza que brindaran atención a la volante.</p>	<p>Número de me gusta</p> <p>Número de compartir</p> <p>Número de comentarios</p> <p>Interactividad de los televidentes, radio escuchas</p>	Enero a marzo 2024	Responsable de mercadeo

“JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO

Objetivo	Línea estratégica	Acción	Indicador	Mes a ejecutar	Responsable
Lanzamiento del nuevo producto de aceite natural para el cuerpo HACACOCO	Introducir al mercado la nueva marca y producto	Recopilación de base de datos con información de posibles clientes, desde las redes sociales de la competencia.	Numero de datos recopilados	Enero 2024	Responsable mercadeo
		Envíos masivos de correos electrónicos Laminas o artes alusivas a la mujer con necesidad de alivio del cansancio y dolores musculares, antes del evento de apertura.	Número de personas que solicitan información o responden al link del correo	Febrero a diciembre 2024	Responsable de mercadeo
		Evento de inauguración de local y lanzamiento del producto, publicar invitación en las redes sociales y volantes. Durante este evento se realizará una estrategia inversiva a los prospectos de clientes, esta consistirá en la contratación de un especialista para que realice masajes a las personas que participen en la actividad y deseen hacerlo, igualmente se darán consejos y demostraciones de cómo aplicar el aceite y de qué forma realizar los masajes según el área deseada.	Número de personas participantes en el evento	En marzo del 2024	Gerente general y responsable de mercadeo

“JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO

Objetivo	Línea estratégica	Acción	Indicador	Mes a ejecutar	Responsable
Lanzamiento del nuevo producto de aceite natural para el cuerpo HACACOCO	Introducir al mercado la nueva la marca y producto	<p>Participación en eventos públicos masivos:</p> <p>Ferias de emprendimientos</p> <p>Ferias de productos naturales</p> <p>Volanteo en lugares y eventos públicos.</p>	<p>Número de personas que visitan el Stan</p> <p>Número de volantes entregadas</p> <p>Cantidad de producto vendido.</p>	Enero a diciembre 2024	Responsable de mercadeo
	Alianzas estratégicas	<p>Spa, centros de masajes, tiendas naturistas.</p> <p>Para esto se contratará inicialmente 1 persona que será la fuerza de venta, el recurso humano encargado de realizar visitas y promover el producto en las instituciones en donde se quiere llegar.</p> <p>Se ofrecerá a los aliados estratégicos bonificación o comisión por venta de producto del 4%, así como muestras gratis para el uso en los locales.</p>	Convenios Colocación del producto	Enero a diciembre 2024	Responsable de mercadeo

“JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO

Objetivo	Línea estratégica	Acción	Indicador	Mes a ejecutar	Responsable
Lanzamiento del nuevo producto de aceite natural para el cuerpo HACACOCO	Beneficios al cliente	Promociones de precio y producto Certificados de regalos de centros de masajes, spa Realizar 1 vez al mes el <b>Tu día feliz</b> que consistirá en la aplicación de masajes gratis en la tienda a las clientas.	Número de producto vendido Número de certificado de regalos entregados	Enero a diciembre 2024	Responsable de mercadeo

Nota: Fuente propia.

## **10. Conclusiones y recomendaciones**

Se elabora este plan de mercadeo con el objetivo de introducir al mercado el nuevo producto HACACOCO, para suplir la necesidad de la población de un producto 100% natural sin químicos ni preservantes que ayude a mejorar el nivel de vida de las personas.

Se recomienda seguir las acciones concretas del plan de marketing para introducir el producto al mercado, haciendo frente a la competencia y minimizando la amenaza de los productos sustitutos.

### **III. OPERACIONES**

## **1. Objetivos del plan de producción**

### **1.1. Objetivo general**

Crear un plan estratégico que optimice la distribución del proceso de fabricación, así como la asignación eficiente de recursos humanos, materiales y tecnológicos que aseguren la producción suficiente que satisfaga la demanda del aceite HACACOCO, según el estudio de mercado en los distritos IV de Managua.

### **1.2. Objetivos específicos**

Corto plazo:

Incrementar la producción en un 5.6% durante el primer año, implementando eficazmente el plan estratégico para el proceso de producción, así como la asignación de recursos en respuesta a la demanda del aceite HACACOCO.

Mediano plazo:

Adquirir la maquinaria necesaria para los procesos de producción, con el propósito de progreso en términos de eficiencia, tiempo y calidad, asegurando una implementación efectiva de las acciones planificadas para el crecimiento de la capacidad productiva y la calidad del aceite HACACOCO.

Largo plazo:

Diversificar la producción mediante la incorporación de un nuevo producto en la línea de producción, como parte integral del plan estratégico global buscando el crecimiento en la oferta de productos, manteniendo la eficiencia operativa y respondiendo a las tendencias del mercado identificadas.

## 2. Especificaciones del producto

JC Natural’s, ofrece un producto 100% natural, a base de aceite de coco y aceite esencial de albahaca, la combinación de ambos aceites da como resultado el producto llamado HACACOCO, consolidando los beneficios y propiedades de ambos aceites (coco y esencia de albahaca) en uno solo.

El producto aceite HACACOCO, se comercializará en 2 presentaciones de 120ml y 50ml, ambas presentaciones en envase plástico, transparente, para facilidad de uso y seguridad, evitando derrame del producto en caso que no esté en una superficie plana y fija (o sea que se porte en el bolso o cualquier otro depósito blando).

Color – verde - amarillento transparente

Diseño – presentación en botella de plástico con fácil aplicador

Olor – agradable olor natural que surge de la combinación del coco con albahaca

Sensación – de suavidad y humectante

Los beneficios y propiedades del producto HACACOCO son:

1. Antiinflamatorio
2. Relajante muscular
3. Analgésico
4. Repelente natural contra mosquitos
5. Reducción o eliminación de problemas en la piel como acné, estrías.
6. Limpieza facial
7. Anti estrés, fatigas, ansiedades (con masajes),
8. Revitalizante natural para el cabello.

## “JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO

9. Alivia resfriados y tos gracias a las propiedades antiespasmódicas que contiene, se puede utilizar para combatir la tos y otros síntomas de los resfriados. Precisamente por estas propiedades ayuda a combatir también el asma y las alergias.

Otros beneficios:

1. Envase práctico y seguro.
2. Presentación o tamaño de acorde a la necesidad del consumidor.
3. Reducción de costo al adquirir dos productos en uno.

**Figura 7.** Etiqueta HACACOCO, presentación de 120ml.

**Ingredientes**

Aceite de coco 100% natural 117 ml  
Aceite esencial de albahaca 3 ml

**Aplicación**

Aplicar la cantidad suficiente sobre la piel, con suaves masajes en el área deseada.

**Beneficios para la salud**

Anti-inflamatorio  
Relajante muscular  
Analgésico  
Anti-estrés, fatigas y ansiedades  
Elimina y reduce el acné  
Limpieza facial  
Estrías  
Revitalizante natural para el cabello  
Repelente natural contra mosquitos

Registro sanitario: Usar antes:

Producto 100% natural

Uso tópico 120 ml

Nota: Fuente propia.

Figura 8. Etiqueta HACACOCO, presentación de 50ml.



Nota: Fuente propia.

La etiqueta del producto contiene el logo de la empresa, el nombre del producto, va indicada la presentación o cantidad de producto que contiene el envase, así como los ingredientes que contiene, los beneficios para la salud al ser aplicado, registro sanitario y fecha de caducidad.

Nombre y logo del producto en color verde, en referencia a la naturaleza y al eslogan producto 100% natural.

## “JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO

Envase seguro, plástico, transparente, tapa de rosca, manipulación pus, con sobre tapa transparente para seguridad.

**Figura 9.** Envase HACACOCO



Nota: Fuente propia.

### 3. Descripción del proceso de producción

La producción lista para la comercialización de aceite HACACOCO mensual será de 2145 unidades, 705 unidades de la presentación de 50ml y 1440 unidades de la presentación de 120ml.

A continuación, descripción del proceso de producción:

#### 1. Recepción de la materia prima.

Al recibir la materia prima se verifica que todos los insumos se encuentren en óptima calidad y condiciones para la preparación del aceite HACACOCO. Una vez recibido los insumos y efectuada la prueba de calidad, estos son trasladados a bodega de insumos o materia prima, en donde debe resguarda a temperatura ambiente, sin exposición al sol.

#### 2. Traslado de materia prima a producción y control de calidad de la misma.

Ya teniendo los insumos estos son trasladados al área de producción en donde se realiza prueba de calidad y verifica la dosificación de los mismos para iniciar el proceso.

Si la prueba de calidad de los insumos es positiva el siguiente proceso es la dosificación de lo contrario si la prueba de calidad es negativa, la materia prima o insumo es devuelta a los proveedores.

#### 3. Dosificación.

Para la producción de 55 galones de aceite HACACOCO, se dosifica la cantidad de 53.59 galones de aceite de coco y 1.41 galones de aceite esencial de albahaca.

#### 4. Mezcla.

Verificada la dosificación de los insumos se procede a la mezcla de los ingredientes, se vierten en un recipiente de 60, ya integrados ambos insumos se mezclan removiendo hasta tener un aceite uniforme, homogéneo.

5. Prueba de calidad del producto.

La prueba organoléptica involucra el uso de los sentidos humanos (vista, olfato y tacto). Se verifica que el producto HACACOCO, sea un aceite que tenga el olor, color y consistencia adecuada. El color debe ser verde - amarillento transparente, con un agradable olor natural que surge de la combinación del coco con albahaca, al tacto genera una sensación de suavidad y humectación. Si las pruebas resultan positivas se procede a envasar, de lo contrario se desecha el producto.

El producto que se desecha perfectamente puede ser utilizado en la elaboración de velas y jabones, por lo que se realizara contactos con empresas que se dedican a la elaboración de estos productos para vender el aceite.

6. Envasado.

Una vez realizada la prueba de calidad del producto HACACOCO, se procede a verter en el envase. De los 55 galones preparados se utilizan 45.65 galones para obtener 1440 presentaciones de 120 ml, y 9.31 galones de producto para obtener 705 presentaciones de 50ml. Al finalizar esta parte del proceso se debe garantizar la estética del envase (sin derrame por fuera).

7. Control de calidad de envasado.

Una vez envasado el producto debe pasar por prueba de calidad que consiste en la validación de la medida exacta del producto, es decir que no contenga menos de lo indicado, ni este el producto derramado por fuera del envase.

Si pasa el control de calidad el siguiente paso, es etiquetar, de lo contrario es retornado al área de envasado para su rectificación.

8. Etiquetado.

Listo el producto en el envase se procede a etiquetar las botellas, por separado primeramente se etiqueta la presentación de 120mil, y posterior se etiqueta la presentación de 50ml.

9. Control de calidad de producto terminado.

Se procede a verificar que todo el producto este correctamente etiquetado por presentación, y etiqueta adecuadamente adherida al frasco.

Si pasa el control de calidad pasa al siguiente paso, el embalaje, de lo contrario es retornado al área de etiquetado para su rectificación.

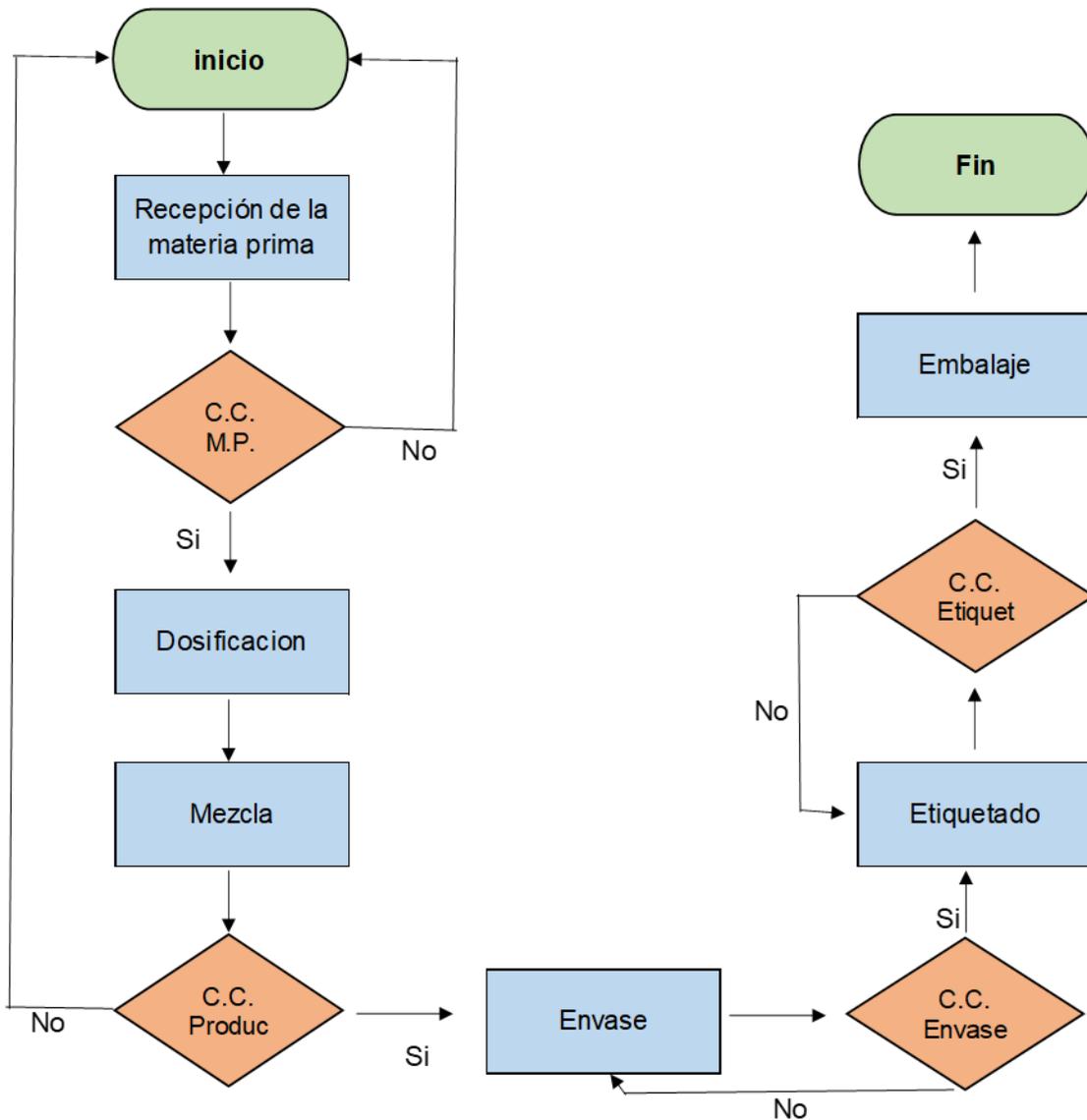
10. Embalaje.

Una vez el producto este aprobado por control de calidad de productos terminados se procede al embalaje, este se realizará en cajas de 12 unidades, en total son 120 cajas de la presentación de 120ml, y 58 cajas y 9 unidades de la presentación de 50ml.

11. Traslado a bodega producto terminado.

Ya empacado el producto se traslada a bodega de producto terminado, listo para la comercialización, el tiempo que el producto este en bodega debe garantizarse las condiciones óptimas para que el producto mantenga su calidad y presentación.

#### 4. Diagrama de flujo de proceso



Abreviaturas utilizadas en control de calidad:

Control de calidad (C.C.)

Materia prima (M.P.)

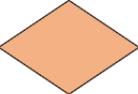
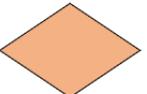
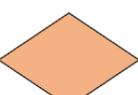
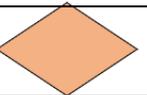
Producto (Produc)

Etiquetado (Etiquet)

## 5. Cronograma de proceso de producción

A continuación, se detallan los tiempos desde el inicio del proceso, en el área de producción, hasta el final, embalaje y resguardo en bodega productos terminados.

**Tabla 15.** Cronograma de proceso de producción HACACOCO

<b>Símbolo</b>	<b>Etapa</b>	<b>Proceso</b>	<b>Tiempo</b>
	1	Recepción de materia prima	0.25 hora
	2	Control de calidad de materia prima	0.50 hora
	3	Dosificación de la materia prima	2 horas
	4	Mezcla de los insumos o materia prima	2 horas
	5	Control de calidad del aceite	0.25 hora
	6	Envasado	48 horas
	7	Control de calidad de producto envasado	48 horas
	8	Etiquetado	56 horas
	9	Control de calidad de etiquetado y productos terminados	35 horas
	10	Embalaje	16 horas
		<b>Duración total del proceso en horas</b>	<b>160</b>

Nota: Fuente propia.

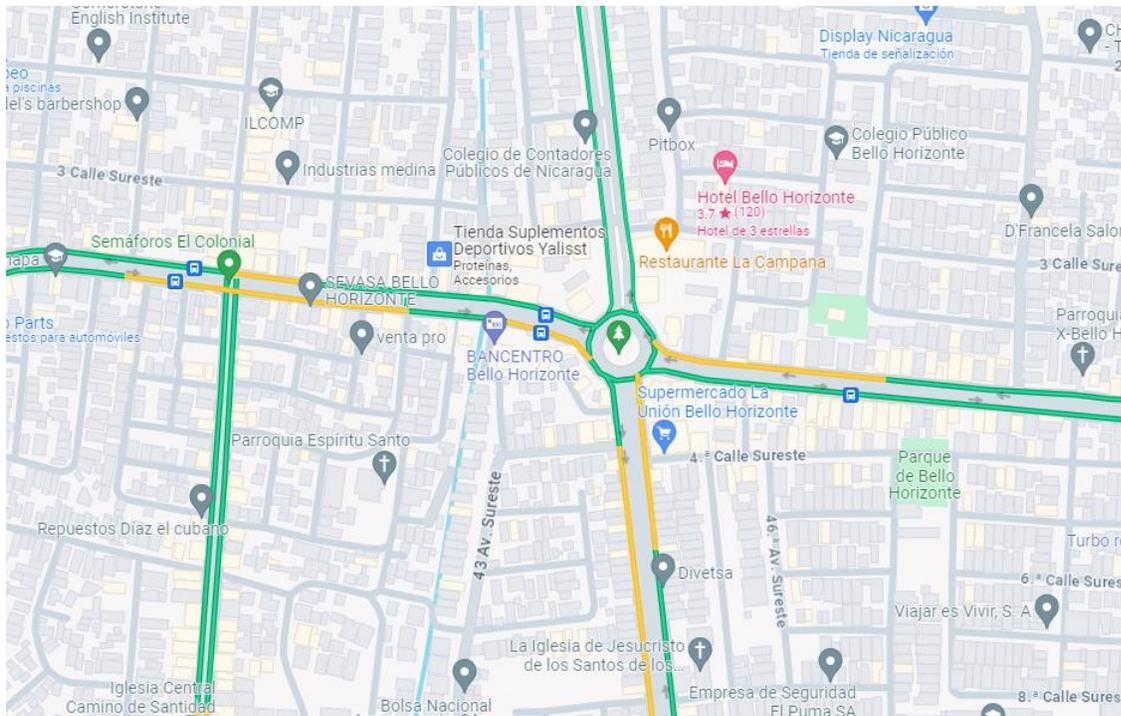
Esto es para la producción de 1440 unidades de 120ml y 705 unidades de 50ml.

## 6. Equipos e instalaciones

### 6.1. Ubicación de la empresa

JC Natural’s se encuentra ubicada en residencial bello horizonte, en la calle principal, siendo una zona altamente comercial y de fácil acceso, y en donde cuenta de servicios básicos de energía eléctrica, agua potable, telefonía convencional y móvil, internet.

**Figura 10.** Ubicación de la empresa JC Natural’s



Nota: Fuente propia.

## 6.2. Capacidad instalada

JC Natural tiene una capacidad instalada para producir en total 2145 unidades mensuales, los cuales están distribuidas en 705 unidades de la presentación de 50ml y 1440 unidades de la presentación de 120ml.

Tomando en cuenta la información anterior se calcula la capacidad de producción del primer año (trimestral) y de los siguientes 4 años con proyección a crecimiento.

**Tabla 16.** Capacidad de producción de JC Natural's.

<b>Capacidad de producción</b>					
<b>Incremento de la producción trimestral (1 año)</b>					
% Incremento trimestral	1.5%		1.5%		2.6%
<b>Producción (unidad)</b>	<b>1er trimestre</b>	<b>2do trimestre</b>	<b>3er trimestre</b>	<b>4to trimestre</b>	
Presentación 50ml	2,115	2,147	2,179	2,236	
Presentación 120ml	4,320	4,385	4,451	4,567	
<b>Incremento de la producción anual</b>					
% Incremento anual	12%		15%		18.00%
<b>Producción (unidad)</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Presentación 50ml	8,677	9,814	11,298	13,334	16,001
Presentación 120ml	17,722	19,849	22,825	26,934	32,321
<b>Capacidad de producción / Presentación 50ml</b>			<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	
Capacidad de producción máxima por hora (durante el 1er trime			4.41	Unidades 50ml / hora	
Capacidad de producción máxima por mes (durante el 1er trime			705	Unidades 50ml / mes	
Capacidad de producción máxima por el primer año			8,677	Unidades 50ml/ año	
<b>Capacidad de producción / Presentación 120ml</b>			<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	
Capacidad de producción máxima por hora (durante el 1er año)			9	Unidades 120ml / hora	
Capacidad de producción máxima por mes (durante el 1er año)			1440	Unidades 120ml / mes	
Capacidad de producción máxima por el primer año			17,722	Unidades 120ml/ año	
<b>Principales características de los equipamiento que e debe adquirir para atender los objetivos de producción.</b>					
Tanque acero inoxidable, para almacenar y mezclar la materia prima.					
Máquina llenadora y dosificadora					
Máquina etiquetadora					
Polines					
Estantes					

Nota: Fuente propia.

