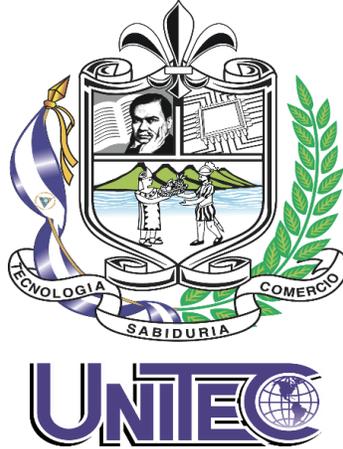


# UNIVERSIDAD DE TECNOLOGÍA Y COMERCIO

## FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y COMERCIO



**Proyecto de graduación para optar al  
título de grado:**

**Plan de negocio para la fabricación y  
comercialización de tabletas dentales  
“Ecoral” periodo 2024**

### **Autores:**

1. Omar Otoniel Ramírez Campos
2. Orlando Josué Ortega Zamora

### **Tutor:**

1. Ing. Alberto Quintanilla
2. Lic. Tania Fajardo
3. Ing. Anastacio Gurdián
4. Lic. Nelson Morales

Managua, Septiembre 2024

## Dedicatoria

Con gratitud y admiración, dedicamos este trabajo a todas aquellas personas cuyo impacto ha sido fundamental en nuestro camino hacia la culminación de esta tesis.

A nuestros padres, cuyo amor incondicional y sacrificio han sido el faro que nos ha guiado en los momentos más oscuros y la fuente de inspiración inagotable que nos impulsa a alcanzar nuestras metas más ambiciosas.

A nuestros profesores y mentores, cuya sabiduría, paciencia y orientación experta han enriquecido nuestro aprendizaje y nos han desafiado a alcanzar nuevas alturas intelectuales. Nuestra pasión por el conocimiento y compromiso con nuestra formación nos han motivado a superar obstáculos y a perseguir la excelencia en cada aspecto de este trabajo.

A nuestros seres queridos, quienes con su aliento constante y su comprensión inquebrantable nos han acompañado en los momentos de duda y celebrado con nosotros cada pequeño triunfo.

Este trabajo no solo representa el fruto de nuestro esfuerzo individual, sino también el reflejo del amor, apoyo y confianza de quienes han creído en nosotros en cada paso del camino. A todos ustedes, les dedicamos con profundo agradecimiento este logro, con la esperanza de que nuestra labor contribuya de alguna manera al bienestar de la sociedad y al avance del conocimiento en nuestro campo de estudio.

¡Gracias por ser parte de este viaje y por compartir con nosotros la alegría de este logro!"

## Agradecimiento

En primer lugar, agradecemos a Dios por permitirnos llegar hasta este punto, quien ha sido nuestro guía desde el día número uno, por darnos la salud y sabiduría para guiarnos en el transcurso de este proceso.

Agradecemos también al Director Académico Lic. Osmani López Medrano por guiarnos, enseñarnos el valor de la responsabilidad, por brindarnos los recursos y el entorno propicio para llevar a cabo esta investigación. Su dedicación a la excelencia académica y su compromiso con el desarrollo integral de los estudiantes han sido inspiradores y motivadores.

No podemos dejar de mencionar el apoyo de nuestras familias y seres incondicionales, quienes estuvieron siempre presentes con su aliento, comprensión y motivación durante todo el proceso. Su amor y apoyo fueron el impulso necesario para superar los desafíos y mantenernos enfocados en nuestro objetivo.

Este logro no hubiera sido posible sin la colaboración y el apoyo de cada uno de ustedes. Estamos profundamente agradecidos y esperamos que este trabajo pueda contribuir de alguna manera al avance del conocimiento en nuestro campo de estudio y al beneficio de la sociedad en general. ¡Gracias!"

## Contenido

<b>I. GENERALIDADES DEL PLAN .....</b>	<b>2</b>
1. Objetivos de la idea seleccionada.....	3
2. Descripción de la idea seleccionada.....	4
3. Justificación de la idea seleccionada.....	5
4. Investigaciones anteriores .....	6
5. Propuesta de valor .....	7
6. Nombre de la empresa.....	8
7. Identidad empresarial .....	9
7.1 Misión .....	9
7.2 Visión.....	9
7.3 Valores .....	9
8. Descripción de la empresa .....	10
8.1 Giro que se ubica la empresa .....	10
8.2 Ubicación y tamaño .....	10
9. Análisis situacional .....	11
9.1 PORTER/PESTEL.....	11
10. FODA ESTRATEGICO.....	12
10.1 Conclusión.....	13
<b>II. PLAN DE MERCADEO.....</b>	<b>14</b>
1. Investigación de mercado.....	15
1.1 Resumen ejecutivo de la investigación de mercado .....	15
1.2 Metodología.....	15
2. OBJETIVOS.....	16
2.1 Objetivo general .....	16
2.2 Objetivos específicos .....	16
3. Investigación de mercado.....	17
3.1 Buyer persona .....	17
4. Instrumento metodológico .....	20
4.1 Fuentes primarias: .....	20
4.2 Tipo de investigación .....	20
4.3 Fuente de datos .....	21
4.4 Muestra.....	21

4.5 Tipo de instrumento .....	22
4.6 Análisis de los datos encontrados en su estudio .....	27
5. Desarrollo del producto .....	28
5.1 Características y atributos:.....	28
5.2 Marca y sus elementos .....	29
5.3 Psicología de color .....	29
5.4 Logo de la idea seleccionada.....	30
5.6 Diseño del producto .....	30
5.7 Packaging (envase, etiqueta, embalaje) .....	31
6. Objetivos del plan marketing .....	32
6.1 Objetivo general.....	32
6.2 Objetivos específicos .....	32
7. Estrategia de marketing .....	32
8. Estimaciones económicas.....	35
8.1 Proyecciones de ventas a 5 años .....	36
9. Plan de mercadeo .....	37
10. Conclusión .....	38
11. Recomendación .....	38
<b>III. PLAN DE OPERACIONES .....</b>	<b>40</b>
1. Objetivo General .....	41
1.1 Objetivo a corto plazo .....	41
1.2 Objetivo a mediano plazo.....	41
1.3 Objetivo a largo plazo .....	41
2. Especificaciones del producto .....	42
3. Descripción del proceso de producción .....	43
4. Diagrama de flujos de procesos .....	45
5. Cronograma de procesos de producción .....	46
6. Equipo e Instalaciones .....	47
6.1 Instalaciones.....	49
6.2 Capacidad instalada .....	51
7. Diseño y distribución de planta y oficina .....	52
8. Descripción del centro de operaciones .....	53
9. Materia prima .....	55
9.1 Identificación de proveedores y cotizaciones.....	55

9.2 Compras .....	56
10. Manejo de inventarios .....	57
11. Mano de obra requerida .....	58
12. Planes de mejora continua .....	59
13. Políticas de calidad .....	60
<b>IV. ORGANIZACION.....</b>	<b>62</b>
1. Objetivos del área organizacional.....	63
1.1 Objetivo general.....	63
1.2 Objetivos específicos .....	63
2. Gestión legal .....	64
2.1 Constitución de sociedad .....	64
2.2 Constitución de la empresa.....	68
2.3 Registro mercantil.....	68
2.4 Registros de la empresa registró RUC.....	68
2.5 Registro ante la Dirección General de Ingresos.....	69
2.6 Registro de inscripción ante la Alcaldía de Managua:.....	69
2.7 Registro de patente .....	69
2.8 Solicitud de inscripción ante el MINSA.....	69
2.9 Registro ante Instituto Nacional de Seguridad Social Facultativo Integral(INSS).....	70
3. Estructura de la empresa .....	71
3.1 Organigrama proyectado a 5 años.....	71
4. Método de selección y contratación de la empresa .....	72
<b>V. PLAN FINANCIERO .....</b>	<b>78</b>
1. Introducción .....	79
2. Objetivos del plan financiero .....	80
2.1 Objetivo general.....	80
2.2 Objetivo específico.....	80
3. Inversión en equipo de producción y equipo de oficina.....	81
4. Identificación de costos y gastos .....	84
5. Cálculo del punto de equilibrio.....	85
6. Cálculo de precio (En base a costos) .....	86
7. Cálculo de financiamiento externo.....	87
8. Construcción de flujo de efectivo .....	89
9. Elaboración de estados financieros .....	90

9.1 Balance general inicial 2024 .....	90
9.2 Estado de resultado proyectado a 5 años .....	91
9.3 Balance general proyectado a 5 años .....	92
10. Determinación de indicadores financieros .....	93
10.1 Tasa interna de retorno/ Valor actual neto .....	93
11. Análisis de razones financieras .....	95
<b>12. Valoración económica general del plan .....</b>	<b>96</b>
12.1 Plan de Inversiones para Ecoral .....	96
13. Conclusión .....	97
14. Bibliografía .....	98

## ANEXOS

### Índice de tablas

Tabla 1 Métodos de uso tabletas .....	7
Tabla 2 5 Fuerzas del PORTER Ecoral .....	11
Tabla 3 Matriz PESTEL Ecoral .....	13
Tabla 4 Demanda Ecoral .....	35
Tabla 5 Plan de actividades para introducción al mercado 1er años Ecoral.....	37
Tabla 6 Valores nutricionales Ecoral .....	42
Tabla 7 Cronograma de producción Ecoral.....	46
Tabla 8 Maquinaria necesaria para la producción de Ecoral.....	48
Tabla 9 Distribución de capacidad y descripción de los principales equipos.....	51
Tabla 10 Producción de jornada Ecoral .....	52
Tabla 11 Materia prima necesaria para la elaboración de Ecoral.....	55
Tabla 12 Materia prima necesaria para la elaboración de Ecoral.....	56
Tabla 13 Producción por trimestre de Ecoral .....	56
Tabla 14 Productos elaborados anualmente Ecoral.....	57
Tabla 15 Compra de materia prima anual de Ecoral .....	57
Tabla 16 Necesidad de mano de obra Ecoral .....	59
Tabla 17 Equipo de producción y oficina .....	81
Tabla 18 Costos y gastos Ecoral .....	84
Tabla 19 Grafico punto de equilibrio Ecoral .....	85
Tabla 20 Margen de utilidad Ecoral .....	86
Tabla 21 Financiamiento proyectado a 5 años Ecoral.....	87

Tabla 22 Taza de retorno Ecoral .....	93
Tabla 23 Plan de inversiones Ecoral.....	96

### **Índice de ilustraciones**

Ilustración 1 Ubicación ECORAL.....	10
Ilustración 2 Buyer persona ¿Quién? .....	18
Ilustración 3 Buyer persona ¿Qué? .....	18
Ilustración 4 Buyer persona ¿Porque? .....	19
Ilustración 5 Buyer persona ¿Cómo? .....	19
Ilustración 6 Prototipo del producto .....	30
Ilustración 7 Código de barra del producto .....	30
Ilustración 8 Empaque ECORAL .....	31
Ilustración 9 Plano de planta Ecoral .....	53
Ilustración 10 Plano oficina administrativas Ecoral .....	53
Ilustración 11 Organigrama de Ecoral .....	71
Ilustración 12 Organigrama proyectado a 5 años Ecoral .....	72

### **Índice de gráficos**

Grafico 1 Sexo de encuestados.....	22
Grafico 2 Ocupación de encuestados.....	23
Grafico 3 Factor de elección del producto .....	23
Grafico 4 ¿Cuántos mililitros consumen? .....	23
Grafico 5 Factor determinante del producto.....	24
Grafico 6 Frecuencia de compra .....	24
Grafico 7 Importancia de los ingredientes en el producto .....	24
Grafico 8 Importancia de la comodidad de una pasta.....	25
Grafico 9 Probabilidad de usar un dentífrico natural .....	25
Grafico 10 Núcleo familiar del segmento encuestado.....	26

## Resumen ejecutivo

Ecoral y compañía limitada se constituye como una empresa comprometida con el bucal de todas aquellas personas que cuenten con problemas dentales, dedicándose a la fabricación de un dentífrico natural que ayude a combatir los problemas que causan mayor impacto en los consumidores.

En los últimos años se ha ido formando una tendencia de consumo de productos naturales y esto debido a que el consumidor, con la información a la que puede acceder hoy en día, son más conscientes de lo que consumen y los grandes beneficios que estos brindan, sin contar que son eco amigables, la cual es otra tendencia creciente en el país, que aporta al cuidado del medio ambiente.

Este proyecto tiene como función desarrollar la comercialización y posicionamiento de nuestra pasta dental Ecoral la cual cuenta con ingredientes principales como la cascara de cacao, aceite de coco y menta, que ayuda a combatir el mal aliento, alergia y sarro en los dientes.

El estudio de mercado realizado optó por una muestra de personas de edades de 25 a 45 años, de edad son decisores de compra de dentífricos en el hogar para uso personal y/o familiar.

Para comenzar a operar requeriremos de un local donde llevaremos a cabo la producción y distribución de nuestros productos. Para determinar la inversión inicial hemos tomado en cuenta la maquinaria, material necesario, materia prima, personal, mobiliaria y local.

Este proyecto demostrará la viabilidad de la inversión a través de diversas herramientas financieras que se han elaborado a lo largo de este documento.

**I. GENERALIDADES DEL PLAN**

## **1. Objetivos de la idea seleccionada**

### **Objetivo general**

- Presentar una propuesta de un dentífrico natural en formato de tabletas ofreciendo una alternativa más natural y consciente para el cuidado bucal, dedicándose a combatir los problemas bucales más comunes.

### **Objetivo específico**

- Desarrollar procesos de mejoramiento continuo con lineamientos responsables que destaquen las características naturales y beneficios de este dentífrico.
- Establecer alianzas estratégicas con distribuidores y minoristas para asegurar la disponibilidad y accesibilidad del dentífrico Ecoral en el mercado, ampliando así su impacto y alcance hacia un mayor número de consumidores

## 2. Descripción de la idea seleccionada

Ecoral, se constituye como un proyecto creado a partir de una problemática relacionada a la salud del consumidor por el uso de dentífricos convencionales, creando un dentífrico con un valor añadido.

“Estos dentífricos convencionales, afectan a la salud del consumidor, pues entre los componentes de la pasta de dientes podemos encontrar productos químicos abrasivos como los micro plásticos, multitud de alérgenos, espesantes y fluoruro, que pueden resultar realmente perjudiciales absorbiéndose gran parte de esas, con cada cepillado” . (Carbajo, 2016)

“Los investigadores del Centro para la Investigación en Recursos Acuáticos de Nicaragua participaron en un ejercicio de Inter comparación para la determinación de micro plásticos el cual plantea preocupación pues estudios sugieren la bioacumulación de micro plásticos por dentífricos convencionales en organismos marinos y humanos”. (CIRA/UNAN- Managua, 2021)

Los ingredientes principales de este dentífrico será el aceite de coco, cáscara de cacao molido, glicerina y menta. La idea es utilizar ingredientes, como el aceite de coco, cáscara de cacao molido y menta quienes sustituyen los micro plásticos, multitud de alérgenos y exceso de fluoruro, pues contienen propiedades que eliminan la placa bacteriana y partículas de los dientes, sin dañar el esmalte dental, creando una sonrisa con dientes limpios y sanos

### **3. Justificación de la idea seleccionada**

Hoy en día es importante lucir una sonrisa con dientes limpios y sanos pues permiten psicológicamente desarrollarnos de mejor manera ya que es una sonrisa estética que influye notoriamente.

Por lo tanto, la empresa se dedicará a la fabricación y comercialización de este producto combinando procesos más naturales en una nueva presentación, ofreciendo una alternativa más abierta y consciente para el cuidado bucal, dedicándose a combatir los problemas más comunes que se observan en los consumidores.

Estas acciones aportan al cuidado del medio ambiente, bienestar del consumidor estando en el marco de las estrategias del Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza y Desarrollo y Objetivos del Desarrollo Sostenible 12, basándose en varios puntos importantes:

**Sostenibilidad ambiental:** Al estar elaborado con ingredientes de producción interna y sostenible, mantendrá la huella ecológica en comparación con las pastas dentales convencionales al evitar el uso de químicos nocivos y aditivos innecesarios.

**Reducción de residuos plásticos:** Utilizar envases ecológicos, reciclables, contribuyendo así a reducir la generación de residuos plásticos, lo que es coherente con la lucha contra la contaminación y la promoción de prácticas sostenibles.

**Beneficios para la salud bucal:** Promover el aceite de cacao, cáscara de cacao y menta, como ingredientes del dentífrico puede tener múltiples beneficios en la salud bucal del consumidor, tales como la eliminación de las bacterias dañinas sin dañar el esmalte dental, eliminación del mal aliento, así como la mejora en la sensibilidad dental.

**Beneficios para la economía local:** Al utilizar ingredientes de producción nacional en nuestro producto, se apoya a los agricultores y productores local así fortaleciendo la economía y reduciendo la dependencia de un dentífrico convencional importado, contribuyendo al desarrollo económico la creación de un empleo.

### 4. Investigaciones anteriores

El estudio llevado a cabo por científicos del Instituto Athlone de Tecnología en Irlanda revela que el aceite de coco modificado enzimáticamente posee propiedades efectivas contra la bacteria *Streptococcus mutans*, principal causante de la caries dental a nivel mundial. Este descubrimiento sugiere su potencial inclusión en productos de cuidado dental.

Durante una conferencia de la Sociedad de Microbiología General en Warwick, Inglaterra, se presentaron hallazgos adicionales indicando que el aceite de coco también es eficaz contra el hongo de levadura que causa úlceras orales.