**“JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO**

La maquinaria instalada para esta producción es la siguiente:

**Tabla 17.** Maquinaria instalada JC Natural’s

Maquinaria y equipos	Cantidad	Descripción o imagen	Precio Unitario
Tanque para mezclar y almacenar	1		C\$ 42,800.00
Llenadora dosificadora	1		C\$ 38,500.00
Máquina para etiquetar (Modelo HZPK MT-50)	1		C\$ 15,280.00
Mesas de acero inoxidable	2		C\$ 6,100.00
Estantes	10		C\$ 2,300.00
Polines	20		C\$ 680.00

Nota: Fuente propia.

Otros requerimientos

**Tabla 18.** Otros materiales y equipos requeridos

Maquinaria y equipos	Cantidad	Descripción o imagen	Precio unitario
Guantes	12		C\$ 55.50
Mascarillas y lentes de seguridad	12		C\$ 92.50
Batas y botas	12		C\$ 222.00
Escritorios	4		C\$ 3,400.00
Mueble de recepción	1		C\$ 12,950.00
Teléfonos celulares	3		C\$ 2,220.00

“JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO

Maquinaria y equipos	Cantidad	Descripción o imagen	Precio unitario
Teléfonos IP (extensiones)	9		C\$ 869.50
Computadoras	4		C\$ 9,250.00
Sillas Ejecutivas	4		C\$ 2,590.00
Sillas Secretariales	1		C\$ 2,035.00
Sillas de espera	12		C\$ 740.00

Nota: Fuente propia.

## 7. Diseño y distribución de planta y oficina

JC Natural’s contará con nueve áreas, los cuales se detallan a continuación:

- ✓ Área de venta (exhibición de producto)
- ✓ Caja
- ✓ Despacho
- ✓ Bodega
- ✓ Baños
- ✓ Área de producción (2)
- ✓ Oficinas administrativas

Figura 11. Distribución planta JC Natural’s



Nota: Fuente propia.

JC Natural’s contará con un área de 11 metros de ancho por 17.50 metros de largo, para un área total de 195.20m<sup>2</sup>.

**Tabla 19.** Medidas por áreas

Área	Ancho m	Largo m	Área total m <sup>2</sup>
Mezcla y envase	4.5	7	31.5
etiquetado y embalaje	4.5	4.5	20.25
Administración	4.5	6	27
baños	2.2	3	6.6
Gerencia general	3	4.2	12.6
Bodega	5.2	5.8	30.16
Despacho	2	2.5	5
Caja	2	3.2	6.4
Sala de ventas	3.2	7.5	24
Pasillo (largo de planta)	1.3	17.5	22.75
pasillo (caja-despacho)	2	1.5	3
pasillo (baños-gerencia g)	2.16	1.5	3.24

Nota: Fuente propia.

Descripción de cada área:

- ✓ Sala de ventas, se ubicarán vitrinas para exhibición de producto al público para la venta. Área para promoción y diferentes actividades para publicitar el producto e incentivar el incremento de las ventas.
- ✓ Caja, facturación y recepción de pago por venta de producto, pagos a proveedores.
- ✓ Despacho, área de entrega del producto vendido.
- ✓ Bodega, sectorizada en dos, en un sector resguardo o almacenamiento de materia prima, y en el otro sector el producto terminado listo para el despacho.

## “JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO

---

- ✓ Mezcla y envase, en esta área se realiza el proceso de producción, es donde se mezclan la materia prima para dar origen al nuevo producto, para ser envasado.
- ✓ Etiquetado y embalaje, en esta área se etiqueta el envase ya con producto, y se embalaje en caja de 12 unidades cada una.
- ✓ Administración, contabilidad y recursos humanos, en esta oficina se ubica el personal administrativo, que vela por el adecuado manejo de los recursos de la empresa.
- ✓ Gerencia General, es la ubicación del gerente general de la empresa, de donde se debe planificar y manejar los planes de mejoras continuas.
- ✓ Baños, servicios higiénicos.

## 8. Materia prima

Para la producción de un total 2145 unidades mensuales, los cuales están distribuidas en 705 unidades de la presentación de 50ml y 1440 unidades de la presentación de 120ml, JC Natural’s requiere la siguiente materia prima:

### 8.1. Necesidades de materia prima

**Tabla 20.** Necesidades de materia prima mensual

Materia Prima	Unidad de medida	Cantidad	Precio
Aceite de coco 100% natural	Galón	53.59	C\$ 550.00
Aceite esencial de albahaca	Galón	1.41	C\$ 32,500.00
Otros			
Envase plástico presentación de 120ml	Unidad	1440	C\$ 70.00
Envase plástico presentación de 50ml	Unidad	705	C\$ 55.00
Etiquetas	Unidad	2200	C\$ 13,200.00

Nota: Fuente propia.

## 8.2. Identificación de proveedores y cotizaciones

Los proveedores de JC Natural’s, son seleccionados por la calidad en materia prima que ofrecen, lo que garantizará que el producto HACACOCO sea 100% natural y de la más alta calidad al llegar al consumidor.

JC Natural’s también toma en cuenta el cumplimiento de la entrega en tiempo, para evitar atraso en la producción.

**Tabla 21.** Proveedores

Proveedor	Materia prima	Precio
Taller artesanal conformado por mujeres el cual está ubicado en Kukra Hill	Aceite de coco	C\$ 550.00
Winas, ubicado en Bluefields	Aceite de coco	C\$ 550.00
Tienda naturaleza	Aceite esencial de albahaca	C\$ 32,500.00
Plástico Nicaragua	Envase plásticos presentaciones de 50ml y 120 ml	C\$ 55.00
		C\$ 70.00
Kromy Publicidad	Etiquetas	C\$ 3.90
		C\$ 7.25

Nota: Fuente propia.

### 8.3. Compras

Teniendo en cuenta la producción inicial mensual de 2,145 unidades, a continuación, se detalla las necesidades de materia prima mensual a comprar.

**Tabla 22.** Compras mensuales

Ítem	Materia prima	Unidad medida	Cantidad	Precio unitario	Total compra mensual
1	Aceite de coco	Galones	53.59	C\$ 550.00	C\$ 29,474.50
2	Aceite esencial de albahaca	Galones	1.41	C\$ 32,500.00	C\$ 45,825.00
	<b>Otros</b>				
3	Envase plásticos 50ml	Unidad	705	C\$ 55.00	C\$ 38,775.00
4	Envase plásticos 120 ml	Unidad	1440	C\$ 70.00	C\$ 100,800.00
5	Etiquetas 50ml	Unidad	705	C\$ 3.90	C\$ 2,749.50
6	Etiquetas 120ml	Unidad	1440	C\$ 7.25	C\$ 10,440.00
<b>Total compra mensual</b>					<b>C\$ 228,064.00</b>

Nota: Fuente propia.

En la tabla 9 se presenta la proyección de compra anual de materia prima, para los primeros cinco años, considerando la proyección de producción desde el año uno hasta el año 5.

**Tabla 23.** Proyección compra de 5 años

Ítem	Materia prima	Unidad medida	Cantidad año 1	Año 2 (+12%)	Año 3 (+15%)	Año 4 (+18%)	Año 5 (+20%)
1	Aceite de coco	Galones	643.08	720.25	828.29	977.38	1,172.85
2	Aceite esencial de albahaca	Galones	16.92	18.95	21.79	25.72	30.86
	<b>Otros</b>						
3	Envase plásticos 50ml	Unidad	8,460.00	9,475.20	10,896.48	12,857.85	15,429.42
4	Envase plásticos 120 ml	Unidad	17,280.00	19,353.60	22,256.64	26,262.84	31,515.40
5	Etiquetas	Unidad	25,740.00	28,828.80	33,153.12	39,120.68	46,944.82

Nota: Fuente propia.

## 9. Manejo de inventario

JC Natural’s implemento el control de inventario utilizando el método PEPS, tanto de la materia prima como del producto terminada.

Las compras de materia prima son mensuales, hay un inventario inicial de materia prima el cual es la reserva para cubrir cualquier imprevisto de proveedor o pedido de producto, este inventario inicial de materia prima equivale al 50% de la materia prima mensual.

**Tabla 24.** Inventario de materia prima

Ítem	Materia prima	Unidad medida	Cantidad / Inventario inicial	Cantidad / Mensual	Total inventario
1	Aceite de coco	Galones	26.80	53.59	80.39
2	Aceite esencial de albahaca	Galones	0.71	1.41	2.12
	<b>Otros</b>				
3	Envase plásticos 50ml	Unidad	352.50	705.00	1,057.50
4	Envase plásticos 120 ml	Unidad	720.00	1,440.00	2,160.00
5	Etiquetas	Unidad	1,072.50	2,145.00	3,217.50

Nota: Fuente propia.

JC Natural’s garantiza las condiciones óptimas en bodega para mantener la calidad de la materia prima desde el momento de selección y compra con el proveedor, hasta el momento de ser transferido al área de producción.

El inventario o producto terminado de JC Natural’s es de 2,145 unidades, los cuales están distribuidos en 705 unidades de 50ml y 1440 unidades de 120ml, listo para la comercialización, con óptimas condiciones en bodega para mantener su calidad y preservar sus beneficios.

## 10. Mano de obra requerida

JC Natural’s requerirá de mano de obra directa e indirecta.

La mano de obra directa está en dependencia de la producción, según detalle a continuación:

**Tabla 25.** Mano de obra directa requerida

<i>Proceso</i>	<i>Descripción</i>	<i>No. Requerido</i>	<i>Cargo</i>
Recepción de la materia prima	Recepción de la materia prima y validación de optima calidad		
Traslados	La materia prima se traslada a resguardo en bodega, para posteriormente ser trasladada al área de producción.	1	Bodeguero
Recepción de producto terminado	Recibe los productos terminados de producción para resguardo en bodega.		
Dosificación y mezcla	Dosifica la materia prima y realiza la mezcla para obtener el producto.	2	Técnico dosificador
Envasado	Opera la maquina de envasado y dosificación de producto en las presentaciones correspondientes.		
Etiquetado	Opera la maquina de etiquetado		
Embalaje	Empaca el producto en cajas de 12 unidades cada una.	1	Operario

**La mano de obra directa requerida es de 4 personas**

Nota: Fuente propia.

En cuanto a la mano de obra indirecta se tienen los siguientes requerimientos:

**Tabla 26.** Mano de obra indirecta requerida

<i>Proceso</i>	<i>Descripción</i>	<i>No. Requerido</i>	<i>Cargo</i>
Atención al cliente	Atiende y brinda información a las personas que visitan la sala de venta, crea base de datos para posterior seguimiento. Brinda asistencia al personal de las oficinas (secretaria)	1	Atención al cliente y asistente de oficinas
Promoción de producto	Realiza y ejecuta plan de marketing completo para la promoción del producto,	1	Mercadeo
Jefe de Talento Humano y Administración	Llevar el control de inventarios, proveedores y bases de datos. <sup>3</sup> Encargado de las gestiones y talentos humanos. Gestión de recursos materiales Planificación y ejecución de las operaciones de la microempresa.	1	Administrador
Contabilidad	Contabiliza las operaciones de la empresa. Declaración de impuestos. Gestiones en entes reguladores	1	Contador
Seguridad / Conserje	Encargado de la seguridad. Limpieza general de la microempresa	1	Servicios generales
<b>La mano de obra indirecta requerida es de 5 personas</b>			

Nota: Fuente propia.

## “JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO

Proyección de mano de obra requerida a partir del tercer año de puesto en marcha el proyecto, teniendo en cuenta el volumen de producción y crecimiento del mismo:

Mano de obra requerida.

**Tabla 27.** Mano de obra directa proyectada

<i>Proceso</i>	<i>Descripción</i>	<i>No. Requerido</i>	<i>Cargo</i>
Recepción de la materia prima	Recepción de la materia prima y validación de optima calidad.		
Traslados	La materia prima se traslada a resguardo en bodega, para posteriormente ser trasladada al área de producción.	4	Bodeguero
Recepción de producto terminado	Recibe los productos terminados de producción para resguardo en bodega.		
Dosificación y mezcla	Dosifica la materia prima y realiza la mezcla para obtener el producto.	1	Jefe de producción
Envasado	Opera la maquina de envasado y dosificación de producto en las presentaciones correspondientes.	6	Técnico dosificador
Etiquetado	Opera la maquina de etiquetado.		
Embalaje	Empaca el producto en cajas de 12 unidades cada una.	4	Operario
<b>La mano de obra directa requerida es de 15 personas</b>			

Nota: Fuente propia.

**Tabla 28.** Proyección de mano de obra indirecta

<i>Proceso</i>	<i>Descripción</i>	<i>No. Requerido</i>	<i>Cargo</i>
Atención al cliente	Atiende y brinda información a las personas que visitan la sala de venta, crea base de datos para posterior seguimiento.	2	Atención al cliente
Asistente de oficinas	Brinda asistencia al personal de las oficinas (secretaria)	1	Asistente administrativa
Promoción de producto	Realiza y ejecuta plan de marketing completo para la promoción del	1	Jefe Mercadeo
	Promoción del producto en diferentes punto de venta y medios de comunicación	1	Imputadora
	Visitas y comunicación con posibles aliados estratégicos (tiendas naturistas, centros spa,	1	Vendedor
Planificación estratégica, administración y control de recursos humanos y materiales.	Planificación y ejecución de las operaciones de la microempresa.	1	Gerente general
	Llevar el control de inventarios, proveedores y bases de datos. <sup>3</sup>	1	Administrador
	Gestión de recursos materiales.		
	Encargado de las gestiones y talentos humanos.	1	Responsable de recursos humanos
Contabilidad	Contabiliza las operaciones de la empresa.	1	Contador
	Declaración de impuestos.	2	Asistente contable
	Gestiones en entes reguladores.		
Servicios generales	Encargado de la seguridad.	2	Seguridad Interna
	Limpieza general.	1	Conserje

**La mano de obra indirecta requerida es de 15 personas**

Nota: Fuente propia.

## 11. Planes de mejoras continúa

Para JC Natural’s la mejora es un compromiso continuo, garantizando la calidad del producto con mejores procesos y tiempos de producción.

- ✓ Fomentar en el equipo de colaboradores la afección y fidelidad a la misión y visión de JC Natural’s.
- ✓ Elaborar un plan de mejoras de producción tomando en cuenta las observaciones y recomendaciones del personal operario del área, estas observaciones serán recolectadas por medio de un instrumento aplicado a los mismos.
- ✓ Reuniones continuas programadas 1 vez a la semana con los colaboradores de producción, haciendo énfasis en el cuidado y manejo de la materia prima y el producto terminado.
- ✓ Capacitaciones continuas al personal para el adecuado manejo de los equipos y tecnología.
- ✓ Manejo adecuado de la materia prima para evitar el desperdicio.
- ✓ Adquisidor de equipos nuevos para los procesos de producción.
- ✓ Plan para la diversificación de productos a agregar a la línea de procesos de producción.
- ✓ Adecuada programación de compra de materia prima para evitar el atraso en la producción.

- ✓ Elaboración de plan de mantenimiento de los quipos para evitar atraso en la producción por desperfectos técnicos.

## 12. Políticas de calidad

Las políticas de calidad son incluidas en la normativa ISO como uno de sus pilares básicos y plantea mantenerla disponible para consultar en cualquier momento por empleados o usuarios de la empresa.

Según la norma ISO 9001:2015, la política de calidad debe apoyar el direccionamiento estratégico de la empresa, de forma que es imprescindible que se tengan en cuenta los objetivos de la misma en el desarrollo y establecimiento de la política. Lo ideal, es que tanto la dirección como los trabajadores estén implicados en la elaboración de la política.

La política de calidad de JC Natural’s está basada en lo siguiente:

- ✓ Integridad personal de los colaboradores, disciplina, orden, respeto, honestidad y entusiasmo.
- ✓ Para la mejora continua deber ser parte del reto diario la creatividad e innovación
- ✓ Ser productivo en el trabajo y empleo de los recursos materiales.
- ✓ Trabajo libre de errores demuestran compromiso y realidad con la empresa y la calidad.
- ✓ Normas de seguridad e higiene laboral, los colaboradores deben garantizar su higiene personal y utilizar el equipo de seguridad que le brinda la empresa (tapa boca, bata, botas, guantes, etc.).

## **13. Objetivos de la empresa en el área organizacional**

### **13.1. Objetivo general**

- ✓ Diseñar un esquema organizacional en donde las diferentes áreas estén vinculadas y comunicadas, facilitando los procesos de gestión, producción y comercialización del aceite natural HACACOCO.

### **13.2. Objetivos específicos**

- ✓ Elaborar manuales de normativas o políticas de procedimientos, para el área de recursos humanos, en cuanto a contrataciones de personal, promoción de cargo, evaluación de desempeño.
- ✓ Construir manual de puestos y funciones del personal de cada área.
- ✓ Definir plan de capacitación al personal de las diferentes áreas, para el desarrollo y destreza de sus habilidades, creciendo individualmente como persona y empresa.

## 14. Gestión legal

Luego de constituir la sociedad y tener el documento legal debidamente certificado ante un notario público, autorizado por la Corte Suprema de Justicia de Nicaragua, se procede a realizar las gestiones y registro ante las entidades estatales correspondiente.

Los trámites legales para formalizar e inscribir una sociedad son los siguientes:

1. Inscripción como comerciante ante el MIFIC.
2. Inscripción en el Registro público mercantil.
3. Registro único del contribuyente en la DGI
4. Registro de libros contables ante la DGI y MIFIC.
5. Registro y tramite de Matricula anual ALMA.
6. Dictamen ambiental ALMA.
7. Registro sanitario en MINSA.
8. Registro patronal (INSS).
9. Registro de marca en el MIFIC.

El gobierno para agilizar los trámites apertura la ventanilla única del inversionista (VUI), la cual está conformada por cuatro instituciones públicas como son: Registro Mercantil, Dirección General de Ingresos, Alcaldía de Managua y el MIFIC.

Servicios que presta la VUI:

- ✓ Asesoría en el proceso de formalización de empresas.
- ✓ Inscripción de Escritura de Constitución, solicitud de inscripción como comerciante y sellado de libros.
- ✓ Inscripción de Poder General de Administración.

- ✓ Emisión de los documentos: Único de Registro (DUR), Número de Registro Único del Contribuyente (RUC).
- ✓ Constancia de Matricula Municipal y Número Patronal Pre-registro ante la Alcaldía de Managua.

Requisitos para la emisión de documento único de registro - DUR

(DGI- ALMA - INSS)

- ✓ Carta de solicitud dirigida al director/a de la Administración de Renta de la DGI del Centro Comercial Managua (se le estará indicando el nombre).
- ✓ 3 fotocopias Certificadas de Constitución de Sociedad, inscrita en el Registro Mercantil.
- ✓ 3 fotocopias de Solicitud de Comerciante, inscrita en el Registro Mercantil.
- ✓ 3 fotocopias del Poder General de Administración, inscrito en el Registro Mercantil.
- ✓ 3 fotocopias de cédula de identidad nicaragüense del Representante Legal, en caso de ser extranjero presentar Cédula de Residencia en condición que le permita trabajar en el país.
- ✓ 3 fotocopias de cédula de identidad o de pasaporte (en caso de ser extranjeros) de cada socio, y/o copia del RUC, en caso que el socio sea Persona Jurídica (son requeridas copias de identificación de los socios).
- ✓ 3 fotocopias de recibo de servicio público (agua o energía eléctrica) o contrato de arriendo, del domicilio particular, a nombre del presidente o representante legal. En caso contrario, presentar DECLARACIÓN NOTARIAL del domicilio particular.
- ✓ 3 fotocopias de escritura de contrato de arriendo del domicilio de la empresa. (Si es contrato privado debe celebrarse ante con un notario público). En caso contrario presentar, DECLARACIÓN NOTARIAL del domicilio de la empresa.
- ✓ 3 fotocopias de Poder Especial con timbres fiscales, si el trámite es realizado por un abogado, gestor o socio distinto al presidente o Representante legal.
- ✓ 3 fotocopias de cédula de identidad del apoderado especial y del notario autorizante de la escritura de constitución.