El estudio comparó el impacto de varios aceites, incluidos el de coco, vegetal y de oliva, tanto en su estado natural como tratados con enzimas. Los resultados destacan que solo el aceite de coco modificado previno significativamente el crecimiento de las cepas bacterianas responsables de las caries, gracias a los ácidos producidos por la descomposición enzimática del aceite de coco, que poseen actividad antibacteriana.

Este hallazgo es relevante en el contexto de la creciente resistencia a los antibióticos, ya que el aceite de coco proporciona una alternativa natural y efectiva en el cuidado dental.

Además, se destaca el beneficio del cacao y su compuesto químico, la teobromina, para la salud dental. La teobromina ha demostrado prevenir la aparición de caries y reducir la sensibilidad dental. Actúa contrarrestando la desmineralización del esmalte dental causada por ácidos bacterianos y reduce la sensibilidad dental al taponar los microporos de la dentina expuesta.

## 5. Propuesta de valor

Ecoral ofrece una propuesta de valor única al proporcionar un dentífrico respetuoso con el medio ambiente en Nicaragua, apoyando en la economía desarrollando sostenibilidad en el sector nicaragüense.

*Tabla 1 Métodos de uso tabletas*

1ERA ETAPA	2DA ETAPA	3RA ETAPA
1. Enjugarnos con agua. 2. Colocar una tableta en nuestra boca	3. La tableta procederá a disolverse debido a la humedad. 4. Cepillar los dientes como lo harías con una pasta tradicional	5. Enjuaga bien tu boca con agua para eliminar los residuos de comida 6. Limpia tu cepillo de dientes y enjuágalo bien

*Fuente: Elaboración propia*

### **Algunas de las necesidades que se están satisfaciendo incluyen:**

**Alternativa natural a los dentífricos convencionales:** Garantizar que esté libre de ingredientes dañinos como el exceso de flúor, sulfatos y parabenos, lo que la hace segura para toda la familia.

**Priorizando la salud oral a través de los ingredientes:** Destacar la utilización de ingredientes como el aceite de coco, la cáscara de cacao y la menta, que son conocidos por sus beneficios para la salud bucal.

**Presentación del producto:** Facilitar el transporte del dentífrico de forma más cómoda gracias a la nueva presentación en tabletas, brindando una experiencia única y más suave.

## **6. Nombre de la empresa**

El nombre Ecoral fue seleccionado por su sonoridad atractiva, pues representa la fusión de un producto con ingredientes nacionales y la forma del consumo es vía oral.

Razón social: ***ECORAL Y COMPAÑÍA LIMITADA***

La elección de una sociedad limitada la tomamos en base a varios factores, como la estructura de la empresa, el tamaño, el capital, la responsabilidad de los socios, la regulación legal, entre otros. Aquí hay algunas razones por las que optamos por una sociedad limitada en lugar de una sociedad anónima:

**Menor capital inicial requerido:** En general, pueden constituirse con un capital inicial más bajo que las Sociedades Anónimas lo que puede ser beneficioso para empresas más pequeñas o en etapas iniciales.

**Menos requisitos formales:** Las sociedades limitadas a menudo tienen menos requisitos formales en términos de estructura y organización que las sociedades anónimas, lo que puede simplificar la gestión y reducir los costos administrativos.

**Flexibilidad en la toma de decisiones:** Los socios tienen más flexibilidad para establecer acuerdos personalizados sobre la toma de decisiones y la distribución de beneficios, lo que puede adaptarse mejor a las necesidades específicas de la empresa y sus socios.

**Menor exposición personal:** La responsabilidad de los socios se limita al capital aportado, lo que significa que, en caso de problemas financieros o legales, los socios no están personalmente responsables más allá de su inversión.

## **7. Identidad empresarial**

### **7.1 Misión**

- Fabricar un dentífrico comprometido con el cuidado bucal satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes.

### **7.2 Visión**

- Liderar a nivel nacional en el mercado de cuidado bucal, destacando el compromiso con la salud bucal y contribución al bienestar general de nuestros clientes.

### **7.3 Valores**

- Integridad: Actuamos con honestidad en nuestras relaciones tanto comerciales como personales.
- Liderazgo empresarial: Adquirimos el compromiso de estar a la cabeza del mercado a través del mejoramiento continuo del proceso de producción.

## **8. Descripción de la empresa**

### **8.1 Giro que se ubica la empresa**

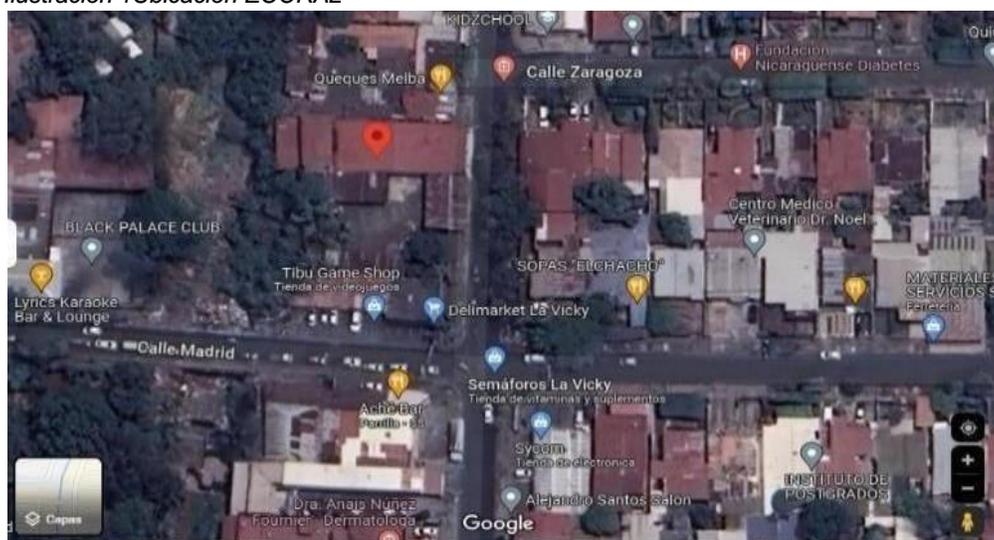
La empresa está clasificada de la siguiente manera por el INSTITUTO NACIONAL DE INFORMACIÓN DE DESARROLLO (INIDE):

- I. Sección 20: Fabricación de Sustancias y Productos Químicos.
- II. Grupo 201: Fabricación de jabones y detergentes, Preparados para Limpiar y Pulir, Perfumes y Preparados de Tocador.
- III. Clase 2023: Fabricación de jabones y detergentes, Preparados para limpiar y pulir, Perfumes y Preparados de Tocador.
- IV. Subclase 2023-99: Esta subclase se utiliza para incluir actividades.

### **8.2 Ubicación y tamaño**

Después de evaluar varias zonas dentro de la capital de Managua, se concluye que estará ubicado en Altamira de donde fue la Distribuidora Vicky media cuadra al sur. Nuestro proyecto está respaldado por una Micro, Pequeña o Mediana Empresa (MIPYME) con un equipo total de 10 empleados, operaríamos como una empresa de tamaño modesto, pero con un enfoque claro en la calidad.

*Ilustración 1 Ubicación ECORAL*



*Fuente: Elaboración propia*

## 9. Análisis situacional

### 9.1 PORTER/PESTEL

Tabla 2 5 Fuerzas del PORTER Ecoral

5 FUERZAS DEL PORTER									
Poder de negociación de los proveedores	Valoración	Poder de negociación de los clientes	Valoración	Amenaza de nuevos competidores	Valoración	Amenaza de productos sustitutos	Valoración	Rivalidad entre competidores	Valoración
Concentración De productores	O	Familiaridad con las marcas	A	Atractivo del sector	O	Precio al que se oferta	O	Diversidad de competidores	A
Costos	A	Precio del producto	O	Diferencia del producto	O	Materia prima del producto	O	Variedad de presentaciones	O
Materia prima sustituta	A	Presentación del producto	O	Políticas gubernamentales	A	Beneficios que presenta el producto	O	Presencia en el mercado	O

Fuente: Elaboración propia

#### **Poder de negociación de los productores:**

Estos factores representan una amenaza ya que pueden fluctuar dependiendo de diversas circunstancias. Algunos de estos factores incluyen la disponibilidad de proveedores de aceite de coco o cáscara de cacao, la demanda del mercado, la competencia entre los proveedores y la capacidad de estos para ofrecer precios competitivos y productos de calidad.

#### **Poder de negociación de los clientes:**

Nuestros clientes principales serán entidades como supermercados, farmacias, tiendas y clínicas odontológicas, según se deduce de nuestra encuesta de estudio de mercado. Para establecer una estrategia de negociación efectiva y planificar acciones frente a posibles riesgos, es crucial entender el poder de negociación.

#### **Amenaza de nuevos competidores:**

## **Plan de negocio para la fabricación y comercialización de tabletas dentales “Ecoral”**

Este es un sector económico que, a nivel nacional, no ha sido explotado por ningún emprendedor. Vemos una oportunidad de diferenciación en la gestión de los ingredientes para obtener el máximo beneficio posible de ellos.

Por otro lado, las políticas gubernamentales representan una amenaza debido a sus constantes renovaciones y estudios económicos que pueden cambiar la dirección de la estrategia nacional, enfrentar esta amenaza implica alinearnos con el plan nacional contra la pobreza e implementar un emprendimiento verde, como es nuestro caso.

### **Amenaza de productos sustitutos:**

Tenemos la ventaja de que no existe un producto como el nuestro en el mercado, tanto en su aspecto como en su presentación. Además, somos capaces de proporcionar beneficios únicos a nuestros clientes, priorizando siempre la calidad para nuestros consumidores.

### **Rivalidad entre competidores:**

La rivalidad en el mercado de los dentífricos puede ser intensa, con competidores ya establecidos. Es común que exista una competencia feroz, ya que estos competidores se esfuerzan por ganar la preferencia de los consumidores y obtener una mayor cuota de mercado.

Sin embargo, vemos una oportunidad de diferenciación al ingresar al mercado. Aprovecharemos la escasa variedad más allá de la pasta dental tradicional en formato de crema. Nuestra presentación de tabletas y la alta calidad captarán la atención del mercado nacional.

Tabla 3 Matriz PESTEL Ecoral

MATRIZ PESTEL					
Categoría	Factores	Descripción	Oportunidad/ Amenaza	Intensidad	
Políticos	Ley de promoción, fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa	El Ministerio de Fomento, Industria y Comercio, con la función operativa encomendada al Instituto Nicaragüense de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa. El compromiso del Estado se enfoca en impulsar activamente el crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresa, en este contexto, nuestra empresa puede beneficiarse al alinear sus estrategias con los objetivos gubernamentales. Esto incluiría la participación en programas de apoyo a las MIPYME, aprovechando iniciativas de formalización empresarial y contribuyendo al desarrollo sostenible.	O	Alto	10
	Estabilidad política en Nicaragua	La inestabilidad política puede manifestarse en forma de cambios abruptos en políticas gubernamentales, tensiones sociales, conflictos internos, o inseguridad jurídica, la gestión efectiva de la inestabilidad política nos implica una evaluación constante del entorno político, el establecimiento de redes sólidas y la implementación de estrategias flexibles que permitan navegar a través de períodos de incertidumbre y cambios políticos.	A	Alto	-10
Económicos	Inflación	La proyección de una tasa de inflación del 5% para el año 2024 plantea desafíos, La devaluación resultante de la moneda introduce incertidumbre en las decisiones financieras y estratégicas, ante este escenario, la gestión prudente de los recursos y estrategias de mitigación del riesgo se tornan imperativas para preservar la estabilidad financiera y mantener la competitividad en el mercado.	A	Medio	-6
	PIB	El crecimiento del producto bruto para el año 2024 está establecido en un crecimiento del 3.2%, pues representa una oportunidad al llevar a aumentos de demanda en los productos de consumo.	O	Alto	10
Sociales	Preferencia por un producto nacional	Es una tendencia que refleja un cambio, quienes valoran cada vez más la procedencia de los productos y muestran una inclinación hacia el apoyo a la producción nacional, adaptarse a esta preferencia no solo puede generar beneficios en términos de aceptación del consumidor, sino que también puede fortalecer la conexión de la empresa con la comunidad y construir una imagen de marca positiva.	O	Medio	6
	Publicidad	Las redes sociales son cruciales hoy en día para alcanzar audiencias masivas, fomentar la interacción, aprovechar la diversidad demográfica y generar impacto, la estrategia de publicidad se centrará en segmentar de manera precisa la audiencia en Facebook y TikTok; se utilizará la segmentación detallada, se crearán contenidos atractivos, y se implementarán publicaciones patrocinadas y retargeting, también se explorarán colaboraciones.	O	Alto	10

### 10. FODA ESTRATEGICO

<b>Factores internos</b>	<b>Fortaleza</b>	<b>Debilidades</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Un producto llamativo para el público no familiarizado con ninguna marca.</li> <li>2. Beneficios brindados por la materia prima.</li> <li>3. Destacable por ser 100% nicaragüense en el mercado.</li> <li>4. Envases biodegradables.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Baja demanda de productos sustitutos a la pasta dental.</li> <li>2. Poca cultura medioambiental en los nicaragüenses.</li> <li>3. El material que da textura (Glicerina) es adquirible únicamente en cantidades amplias.</li> </ol>
<b>Factores Externos</b>	<b>FO (MAXI-MAXI)</b>	<b>DO (MINI-MAXI)</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Materia prima Nacional de origen 100% natural.</li> <li>2. Un mercado no aprovechado por ninguna organización en el suelo nacional.</li> <li>3. Un público fuera del país con necesidades que podemos llenar.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Campañas que destaquen al público las ventajas del uso de materia nacional.</li> <li>2. Aprovechar el espacio que dejan las marcas ya establecidas.</li> <li>3. Crea una relación con los proveedores que facilite la compra de la materia prima.</li> </ol>
<b>Amenazas</b>	<b>FA (MAXI-MINI)</b>	<b>DA (MINI-MINI)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tres marcas con bases sólidas en el mercado.</li> <li>2. Familiarización con las marcas por parte de las familias.</li> <li>3. Precios asequibles por las familias de clase media-baja.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Generar mercado mediante los beneficios de los materiales utilizados.</li> <li>2. Ajustar los precios a un mercado competitivo.</li> <li>3. Encarar al público ya afianzado por otros productos mediante campañas.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promoción de los productos novedosos creando demanda de ellos.</li> <li>2. Mover los beneficios de nuestra materia prima al primer plano de la discusión para crear la apertura necesaria del mercado.</li> </ol>

## **10.1 Conclusión**

En conclusión, el proyecto destaca por sus fortalezas significativas, siendo un producto atractivo para aquellos consumidores que no tienen preferencias de marca establecidas, se distingue por su composición y el uso de materia prima nacional, sin embargo, también enfrenta desafíos, como la demanda relativamente baja de productos sustitutos y la conciencia ambiental limitada en Nicaragua. La vulnerabilidad a las fluctuaciones climáticas y la dependencia de proveedores son debilidades que se deben superar.

## **II. PLAN DE MERCADEO**

## 1. Investigación de mercado

### 1.1 Resumen ejecutivo de la investigación de mercado

La investigación de mercado se centra en comprender las necesidades, preferencias y comportamientos de los consumidores en el mercado de productos para el cuidado bucal en Nicaragua.

- El objetivo es proporcionar información crucial para el desarrollo de estrategias de marketing efectivas y la toma de decisiones empresariales informadas.

### 1.2 Metodología

**Diseño de la Investigación:** Se utilizará un enfoque mixto que incluya métodos cuantitativos y cualitativos para obtener una comprensión completa del mercado. Se llevarán a cabo encuestas y entrevistas en profundidad con consumidores, así como análisis de datos secundarios sobre tendencias del mercado y competidores.

**Muestra:** La muestra estará compuesta por personas de edades comprendidas entre los 25 y 35 años, quienes son los principales decisores de compra de productos para el cuidado bucal en el hogar. Se buscará obtener una muestra representativa de diferentes segmentos demográficos y socioeconómicos.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo general**

- Realizar un estudio de mercado tanto primario como secundario para comprender la aceptación y viabilidad de este dentífrico natural en formato de tabletas.

### **2.2 Objetivos específicos**

- Efectuar encuestas para determinar la viabilidad del producto, así como los gustos y necesidades de los consumidores.
- Describir un plan de marketing específico para implementar la estrategia de segmentación y posicionamiento del producto.
- Fomentar la fidelidad de los clientes actuales mediante la implementación de estrategias publicitarias que promuevan la concienciación sobre el cuidado bucal.

### **3. Investigación de mercado**

El mercado meta se caracteriza entre los rangos de edad de 25 años a los 35 años, incluyendo hombres y mujeres. Enfocándonos en personas asalariadas, oficinistas que tengan un ingreso mayor o igual a U\$1000.00 debido a que este producto estará dirigido a un segmento de clase alta, pues las estrategias de etiqueta, características exclusivas de packaging se alinean a un público de viajeros, empresarios y grupos con recursos altos, asegurando que se posicione como una opción premium en el mercado local. Sin embargo, la retroalimentación continua del mercado y la adaptación según sea necesario son esenciales para mantener la relevancia y la preferencia de la clientela de clase alta.