## “JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO

---

- ✓ Original y 2 fotocopias del formulario lleno de la DGI.
- ✓ Presentar en memoria USB (formato PDF con máximo de 8MG):
- Escritura a de constitución con su inscripción.
- Traspaso de acciones con su inscripción.
- Documento de identificación de Representante legal, socios y directivos.

### Registro de la marca

JC Natural`s, realizara inscripción o registro de marca del producto JACACOCO, ante el Registro de la propiedad intelectual, para tener la garantía que este no sea utilizado o comercializado por otras empresas o instituciones, a continuación los requisitos que se debe cumplir para realizar dicho registro:

- ✓ Formulario de solicitud de registro;
- ✓ Copia de cédula de identidad del representante o apoderado, según sea el caso,
- ✓ 8 reproducciones de la marca cuando esta tenga diseño, en un tamaño no mayor de 4cm de alto, por 4cm de ancho;
- ✓ 15 córdobas en timbres por cada folio; y
- ✓ El pago de la tasa establecida.

Lo anterior es en base a la ley 380 y ley 580 (reformas a la ley 380), Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos.

También se registrara el nombre comercial JC Natural`s, garantizando de esta manera que no sea utilizado para otro proyecto.

#### 14.1. Constitución de la sociedad

ESCRITURA PÚBLICA NÚMERO DOCE (12) CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA Y ESTATUTOS.- En la ciudad de Managua, departamento de Managua, lugar de mi domicilio y residencia a las tres y treinta de la tarde (03:30pm); Ante mí, PERLA MARINA TABLADA PERALTA, Abogado y Notario de la República Nicaragua, debidamente autorizada por la Corte Suprema de Justicia, para cartular en el quinquenio que expira el trece de Mayo del año dos mil veinticinco, comparecen las señoras: CARLA FRANCISCA LEIVA GONZALES, mayor de edad, casada, Licenciada en Contaduría Pública, Empresario, del domicilio de Managua, identificada con cedula número seis, cero, cuatro, guion cero, cuatro, uno, cero, siete, ocho guion cero, cero, cero, cero E (604-041078-0000E) y JACQUELINE VANESSA MORALES OROZCO, mayor de edad, casada, Licenciada en Administración de empresas, del domicilio de Managua, identificada con cedula número cero cero uno guion cero siete uno cero ocho nueve guion cero cero uno seis G (001-071089-0016G) acreditándose con la cédula de identidad correspondiente y yo la Notario doy fe de haber tenido a la vista las originales y de que tienen a mi juicio, la capacidad legal necesaria para contratar y obligarse especialmente para el otorgamiento de este acto, en el que proceden en su propio nombre e interés. Exponen los comparecientes en su referido carácter y dicen PRIMERA: (DENOMINACIÓN Y DOMICILIO DE LA SOCIEDAD).- La Sociedad se denominará “JC Natural’s SOCIEDAD ANÓNIMA.” conocida comercialmente como “JC Natural’s”. Escrita en cualquier tipo de letra y presentada en cualquier estilo o forma, la que tendrá derecho de registrarse en el registro de marcas, si la Junta General de Accionistas lo decidiere.- Tendrá su domicilio legal en esta ciudad de Managua, pero podrá establecer sucursales, agencias y oficinas en cualquier otra parte de la República de Nicaragua - Podrá cambiar su domicilio por decisión de la Junta General de Accionistas y de acuerdo con las leyes de la materia.- SEGUNDA: (DURACIÓN): La duración de la Sociedad será de noventa y nueve (99) años, contados a partir de la firma de la presente Escritura Pública y podrá ser renovada con el acuerdo total de los socios.- TERCERA: (OBJETO): La Sociedad tendrá por objeto: la producción y comercialización de productos de origen cien por ciento

natural. CUARTA: (CAPITAL SOCIAL): El capital social será la suma de setenta y cuatro mil córdobas netos (C\$74,000.00), divididos en veinte (20) ACCIONES Nominativas e inconvertibles al portador, con la facultad del endoso legal para la transmisión como título valor, con un valor de tres mil setecientos CÓRDOBAS NETOS (C\$ 3,700.00), cada una.- QUINTA: (JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS): La más alta autoridad de la Sociedad es la Junta General de Accionistas, cuyos acuerdos y resoluciones serán obligatorios para todos los socios, siempre que se hubiere dictado en la forma establecida por esta Escritura y en los Estatutos que se emitirán.- Las Juntas Generales serán Ordinarias o Extraordinarias celebrándose las primeras una vez al año, en la época en que señalen los Estatutos y las segundas, cuando lo acuerde la Junta de Directores, o cuando lo pidan por escrito cualquiera de los socios con expresión de objeto y causa, accionistas cuyas participaciones reunidas representen por lo menos un sesenta por ciento (60%) del capital social.- Las Juntas Generales podrán celebrarse en Nicaragua o fuera del país.- Las convocatorias para unas y otras se harán con quince días de anticipación por lo menos, por citaciones individuales enviadas por carta certificada, correo electrónico o cualquier otro medio escrito, - Las convocatorias para las Juntas Generales Extraordinarias especificarán el objeto de la Junta respectiva y no podrán válidamente tomarse resoluciones sobre asuntos no especificados en ellas.- Para que las Juntas Generales Ordinarias o Extraordinarias puedan constituirse, es preciso que concurren a ella, los dos socios accionistas- Si uno de los no puedan concurrir a una sesión de la Junta General de Accionistas, podrán hacerse representar mediante Apoderado en Escritura Publica.- SEXTA: (JUNTA DE DIRECTORES): La Junta de Directores tendrá el manejo, dirección y administración del negocio social con facultades de un apoderado generalísimo, y en consecuencia podrá ejecutar y llevar a cabo por medio del Presidente de la misma, de cualesquiera de sus miembros designados al efecto, o de cualquier otro apoderado designado con ese propósito, cualquier acto o negociación que fuere decidido y aprobado por ella, salvo aquellos que de conformidad con las leyes vigentes, esta Escritura o los Estatutos, estén reservados a la Junta General de Accionistas.- La Junta de Directores se compondrá de tres miembros, quienes desempeñarán las funciones de Presidente, tesorero y Secretario respectivamente.- La Junta General de Accionistas, podrá ampliar el número de miembros que integrarán la Junta de Directores, debiendo

acordarlo, antes de proceder a su elección, debiendo además, señalar los cargos que desempeñarán los nuevos Directores así electos.- Serán electos los Directores, no necesariamente de entre los socios de la Sociedad, por la Junta General de Accionistas en la sesión correspondiente, con indicación de cargo.- Para tales efectos, se tendrá como accionista para ser electo Presidente y Tesorero a cualquiera de los socios que tuviere acciones registradas en la Sociedad.- El Presidente y Tesorero electo ejercerá sus funciones por un período de dos (2) años.- Los miembros de la Junta de Directores podrán ser reelectos una o más veces.- Caso de que no se eligieren oportunamente a los nuevos miembros de la Junta de Directores, continuarán en sus funciones los que estuvieren en ejercicio, hasta que se verifique la nueva elección y tomen posesión de sus cargos los nuevos miembros electos.- En caso de vacante por revocación del nombramiento, renuncia, muerte o incapacidad civil, la Junta General de Accionistas elegirá a la persona que habrá de sustituir al que cause la vacante para completar el período para que éste fue electo.- Las sesiones de la Junta de Directores se celebrarán cuando sean convocadas por el Presidente o el que haga sus veces, con quince (15) días de anticipación.- Los miembros de la Junta de Directores podrán hacerse representar por poder cuando no puedan asistir a las sesiones en persona, por medio de otro Director.- Dichas sesiones podrán celebrarse dentro o fuera de la República de Nicaragua.- El quórum en la Junta de Directores se formará con la presencia del total de sus miembros.- En el caso que se aumentare el número de Directores, el quórum se constituirá con la mayoría simple del número de miembros que la compongan.- SÉPTIMA: (CONCURRENCIA MEDIANTE PODER): El poder mediante el cual se pueden hacer representar los socios en la Junta General de Accionistas y los Directores en las sesiones de la Junta de Directores, puede ser abierto a todas las Juntas Generales de Accionistas y sesiones de la Junta de Directores o referido a una determinada Junta General de Accionistas o sesión de la Junta de Directores y en este último caso, el poderdante podrá dar al apoderado instrucciones precisas y concretas de cómo votar en relación a los asuntos a tratar, tanto en las Juntas Generales de Accionistas, como en las sesiones de la Junta de Directores.- OCTAVA: (ADMINISTRADOR): La Junta de Directores podrá designar un Administrador, quien ejercerá la administración inmediata de los negocios y operaciones de la Sociedad, sujeto a las instrucciones que reciba de dicha Junta y bajo

su dirección, siendo sus atribuciones y deberes los que establezcan los Estatutos.-  
NOVENA: (SOCIOS FUNDADORES): Los socios fundadores declaran expresamente que no se reservan ninguna ventaja, privilegios ni derechos particulares.- No hay acciones remuneratorias.- DECIMA: (CONTABILIDAD, BALANCES Y DIVIDENDOS): La Sociedad llevará todos los libros necesarios, habida consideración de la naturaleza de los negocios a que se dedicará y de acuerdo a lo preceptuado por la ley.- El ejercicio económico de la Sociedad será el que establezca la ley.- Los Balances se formarán anualmente junto con los Estados Anuales de Ganancias y Pérdidas y serán presentados para su examen, modificación y aprobación de la Junta General de Accionistas en su primera sesión ordinaria de cada año posterior al cierre del ejercicio fiscal.- La Junta General decretará, si lo cree conveniente, los dividendos a pagar y la forma en que éstos deberán ser pagados, pudiendo delegar esta última decisión en la Junta de Directores.- DÉCIMA-PRIMERA: (DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN): La Sociedad terminará en cualquiera de los casos previstos en las leyes mercantiles de la República, con las modificaciones que se establezcan en los Estatutos.- Disuelta la Sociedad se procederá acto seguido a la liquidación, sujetándose a las disposiciones legales pertinentes y a las regulaciones que establezcan los Estatutos.- Los liquidadores tendrán las facultades que las leyes les confieren y la que los Estatutos o la Junta General de Accionistas les atribuyan.- DÉCIMA – SEGUNDA (SUSCRIPCIÓN Y APORTE DE CAPITAL): Los socios suscriben y pagan cada uno el siguiente número de acciones: El socio CARLA FRANCISCA LEIVA GONZÁLES suscribe y paga CINCUENTA (50) acciones, con valor de TRES MIL CÓRDOBAS NETOS (C\$ 3,000.00) cada una, para un total de CIENTO CINCUENTA MIL CÓRDOBAS NETOS (C\$ 150,000.00); el socio JACQUELINE VANESSA MORALES OROZCO, suscribe y paga CINCUENTA (50) acciones, con valor de TRES MIL CÓRDOBAS NETOS (C\$ 3,000.00) cada una, para un total de CIENTO CINCUENTA MIL CÓRDOBAS NETOS (C\$ 150,000.00), formando así el CIEN POR CIENTO (100%) del aporte al capital social.- Los socios limitan su responsabilidad frente a tercero, al monto de sus respectivos aportes de capital.- DÉCIMA-TERCERA: (ESTATUTOS): Siendo los exponentes los únicos socios con acciones suscritas y pagadas, se constituyen en Junta General de Accionistas y emiten los siguientes Estatutos por los que también se registrará la Sociedad, dando todos y cada

uno de ellos su expresa aprobación de la siguiente manera: Estatutos de: “JC Natural’s, SOCIEDAD ANÓNIMA”: Capítulo Primero: Cambio de Domicilio.- Artículo Uno: En caso de cambio del domicilio legal se dará aviso al público con quince (15) días de anticipación y se practicará la inscripción en el Registro correspondiente del nuevo domicilio.- Capítulo Segundo: De las Acciones y sus Transferencias.- Artículo Dos: Las acciones serán nominativas e inconvertibles al portador.- No habrán acciones remuneratorias.- Artículo Tres: Las acciones se firmarán por el Presidente y el Secretario de la Sociedad, debiendo contener su texto lo siguiente: Denominación de la Sociedad; lugar de su domicilio; la fecha de su constitución e inscripción en el Registro Mercantil; el importe del capital social y el número de acciones en que está dividido; el valor nominal del título; el nombre de la persona a quien se expide; el hecho de estar totalmente pagadas, la fecha de expedición y firmas.- Artículo Cuatro: Todo acuerdo de la Junta General de Accionistas, así como las resoluciones que emita, para que sean válidas deberán hacerse constar en el Libro de Actas de la Sociedad, las que deberán ser firmadas por el Presidente y el Secretario.- Artículo Cinco: El Presidente representará a la Sociedad, judicial y extrajudicialmente, con facultades de Apoderados General de Administración, con las limitaciones establecidas en la Escritura Social.- Artículo Seis: En ausencia temporal del Presidente, ejercerá sus funciones con los mismos poderes y facultades el Secretario.- Artículo Siete: El Presidente ejercerá la vigilancia de todos los negocios sociales e inspeccionará cuando lo tenga a bien, los trabajos de la Sociedad.- Convocará a sesiones de la Junta de Directores y de la Junta General de Accionistas, de acuerdo a la Escritura Social y estos Estatutos; firmará conjuntamente con el Secretario las Actas de las sesiones de la Junta de Directores y de la Junta General de Accionistas; podrá abrir cuentas corrientes en cualquier institución bancaria del país y del extranjero y librar cheques contra las mismas, y desempeñará todas las demás funciones que la ley, la Escritura Social, estos Estatutos y los reglamentos y resoluciones sociales contemplen.- Artículo Ocho: El Administrador, quien podrá ser accionista, de acuerdo con la Escritura Social y estos Estatutos, tendrá las siguientes obligaciones: Administrar el negocio social según lo ordenado previamente por la Junta de directores; nombrar los empleados inferiores; vigilar que la contabilidad se lleve de acuerdo con la ley y la Escritura Social; celebrar los contratos que ordene la Junta de Directores; formular y someter a la Junta

de Directores los Balances periódicos, rindiendo todo informe que le solicite aquel organismo; efectuar las compras necesarias para los negocios sociales y vender los artículos de la Sociedad si ha sido ordenado por la Junta de Directores; rendir los informes y hacer las sugerencias que se consideren oportunas.- Capítulo Quinto: Reducción y Aumento de Capital; Modificación y Disolución de la Sociedad.- Artículo Nueve: Para decretar reducción o aumento del capital social y para la modificación o disolución de la Sociedad, se requerirá la mayoría prevista en la ley y en la Escritura Social, debiendo librarse certificación literal del acta de la Junta General de Accionistas, por Secretaría o por Notario Público, para su inscripción en los Registros respectivos, sin necesidad de otorgar instrumento público, salvo para el caso de disolución de la Sociedad, en la cual deberá otorgarse la correspondiente escritura pública.- La disolución y liquidación de la Sociedad se hará de conformidad, con lo establecido en la ley de la materia.- DECIMA:- (DISPOSICIÓN TRANSITORIA): En este mismo acto, los accionistas de la Sociedad “JC Natural’s, SOCIEDAD ANÓNIMA”, después de haber constituido los Estatutos proceden en forma unánime a elegir la Junta de Directores que regirá los destinos de la Sociedad durante el primer período de dos (2) años, nombrándose en este acto al Presidente, tesorero y al Secretario, eligiéndose por la Junta General de Accionistas verificada en este acto, al socio JACQUELINE VANESSA MORALES OROZCO como Presidente, tesorero, TEOFILO TEODORO BACA BLANCO y secretario CARLA FRANCISCA LEIVA GONZALES.- Así se expresaron los comparecientes, bien instruidos por mí la Notario, acerca del objeto, valor y trascendencia legales de este acto; del de las cláusulas generales, que aseguran la validez de este instrumento; del de las renunciaciones, que en concreto han hecho, y del de las cláusulas especiales, que envuelven renunciaciones y estipulaciones implícitas y explícitas y de lo relativo a su inscripción en el Registro competente.- Leído que fue por mí la Notario, todo lo escrito íntegramente a los comparecientes, aquellos expresaron su conformidad, ratificando su contenido, sin hacerle alteración, ni modificación alguna, firman todos junto conmigo que doy fe de todo lo relacionado.-

## **14.2. Obligaciones tributarias de la microempresa**

Impuestos directos:

1. Impuesto sobre la renta (IR): Este impuesto se aplica sobre las ganancias obtenidas por la empresa en un período fiscal determinado. El porcentaje varía según el nivel de ganancias de la empresa y puede oscilar entre el 1% y el 30%.
2. Impuesto municipal, 1% sobre ingresos brutos.

Impuestos indirectos:

1. Que la Ley de Concertación Tributaria, establece que los Contribuyentes personas naturales o jurídicas responsables recaudadores del IVA, tienen la obligación de retener, recaudar, liquidar, declarar y enterar el impuesto que les corresponde pagar a sus trabajadores, de igual manera las retenciones en la fuente de IR a cuenta y definitivas y del IVA recaudado y autotrasladado.

## 15. Estructura de la empresa

En la siguiente tabla se detalla la estructura organizacional funcional de JC Natural’s

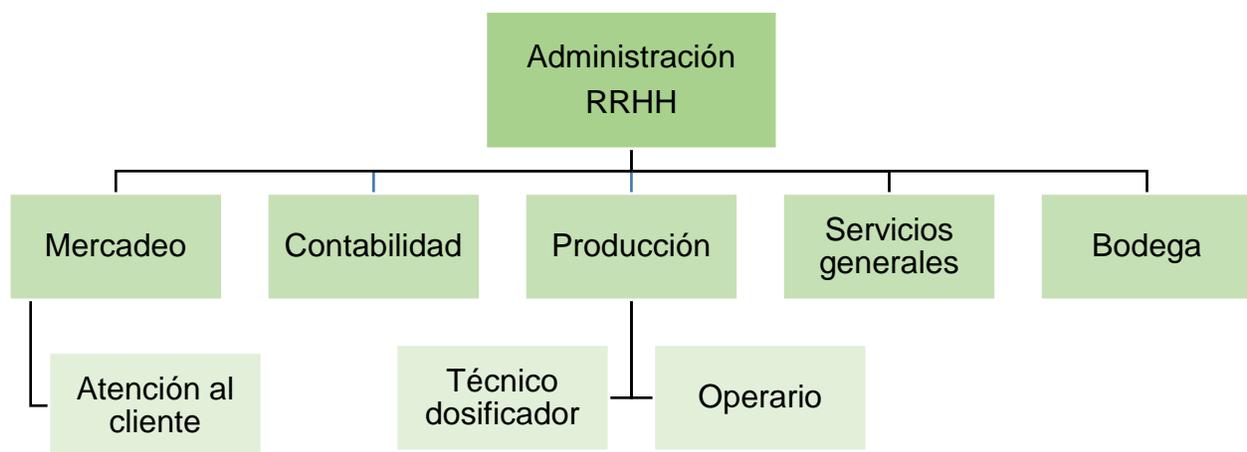
**Tabla 29.** Organización JC Natural’s

<b>Nombre del puesto</b>	<b>Área funcional</b>
Administrador	Administración (Recursos humanos)
Contador	Contabilidad
Mercadeo	Mercadeo / ventas
Atención al cliente y asistente de oficinas	Área de ventas y oficinas administrativas
Servicios Generales	Seguridad / conserjería
Bodeguero	Bodega
Técnico dosificador	Producción / preparación y dosificación
Operario	Producción / etiquetado y embalaje

Nota: Fuente propia.

### 15.1. Organigrama de la empresa

**Figura 12.** Organigrama funcional de JC Natural’s



Nota: Fuente propia.

A partir del tercer año de puesto en marcha el proyecto, la mano de obra directa e indirecta incrementarán en dependencia de la proyección de producción, a continuación, estructura organizacional de JC Natural's a partir del tercer año.