#### **3.1 Buyer persona**

Un buyer persona es una representación semificticia de tus clientes ideales. Te ayuda a definir quién es esta audiencia a la que quieres atraer y convertir y, sobre todo, te ayuda a humanizar y entender con mayor profundidad a un público objetivo. (Silva, 2023)

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

Ilustración 2 Buyer persona ¿Quién?

 NOMBRE DEL BUYER PERSONA	[Aracelly Marengo]	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 se prefiere comunicar</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administradora de una agencia de viajes</li> <li>• Docente</li> <li>• Casada, madre de dos niños uno de 7 años y otra de 4 años</li> <li>• Tiene 27 años</li> <li>• Actualmente vive en managua</li> <li>• Tiene un salario base de</li> <li>• Es una joven tranquila, social y respetuosa</li> <li>• Es alguien centrada en sus proyectos, con la capacidad de resolver cualquier problema que se presente.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 3 Buyer persona ¿Qué?

 NOMBRE DEL BUYER PERSONA	[Aracelly Marengo]	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 <u>deseados</u>. ...para que pueda superar los retos</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realiza actividades al aire libre, ama improvisar disfrutando de viajes conociendo las bellezas del país acompañado de su familia o sola.</li> <li>• Prefiere marcas con certificaciones ecológicas y comprometidas con la conservación del entorno.</li> <li>• Considera importante el precio, pero valora más la calidad y el impacto ambiental del producto.</li> <li>• Mejorar la calidad de su trabajo y que exista un balance con su vida personal.</li> <li>• Es la responsable del buen funcionamiento y coordinación de las demás áreas operativas.</li> <li>• Contar con el personal capacitado y suficiente para el cumplimiento de las <u>actividades</u> solicitadas.</li> <li>• Realizar actividades de <u>recreación</u> y las cuales cumplan con los principios de responsabilidad social</li> </ul>

Fuente Elaboración propia

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

Ilustración 4 Buyer persona ¿Porque?

 NOMBRE DEL BUYER PERSONA	[Aracelly Marengo]	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 que no comprarían nuestro producto o servicio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colaborar con empresas que compartan sus creencias y que brinden productos con componentes naturales y métodos sustentables.</li> <li>• En medio de un día a día lleno de responsabilidades, se necesitan productos prácticos que den facilidad a la rutina del día a día.</li> </ul> <p>Consideramos que una de las razones por las que no comprarían Nuestro producto es la falta de conocimiento sobre el producto y sobre los perjuicios sobre el uso de pastas convencionales</p>	

Fuente: Elaboración propia

 Ilustración 5 Buyer persona ¿Cómo?	[Aracelly Marengo]	PARTE 4: CÓMO
<p><b>MENSAJE DE MARKETING</b> Cómo describirías la solución de tu empresa a este buyer persona.</p> <p><b>MENSAJE DE VENTAS</b> Cómo venderías la solución a tu buyer persona</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ecoral es un producto vinculado 100% con ingredientes naturales, sustituye el exceso de químicos en las pastas convencionales como son los micro plásticos, multitud de alérgenos y exceso de fluoruro, por otro lado es importante mencionar que facilitamos el uso practico al promoverla en formatos de gomitas, con un envase eco amigable de 12x 10 <u>cm.</u></li> <li>• "Queremos que tu rutina de cuidado bucal sea más que un simple hábito. Con nuestras gomitas, cada cepillado se convierte en una experiencia sensorial única. Desde el primer mordisco, sentirás la frescura y el cuidado que solo ingredientes naturales pueden ofrecer."</li> </ul>	

Fuente: Elaboración propia

## **4. Instrumento metodológico**

### **4.1 Fuentes primarias:**

Las fuentes de información primarias será toda la información que obtengamos usando nuestros propios medios y recursos, como, por ejemplo, encuestas a personas o formularios.

### **4.2 Tipo de investigación**

En función del propósito, la presente investigación es de tipo aplicada ya que no sólo busca indagar sino transformar, ir de las ideas a la acción para generar bienes y servicios que sean de utilidad y mejoren nuestra calidad de vida.

De acuerdo con la profundidad, esta investigación es exploratoria ya que Indaga aspectos concretos de la realidad que aún no han sido analizados en profundidad. Se trata de una primera aproximación o acercamiento que permite investigaciones posteriores de la temática tratada.

Por la naturaleza de los datos y la información, esta investigación es de cuantitativa, ya que se basa en el estudio y análisis de la realidad a través de diferentes procedimientos sustentados en la medición.

Por la mayor o menor manipulación de variables, esta investigación es experimental ya que se basa en la manipulación de variables en condiciones controladas, replicando un fenómeno concreto y observando el grado en que la o las variables implicadas producen un efecto determinado.

Según el tipo de inferencia, es de método estadístico debido a que se recabaran datos que se organizan y representan mediante cifras que miden frecuencias y dan cuenta del comportamiento cuantitativo de las variables. Esto es especialmente relevante

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

cuando se utilizan métodos cuantitativos para recopilar datos y se busca aplicar resultados de manera más general.

Según el periodo temporal que se realiza, no se especifica el periodo temporal exacto de la investigación. Sin embargo, la referencia al diseño de investigación y al propósito aplicado sugiere que la investigación podría ser de naturaleza contemporánea o actual, enfocada en la fabricación y comercialización de la pasta dental en formato de tabletas en el presente.

### 4.3 Fuente de datos

En esta investigación nuestra fuente de datos principal son los pobladores de la capital de Managua ya que son los posibles clientes del producto Ecoral, los cuales juegan un papel muy importante a lo largo de esta investigación

### 4.4 Muestra

Para la obtención de estos datos se decidió utilizar la fórmula de población finita ya que poseemos el total de la población en los rangos de edades a utilizar:

$$n: \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N-1) + Z^2 \times p \times q}$$

A continuación, se presentan los datos de esta fórmula:

N: tamaño de la población	8,207.00
p: posibilidad de que ocurra un evento, p = 0,5	0.50
q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, q = 0,5	0.50
E: error, se considera el 9%; E = 0,09	0.09
Z: nivel de confianza, que para el 95%, Z = 1,96	1.96

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

Entonces sustituimos la formula con los datos previos registrados y queda de la siguiente manera:

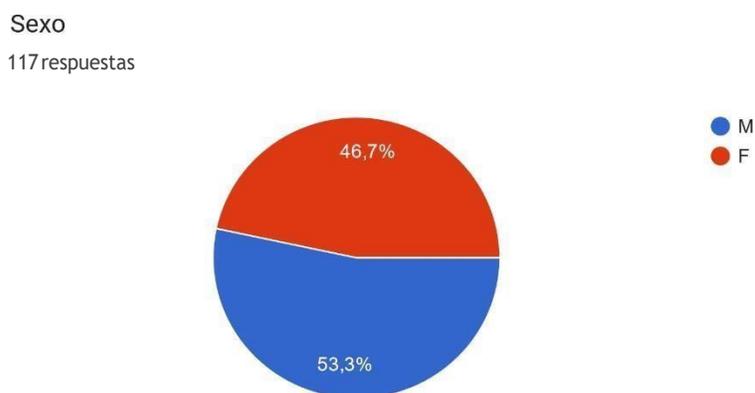
Parámetro	Insertar Valor
<b>N</b>	8,207
<b>Z</b>	1.960
<b>P</b>	50.00%
<b>Q</b>	50.00%
<b>e</b>	9.00%

De acuerdo con los datos obtenidos, el número a encuestar son 117 personas dentro del segmento de 25 años a 35 años.

### 4.5 Tipo de instrumento

Los instrumentos utilizados son: Encuestas a los pobladores de Managua como los posibles clientes del producto. Se hizo uso de la herramienta Google Forms para la realización de encuestas, para poder obtener una rápida recolección de respuestas siendo los métodos más viables para recolectar los datos propios de la investigación.

*Grafico 1 Sexo de encuestados*



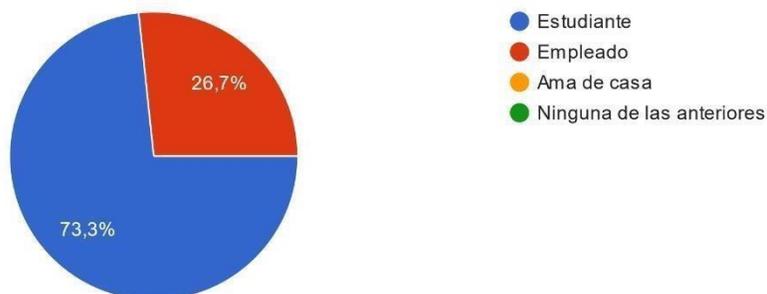
*Fuente: Elaboración propia*

# Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

Grafico 2 Ocupación de encuestados

Cuál es su ocupación

117 respuestas

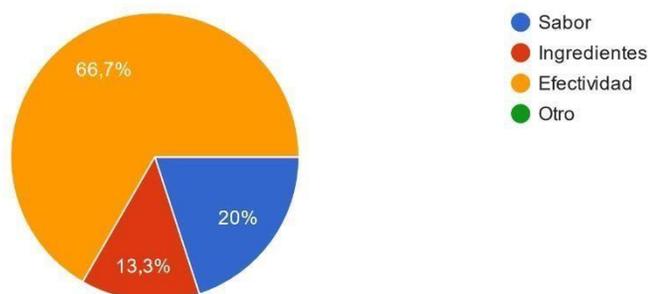


Fuente: Elaboración propia

Grafico 3 Factor de elección del producto

¿Cuál es el principal factor determinante en su elección de un producto de higiene bucal?

117 respuestas

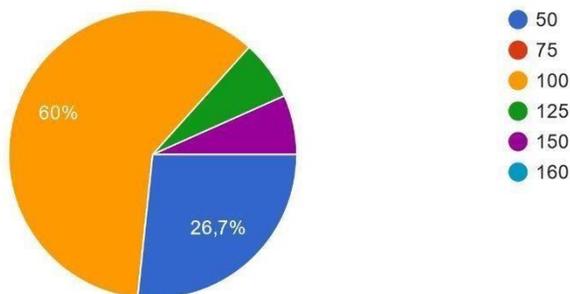


Fuente: Elaboración propia

Grafico 4 ¿Cuántos mililitros consumen?

¿Que presentación consume (mililitros)?

117 respuestas



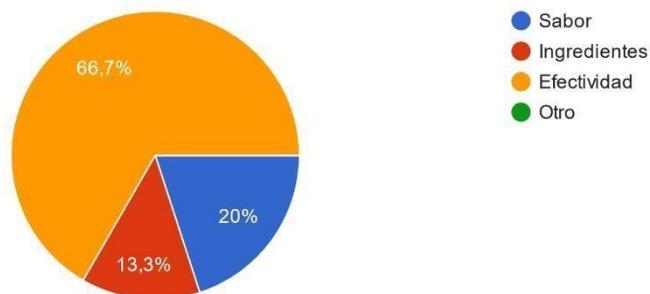
Fuente: Elaboración propia

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

*Grafico 5 Factor determinante del producto*

¿Cuál es el principal factor determinante en su elección de un producto de higiene bucal?

117 respuestas

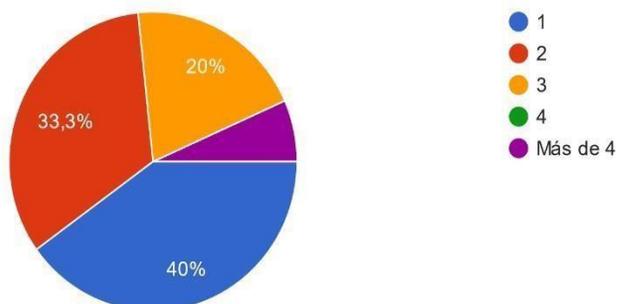


*Fuente: Elaboración propia*

*Grafico 6 Frecuencia de compra*

¿Con que frecuencia compra el producto? (Al mes)

117 respuestas

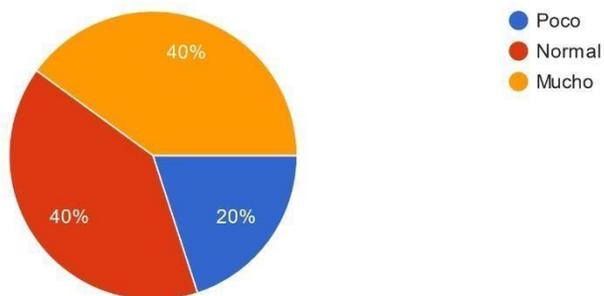


*Fuente: Elaboración propia*

*Grafico 7 Importancia de los ingredientes en el producto*

¿Qué tan importante es para usted el uso de ingredientes naturales en productos?

117 respuestas



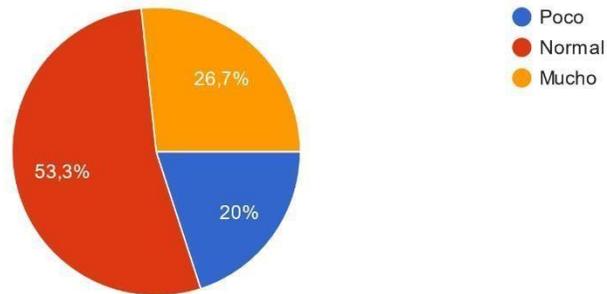
*Fuente: Elaboración propia*

# Fabricación y comercialización de dentífrico natural en formato de tabletas “ecoral”

*Grafico 8 Importancia de la comodidad de una pasta*

¿Qué importancia le da a la comodidad y facilidad de uso al elegir su pasta dental?

117 respuestas

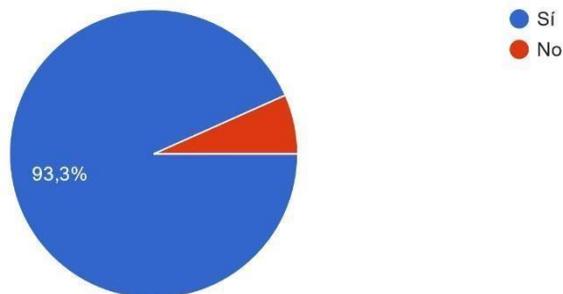


*Fuente: Elaboración propia*

*Grafico 9 Probabilidad de usar un dentífrico natural*

¿Estaría dispuesto a probar una pasta dental en formato de tabletas?

117 respuestas

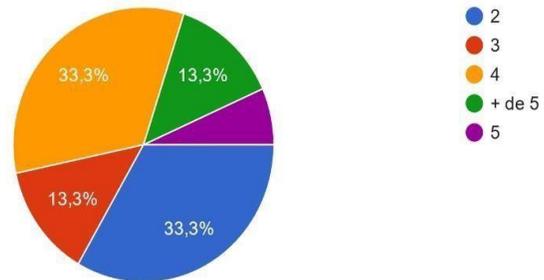


*Fuente: Elaboración propia*

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

*Grafico 10 Núcleo familiar del segmento encuestado*  
¿Cuántas personas componen su núcleo familiar?

117



*Fuente: Elaboración propia*

#### **4.6 Análisis de los datos encontrados en su estudio**

De acuerdo con los datos obtenidos mediante las encuestas, se pueden obtener las siguientes recomendaciones:

**Segmentación del Mercado:**

Dado que el 93.3% de las personas encuestadas tienen entre 25 y 35 años, la pasta dental en formato de tabletas parece ser particularmente atractiva para este grupo demográfico. Se podría enfocar la estrategia de marketing y desarrollo del producto para satisfacer las preferencias y necesidades específicas de este segmento; de la misma forma el destaca lo abierta que esta el público en probar un producto nuevo capaz de brindar un beneficio mayor a su salud bucal.

**Enfoque en la Efectividad del Producto:**

Dado que el 66.7% de las personas eligen un producto bucal por su efectividad, es crucial destacar y comunicar los beneficios y la eficacia de la pasta dental en formato de tableta, esto puede incluir mensajes relacionados con la limpieza bucal, prevención de caries y otros beneficios para la salud oral.

**Atención al Sabor:**

Dado que el 20% de las personas eligen un producto bucal por sabor, se debe prestar atención a la formulación y variedad de sabores de las tabletas dentales. Ofrecer una opción atractiva y agradable al paladar podría ser un factor diferenciador en el mercado.

**Frecuencia de Compra:**

Dado que el 40% de las personas compra pasta dental una vez al mes, es importante considerar estrategias de precios y empaquetado que se alineen con este comportamiento de compra regular.

### **Tamaño del Núcleo Familiar:**

Dado que el 33.3% de los encuestados tiene un núcleo familiar de 4 personas, se podría considerar la presentación del producto en tamaños que se ajusten a las necesidades.

### **Énfasis en Ingredientes Naturales:**

Dado que el 40% considera muy importante el uso de ingredientes naturales, la comunicación y el etiquetado del producto deben destacar claramente la presencia de estos ingredientes y los beneficios asociados.

### **Conclusión**

Basándonos en el resultado de las encuestas; concluimos que el desarrollo y la comercialización de una pasta dental en formato de tabletas tienen un gran potencial, implementan estrategias específicas centradas en las preferencias del mercado objetivo permitiendo maximizar el atractivo del producto y posicionándolo de manera efectiva en el mercado de los dentífricos.

## **5. Desarrollo del producto**

Ecoral, se constituye como un proyecto creado a partir de una problemática relacionada a la salud del consumidor por el uso de dentífricos convencionales, fabricando y comercializando un dentífrico con un valor más añadido en tabletas utilizando ingredientes como el aceite de coco, cáscara de cacao molido y menta quienes sustituyen los micro plásticos, los alérgenos y el exceso de fluoruro.