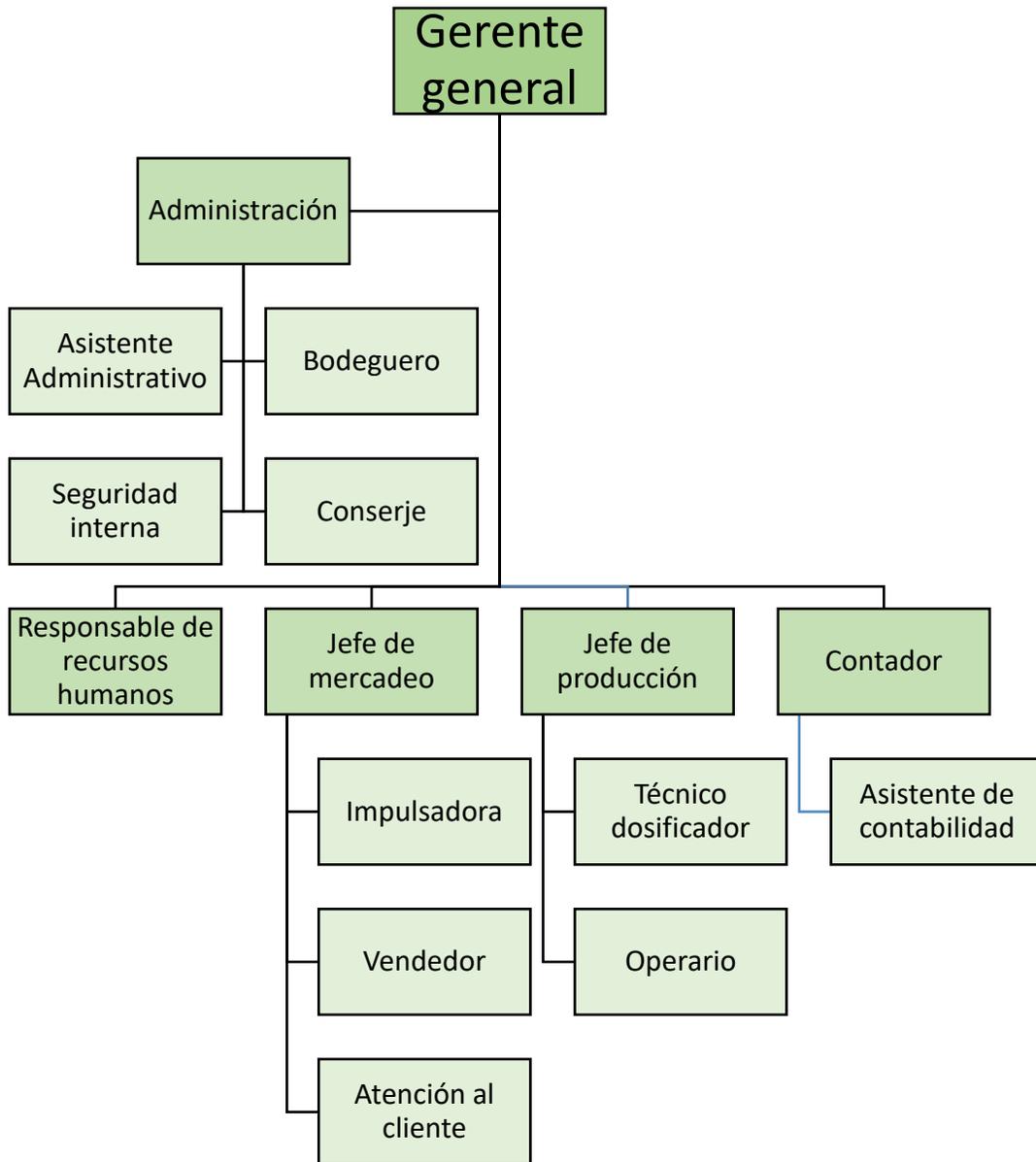
**“JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO**

**Tabla 30.** Organización proyectada a partir del tercer año

<b><i>Nombre del puesto</i></b>	<b><i>Área funcional</i></b>
Gerente general	Gerencia general (planificación estratégica)
Administrador	Administración
Asistente administrativo	Asistente oficinas de gerencia y administración.
Responsable de recursos humanos	Manejo del recurso humano
Jefe de mercadeo	Mercadeo / ventas
Impulsadora	Mercadeo / ventas
Vendedor	Mercadeo / ventas
Atención al cliente	Mercadeo / ventas
Jefe de producción	Área de producción
Técnico dosificador	Área de producción
Operario	Área de producción
Bodeguero	Bodega
Contador	Contabilidad
Asistente de contabilidad	Contabilidad
Seguridad interna	Servicios generales
Conserjes	Servicios generales

Nota: Fuente propia.

Figura 13. Organigrama proyectado a partir del tercer año



Nota: Fuente propia.

## 16. Método de selección y contratación de la empresa

Detalle del proceso para la selección y contratación del personal:

- ✓ Publicación de la plaza o vacante.
- ✓ Recepción de hojas de vida o CV
- ✓ Se analizan los CV recibidos y se llaman a los candidatos seleccionados para llenar fichas de solicitud de empleo.
- ✓ Confirmación los datos del cv sobre: formación y experiencia laboral.
- ✓ Se agendan entrevistas personales con los candidatos.
- ✓ Conocer los objetivos y pretensiones del candidato: dentro del sector y la empresa.
- ✓ Conocer los valores del candidato y su actitud frente al proceso de selección.
- ✓ Saber si se adapta a las necesidades de la compañía y a los requerimientos del puesto.
- ✓ Obtener la máxima cantidad de información para saber la adaptabilidad del entrevistado a la posición que se oferta.
- ✓ Pruebas de capacidad, según el cargo al que el candidato está optando.
- ✓ Si el resultado es positivo, se procede a la elaboración de contrato e inducción al nuevo colaborador.

## 17. Tabla de puestos y funciones

**Cargo:** Administrador

**Salario Mensual:** C\$ 20,000.00

**Conocimientos:** En administración de empresas, negocios, contabilidad y finanzas.

**Jefe Inmediato:** Junta directiva

**as:** Creatividad, liderazgo, pensamiento analítico, estratégico, visión de negocios, capacidad de negociación, comunicación efectiva, dirección de persona, inteligencia emocional.

### **Funciones:**

Establecer los lineamientos para la adecuada administración de los recursos humanos, materiales y financieros, a fin de garantizar el buen funcionamiento de las unidades operativas, así como colaborar al desarrollo de las funciones sustantivas de la empresa.

- Planificar, dirigir y evaluar las actividades financiera-contables, administrativas y de apoyo logístico.
- Dirigir, coordinar y controlar las actividades encaminadas a la selección, contratación, pagos y movimientos de personal.
- Establecer, vigilar y reforzar los sistemas y procedimientos relacionados con el control y manejo de los bienes de consumo e inventario de activos.
- Formular, coordinar y controlar el cumplimiento de normas, reglamentos y procedimientos administrativos.
- Impartir, dirigir y supervisar la implantación de las medidas de control interno.
- Elaborar informes económicos.
- Disponer y supervisar que se elabore los estados contables en forma mensual y anual, a presentar a la Junta directiva.
- Disponer que se prepare la documentación financiera contable que servirá para la auditoría financiera al cierre del año fiscal.
- Proyectar y administrar los ingresos y egresos dentro del manejo presupuestario y financiero.
- Supervisar el cumplimiento de pagos de obligaciones.
- Arquear caja

**Cargo:** Mercadeo

**Salario Mensual:** C\$ 17,000.00

**Jefe Inmediato:** Administrador

**Conocimientos:** En marketing y publicidad

**Competencias:** Ser creativo, innovador y eficaz al momento de vender nuestro producto

**Funciones:**

Es el responsable de la publicidad del producto, de la difusión y promoción.

Lo que incluye:

- Elaborar planes para la captación de clientes como promociones y descuentos.
- Crear base de datos de los clientes
- Definir un plan estratégico de marketing, acorde con los objetivos empresariales
- Realizar análisis del sector para conocer la exigencia del mercado y las estrategias a implementar.
- Realizar planes estratégicos de mercadeo, que permitan modificaciones y adaptaciones para operar en diferentes ambientes.
- Analizar el Comportamiento de la demanda.
- Formular e implementar políticas, que orienten los estudios de mercado, promoción y labor publicitaria
- Realizar el análisis cualitativo y cuantitativo del mercado, de tal manera que se pueda proyectar la demanda de los distintos servicios de publicidad.
- Interactuar con los clientes para conocer las expectativas, comentarios y opinión sobre el producto que le ofrecemos.
- Visitas a los clientes y posibles clientes.

**Cargo:** Contador

**Salario Mensual:** C\$ 15,000.00

**Conocimientos:** Licenciado en contabilidad y finanzas.

**Jefe Inmediato:** Administrador

**Competencias:** Creatividad, liderazgo, pensamiento analítico, estratégico, visión de negocios, capacidad de negociación, comunicación efectiva, dirección de persona, inteligencia emocional.

**Funciones:**

Llevar al día el registro contable de la microempresa, para la generación de estados financieros y cualquier otro informe relacionado.

- Cumplir y hacer cumplir las normas y reglamentos de la empresa.
- Elaborar informes económicos.
- Elaborar los estados contables en forma mensual y anual, a presentar al administrador.
- Preparar la documentación financiera contable que servirá para la auditoría financiera al cierre del año fiscal.
- Mantener supervisión y vigilancia estricta en la custodia, movimiento de dinero, títulos, cheques, valores en custodia, acciones, bienes y otros documentos de valor.
- Registro de las facturas tanto de compras como de las ventas de la empresa.
- Elaboración de los estados financieros de la empresa.
- Elaboración y registro de las declaraciones mensuales.
- Liquidaciones de compras
- Elaboración de retenciones
- Registro de compras
- Registro de las ventas
- Descargo de retenciones realizadas por nuestros clientes
- Pagos a la DGI
- Roles de pagos
- Pagos al INSS
- Arquear caja

**Cargo:** Jefe de Producción

**Salario Mensual:** C\$ 17,000.00

**Jefe Inmediato:** Administrador

**Conocimientos:** Ingeniero o Técnico químico

**Competencias:** Habilidades y conocimientos para dirigir, planificar y coordinar todas las actividades relacionadas con la producción.

**Funciones:**

Es el responsable de organizar y dirigir el plan de producción.

Es el encargado de supervisar y dirigir todo el proceso de producción de la empresa, asegurándose de realizar una correcta gestión de los recursos disponibles.

Lo que incluye:

- Preparación y mezcla de la materia prima.
- Supervisar la labor de los colaboradores de producción.
- Gestiona los recursos disponibles para la producción
- Supervisa el mantenimiento del área productiva, asegurándose de su correcto funcionamiento y la integridad de todos los equipos y máquinas.
- Prevenir cualquier incidencia con la materia prima, pérdida o deterioro.
- Esterilización de frascos.
- Llenado de frascos de las diferentes presentaciones.
- Asegurarse que el contenido del producto es el correcto según la presentación.
- Evitar el desperdicio del producto.
- Asegurarse que los frascos van sellados.
- Vigilar que el producto final a venta sea de calidad y buena presentación.
- Entrega de productos embotellados al área de etiquetado.

**Cargo:** Servicios Generales

**Salario Mensual:** C\$ 8,500.00

**Jefe Inmediato:** Administrador

**Conocimientos:** Bachiller

**Competencias:** Habilidades y disposición para el trabajo.

**Funciones:**

Resguardar y garantizar la limpieza general de las instalaciones.

Lo que incluye:

- Vigilar y proteger los bienes muebles e inmuebles propiedad de la institución.
- Realizar control de acceso a las instalaciones.
- Realizar aseo general de todas las áreas de la institución.
- Solicitar oportunamente los requerimientos de materiales para el aseo.
- Custodiar las llaves asignadas para el desempeño de sus funciones.
- Responder por el mantenimiento, conservación y adecuado manejo de todos los elementos, bienes y enseres asignados para el cumplimiento de sus funciones.
- Las demás tareas que le sean asignadas por el superior inmediato en ejercicio de sus funciones.

egüero

**Salario Mensual:** C\$ 8,500.00

**Jefe Inmediato:** Administrador

**Conocimientos:** En kardex, Excel, técnico, bachiller.

**Competencias:** Trabajo en equipo, ordenado, responsable, honesto.

**Funciones:**

Custodiar, controlar y participar activamente en la distribución de suministros y gestión de inventarios en bodega

Lo que incluye:

- Manejo, control y custodia de materia prima.
- Recepción de productos terminados.
- Manejar el inventario de productos para la venta.
- Registro de las entradas y salidas de productos.
- Entrega o despacho de productos según facturación.
- Limpieza general de la empresa según roll.

**Cargo:** Recepcionista / Cajera

**Salario Mensual:** C\$ 8,500.00

**Jefe Inmediato:** Administrador

**Conocimientos:** Técnica en secretariado o bachiller / técnica en caja

**Competencias:** Creatividad, trabajo en equipo, agilidad y respuesta a situaciones que requieran una respuesta objetiva y a tiempo.

**Funciones:**

Brindar atención al personal interno y externo en sus requerimientos de información; mantener el control en la recepción de correspondencia; además de brindar apoyo en actividades administrativas encomendadas para el logro y consecución de los objetivos Institucionales.

Lo que incluye:

- Atención de llamadas telefónicas.
- Recepción de mensajes.
- Atención y orientación al público en general que visita la empresa.
- Atender el área de caja, lo que incluye:
  - Facturación de productos
  - Recepción de pagos
  - Elaboración de arqueos diarios. Realizar depósitos.
  - Control de la factura de crédito. (Cuentas por cobrar)

**Cargo:** Operario

**Salario Mensual:** C\$ 9,000.00

**Jefe Inmediato:** Jefe de producción

**Conocimientos:** Bachiller, Técnico

**Competencias:** Trabajo en equipo, ordenado, responsable, honesto.

**Funciones:**

Realizar etiquetado y empaqueo de productos ya terminados para ser entregados al área de bodega.

Lo que incluye:

- Recepción de productos del área de embotellado.
- Etiquetado de productos según presentación.
- Ordenar en caja según presentación.
- Asegurar la presentación final de producto para la venta.
- Entrega de productos listo para la venta al área de bodega.
- Limpieza general de la empresa según roll.

## **IV. FINANZAS**

## 1. Introducción

Las finanzas son una de las partes esenciales de toda empresa, son las que le da oxígeno para continuar sus operaciones o bien indican que se deben implementar acciones estratégicas para gestionar adecuadamente los recursos que permitan incrementar los mismos.

En este módulo se pondrá en práctica los conocimientos y teorías aprendidas durante los años de estudio para desarrollar la parte financiera del proyecto y conocer la viabilidad del mismo.

Tomando en consideración la información de los módulos anteriores se construye la parte financiera del proyecto, desde la inversión inicial, capital de trabajo, maquinaria y equipos, y el recurso humano necesario para la puesta en marcha del proyecto.

## **2. Objetivos**

### **2.1. Objetivo general**

Examinar la viabilidad financiera y económica del proyecto JC Natural’s, por medio de la elaboración de flujo de efectivo, indicadores y estados financieros proyectados para los primeros cinco años de funcionamiento del negocio en la comercialización del aceite natural HACACOCO.

### **2.2. Objetivos específicos**

1. Establecer el precio de venta del aceite natural HACACOCO, teniendo en cuenta los costos de materia prima, mano de obra y costos indirectos.
2. Determinar los ingresos, costos y gastos directos e indirectos del proyecto para la elaboración del flujo de efectivo.
3. Elaborar los estados financieros proyectados de los primeros 5 años del proyecto que representen a futuro la oportunidad de alcance del mismo.
4. Analizar los estados e indicadores financieros para la toma de decisión, en cuanto a la inversión del proyecto.

### 3. Identificación de los principales costos y gastos del proyecto

#### 3.1. Construcción de la matriz general de costos

Tabla 31. Matriz general de costos (1 mes)

<b>JC Natural`s</b>					
<b>Matriz General de Costos (1 mes)</b>					
<b>Material Directo</b>					
<b>Materia Prima</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Precio Unitario ml</b>	<b>Material Utilizado ml</b>	<b>Costo total</b>	
Aceite de coco	ml	C\$ 0.15	C\$202,672.50	C\$	29,447.23
Aceite esencial de albahaca	ml	C\$ 8.59	C\$ 5,377.50	C\$	46,169.02
				<b>C\$</b>	<b>75,616.24</b>
<b>Mano de Obra</b>					
Salarios mensuales				C\$	34,500.00
				<b>C\$</b>	<b>34,500.00</b>
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>					
<b>Materiales</b>	<b>Precio Unitario</b>		<b>Material Utilizado</b>	<b>Costo total</b>	
Envases 50 ml	C\$ 55.00	C\$ 705.00	C\$ 38,775.00	C\$	38,775.00
Envases 120 ml	C\$ 70.00	C\$ 1,440.00	C\$ 100,800.00	C\$	100,800.00
Etiquetas 50 ml	C\$ 3.90	C\$ 705.00	C\$ 2,749.50	C\$	2,749.50
Etiquetas 120 ml	C\$ 7.25	C\$ 1,440.00	C\$ 10,440.00	C\$	10,440.00
Guantes	C\$ 55.00	C\$ 12.00	C\$ 660.00	C\$	660.00
Mascarillas y lentes de seguridad	C\$ 92.50	C\$ 12.00	C\$ 1,110.00	C\$	1,110.00
Batas y botas	C\$ 222.00	C\$ 12.00	C\$ 2,664.00	C\$	2,664.00
				<b>C\$</b>	<b>157,198.50</b>
<b>Otros Costos Indirecto</b>					
Luz eléctrica				C\$	3,850.00
Agua potable				C\$	1,260.00
Arriendo				C\$	15,540.00
INSS patronal				C\$	7,245.00
INATEC				C\$	690.00
Décimo tercer mes				C\$	2,875.00
Vacaciones				C\$	2,875.00
Indemnización				C\$	2,875.00
Depreciación				C\$	949.67
				<b>C\$</b>	<b>38,159.67</b>
				<b>C\$</b>	<b>305,474.41</b>

Nota: Fuente propia.

En la tabla 31, se presenta la matriz de costos, en la misma se detallan todos y cada uno de los costos directos e indirectos para la producción del aceite natural HACACOCO, de uso cosmético y medicinal.

### 3.2. Cálculo del punto de equilibrio

El punto de equilibrio en productos o unidades indica la cantidad de unidades necesarias que se necesitan vender para cubrir los costos fijos de producción.

Punto de equilibrio presentación de 50 ml.

<b>Costos fijos</b>	<b>C\$</b>	<b>21,797.90</b>
Salarios mensual	C\$	10,350.00
<b>Otros costos indirectos</b>	<b>C\$</b>	<b>11,447.90</b>
Luz eléctrica	C\$	1,155.00
Agua potable	C\$	378.00
Arriendo	C\$	4,662.00
INSS laboral	C\$	2,173.50
INATEC	C\$	207.00
Décimo tercer mes	C\$	862.50
Vacaciones	C\$	862.50
Indemnización	C\$	862.50
Depreciación	C\$	284.90
<b>Costos variables</b>	<b>C\$</b>	<b>57,049.75</b>
<b>Materia prima</b>	<b>C\$</b>	<b>14,047.25</b>
Aceite de coco	C\$	4,967.99
Aceite esencial de albahaca	C\$	9,079.26
<b>Costos indirectos de fabricación</b>	<b>C\$</b>	<b>43,002.50</b>
Envases	C\$	38,775.00
Etiquetas	C\$	2,749.50
Guantes	C\$	220.00
Mascarillas y lentes de seguridad	C\$	370.00
Batas y botas	C\$	888.00
Unidades a producir		705
Costo variable unitario =	C\$	80.92
Precio de venta unitario =	C\$	171.23

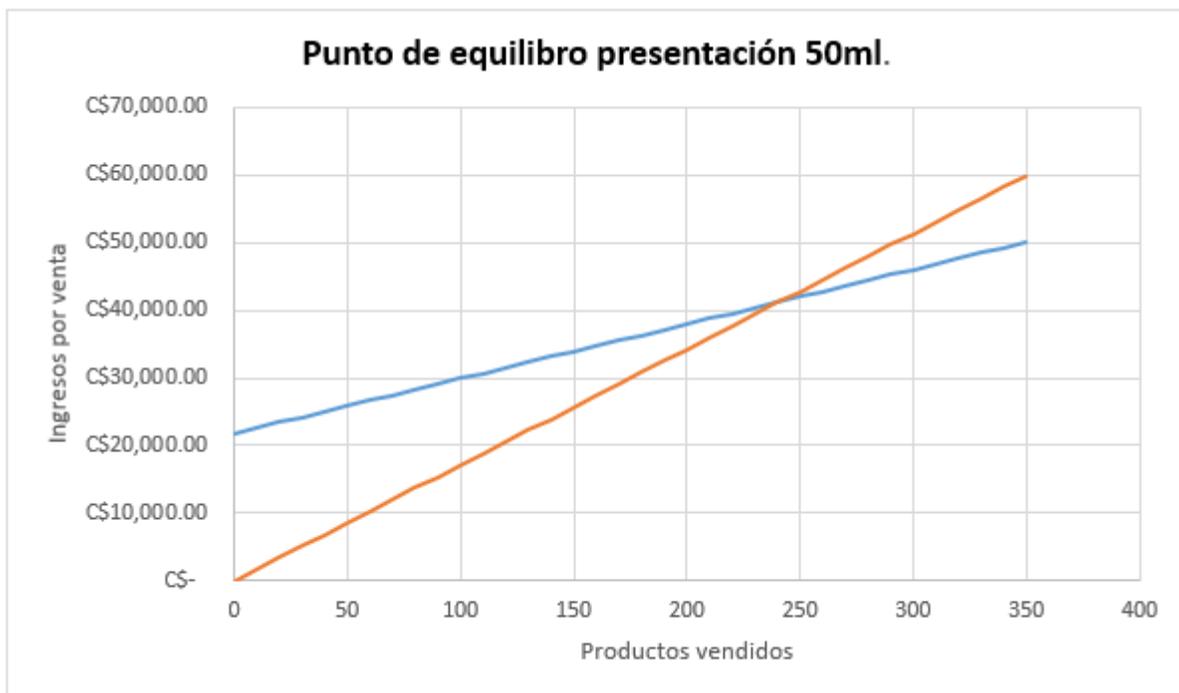
$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{21,797.90}{(171.23 - 80.92)}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 241.37$$

241 unidades

$$\text{Punto equilibrio monetario} = \text{C\$ } 41,329.79$$

**Gráfico 9.** Punto de equilibrio presentación 50 ml.



Nota: Fuente propia.