### **5.1 Características y atributos:**

Ecoral tienen varias características y atributos, presentamos algunas de ellas:

- Priorizando la salud oral a través de los ingredientes: Destacar la utilización de ingredientes nacionales como el aceite de coco, la cáscara de cacao y la menta, que son conocidos por sus beneficios para la salud bucal.

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

- Presentación del producto: Facilitar el transporte del dentífrico.
- Producto completo: Siendo un producto nacional, este garantiza la satisfacción del consumidor, ofreciendo un solo producto, por menor precio que cumpla con tres necesidades bucales, como es la eliminación del mal aliento, alta frescura y mejora en la sensibilidad bucal.

### 5.2 Marca y sus elementos

#### 5.3 Psicología de color

##### **Verde:**

El verde es frecuentemente asociado con la naturaleza y la frescura, comunicando la presencia de estos ingredientes y resaltar la calidad del producto, transmitiendo la idea de un producto beneficioso para la salud bucal.

##### **Blanco:**

Mientras el blanco es también símbolo de sencillez y transparencia. Puede sugerir que el producto es simple, directo y sin ingredientes cuestionables, transmitiendo la sensación de limpieza y frescura, asociándose con la idea de dientes limpios y saludables.

##### **Gris:**

El gris es asociado comúnmente con la sofisticación, neutralidad y equilibrio, un producto de cuidado bucal puede sugerir confianza y profesionalismo, el gris proporciona un contraste visual efectivo cuando se combina con colores más vibrantes como el verde y blanco.

#### 5.4 Logo de la idea seleccionada

ecoral

#### 5.5 Slogan del producto

**¡CUIDA TU SONRISA, CUIDA EL PLANETA!**

El eslogan asignado para el producto es: “**CUIDA TU SONRISA, CUIDA EL PLANETA**” debido a que trasmite su idea a todo consumidor de dentífricos, pues la idea de este proyecto es beneficiar la salud del consumidor con un producto como Ecoral, reemplazando todo químico que pueda dañar la salud bucal o contaminar al medio ambiente.

Este slogan no solo busca transmitir un mensaje integral que vincule la salud bucal con la responsabilidad ambiental, también busca destacarse al atraer a consumidores que valoran la sostenibilidad y la conexión entre la salud personal y la del planeta.

#### 5.6 Diseño del producto

*Ilustración 6 Prototipo del producto*



*Fuente: Elaboración propia*

*Ilustración 7 Código de barra del producto*



*Fuente: Elaboración propia*

**5.7 Packaging (envase, etiqueta, embalaje)**

*Ilustración 8 Empaque ECORAL*



Fuente: Elaboración propia

## **6. Objetivos del plan marketing**

### **6.1 Objetivo general**

- Diseñar estrategias de marketing para el posicionamiento de la marca en el mercado de los dentífricos bucales, mediante campañas publicitarias que resalten el compromiso con la salud bucal del consumidor.

### **6.2 Objetivos específicos**

- Resaltar las características únicas de la pasta dental en formato de tabletas, como su composición y envase reciclable.
- Crear posicionamiento y reconocimiento de la empresa, mediante redessociales en los primeros seis meses para un alcance de ventas de un 30%.
- Implementar estrategias de precios y promociones para impulsar las ventas y participación en el mercado

## **7. Estrategia de marketing**

El marketing mix compuesto por las 4P del marketing son un concepto esencial en marketing y aunque es de hace tiempo, seguro que lo habrás escuchado cuando empiezas a trabajar algún tema relacionado con la mercadotecnia. (Castro, 2023)

### **Producto:**

- La pasta dental en tabletas estará compuesta por ingredientes nacionales como el aceite de coco, cascara de cacao y menta, que ofrecen beneficios para la salud oral.
- Se resaltarán su innovación y comodidad de uso, además de su sostenibilidad al utilizar envases reciclables y reducir residuos en comparación con las pastas tradicionales.

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

### **Precio:**

La estrategia de precio premium se refiere a una estrategia de fijación de precios donde una empresa establece sus precios más altos al promedio para productos y servicios. No presenta techo, no obstante, el costo debe presentar justificación mediante su calidad y valor único. (Andrés, 2019)

En el caso de Ecoral la estrategia de precio premium, implica establecer el precio del producto en función al valor añadido en su presentación, empaquetado e ingredientes.

Tomando en cuenta lo mencionado anteriormente, el precio de acuerdo con la segmentación es de C\$250.00 por cada caja de tabletas equivalente a 30 tabletas de 15 gramos.

### **Plaza:**

La estrategia de plaza de Ecoral se fundamenta en la creación de una red integral que brinde a los consumidores diversas opciones para acceder al producto, al tiempo que se destaca por su compromiso con la sostenibilidad y la salud bucal.

Se definen también los canales de distribución a utilizar son:

- Supermercados
- Clínicas odontológicas
- Marketplace
- Tiendas naturistas

El porcentaje de ventas que se estima según la encuesta y los puntos de ventas de cada canal, llegando a la conclusión que el porcentaje de ventas será de 70% supermercados, 10% clínicas odontológicas, 10% farmacias y 10% en Marketplace. Teniendo en cuenta la relación con la información de la población encuestada a nuestro público, el tamaño de tienda, el nivel de ventas y la ubicación de supermercados, las tiendas que se utilizarán como canal son:

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

### **Supermercados La Colonia**

- Dirección: Multicentro Las Américas, Paseo Los Muchachos, Managua
- Dirección: Metro centro 4PGP+W3X, P.º de la Unión Europea, Managua14005
- Dirección: Frente Hospital Roberto Calderón/ Manolo Morales, Pista de LaSolidaridad, Managua

### **Supermercados La Unión**

- Dirección: 4QV8+XHR, Boulevard Rubén Darío, Managua
- Dirección: Supermercado la Unión La Reynaga, Managua

### **Clínica Dental Ebenezer**

- Dirección: De los semáforos de multicentro, 1/2 C al este.

### **Clínica odontología Mongalo**

- Dirección: Colonial Los Robles, Hotel Colón 2 ½ C. al Sur #23

### **Clínica odontología Biodental**

- Dirección: Villa Fontana Norte, de los semáforos de Enitel Villa Fontana, 700metros al sur, Managua.

### **Marketplace**

- Canal de distribución en línea que permitirá llegar a más clientes que usan las redes sociales para comprar productos, además este canal permitirá un mayor alcance debido a que se puede complementar con publicaciones o anuncios dentro de la misma plataforma.

### **Tiendas Naturistas**

- Dirección: Rotonda Bello Horizonte 4C al Sur., Managua, Nicaragua
- Dirección: Kilometro 5 1/2, carretera Masaya, Edif. Delta Modulo 1, 2, 3 y 4

**Promoción:**

Para la creación de una estrategia de promoción adecuada, se debe definir primeramente el objetivo a perseguir, para la realización de este plan de marketing el objetivo es: Posicionar Ecoral como una forma novedosa de cuidado bucal, penetrar el mercado y atraer nuevos prospectos.

A partir de ello se eligen las mejores estrategias, utilizando la creación de anuncios en redes sociales, promociones basadas en precio y publicidad física.

**Crear anuncios en redes sociales**

Hoy en día la promoción de una marca sin al menos una red social es inconcebible; por medio de ellas, los usuarios se familiarizan fácilmente con tu negocio.

**8. Estimaciones económicas**

*Tabla 4 Demanda Ecoral*

#	Categoría	Descripción
1	Demanda total	1,572,734.00
2	Demanda potencial	253,325.00
3	Cuota de mercado	4.50
4	Demanda inicial	11,400.00

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los datos obtenido en la investigación de mercado se encontró una demanda total con una demanda potencial sobre el uso de tabletas dentales de 253,352 de los cuales poseemos 4.50% de la cuota de mercado, de los cuales nos indica una demanda inicial sobre nuestro producto de 11,400 compradores con aceptación de tabletas dentales.

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

### 8.1 Proyecciones de ventas a 5 años

	<i>ECORAL Y COMPAÑIA LIMITADA</i>				
	<i>INGRESOS PROYECTADOS</i> <i>(EXPRESADO EN CORDOBAS)</i>				
<b>PROYECCION/AÑOS</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Proyecciones de ventas en unidades	11,400.00	11,970.00	12,688.00	13,576.00	14,662.00
Precio de venta	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>2,850,000.00</b>	<b>2,992,500.00</b>	<b>3,172,050.00</b>	<b>3,394,093.50</b>	<b>3,665,620.98</b>

De acuerdo con la proyección estimada durante el primer año de operaciones se producirán y venderán un total de 11,400 presentaciones de 30 unidades, a partir de nuestro segundo año de operaciones las ventas están estimadas a crecer un 5% y un subsecuente de 1% a partir del año 3 de operaciones.