El punto de equilibrio para la presentación de 50 ml, es de 241.37 unidades, para un ingreso por venta de C\$ 41,330.11, o bien 241 unidades, equivalente a C\$ 41,266.43.

**“JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO**

Punto de equilibrio presentación de 120 ml.

<b>Costos fijos</b>	<b>C\$</b>	<b>50,861.77</b>
<b>Salarios mensual</b>	<b>C\$</b>	<b>24,150.00</b>
<b>Otros costos indirectos</b>	<b>C\$</b>	<b>26,711.77</b>
Luz eléctrica	C\$	2,695.00
Agua potable	C\$	882.00
Arriendo	C\$	10,878.00
INSS laboral	C\$	5,071.50
INATEC	C\$	483.00
Décimo tercer mes	C\$	2,012.50
Vacaciones	C\$	2,012.50
Indemnización	C\$	2,012.50
Depreciación	C\$	664.77
<b>Costos variables</b>	<b>C\$</b>	<b>175,764.99</b>
<b>Materia prima</b>	<b>C\$</b>	<b>61,568.99</b>
Aceite de coco	C\$	24,479.24
Aceite esencial de albahaca	C\$	37,089.76
<b>Costos indirectos de fabricación</b>	<b>C\$</b>	<b>114,196.00</b>
Envases	C\$	100,800.00
Etiquetas	C\$	10,440.00
Guantes	C\$	440.00
Mascarillas y lentes de seguridad	C\$	740.00
Batas y botas	C\$	1,776.00
Unidades a producir		1,440
Costo variable unitario =	C\$	122.06
Precio de venta unitario =	C\$	232.71

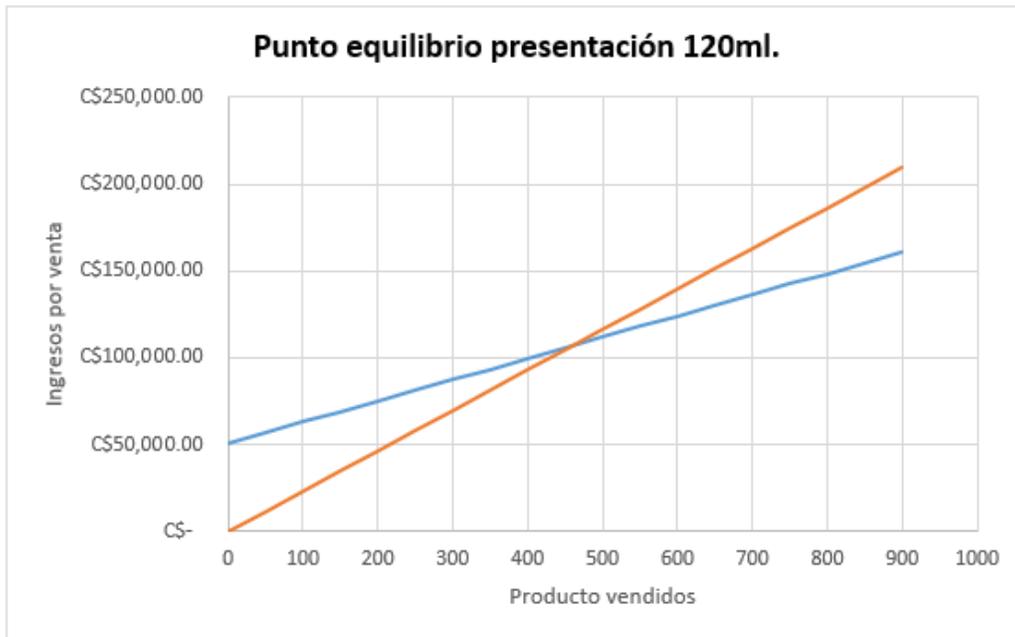
$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{50,861.77}{(232.71 - 122.06)}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 459.66$$

460 unidades

$$\text{Punto equilibrio monetario} = \text{C\$ } 106,968.29$$

**Gráfico 10.** Punto de equilibrio presentación de 120ml.



Nota: Fuente propia.

El punto de equilibrio para la presentación de 120 ml, es de 459.66 unidades, para un ingreso por venta de C\$ 106,967.35, o bien 460 unidades para un ingreso por venta de C\$ 107,046.60.

A continuación, las fórmulas utilizadas para el cálculo de punto de equilibrio de unidades y monetario.

$$\text{Punto de equilibrio unidades} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio de venta unitario} - \text{Costos variables unitario}}$$

$$\text{Punto de equilibrio monetario} = \frac{\text{Costos fijos}}{(1 - \text{Costo unitario variable} / \text{Precio de venta})}$$

#### 4. Cálculo de precio (En base a costos)

Cálculo de precio de presentación de 50 ml.

**Tabla 32.** Costos presentación de 50 ml.

Hoja de costos por producto							
Producto	Aceite natural HACACOCO						
Descripción	Presentación de 50 ml						
Material Directo							
Unidad	Materia prima	Unidad de medida	Precio unitario ml	Cantidad X unidad ml	Costo unidad	Material utilizado ml	Costo total
705	Aceite de coco	ml	C\$ 0.15	48.50	C\$ 7.05	34,192.50	C\$ 4,967.99
705	Aceite esencial de albahaca	ml	C\$ 8.59	1.50	C\$ 12.88	1,057.50	C\$ 9,079.26
<b>Total material directo</b>							<b>C\$14,047.25</b>
Mano de obra							
				Tiempo horas	Costo hora		
Tiempo de elaboración				160	64.69		10,350.00
<b>Total mano de obra directa</b>							<b>C\$10,350.00</b>
Costos indirectos							
Unidad	Materiales		Precio unitario			Costo total	
705	Envases		C\$ 55.00			C\$38,775.00	
705	Etiquetas		C\$ 3.90			C\$ 2,749.50	
4	Guantes		C\$ 55.00			C\$ 220.00	
4	Mascarillas y lentes de seguridad		C\$ 92.50			C\$ 370.00	
4	Batas y botas		C\$ 222.00			C\$ 888.00	
<b>Total material indirecto</b>							<b>43,002.50</b>
Otros costos indirectos de fabricación							
Luz eléctrica						C\$ 1,155.00	
Agua potable						C\$ 378.00	
Arriendo						C\$ 4,662.00	
INSS laboral						C\$ 2,173.50	
INATEC						C\$ 207.00	
Décimo tercer mes						C\$ 862.50	
Vacaciones						C\$ 862.50	
Indemnización						C\$ 862.50	
Depreciación						C\$ 284.90	
<b>Total costos indirectos de fabricación</b>							<b>11,447.90</b>
<b>Total costo de producción X 705 unidades P. 50 ml.</b>							<b>78,847.65</b>

Nota: Fuente propia.

**Tabla 33.** Cálculo de costo unitario y precio de venta, presentación 50ml.

<b>JC NATURAL`S</b>		
<b>Cálculo de precio unitario (presentación 50 ml.)</b>		
Materiales directo	C\$	14,047.25
Mano de obra directa	C\$	10,350.00
Costos indirectos de fabricación	C\$	54,450.40
Total costos	C\$	78,847.65
Unidades a producir		705.00
<b>Costo unitario</b>	<b>C\$</b>	<b>111.84</b>
<b>Precio de venta</b>	<b>C\$</b>	<b>171.23</b>
Margen de utilidad	C\$	59.39

Nota: Fuente propia.

Tomando en cuenta los costos directos e indirectos en el proceso de producción se calcula un costo unitario de C\$ 111.84 para cada unidad producida, con un porcentaje de 53% sobre costos, se calcula el precio de venta por unidad para la presentación de 50 ml en C\$ 171.23.

Cálculo de precio de presentación de 120 ml.

**Tabla 34.** Costos presentación de 120 ml.

<b>Hoja de costos por producto</b>							
Producto	Aceite natural HACACOCO						
Descripción	Presentación de 120 ml						
<b>Material directo</b>							
Unidad	Materia prima	Unidad de medida	Precio unitario ml	Cantidad X unidad ml	Costo unidad	Material utilizado ml	Costo total
1440	Aceite de coco	ml	C\$ 0.15	117.00	C\$ 17.00	168,480.00	C\$ 24,479.24
1440	Aceite esencial de albahaca	ml	C\$ 8.59	3.00	C\$ 25.76	4,320.00	C\$ 37,089.76
<b>Total material directo</b>							<b>C\$ 61,568.99</b>
<b>Mano de obra</b>							
				Tiempo horas	Costo hora		
Tiempo de elaboración				160	150.94		24,150.00
<b>Total mano de obra directa</b>							<b>C\$ 24,150.00</b>
<b>Costos indirectos</b>							
Unidad	Materiales	Precio unitario					Costo total
1440	Envases	C\$ 70.00					C\$100,800.00
1440	Etiquetas	C\$ 7.25					C\$ 10,440.00
8	Guantes	C\$ 55.00					C\$ 440.00
8	Mascarillas y lentes de seguridad	C\$ 92.50					C\$ 740.00
8	Batas y botas	C\$ 222.00					C\$ 1,776.00
<b>Total material indirecto</b>							<b>114,196.00</b>
<b>Otros costos indirectos de fabricación</b>							
Luz eléctrica							C\$ 2,695.00
Agua potable							C\$ 882.00
Arriendo							C\$ 10,878.00
INSS laboral							C\$ 5,071.50
INATEC							C\$ 483.00
Décimo tercer mes							C\$ 2,012.50
Vacaciones							C\$ 2,012.50
Indemnización							C\$ 2,012.50
Depreciación							C\$ 664.77
<b>Total costos indirectos de fabricación</b>							<b>26,711.77</b>
<b>Total costo de producción X 1440 unidades P. 120 ml.</b>							<b>226,626.76</b>

Nota: Fuente propia.

**Tabla 35.** *Cálculo de costo unitario y precio de venta, presentación 120 ml.*

<b>JC NATURAL`S</b>		
<b>Calculo de precio unitario (presentación 120 ml.)</b>		
Materiales directo	C\$	61,568.99
Mano de obra directa	C\$	24,150.00
Costos indirectos de fabricación	C\$	140,907.77
Total costos	C\$	226,626.76
Unidades a producir		1,440.00
<b>Costo unitario</b>	<b>C\$</b>	<b>157.38</b>
<b>Precio de venta</b>	<b>C\$</b>	<b>232.71</b>
Margen de utilidad	C\$	75.33

Nota: Fuente propia.

Tomando en cuenta los costos directos e indirectos en el proceso de producción se calcula un costo unitario de C\$157.38 para cada unidad producida, con un porcentaje de 48% sobre costos, se calcula el precio de venta por unidad para la presentación de 120 ml en C\$ 232.71.

## 5. Cálculo de financiamiento externo

Se trabajará con el capital social equivalente a C\$300,000.00, y financiamiento externo por C\$ 550,000.00.

Calculando una inversión inicial de C\$849,889.13, en donde se incluye el capital de trabajo del primer de puesto en marcha el proyecto.

**Tabla 36.** Inversión inicial del proyecto

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
<b>Maquinaria y equipo de producción y bodega</b>			<b>C\$ 145,880.00</b>
Tanque para mezclar y almacenar	1	C\$ 42,800.00	C\$ 42,800.00
Llenadora dosificadora	1	C\$ 38,500.00	C\$ 38,500.00
Máquina para etiquetar (Modelo HZPK MT-50)	1	C\$ 15,280.00	C\$ 15,280.00
Mesas de acero inoxidable	2	C\$ 6,100.00	C\$ 12,200.00
Estantes	10	C\$ 2,350.00	C\$ 23,500.00
Polines	20	C\$ 680.00	C\$ 13,600.00
<b>Mobiliario y equipo de oficina</b>			<b>C\$ 117,218.50</b>
Escritorios	4	C\$ 3,400.00	C\$ 13,600.00
Mueble de recepción y exhibidor de productos	1	C\$ 12,950.00	C\$ 12,950.00
Teléfonos celulares	2	C\$ 2,220.00	C\$ 4,440.00
Teléfonos IP (extensiones)	9	C\$ 869.50	C\$ 7,825.50
Computadoras	4	C\$ 9,250.00	C\$ 37,000.00
Impresora oficina	1	C\$ 14,430.00	C\$ 14,430.00
Impresora caja	1	C\$ 10,878.00	C\$ 10,878.00
Sillas ejecutivas	4	C\$ 2,590.00	C\$ 10,360.00
Sillas secretariales	1	C\$ 2,035.00	C\$ 2,035.00
Sillas de espera	5	C\$ 740.00	C\$ 3,700.00
<b>Alquiler y acondicionamiento de local</b>			<b>C\$ 116,946.00</b>
Aires acondicionados	2	C\$ 17,760.00	C\$ 35,520.00
Aires acondicionados	1	C\$ 14,726.00	C\$ 14,726.00
Remodelación o adecuación de áreas	1	C\$ 22,300.00	C\$ 22,300.00
Alquiler 1er mes y deposito	2	C\$ 22,200.00	C\$ 44,400.00
<b>Capital de trabajo (1er mes)</b>		C\$ 413,100.95	<b>C\$ 413,100.95</b>
<b>Imprevistos</b>		C\$ 25,691.19	<b>C\$ 25,691.19</b>
<b>Gastos tramites iniciales</b>		C\$ 6,052.50	<b>C\$ 6,052.50</b>
<b>Gasto de publicidad</b>		C\$ 25,000.00	<b>C\$ 25,000.00</b>
		Total inversión inicial	C\$ 849,889.13
		Capital social	C\$ 300,000.00
		Financiamiento exterr	C\$ 549,889.13

Nota: Fuente propia.

## “JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO

---

En la inversión inicial se incluye además de las maquinarias, equipos y mobiliario necesario para iniciar operaciones, otros gastos como el acondicionamiento del local, los gastos de tramites iniciales, el capital de trabajo para el primer mes (incluye materia prima para producción del primer mes, planilla, servicios básicos y demás obligaciones financieras necesarias), gastos de publicidad y la provisión de imprevistos.

En anexo 4, se detalla el capital de trabajo del primer mes.

En Anexo 5, se detalla gastos de trámites iniciales y legales.

En Anexo 6, detalle de gastos de publicidad.

En Anexo 7, tabla de amortización de financiamiento a largo plazo (60 meses).

### 6. Construcción del flujo de efectivo

Tabla 37. Flujo de efectivo año 1

<b>JC Natural’s</b>														
<b>FLUJO EFECTIVO AÑO I</b>														
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL AÑO I	
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>455,819.55</b>	<b>455,819.55</b>	<b>455,819.55</b>	<b>464,467.60</b>	<b>464,467.60</b>	<b>464,467.60</b>	<b>471,434.61</b>	<b>471,434.61</b>	<b>471,434.61</b>	<b>483,691.91</b>	<b>483,691.91</b>	<b>483,691.91</b>	<b>5,626,241.04</b>	<b>100%</b>
Ingresos por ventas unidades 50 ml.	120,717.15	120,717.15	120,717.15	124,338.66	124,338.66	124,338.66	126,203.74	126,203.74	126,203.74	129,485.04	129,485.04	129,485.04	1,502,233.80	27%
Ingresos por ventas unidades 120 ml.	335,102.40	335,102.40	335,102.40	340,128.94	340,128.94	340,128.94	345,230.87	345,230.87	345,230.87	354,206.87	354,206.87	354,206.87	4,124,007.24	73%
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>433,019.12</b>	<b>433,019.12</b>	<b>443,019.12</b>	<b>442,356.32</b>	<b>442,356.32</b>	<b>457,356.32</b>	<b>447,215.24</b>	<b>447,215.24</b>	<b>447,215.24</b>	<b>467,763.70</b>	<b>455,763.70</b>	<b>455,763.70</b>	<b>5,372,063.11</b>	<b>114%</b>
Materia prima	75,616.24	75,616.24	75,616.24	77,884.73	77,884.73	77,884.73	79,053.00	79,053.00	79,053.00	81,108.38	81,108.38	81,108.38	940,987.08	18%
Mano de obra directa	34,500.00	34,500.00	34,500.00	35,535.00	35,535.00	35,535.00	36,068.03	36,068.03	36,068.03	37,005.79	37,005.79	37,005.79	429,326.46	8%
Costos indirectos de fabricacion	195,358.17	195,358.17	195,358.17	201,218.91	201,218.91	201,218.91	204,237.20	204,237.20	204,237.20	209,547.36	209,547.36	209,547.36	2,431,084.91	45%
Gastos de publicidad	-	-	10,000.00	-	-	15,000.00	-	-	-	12,000.00	-	-	37,000.00	1%
Energia electrica (admon.)	990.00	990.00	990.00	990.00	990.00	990.00	990.00	990.00	990.00	990.00	990.00	990.00	11,880.00	0%
Agua potable (admon.)	324.00	324.00	324.00	324.00	324.00	324.00	324.00	324.00	324.00	324.00	324.00	324.00	3,888.00	0%
Internet (admon.)	1,332.00	1,332.00	1,332.00	1,332.00	1,332.00	1,332.00	1,332.00	1,332.00	1,332.00	1,332.00	1,332.00	1,332.00	15,984.00	0%
Arriendo (admon.)	3,996.00	3,996.00	3,996.00	3,996.00	3,996.00	3,996.00	3,996.00	3,996.00	3,996.00	3,996.00	3,996.00	3,996.00	47,952.00	1%
Energia electrica (ventas)	660.00	660.00	660.00	660.00	660.00	660.00	660.00	660.00	660.00	660.00	660.00	660.00	7,920.00	0%
Agua potable (ventas)	216.00	216.00	216.00	216.00	216.00	216.00	216.00	216.00	216.00	216.00	216.00	216.00	2,592.00	0%
Internet (ventas)	888.00	888.00	888.00	888.00	888.00	888.00	888.00	888.00	888.00	888.00	888.00	888.00	10,656.00	0%
Arriendo (ventas)	2,664.00	2,664.00	2,664.00	2,664.00	2,664.00	2,664.00	2,664.00	2,664.00	2,664.00	2,664.00	2,664.00	2,664.00	31,968.00	1%
Salarios (personal admon.)	38,500.00	38,500.00	38,500.00	38,500.00	38,500.00	38,500.00	38,500.00	38,500.00	38,500.00	38,500.00	38,500.00	38,500.00	462,000.00	9%
Treceavo mes (admon.)	3,208.33	3,208.33	3,208.33	3,208.33	3,208.33	3,208.33	3,208.33	3,208.33	3,208.33	3,208.33	3,208.33	3,208.33	38,500.00	1%
Indemnizacion (admon.)	3,208.33	3,208.33	3,208.33	3,208.33	3,208.33	3,208.33	3,208.33	3,208.33	3,208.33	3,208.33	3,208.33	3,208.33	38,500.00	1%
Vacaciones (admon.)	3,208.33	3,208.33	3,208.33	3,208.33	3,208.33	3,208.33	3,208.33	3,208.33	3,208.33	3,208.33	3,208.33	3,208.33	38,500.00	1%
Inatec (admon.)	770.00	770.00	770.00	770.00	770.00	770.00	770.00	770.00	770.00	770.00	770.00	770.00	9,240.00	0%
INSS patronal (admon.)	8,277.50	8,277.50	8,277.50	8,277.50	8,277.50	8,277.50	8,277.50	8,277.50	8,277.50	8,277.50	8,277.50	8,277.50	99,330.00	2%
Salarios (personal ventas)	21,500.00	21,500.00	21,500.00	21,500.00	21,500.00	21,500.00	21,500.00	21,500.00	21,500.00	21,500.00	21,500.00	21,500.00	258,000.00	5%
Treceavo mes (ventas)	1,791.67	1,791.67	1,791.67	1,791.67	1,791.67	1,791.67	1,791.67	1,791.67	1,791.67	1,791.67	1,791.67	1,791.67	21,500.00	0%
Indemnizacion ventas)	1,791.67	1,791.67	1,791.67	1,791.67	1,791.67	1,791.67	1,791.67	1,791.67	1,791.67	1,791.67	1,791.67	1,791.67	21,500.00	0%
Vacaciones (ventas)	1,791.67	1,791.67	1,791.67	1,791.67	1,791.67	1,791.67	1,791.67	1,791.67	1,791.67	1,791.67	1,791.67	1,791.67	21,500.00	0%
Inatec (ventas)	430.00	430.00	430.00	430.00	430.00	430.00	430.00	430.00	430.00	430.00	430.00	430.00	5,160.00	0%
INSS patronal (ventas)	4,622.50	4,622.50	4,622.50	4,622.50	4,622.50	4,622.50	4,622.50	4,622.50	4,622.50	4,622.50	4,622.50	4,622.50	55,470.00	1%
Telefonia (admon.)	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	10,800.00	0%
Telefonia (ventas)	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	7,200.00	0%
Materiales servicios generales (admon.)	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,600.00	0%
Materiales servicios generales (ventas)	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	2,400.00	0%
Material de oficina (admon.)	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	10,800.00	0%
Material de oficina (ventas)	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	7,200.00	0%
Papelería oficial (admon.)	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	10,800.00	0%
Papelería oficial (ventas)	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	7,200.00	0%
Amortización a préstamo	13,258.32	13,258.32	13,258.32	13,258.32	13,258.32	13,258.32	13,258.32	13,258.32	13,258.32	13,258.32	13,258.32	13,258.32	159,099.84	17%
Impuestos sobre ventas ALMA	4,558.20	4,558.20	4,558.20	4,644.68	4,644.68	4,644.68	4,714.35	4,714.35	4,714.35	4,836.92	4,836.92	4,836.92	56,262.41	1%
Impuestos anticipo 1% DGI	4,558.20	4,558.20	4,558.20	4,644.68	4,644.68	4,644.68	4,714.35	4,714.35	4,714.35	4,836.92	4,836.92	4,836.92	56,262.41	1%
<b>Flojo de efectivo</b>	<b>22,800.43</b>	<b>22,800.43</b>	<b>12,800.43</b>	<b>22,111.28</b>	<b>22,111.28</b>	<b>7,111.28</b>	<b>24,219.38</b>	<b>24,219.38</b>	<b>24,219.38</b>	<b>15,928.22</b>	<b>27,928.22</b>	<b>27,928.22</b>	<b>254,177.93</b>	
<b>Acumulativo</b>	<b>22,800.43</b>	<b>45,600.86</b>	<b>58,401.28</b>	<b>80,512.57</b>	<b>102,623.85</b>	<b>109,735.14</b>	<b>133,954.52</b>	<b>158,173.89</b>	<b>182,393.27</b>	<b>198,321.49</b>	<b>226,249.71</b>	<b>254,177.93</b>		

Nota: Fuente propia.

## **“JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO**

---

Para la construcción del flujo de efectivo del primer año se proyecta un incremento en ventas del 3% a partir del cuarto mes, de 1.5% a partir del mes siete y para el mes diez 2.6%, proyectando un crecimiento en ventas del 7.1% durante el primer año del proyecto.

En el mismo porcentaje en que se proyecta el crecimiento de las ventas también se proyecta el incremento de los costos de materia prima y costos indirectos de fabricación.

**“JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO**

Flujo de efectivo proyectado.

**Tabla 38.** Flujo de efectivo proyectado, 5 años

<b>JC Natural’s</b>							
<b>FLUJO EFECTIVO PROYECTADO AÑO I - V</b>							
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>TOTAL</b>	
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>5,626,241.04</b>	<b>6,301,389.96</b>	<b>7,246,598.46</b>	<b>8,550,986.18</b>	<b>10,261,183.42</b>	<b>37,986,399.05</b>	<b>100%</b>
Ingresos por ventas unidades 50 ml.	1,502,233.80	1,682,501.86	1,934,877.14	2,283,155.02	2,739,786.03	10,142,553.85	27%
Ingresos por ventas unidades 120 ml.	4,124,007.24	4,618,888.10	5,311,721.32	6,267,831.16	7,521,397.39	27,843,845.21	73%
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>5,372,063.11</b>	<b>5,847,881.16</b>	<b>6,665,800.27</b>	<b>7,632,362.24</b>	<b>8,762,911.67</b>	<b>34,281,018.46</b>	<b>100%</b>
Materia prima	940,987.08	1,053,905.53	1,211,991.36	1,430,149.81	1,716,179.77	6,353,213.56	19%
Mano de obra directa	429,326.46	480,845.63	552,972.48	652,507.52	783,009.02	2,898,661.11	8%
Costos indirectos de fabricacion	2,431,084.91	2,722,815.10	3,131,237.36	3,694,860.09	4,433,832.10	16,413,829.56	48%
Gastos de publicidad	37,000.00	37,000.00	37,000.00	37,000.00	37,000.00	185,000.00	1%
Compra de maquinaria	-	-	-	59,158.00	-	59,158.00	0%
Energia electrica (admon.)	11,880.00	13,305.60	13,305.60	13,305.60	13,305.60	65,102.40	0%
Agua potable (admon.)	3,888.00	4,354.56	4,354.56	4,354.56	4,354.56	21,306.24	0%
Internet (admon.)	15,984.00	16,879.10	16,879.10	16,879.10	16,879.10	83,500.42	0%
Arriendo (admon.)	47,952.00	47,952.00	47,952.00	47,952.00	47,952.00	239,760.00	1%
Energia electrica (ventas)	7,920.00	7,920.00	7,920.00	7,920.00	7,920.00	39,600.00	0%
Agua potable (ventas)	2,592.00	2,592.00	2,592.00	2,592.00	2,592.00	12,960.00	0%
Internet (ventas)	10,656.00	10,656.00	10,656.00	10,656.00	10,656.00	53,280.00	0%
Arriendo (ventas)	31,968.00	31,968.00	31,968.00	31,968.00	31,968.00	159,840.00	0%
Salarios (personal admon.)	462,000.00	462,000.00	531,300.00	531,300.00	531,300.00	2,517,900.00	7%
Treceavo mes (admon.)	38,500.00	38,500.00	44,275.00	44,275.00	44,275.00	209,825.00	1%
Indemnizacion (admon.)	38,500.00	38,500.00	44,275.00	44,275.00	44,275.00	209,825.00	1%
Vacaciones (admon.)	38,500.00	38,500.00	44,275.00	44,275.00	44,275.00	209,825.00	1%
Inatec (admon.)	9,240.00	9,240.00	10,626.00	10,626.00	10,626.00	50,358.00	0%
INSS patronal (admon.)	99,330.00	99,330.00	114,229.50	114,229.50	114,229.50	541,348.50	2%
Salarios (personal ventas)	258,000.00	258,000.00	296,700.00	296,700.00	296,700.00	1,406,100.00	4%
Treceavo mes (ventas)	21,500.00	21,500.00	24,725.00	24,725.00	24,725.00	117,175.00	0%
Indemnizacion ventas)	21,500.00	21,500.00	24,725.00	24,725.00	24,725.00	117,175.00	0%
Vacaciones (ventas)	21,500.00	21,500.00	24,725.00	24,725.00	24,725.00	117,175.00	0%
Inatec (ventas)	5,160.00	5,160.00	5,934.00	5,934.00	5,934.00	28,122.00	0%
INSS patronal (ventas)	55,470.00	55,470.00	63,790.50	63,790.50	63,790.50	302,311.50	1%
Telefonia (admon.)	10,800.00	11,404.80	11,404.80	11,404.80	11,404.80	56,419.20	0%
Telefonia (ventas)	7,200.00	7,603.20	7,603.20	7,603.20	7,603.20	37,612.80	0%
Materiales servicios generales (admon.)	3,600.00	3,801.60	3,801.60	3,801.60	3,801.60	18,806.40	0%
Materiales servicios generales (ventas)	2,400.00	2,534.40	2,534.40	2,534.40	2,534.40	12,537.60	0%
Material de oficina (admon.)	10,800.00	11,404.80	11,404.80	11,404.80	11,404.80	56,419.20	0%
Material de oficina (ventas)	7,200.00	7,603.20	7,603.20	7,603.20	7,603.20	37,612.80	0%
Papelería oficial (admon.)	10,800.00	11,404.80	11,404.80	11,404.80	11,404.80	56,419.20	0%
Papelería oficial (ventas)	7,200.00	7,603.20	7,603.20	7,603.20	7,603.20	37,612.80	0%
Amortización a préstamo	159,099.84	159,099.84	159,099.84	159,099.84	159,099.84	795,499.20	2%
Impuestos sobre ventas ALMA	56,262.41	63,013.90	72,465.98	85,509.86	102,611.83	379,863.99	1%
Impuestos anticipo 1% DGI	56,262.41	63,013.90	72,465.98	85,509.86	102,611.83	379,863.99	1%
<b>Flojo de efectivo</b>	<b>254,177.93</b>	<b>453,508.80</b>	<b>580,798.18</b>	<b>918,623.94</b>	<b>1,498,271.74</b>	<b>3,705,380.60</b>	
<b>Acumulativo</b>	<b>254,177.93</b>	<b>707,686.73</b>	<b>1,288,484.91</b>	<b>2,207,108.85</b>	<b>3,705,380.60</b>		

Nota: Fuente propia.

## “JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO

---

Para la construcción del flujo de efectivo se proyecta un incremento en ventas para el año dos del 12%, para el año tres del 15%, para el año cuatro del 18% y para el año cinco del 20%.

En el mismo porcentaje en que se proyecta el crecimiento de las ventas también se proyecta el incremento de los costos de materia prima y costos indirectos de fabricación y gastos.

El anexo 8, detalla el incremento de ventas mensualmente de los años del dos al cinco.

## 7. Elaboración de estados financieros

### 7.1. Balance general inicial

Tabla 39. Balance general, año 1

<b>Jc Natural’s</b>					
<b>Balance General</b>					
Año 1					
<b>Activos</b>			<b>Pasivo</b>		
<b>Corriente</b>	<b>C\$</b>	<b>911,709.03</b>	<b>Corriente</b>	<b>C\$</b>	<b>318,218.94</b>
Efectivo, Caja y Banco	C\$	696,517.78	Proveedores	C\$	139,575.00
Inventario Materia Prima	C\$	75,616.24	Impuestos por pagar IR 30%	C\$	73,892.15
Inventario de Envases 120ml	C\$	100,800.00	IVA Retenido por pagar	C\$	72,553.79
Inventario de Envases 50ml	C\$	38,775.00	IR Laboral retenido por pagar	C\$	3,375.50
<b>No Corriente</b>	<b>C\$</b>	<b>242,507.80</b>	INSS Laboral Retenido por Pagar	C\$	6,615.00
Maquinaria y Equipo	C\$	145,880.00	INSS Cuota Patronal por Pagar	C\$	20,317.50
(-) Depreciación Maquinaria y Equipo	-C\$	23,676.00	2% Inatec por Pagar	C\$	1,890.00
Mobiliario y Equipo de oficina	C\$	167,464.50	<b>No Corriente</b>	<b>C\$</b>	<b>471,225.33</b>
(-) Depreciación Mob. y Eq.oficina	-C\$	47,160.70	Pretamo por pagar L/P	C\$	471,225.33
<b>Diferidos</b>	<b>C\$</b>	<b>107,642.45</b>	<b>Capital</b>	<b>C\$</b>	<b>472,415.01</b>
Deposito Arriendo	C\$	22,200.00	Capital social	C\$	300,000.00
Gastos de organización	C\$	79,043.69	Utilidad neta del ejercicio	C\$	172,415.01
Amortización Gastos de Organización	-C\$	15,808.74			
Gasto Social (salud y capacitación)	C\$	22,207.50			
<b>Total Activos</b>	<b>C\$</b>	<b>1,261,859.28</b>	<b>Total Pasivo + Capital</b>	<b>C\$</b>	<b>1,261,859.28</b>
Elaborado por		Revisado por		Autorizado por	

Nota: Fuente propia.

Como se refleja en el balance general finalizado el año uno, el valor de los activos corrientes es mayor que el valor de los pasivos corrientes lo que indica que el proyecto tiene la capacidad de cumplir con sus obligaciones a corto plazo.

## 7.2. Balance general proyectado

Tabla 40. Balance general proyectado 5 años

<b>Jc Natural’s</b>					
<b>Balance General Proyectado 5 años</b>					
<b>Activos</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Corriente</b>	<b>C\$ 911,709.03</b>	<b>C\$ 1,300,059.82</b>	<b>C\$ 1,755,397.78</b>	<b>C\$ 2,501,035.62</b>	<b>C\$ 3,710,608.73</b>
Efectivo, Caja y Banco	C\$ 696,517.78	C\$ 1,084,868.58	C\$ 1,540,206.53	C\$ 2,285,844.38	C\$ 3,495,417.48
Inventario Materia Prima	C\$ 75,616.24				
Inventario de Envases 120ml	C\$ 100,800.00				
Inventario de Envases 50ml	C\$ 38,775.00				
<b>No Corriente</b>	<b>C\$ 242,507.80</b>	<b>C\$ 171,671.10</b>	<b>C\$ 131,988.40</b>	<b>C\$ 139,632.10</b>	<b>C\$ 88,117.80</b>
Maquinaria y Equipo	C\$ 145,880.00	C\$ 145,880.00	C\$ 145,880.00	C\$ 205,038.00	C\$ 205,038.00
(-) Depreciación Maquinaria y Equipo	-C\$ 23,676.00	-C\$ 47,352.00	-C\$ 71,028.00	-C\$ 106,535.60	-C\$ 142,043.20
Mobiliario y Equipo de oficina	C\$ 167,464.50				
(-) Depreciación Mob. y Eq.oficina	-C\$ 47,160.70	-C\$ 94,321.40	-C\$ 110,328.10	-C\$ 126,334.80	-C\$ 142,341.50
<b>Diferidos</b>	<b>C\$ 107,642.45</b>	<b>C\$ 91,833.71</b>	<b>C\$ 76,024.98</b>	<b>C\$ 60,216.24</b>	<b>C\$ 44,407.50</b>
Deposito Arriendo	C\$ 22,200.00				
Gastos de organización	C\$ 79,043.69				
Amortización Gastos de Organización	-C\$ 15,808.74	-C\$ 31,617.48	-C\$ 47,426.21	-C\$ 63,234.95	-C\$ 79,043.69
Gasto Social (salud y capacitación)	C\$ 22,207.50				
<b>Total Activos</b>	<b>C\$ 1,261,859.28</b>	<b>C\$ 1,563,564.63</b>	<b>C\$ 1,963,411.15</b>	<b>C\$ 2,700,883.96</b>	<b>C\$ 3,843,134.03</b>
<b>Pasivo</b>					
<b>Corriente</b>	<b>C\$ 318,218.94</b>	<b>C\$ 390,714.35</b>	<b>C\$ 455,066.81</b>	<b>C\$ 592,840.91</b>	<b>C\$ 777,356.88</b>
Proveedores	C\$ 139,575.00				
Impuestos por pagar IR 30%	C\$ 73,892.15	C\$ 137,653.42	C\$ 189,812.69	C\$ 310,760.19	C\$ 473,214.61
IVA Retenido por pagar	C\$ 72,553.79	C\$ 81,287.93	C\$ 93,481.12	C\$ 110,307.72	C\$ 132,369.27
IR Laboral retenido por pagar	C\$ 3,375.50				
INSS Laboral Retenido por Pagar	C\$ 6,615.00				
INSS Cuota Patronal por Pagar	C\$ 20,317.50				
2% Inatec por Pagar	C\$ 1,890.00				
<b>No Corriente</b>	<b>C\$ 471,225.33</b>	<b>C\$ 379,243.95</b>	<b>C\$ 271,841.72</b>	<b>C\$ 146,433.33</b>	<b>C\$ -</b>
Pretamo por pagar L/P	C\$ 471,225.33	C\$ 379,243.95	C\$ 271,841.72	C\$ 146,433.33	C\$ -
<b>Capital</b>	<b>C\$ 472,415.01</b>	<b>C\$ 793,606.33</b>	<b>C\$ 1,236,502.61</b>	<b>C\$ 1,961,609.72</b>	<b>C\$ 3,065,777.15</b>
Capital Social	C\$ 300,000.00				
Utilidad del ejercicio	C\$ 172,415.01				
Utilidad Acumuladas	C\$ -	C\$ 493,606.33	C\$ 936,502.61	C\$ 1,661,609.72	2,765,777.15
<b>Total Pasivo + Capital</b>	<b>C\$ 1,261,859.28</b>	<b>C\$ 1,563,564.64</b>	<b>C\$ 1,963,411.15</b>	<b>C\$ 2,700,883.96</b>	<b>C\$ 3,843,134.03</b>
Elaborado por					Autorizado por
			Revisado por		

Nota: Fuente propia.

## **“JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO**

---

El balance general proyectado de los cinco años, refleja año a año incremento en la actividad económica del proyecto, solidificando la estabilidad financiera del mismo, con incremento en el activo circulante que permite pagar los pasivos, aunque estos también incrementan el índice de solvencia del proyecto es de 4.77.

### 7.3. Estado de resultado proyectado

**Tabla 41.** Estado de resultado proyectado

<b>Jc Natural’s</b>						
<b>Estado de Resultado Proyectado</b>						
	<b>2024 (Año 1)</b>	<b>2025 (Año 2)</b>	<b>2026 (Año 3)</b>	<b>2027 (Año 4)</b>	<b>2028 (Año 5)</b>	
Ventas	C\$ 5,626,241.04	C\$ 6,301,389.96	C\$ 7,246,598.46	C\$ 8,550,986.18	C\$ 10,261,183.42	
Costo de Ventas	C\$ 3,801,398.45	C\$ 4,257,566.26	C\$ 4,896,201.20	C\$ 5,777,517.42	C\$ 6,933,020.90	
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>C\$ 1,824,842.59</b>	<b>C\$ 2,043,823.70</b>	<b>C\$ 2,350,397.26</b>	<b>C\$ 2,773,468.76</b>	<b>C\$ 3,328,162.52</b>	
<b>Gastos de Operación</b>	<b>C\$ 1,498,210.26</b>	<b>C\$ 1,517,860.50</b>	<b>C\$ 1,665,990.67</b>	<b>C\$ 1,703,910.03</b>	<b>C\$ 1,738,113.97</b>	
Gastos Administrativos	C\$ 856,839.07	C\$ 861,642.33	C\$ 933,398.83	C\$ 933,398.83	C\$ 933,398.83	
Gastos de Venta	C\$ 641,371.19	C\$ 656,218.17	C\$ 732,591.84	C\$ 770,511.19	C\$ 804,715.14	
<b>Utilidad o Perdida de Operaciones</b>	<b>C\$ 326,632.33</b>	<b>C\$ 525,963.20</b>	<b>C\$ 684,406.59</b>	<b>C\$ 1,069,558.74</b>	<b>C\$ 1,590,048.55</b>	
<b>Gastos Financieros</b>	<b>C\$ 80,325.17</b>	<b>C\$ 67,118.46</b>	<b>C\$ 51,697.62</b>	<b>C\$ 33,691.44</b>	<b>C\$ 12,666.50</b>	
Gastos financieros	C\$ 80,325.17	C\$ 67,118.46	C\$ 51,697.62	C\$ 33,691.44	C\$ 12,666.50	
<b>Utilidad Antes de IR</b>	<b>C\$ 246,307.16</b>	<b>C\$ 458,844.74</b>	<b>C\$ 632,708.97</b>	<b>C\$ 1,035,867.30</b>	<b>C\$ 1,577,382.05</b>	
IR 30%	C\$ 73,892.15	C\$ 137,653.42	C\$ 189,812.69	C\$ 310,760.19	C\$ 473,214.61	
<b>Utilidad Neta</b>	<b>C\$ 172,415.01</b>	<b>C\$ 321,191.32</b>	<b>C\$ 442,896.28</b>	<b>C\$ 725,107.11</b>	<b>C\$ 1,104,167.43</b>	
Elaborado por	Revisado por				Autorizado por	

Nota: Fuente propia.

## **“JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO**

---

Se observa en los resultados desde el primer año el proyecto, la generación de utilidades, lo que indica que el proyecto es rentable, teniendo al final de los cinco años una utilidad acumulada de C\$ 2,765,777.15, demostrando solides financiera.

## 8. Determinación de indicadores financieros básicos

### 8.1. Valor actual neto (VAN)

**Tabla 42.** Cálculo VAN

<b>Jc Natural’s</b>	
Calculo del valor actual neto	
Años	Flujos
0	-C\$ 849,889.15
1	C\$ 254,177.93
2	C\$ 453,508.80
3	C\$ 580,798.18
4	C\$ 918,623.94
5	C\$ 1,498,271.74
<b>Costo del capital</b>	2.50%
<b>VAN</b>	<b>C\$2,463,957.30</b>

Nota: Fuente propia.

Se tiene como resultado una VAN de C\$2, 463,957.30, del proyecto, lo que se considera aceptable ya que es mayor a cero. Equivale a la recuperación de la inversión inicial del proyecto en un 290%.

## 8.2. Tasa interna de retorno

**Tabla 43.** Cálculo de la TIR

<b>Jc Natural’s</b>	
Calculo de la tasa interna de retorno	
<b>Años</b>	<b>Flujos</b>
0	-C\$ 849,889.15
1	C\$ 254,177.93
2	C\$ 453,508.80
3	C\$ 580,798.18
4	C\$ 918,623.94
5	C\$ 1,498,271.74
<b>TIR</b>	<b>54.10%</b>

Nota: Fuente propia.

Una TIR de 54.10%, significa que se tendrá una ganancia del 54.10%, sobre el valor inicial invertido, lo que indica un resultado positivo.

### 8.3. Análisis de costo beneficio

**Tabla 44.** Cálculo costo beneficio

<b>Jc Natural’s</b>	
Análisis de costo beneficio	
Ingresos totales	C\$ 37,986,399.05
Egresos totales	C\$ 34,281,018.46
<b>C/B</b>	<b>1.11</b>

Nota: Fuente propia.

Teniendo como resultado un costo beneficio de 1.11, siendo mayor a 1, es aceptable, significa que el proyecto puede pagar sus obligaciones quedando un excedente.

## 9. Análisis de razones financieras

**Tabla 45.** Análisis capital neto de trabajo

<b>Jc Natural’s</b>	
Capital neto de trabajo	
Activo corriente	C\$ 3,710,608.73
Pasivo corriente	C\$ 777,356.88
<b>CNT</b>	<b>C\$2,933,251.85</b>

Nota: Fuente propia.

Este resultado significa que el proyecto cuenta con la liquidez suficiente para pagar sus deudas, quedando un excedente de C\$ 2, 933,251.85.

**Tabla 46.** Índice de solvencia

<b>Jc Natural’s</b>	
Índice de solvencia	
Activo corriente	C\$ 3,710,608.73
Pasivo corriente	C\$ 777,356.88
<b>CNT</b>	<b>4.77336578</b>

Nota: Fuente propia.

## “JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO

Este resultado significa que el proyecto cuenta con un índice de solvencia del 4.77 por ende puede responder sus obligaciones sin afectar la solvencia.

**Tabla 47.** Prueba acida

<b>Jc Natural`s</b>	
Prueba acida	
	<b>Flujos</b>
Activos corrientes	C\$ 3,710,608.73
Inventarios	C\$ 215,191.24
Pasivo corrientes	C\$ 777,356.88
<b>CNT</b>	<b>C\$4.50</b>

Nota: Fuente propia.

El resultado obtenido de la prueba acida, indica que el proyecto cuenta con la liquidez para pagar las obligaciones sin incluir el inventario.

## 10. Valoración económica general del plan

Para realizar la valoración económica del proyecto se toma en cuenta, el valor de la inversión inicial, los ingresos y egresos proyectados y necesario para que JC Natural’s pueda iniciar operaciones con el lanzamiento de su producto de aceite natural HACACOCO.

1. El valor actual neto obtenido de C\$2, 463,957.30, representa recuperación de la inversión inicial del proyecto, lo que se considera aceptable ya que es mayor a cero.
2. El resultado del cálculo de costo beneficio de como resultado 1.11, siendo mayor a 1, es aceptable, significa que el proyecto puede pagar sus obligaciones quedando un excedente, son mayores los ingresos que los egresos.
3. La tasa interna de retorno es de 54.10, se considera rentable ya que está por encima del 16 al 18% de interés del costo de los préstamos bancarios.

## 11. Conclusiones

En conclusión, se puede decir que se lograron los objetivos planteados ya que se logró conocer la viabilidad financiera del proyecto, la cual es positiva.

Se estableció el precio de venta del aceite natural HACACOCO, teniendo en cuenta los costos de materia prima, mano de obra y costos indirectos, con margen de utilidad del 65%, para ambas presentaciones.

Se elaboró flujo de efectivo desde el mes 1, hasta el año 5, resultando positivo para la operación del proyecto.

Se toma la decisión de echar andar el proyecto, con la observación de fijar atención en los costos para evitar que se salgan de lo establecido ya que esto ocasionaría dificultades para seguir operando, igualmente se debe fijar atención en las ventas ya que de esto dependerá la estabilidad del proyecto puesto en marcha.

## V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

INIDE, CUAEN. (2021). *INIDE*. Obtenido de <https://www.inide>

Intelligence, Mordor. (2023). *Mordor Intelligence*. Obtenido de <https://www.mordorintelligence.com/es /industry-reports/essential-oils-market>

Intelligence, Mordor. (2023). *Mordor Intelligence*. Obtenido de <https://www.mordorintelligence.com/es /industry-reports/essential-oils-market>.

Mordor Intelligence. (2023). *Mordor Intelligence 2*. Obtenido de <https://www.mordorintelligence.com/es /industry-reports/essential-oils-market>.

## Anexos

### Anexo 1. Modelo de negocio con CANVAS

Socios Claves	Actividades Claves	Propuesta de Valor	Relación con los Clientes	Segmentos de Clientes
Centro de masajes	Selección de nuestro proveedor Compra del aceite de coco y aceite esencial de albahaca	Aceite 100% natural a base de aceite de coco y aceite esencial de albahaca, potenciando los beneficios de ambos aceites en pro de la salud de los consumidores.	Atención personalizada	Mujeres de todas las edades
Clínicas de terapias	Selección de nuestros socios y colaboradores		Por las redes sociales	Mujeres con problemas de salud en la piel Mujeres con estrilas, cicatrices y manchas Personas estresadas
Spa		Precio económico	Por teléfono	Personas mayores con problema de dolores en musculares
Gestor de publicidad y redes sociales	<b>Recursos Clave</b> Materia prima (aceite de coco y esencial de albahaca) Envase y etiquetas		Por correo electrónico	
Proveedores de materia prima	Recurso humano o colaboradores Económicos Marca		<b>Canales</b> Tienda de atención al cliente Redes sociales Web	
<b>Estructura de Costes</b> Compra de materia prima (aceite de coco y aceite esencial de albahaca) Envases, etiquetas Salario Alquiler Servicios básicos (energía, agua, teléfono, internet) Publicidad en redes sociales			<b>Fuentes de Ingresos</b>  Venta de aceite natural con beneficios múltiples para la salud.	

Nota: Fuente propia.

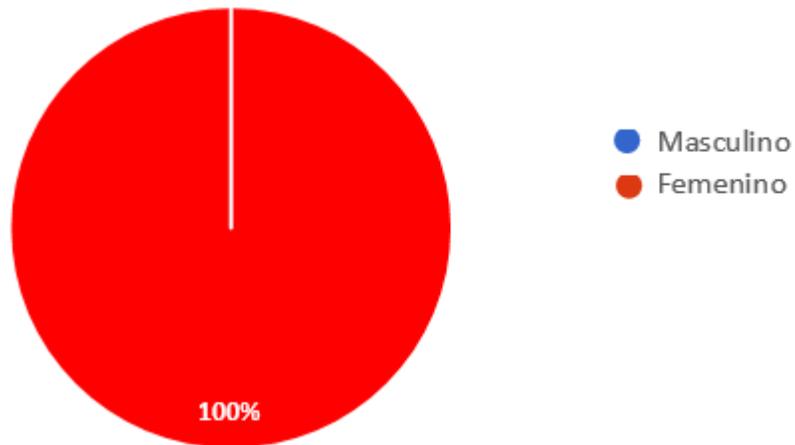
**Anexo 2.** Instrumento metodológico aplicado (encuesta)

Somos estudiantes egresadas de la Universidad de tecnología y comercio UNITEC, y estamos realizando un proyecto de plan de negocio para la comercialización de aceite natural, por lo que le solicitamos nos apoye en la realización de esta encuesta para conocer sus gustos y preferencias acerca de los aceites corporales.

Si tiene algún comentario adicional anótelo al finalizar el cuestionario

Marque o seleccione su respuesta y responda la que sea necesaria.

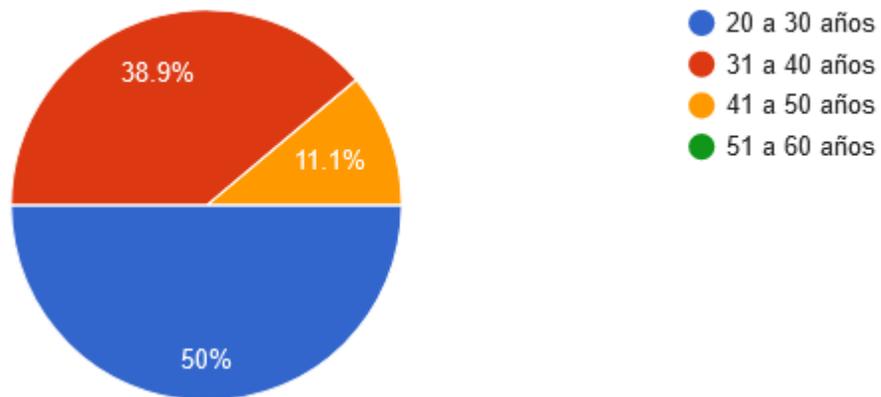
Sexo de las personas encuestadas.



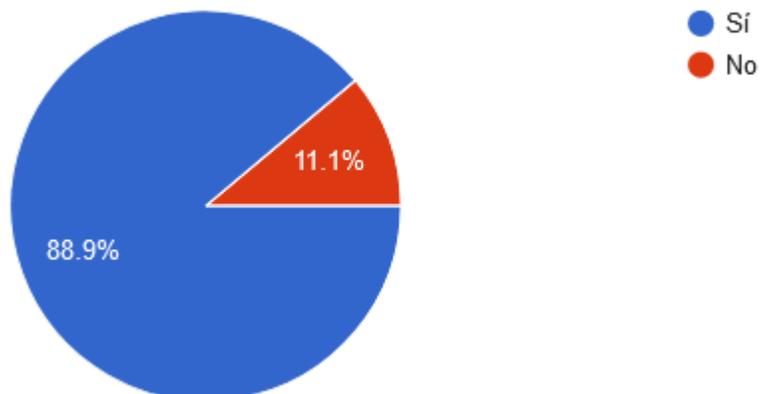
## “JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO

---

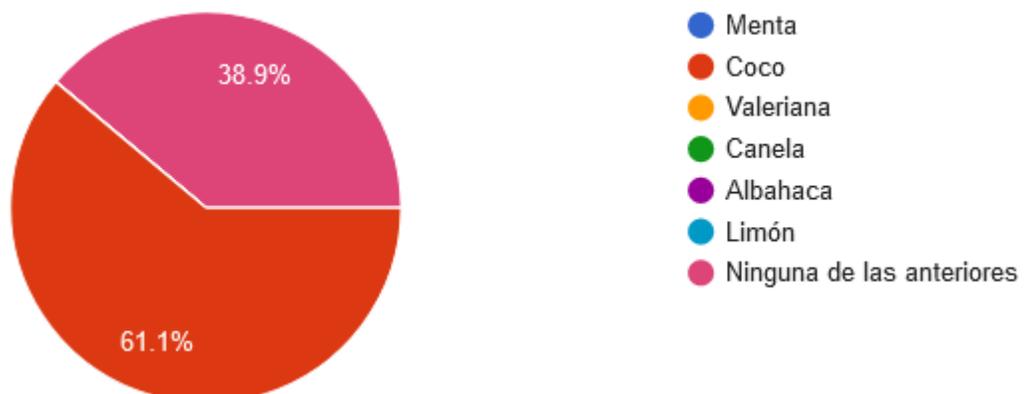
¿Qué edad tiene comprendida entre:



¿Conoce o ha escuchado acerca de los aceites naturales para el cuerpo?



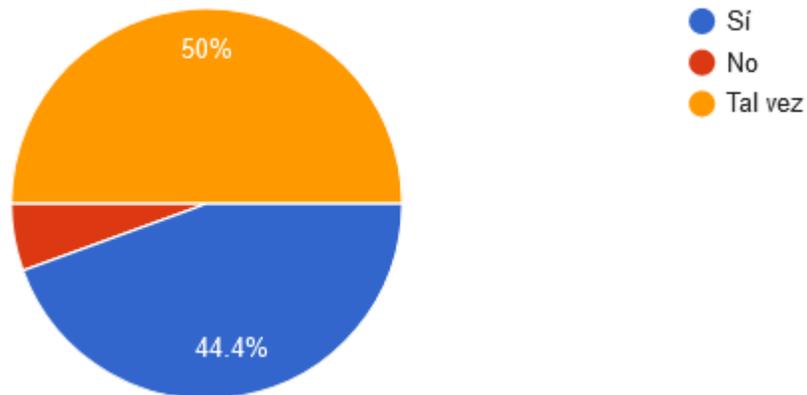
¿Qué tipo de aceite utiliza?



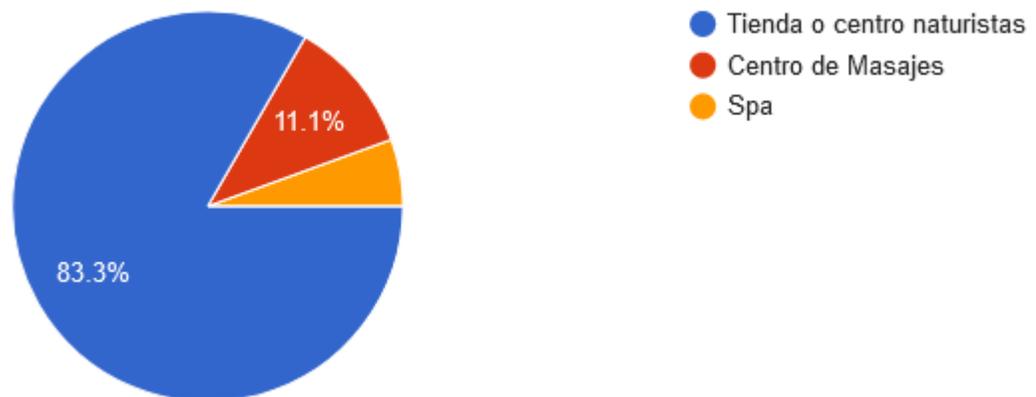
## “JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO

---

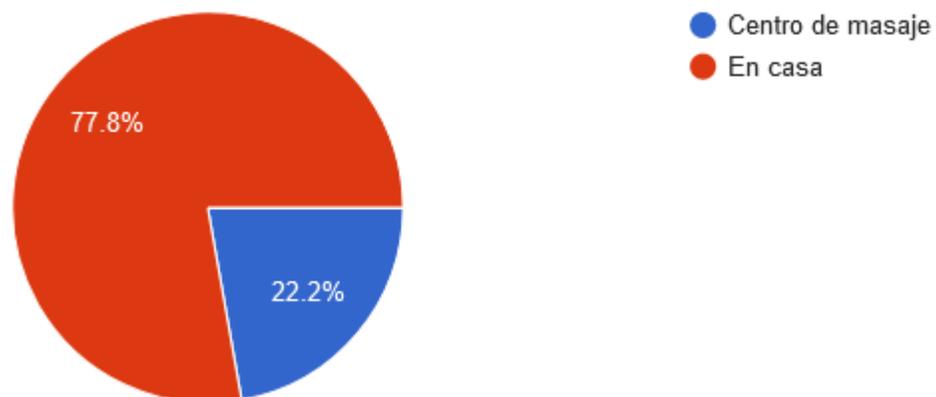
¿Estaría dispuesto a cambiar el tipo de aceite que usa por un nuevo producto?



¿Dónde adquiere el producto que actualmente consume?



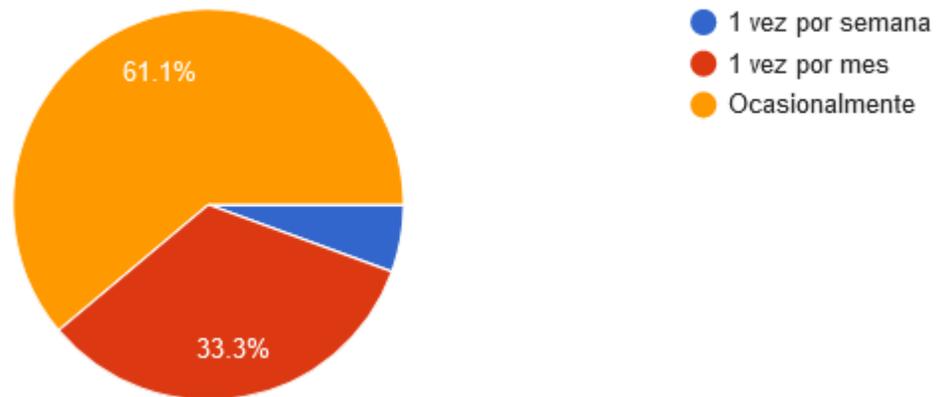
¿Prefiere visitar un centro de masaje o que alguien se lo aplique en casa?



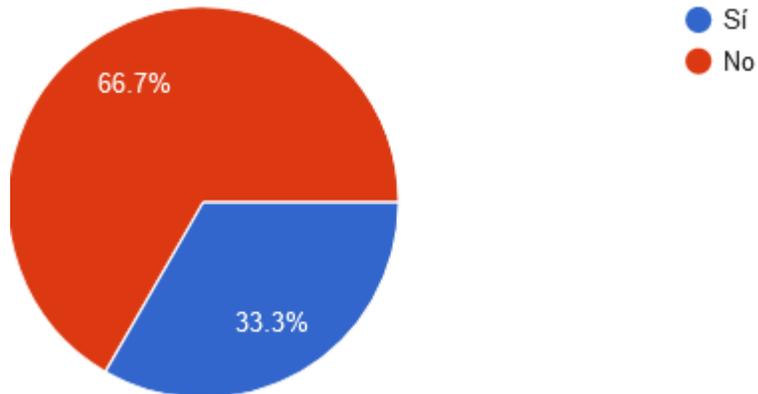
## “JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO

---

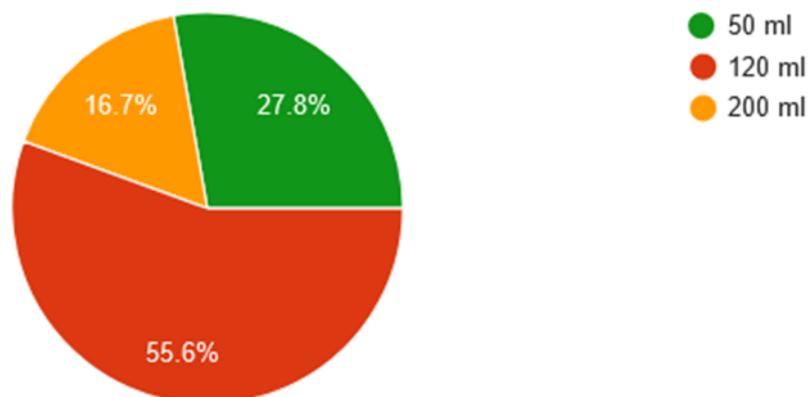
¿Con que frecuencia lo adquiere?



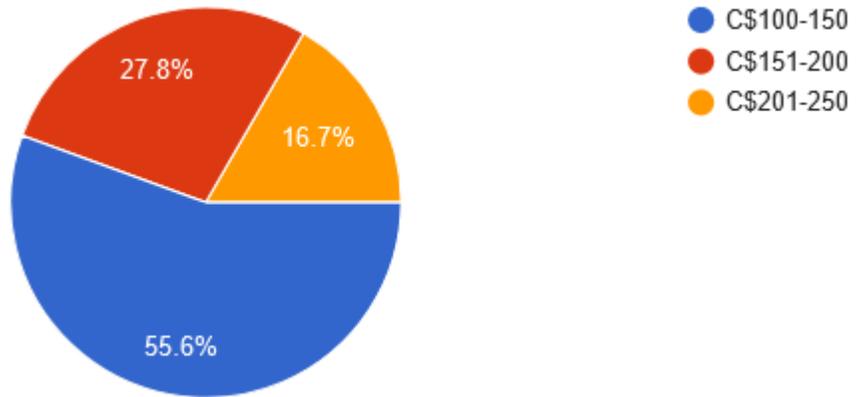
¿Al momento de la compra recibe algún tipo de tipos o asesoría de cómo aplicar el producto?



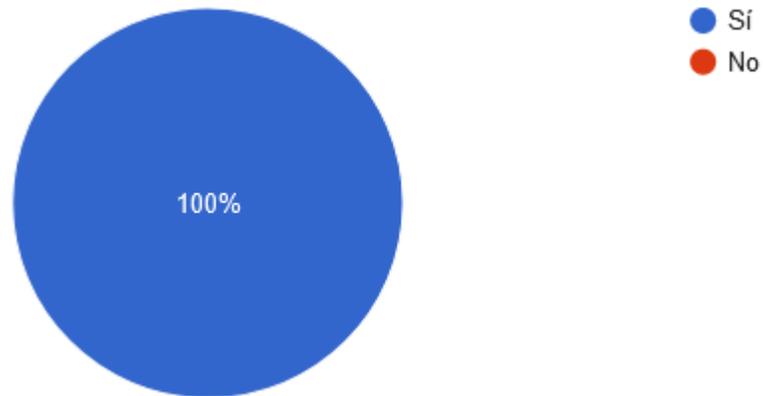
¿Qué presentación o tamaño prefiere?



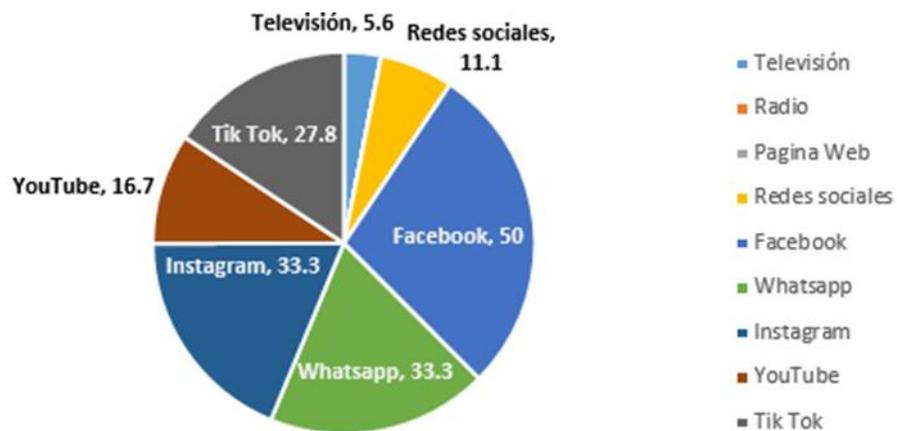
¿Cuánto le cuesta el producto que actualmente compra?



¿Le gustaría recibir beneficios o promociones en los precios?



¿Qué tipo de medios de comunicación utiliza con más frecuencia?



Muchas gracias por su colaboración.

Anexo 3. Banner



Nota: Fuente propia.

1. Página Web

<https://jackyvanemorales20.wixsite.com/jc-natural-s>

**Anexo 4.** Detalle de capital de trabajo primer mes de operaciones

<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>
Materia prima	C\$ 75,616.24
Mano de obra (planilla producción)	C\$ 34,500.00
Costos indirectos de fabricación	C\$ 195,358.17
Energía eléctrica	C\$ 1,650.00
Agua potable	C\$ 540.00
Internet	C\$ 2,220.00
Salarios personal	C\$ 60,000.00
Treceavo mes	C\$ 5,000.00
Indemnización	C\$ 5,000.00
Vacaciones	C\$ 5,000.00
Inatec	C\$ 1,200.00
INSS patronal	C\$ 12,900.00
Telefonía	C\$ 1,500.00
Materiales servicios generales	C\$ 500.00
Material de oficina	C\$ 1,500.00
Papelería oficial	C\$ 1,500.00
Impuestos sobre ventas ALMA	C\$ 4,558.27
Impuestos anticipo 1% DGI	C\$ 4,558.27
<b>Total capital de trabajo primer mes de operaciones</b>	<b>C\$ 413,100.96</b>

Nota: Fuente propia.

**Anexo 5.** Detalle de trámites iniciales y legales

<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>
Alcaldía municipal	C\$ 252.50
Inspección medio ambiente	C\$ 100.00
Inscripción como comerciante	C\$ 300.00
Sello libros contables	C\$ 400.00
Inscripción de poder	C\$ 300.00
Arancel capital de constitución	C\$ 1,000.00
Documentos legales	C\$ 3,700.00
<b>Total tramites iniciales y legales</b>	<b>C\$ 6,052.50</b>

Nota: Fuente propia.

**Anexo 6.** Presupuesto de publicidad

<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>
Publicaciones en redes sociales	C\$ 14,436.00
Muestras gratis	C\$ 2,500.00
Masajista	C\$ 3,609.00
Brochures	C\$ 3,250.00
Banner	C\$ 902.25
Otros	C\$ 302.75
<b>Total gastos de publicidad</b>	<b>C\$ 25,000.00</b>

Nota: Fuente propia.

## “JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO

### Anexo 7. Amortización de financiamiento externo

Financiamiento por C\$ 550,000, a pagar en 60 meses, con 16% de interés anual

Interés men: 1.33%

$$a = 550,000 \frac{0.013}{1 - (1 + 0.013)^{-60}} = 13,258.32$$

**-C\$ 13,258.32**

Meses	Cuota mensual	Interés	Amortización Capital	Saldo	Meses	Cuota mensual	Interés	Amortización Capital	Saldo
0	C\$ -	C\$ -	C\$ -	C\$ 550,000.00	31	C\$ 13,258.32	C\$ 4,259.09	C\$ 8,999.23	C\$ 318,623.42
1	C\$ 13,258.32	C\$ 7,150.00	C\$ 6,108.32	C\$ 543,891.68	32	C\$ 13,258.32	C\$ 4,142.10	C\$ 9,116.22	C\$ 309,507.20
2	C\$ 13,258.32	C\$ 7,070.59	C\$ 6,187.73	C\$ 537,703.95	33	C\$ 13,258.32	C\$ 4,023.59	C\$ 9,234.73	C\$ 300,272.48
3	C\$ 13,258.32	C\$ 6,990.15	C\$ 6,268.17	C\$ 531,435.78	34	C\$ 13,258.32	C\$ 3,903.54	C\$ 9,354.78	C\$ 290,917.70
4	C\$ 13,258.32	C\$ 6,908.67	C\$ 6,349.65	C\$ 525,086.13	35	C\$ 13,258.32	C\$ 3,781.93	C\$ 9,476.39	C\$ 281,441.31
5	C\$ 13,258.32	C\$ 6,826.12	C\$ 6,432.20	C\$ 518,653.93	36	C\$ 13,258.32	C\$ 3,658.74	C\$ 9,599.58	C\$ 271,841.72
6	C\$ 13,258.32	C\$ 6,742.50	C\$ 6,515.82	C\$ 512,138.11	37	C\$ 13,258.32	C\$ 3,533.94	C\$ 9,724.38	C\$ 262,117.35
7	C\$ 13,258.32	C\$ 6,657.80	C\$ 6,600.52	C\$ 505,537.58	38	C\$ 13,258.32	C\$ 3,407.53	C\$ 9,850.79	C\$ 252,266.55
8	C\$ 13,258.32	C\$ 6,571.99	C\$ 6,686.33	C\$ 498,851.25	39	C\$ 13,258.32	C\$ 3,279.47	C\$ 9,978.85	C\$ 242,287.70
9	C\$ 13,258.32	C\$ 6,485.07	C\$ 6,773.25	C\$ 492,078.00	40	C\$ 13,258.32	C\$ 3,149.74	C\$ 10,108.58	C\$ 232,179.12
10	C\$ 13,258.32	C\$ 6,397.01	C\$ 6,861.31	C\$ 485,216.69	41	C\$ 13,258.32	C\$ 3,018.33	C\$ 10,239.99	C\$ 221,939.13
11	C\$ 13,258.32	C\$ 6,307.82	C\$ 6,950.50	C\$ 478,266.19	42	C\$ 13,258.32	C\$ 2,885.21	C\$ 10,373.11	C\$ 211,566.01
12	C\$ 13,258.32	C\$ 6,217.46	C\$ 7,040.86	C\$ 471,225.33	43	C\$ 13,258.32	C\$ 2,750.36	C\$ 10,507.96	C\$ 201,058.05
13	C\$ 13,258.32	C\$ 6,125.93	C\$ 7,132.39	C\$ 464,092.94	44	C\$ 13,258.32	C\$ 2,613.75	C\$ 10,644.57	C\$ 190,413.49
14	C\$ 13,258.32	C\$ 6,033.21	C\$ 7,225.11	C\$ 456,867.83	45	C\$ 13,258.32	C\$ 2,475.38	C\$ 10,782.94	C\$ 179,630.54
15	C\$ 13,258.32	C\$ 5,939.28	C\$ 7,319.04	C\$ 449,548.79	46	C\$ 13,258.32	C\$ 2,335.20	C\$ 10,923.12	C\$ 168,707.42
16	C\$ 13,258.32	C\$ 5,844.13	C\$ 7,414.19	C\$ 442,134.60	47	C\$ 13,258.32	C\$ 2,193.20	C\$ 11,065.12	C\$ 157,642.30
17	C\$ 13,258.32	C\$ 5,747.75	C\$ 7,510.57	C\$ 434,624.03	48	C\$ 13,258.32	C\$ 2,049.35	C\$ 11,208.97	C\$ 146,433.33
18	C\$ 13,258.32	C\$ 5,650.11	C\$ 7,608.21	C\$ 427,015.83	49	C\$ 13,258.32	C\$ 1,903.63	C\$ 11,354.69	C\$ 135,078.64
19	C\$ 13,258.32	C\$ 5,551.21	C\$ 7,707.11	C\$ 419,308.71	50	C\$ 13,258.32	C\$ 1,756.02	C\$ 11,502.30	C\$ 123,576.34
20	C\$ 13,258.32	C\$ 5,451.01	C\$ 7,807.31	C\$ 411,501.41	51	C\$ 13,258.32	C\$ 1,606.49	C\$ 11,651.83	C\$ 111,924.51
21	C\$ 13,258.32	C\$ 5,349.52	C\$ 7,908.80	C\$ 403,592.60	52	C\$ 13,258.32	C\$ 1,455.02	C\$ 11,803.30	C\$ 100,121.21
22	C\$ 13,258.32	C\$ 5,246.70	C\$ 8,011.62	C\$ 395,580.99	53	C\$ 13,258.32	C\$ 1,301.58	C\$ 11,956.74	C\$ 88,164.47
23	C\$ 13,258.32	C\$ 5,142.55	C\$ 8,115.77	C\$ 387,465.22	54	C\$ 13,258.32	C\$ 1,146.14	C\$ 12,112.18	C\$ 76,052.29
24	C\$ 13,258.32	C\$ 5,037.05	C\$ 8,221.27	C\$ 379,243.95	55	C\$ 13,258.32	C\$ 988.68	C\$ 12,269.64	C\$ 63,782.65
25	C\$ 13,258.32	C\$ 4,930.17	C\$ 8,328.15	C\$ 370,915.80	56	C\$ 13,258.32	C\$ 829.17	C\$ 12,429.15	C\$ 51,353.50
26	C\$ 13,258.32	C\$ 4,821.91	C\$ 8,436.41	C\$ 362,479.39	57	C\$ 13,258.32	C\$ 667.60	C\$ 12,590.72	C\$ 38,762.78
27	C\$ 13,258.32	C\$ 4,712.23	C\$ 8,546.09	C\$ 353,933.30	58	C\$ 13,258.32	C\$ 503.92	C\$ 12,754.40	C\$ 26,008.37
28	C\$ 13,258.32	C\$ 4,601.13	C\$ 8,657.19	C\$ 345,276.11	59	C\$ 13,258.32	C\$ 338.11	C\$ 12,920.21	C\$ 13,088.16
29	C\$ 13,258.32	C\$ 4,488.59	C\$ 8,769.73	C\$ 336,506.38	60	C\$ 13,258.32	C\$ 170.15	C\$ 13,088.17	C\$ -0.01
30	C\$ 13,258.32	C\$ 4,374.58	C\$ 8,883.74	C\$ 327,622.64					

Nota: Fuente propia

## “JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO

---

### Anexo 8. Proyección de ventas del año dos al año cinco

Meses	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	510,420.62	586,983.71	692,640.78	831,168.94
Febrero	510,420.62	586,983.71	692,640.78	831,168.94
Marzo	510,420.62	586,983.71	692,640.78	831,168.94
Abril	519,872.85	597,853.78	705,467.46	846,560.95
Mayo	519,872.85	597,853.78	705,467.46	846,560.95
Junio	520,503.00	598,578.45	706,322.57	847,587.09
Julio	528,064.79	607,274.51	716,583.92	859,900.70
Agosto	528,064.79	607,274.51	716,583.92	859,900.70
Septiembre	528,064.79	607,274.51	716,583.92	859,900.70
Octubre	541,928.06	623,217.27	735,396.38	882,475.66
Noviembre	541,928.06	623,217.27	735,396.38	882,475.66
Diciembre	541,928.06	623,217.27	735,396.38	882,475.66
<b>Total ventas anuales</b>	<b>6,301,489.12</b>	<b>7,246,712.48</b>	<b>8,551,120.73</b>	<b>10,261,344.88</b>
<b>Incremento</b>	<b>675,159.55</b>	<b>945,223.37</b>	<b>1,304,408.25</b>	<b>1,710,224.15</b>
<b>Incremento %</b>	<b>12%</b>	<b>15%</b>	<b>18%</b>	<b>20%</b>

Nota: Fuente propia.

“JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO

Anexo 9. Cálculo de depreciación de activos

Activo	Valor de compra	Depreciación año 1	Depreciación acumulada año 2	Depreciación acumulada año 3	Depreciación acumulada año 4	Depreciación acumulada año 5	Valor actual después de 5 años
<b>Maquinaria y equipo de producción y bodega</b>	<b>C\$ 205,038.00</b>	<b>C\$ 23,676.00</b>	<b>C\$ 47,352.00</b>	<b>C\$ 71,028.00</b>	<b>C\$ 106,535.60</b>	<b>C\$ 142,043.20</b>	<b>C\$ 62,994.80</b>
Tanque para mezclar y almacenar	C\$ 42,800.00	C\$ 4,280.00	C\$ 8,560.00	C\$ 12,840.00	C\$ 17,120.00	C\$ 21,400.00	C\$ 21,400.00
Llenadora dosificadora	C\$ 38,500.00	C\$ 7,700.00	C\$ 15,400.00	C\$ 23,100.00	C\$ 30,800.00	C\$ 38,500.00	C\$ -
Máquina para etiquetar (Modelo HZPK MT- Llenadora dosificadora	C\$ 15,280.00	C\$ 3,056.00	C\$ 6,112.00	C\$ 9,168.00	C\$ 12,224.00	C\$ 15,280.00	C\$ -
Máquina para etiquetar (Modelo HZPK MT- Llenadora dosificadora	C\$ 42,350.00				C\$ 8,470.00	C\$ 16,940.00	C\$ 25,410.00
Máquina para etiquetar (Modelo HZPK MT- Mesas de acero inoxidable	C\$ 16,808.00				C\$ 3,361.60	C\$ 6,723.20	C\$ 10,084.80
Mesas de acero inoxidable	C\$ 12,200.00	C\$ 1,220.00	C\$ 2,440.00	C\$ 3,660.00	C\$ 4,880.00	C\$ 6,100.00	C\$ 6,100.00
Estantes	C\$ 23,500.00	C\$ 4,700.00	C\$ 9,400.00	C\$ 14,100.00	C\$ 18,800.00	C\$ 23,500.00	C\$ -
Polines	C\$ 13,600.00	C\$ 2,720.00	C\$ 5,440.00	C\$ 8,160.00	C\$ 10,880.00	C\$ 13,600.00	C\$ -
<b>Mobiliario y equipo de oficina</b>	<b>C\$ 167,464.50</b>	<b>C\$ 47,160.70</b>	<b>C\$ 94,321.40</b>	<b>C\$ 110,328.10</b>	<b>C\$ 126,334.80</b>	<b>C\$ 142,341.50</b>	<b>C\$ 25,123.00</b>
Escritorios	C\$ 13,600.00	C\$ 2,720.00	C\$ 5,440.00	C\$ 8,160.00	C\$ 10,880.00	C\$ 13,600.00	C\$ -
Mueble de recepción y exhibidor de productos	C\$ 12,950.00	C\$ 2,590.00	C\$ 5,180.00	C\$ 7,770.00	C\$ 10,360.00	C\$ 12,950.00	C\$ -
Teléfonos celulares	C\$ 4,440.00	C\$ 888.00	C\$ 1,776.00	C\$ 2,664.00	C\$ 3,552.00	C\$ 4,440.00	C\$ -
Teléfonos IP (extensiones)	C\$ 7,825.50	C\$ 1,565.10	C\$ 3,130.20	C\$ 4,695.30	C\$ 6,260.40	C\$ 7,825.50	C\$ -
Computadoras	C\$ 37,000.00	C\$ 18,500.00	C\$ 37,000.00	C\$ 37,000.00	C\$ 37,000.00	C\$ 37,000.00	C\$ -
Impresora oficina	C\$ 14,430.00	C\$ 7,215.00	C\$ 14,430.00	C\$ 14,430.00	C\$ 14,430.00	C\$ 14,430.00	C\$ -
Impresora caja	C\$ 10,878.00	C\$ 5,439.00	C\$ 10,878.00	C\$ 10,878.00	C\$ 10,878.00	C\$ 10,878.00	C\$ -
Sillas ejecutivas	C\$ 10,360.00	C\$ 2,072.00	C\$ 4,144.00	C\$ 6,216.00	C\$ 8,288.00	C\$ 10,360.00	C\$ -
Sillas secretariales	C\$ 2,035.00	C\$ 407.00	C\$ 814.00	C\$ 1,221.00	C\$ 1,628.00	C\$ 2,035.00	C\$ -
Sillas de espera	C\$ 3,700.00	C\$ 740.00	C\$ 1,480.00	C\$ 2,220.00	C\$ 2,960.00	C\$ 3,700.00	C\$ -
Aires acondicionados	C\$ 35,520.00	C\$ 3,552.00	C\$ 7,104.00	C\$ 10,656.00	C\$ 14,208.00	C\$ 17,760.00	C\$ 17,760.00
Aires acondicionados	C\$ 14,726.00	C\$ 1,472.60	C\$ 2,945.20	C\$ 4,417.80	C\$ 5,890.40	C\$ 7,363.00	C\$ 7,363.00
<b>Totales Generales</b>	<b>C\$ 372,502.50</b>	<b>C\$ 70,836.70</b>	<b>C\$ 141,673.40</b>	<b>C\$ 181,356.10</b>	<b>C\$ 232,870.40</b>	<b>C\$ 284,384.70</b>	<b>C\$ 88,117.80</b>

Nota: Fuente propia.

“JC Natural’s, Comercialización de aceite natural HACACOCO

**Anexo 10.** Planilla de personal

Planilla personal de producción

Cargo	Salario Básico Mensual	Total Ingresos	IR	INSS Laboral	INSS Patronal	INATEC 2%	Total Deducciones	NETO A PAGAR
Encargado de producción	C\$ 17,000.00	C\$ 17,000.00	C\$ 1,121.50	C\$ 1,190.00	C\$ 3,655.00	C\$ 340.00	C\$ 2,311.50	C\$ 14,688.50
Operario	C\$ 9,000.00	C\$ 9,000.00	C\$ 5.50	C\$ 630.00	C\$ 1,935.00	C\$ 180.00	C\$ 635.50	C\$ 8,364.50
Bodeguero	C\$ 8,500.00	C\$ 8,500.00		C\$ 595.00	C\$ 1,827.50	C\$ 170.00	C\$ 595.00	C\$ 7,905.00
<b>Totales</b>	<b>C\$ 34,500.00</b>	<b>C\$ 34,500.00</b>	<b>C\$ 1,127.00</b>	<b>C\$ 2,415.00</b>	<b>C\$ 7,417.50</b>	<b>C\$ 690.00</b>	<b>C\$ 3,542.00</b>	<b>C\$ 30,958.00</b>

Planilla personal administrativo

Cargo	Salario Básico Mensual	Total Ingresos	IR	INSS Laboral	INSS Patronal	INATEC 2%	Total Deducciones	NETO A PAGAR
Administrador	C\$ 17,000.00	C\$ 17,000.00	C\$ 1,121.50	C\$ 1,190.00	C\$ 3,655.00	C\$ 340.00	C\$ 2,311.50	C\$ 14,688.50
Contador	C\$ 13,000.00	C\$ 13,000.00	C\$ 563.50	C\$ 910.00	C\$ 2,795.00	C\$ 260.00	C\$ 1,473.50	C\$ 11,526.50
Servicios generales	C\$ 8,500.00	C\$ 8,500.00	C\$ -	C\$ 595.00	C\$ 1,827.50	C\$ 170.00	C\$ 595.00	C\$ 7,905.00
<b>Totales</b>	<b>C\$ 38,500.00</b>	<b>C\$ 38,500.00</b>	<b>C\$ 1,685.00</b>	<b>C\$ 2,695.00</b>	<b>C\$ 8,277.50</b>	<b>C\$ 770.00</b>	<b>C\$ 4,380.00</b>	<b>C\$ 34,120.00</b>

Planilla personal de ventas

Cargo	Salario Básico Mensual	Total Ingresos	IR	INSS Laboral	INSS Patronal	INATEC 2%	Total Deducciones	NETO A PAGAR
Mercadeo y publicidad	C\$ 13,000.00	C\$ 13,000.00	C\$ 563.50	C\$ 910.00	C\$ 2,795.00	C\$ 260.00	C\$ 1,473.50	C\$ 11,526.50
Atención al cliente	C\$ 8,500.00	C\$ 8,500.00	C\$ -	C\$ 595.00	C\$ 1,827.50	C\$ 170.00	C\$ 595.00	C\$ 7,905.00
<b>Totales</b>	<b>C\$ 21,500.00</b>	<b>C\$ 21,500.00</b>	<b>C\$ 563.50</b>	<b>C\$ 1,505.00</b>	<b>C\$ 4,622.50</b>	<b>C\$ 430.00</b>	<b>C\$ 2,068.50</b>	<b>C\$ 19,431.50</b>

<b>Total general</b>	<b>C\$ 94,500.00</b>	<b>C\$ 94,500.00</b>	<b>C\$ 3,375.50</b>	<b>C\$ 6,615.00</b>	<b>C\$ 20,317.50</b>	<b>C\$ 1,890.00</b>	<b>C\$ 9,990.50</b>	<b>C\$ 84,509.50</b>
----------------------	----------------------	----------------------	---------------------	---------------------	----------------------	---------------------	---------------------	----------------------

Nota: Fuente propia