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

### 9. Plan de mercadeo

*Tabla 5 Plan de actividades para introducción al mercado 1er años Ecoral Y CIA LTDA*

PLAN DE MERCADEO ECORAL Y CIA LIMITADA		
Año 2024	OBJETIVOS	ACCIONES
I Trimestre	Posicionar nuestro producto mediante una estrategia de marketing mixto en supermercados, clínicas odontológicas y tiendas naturistas.	Crear folletos y afiches de alta calidad para clínicas odontológicas además de ofrecer muestras gratuitas tras consultas y bandejas calientes en los supermercados. Lanzar campañas digitales en redes sociales para aumentar la visibilidad usando anuncios pagados en redes con influencer afines
II Trimestre	Posicionar la marca en la WEB  Crear relaciones comerciales con odontólogos del país	Colocar el producto en la web para facilitar el acceso a los clientes a la vez que llegamos a acuerdos comerciales con dentistas de prestigio en la capital que recomienden y vendan nuestro producto a sus pacientes.
III Trimestre	Crear un vínculo sólido con los clientes a través de promociones atractivas que destaquen la calidad y beneficios del producto.	Lanzar promociones especiales que incluyan descuentos y paquetes promocionales en supermercados y clínicas odontológicas, implementar un programa de fidelización que ofrezca recompensas a los clientes frecuentes, como cepillos dentales de bambú.
IV Trimestre	Promover promociones en fechas de temporada, con precios atractivos en lugares clave  Determinar promociones durante fechas especiales	Incrementar las ventas con promociones del producto acompañadas de regalías atractivas relacionadas a la marca.  Crear promociones con descuentos especiales disponibles por tiempo limitado, generando una sensación de urgencia.

*Fuente: Elaboración propia*

## **10. Conclusión**

El estudio de mercado ha sido fundamental para comprender el entorno en el que opera la marca y para diseñar estrategias de mercadeo efectivas, analizando detalladamente los segmentos de clientes, hemos identificado oportunidades clave en supermercados, clínicas odontológicas y naturistas, así como en el ámbito digital a través de Marketplace y redes sociales.

La investigación nos ha permitido adaptar un enfoque trimestral, asegurando que cada acción esté alineada con las necesidades y preferencias específicas de nuestra audiencia objetivo, como es el segmento de clase alta, de acuerdo con las características del producto asegurando que se posicione como una opción premium en el mercado local.

Es importante mencionar que este estudio, no solo ha proporcionado datos valiosos, sino que también ha servido como guía esencial para impulsar el éxito de Ecoral en el competitivo mercado de productos para la salud bucal.

## **11. Recomendación**

Basándonos en el plan de mercadeo propuesto para Ecoral en 2024 y el estudio de mercado realizado, aquí algunas recomendaciones clave:

### **Monitoreo continuo del desempeño:**

Implementa un sistema de monitoreo continuo para evaluar el rendimiento de las estrategias y ajustarlas según sea necesario. Esto puede incluir análisis de ventas, métricas de redes sociales y retroalimentación de los clientes.

### **Adaptabilidad y flexibilidad:**

Mantente flexible y adaptable a medida que evolucionan las condiciones del mercado y las tendencias del consumidor. La capacidad de ajustar estrategias rápidamente permitirá aprovechar nuevas oportunidades y superar desafíos inesperados.

### **Feedback activo de los clientes:**

Fomenta activamente el feedback de los clientes. Implementa encuestas, comentarios en redes sociales y otras formas de recopilación de opiniones para comprender continuamente las percepciones del cliente y hacer ajustes en consecuencia.

**Expansión de alianzas estratégicas:** Busca oportunidades para expandir las alianzas estratégicas, especialmente en clínicas odontológicas y naturistas. La colaboración con estos socios puede fortalecer la presencia de Ecoral en el mercado y aprovechar sus redes existentes.

### **Optimización del presupuesto de mercadeo:**

Realiza una revisión periódica del presupuesto asignado para mercadeo. Asegúrate de que los recursos se distribuyan eficientemente según el rendimiento de las estrategias, priorizando aquellas que generan un mayor retorno de inversión.

### **Seguimiento de tendencias del mercado:**

Mantente informado sobre las tendencias emergentes en el mercado de productos para la salud bucal y productos nacionales. Esto puede incluir ingredientes innovadores, cambios en el comportamiento del consumidor y nuevas oportunidades de comercialización.

### **Innovación en productos:**

Considerar la posibilidad de introducir nuevas variantes de productos o ediciones limitadas para mantener el interés del consumidor. La innovación constante puede diferenciar a Ecoral y atraer a nuevos segmentos de clientes.

### **Programas de fidelización continúa:**

Evolucionar y mejorar los programas de lealtad. Asegurarse de que sigan siendo atractivos para los clientes actuales y sean una herramienta efectiva para retener y recompensar la lealtad.

### **III. PLAN DE OPERACIONES**

## **1. Objetivo General**

- Garantizar la plena satisfacción de la demanda de productos Ecoral en la capital mediante una producción inicial que responda de manera efectiva a las expectativas identificadas en el estudio de mercado.

### **1.1 Objetivo a corto plazo**

- Producir 2,850 unidades de Ecoral en una presentación de 30 unidades de 15 gramos durante el primer trimestre del año en el mercado según la demanda.

### **1.2 Objetivo a mediano plazo**

- Mantener el nivel de producción estable a lo largo de los siguientes 2 trimestres en 5,700 unidades

### **1.3 Objetivo a largo plazo**

- Establecer un nivel de producción lineal basado en los resultados del tercer trimestre a lo largo del primer año de operaciones garantizando la efectividad en los procesos.

## 2. Especificaciones del producto

ESPECIFICACIONES	
<b>PRODUCTO</b>	ECORAL
<b>PRESENTACION</b>	PASTA DENTAL EN FORMATO DE TABLETAS/CAJA (ECO RECICLABLE DE 12 X 10 CM)
<b>CONTENIDO NETO</b>	15 GR
<b>DESCRIPCION</b>	ECORAL BLANQUEA Y ELIMINA MANCHAS DE MANERA NATURAL, OFRECIENDO FRESCURA SIN EXCESO DE QUIMICOS
<b>ALMACENAMIENTO</b>	CONSERVAR EN AMBIENTE SECO Y FRESCO
<b>VIDA UTIL</b>	PARA LA PRESERVACION DE SUS CARACTERISTICAS SE RECOMIENDA UN CONSUMO ANTES DE LOS 150 DIAS POSTERIOR DE SU ELABORACION

### CARACTERISTICAS SENSORIALES

OLOR	SABOR	COLOR	APARIENCIA
MENTA/CACAO	CARACTERISTICAS A UN CARAMELO DE MENTA	VERDE	ES SIMILAR A UNA PLASTILINA EN FORMA DE PELOTITA

### Diseño de tabla de declaración nutricional para Ecoral

Tabla 6 Valores nutricionales Ecoral

Ingredientes	Aceite de coco	Menta	Glicerina vegetal	Cascara de cacao
Cantidad	150 g	75G	100g	80g
Energía (kcal)	833Kcal	293Kcal	402Kcal	375Kcal
Proteínas (g)	0	3.8g	0	19.7g
Grasas (g)	99.1g	0.9g	100g	1.4g
Carbohidratos (g)	0.84g	15g	0	70.9g
Fibras (g)	0	0.03g	0	18.6g
Agua (g)	0.3g	0	0	0
Calcio (g)	1 mg	0	0	0
Hierro (g)	0.05mg	0	0	0
Potasio (g)	0	569mg	0	0
Sodio (g)	0.02mg	31mg	0	3mg

Fuente: Elaboración propia

### **3. Descripción del proceso de producción**

Adquisición de los ingredientes: En esta etapa se deben adquirir los ingredientes necesarios para la producción de Ecoral, como la cascará de cacao, glicerina, aceite de coco, menta y otros ingredientes adicionales. Se debe asegurar la calidad y disponibilidad de los ingredientes.

**Cacao:** Las cascaras de cacao se fermentan para que sus propiedades se fortalezcan y las cascaras se torne quebradiza, se finaliza este proceso con el tostado de los granos para así desprender la cascara.

Secar por completo la cascara para pasar el resultado por un molino, se observa el resultado y conservar 2 hrs en frascos herméticamente sellados para su uso al momento idóneo.

**Menta:** Con hojas de menta fresca se extrae su esencia a través de molerlas en un mortero obteniendo sus aceites esenciales usado por sus beneficios para la salud general y más específicos para las encías.

Mezclado: Al procesar la materia prima se agrega lentamente a la base de glicerina vegetal la harina de cacao y aceite de coco hasta alcanzar a consistencia viscosa, durante 25 minutos, al lograr la consistencia se agrega a la mezcla la esencia de menta que garantiza la frescura y sabor final.

**Enfriado:** Se vierte la mezcla en moldes de acero inoxidable en grados en aceite natural, se busca la solidificación en una temperatura de 10 y 20 centígrados por 2 hrs, permite la mezcla se solidifique lo suficiente para mantener su forma de tableta.

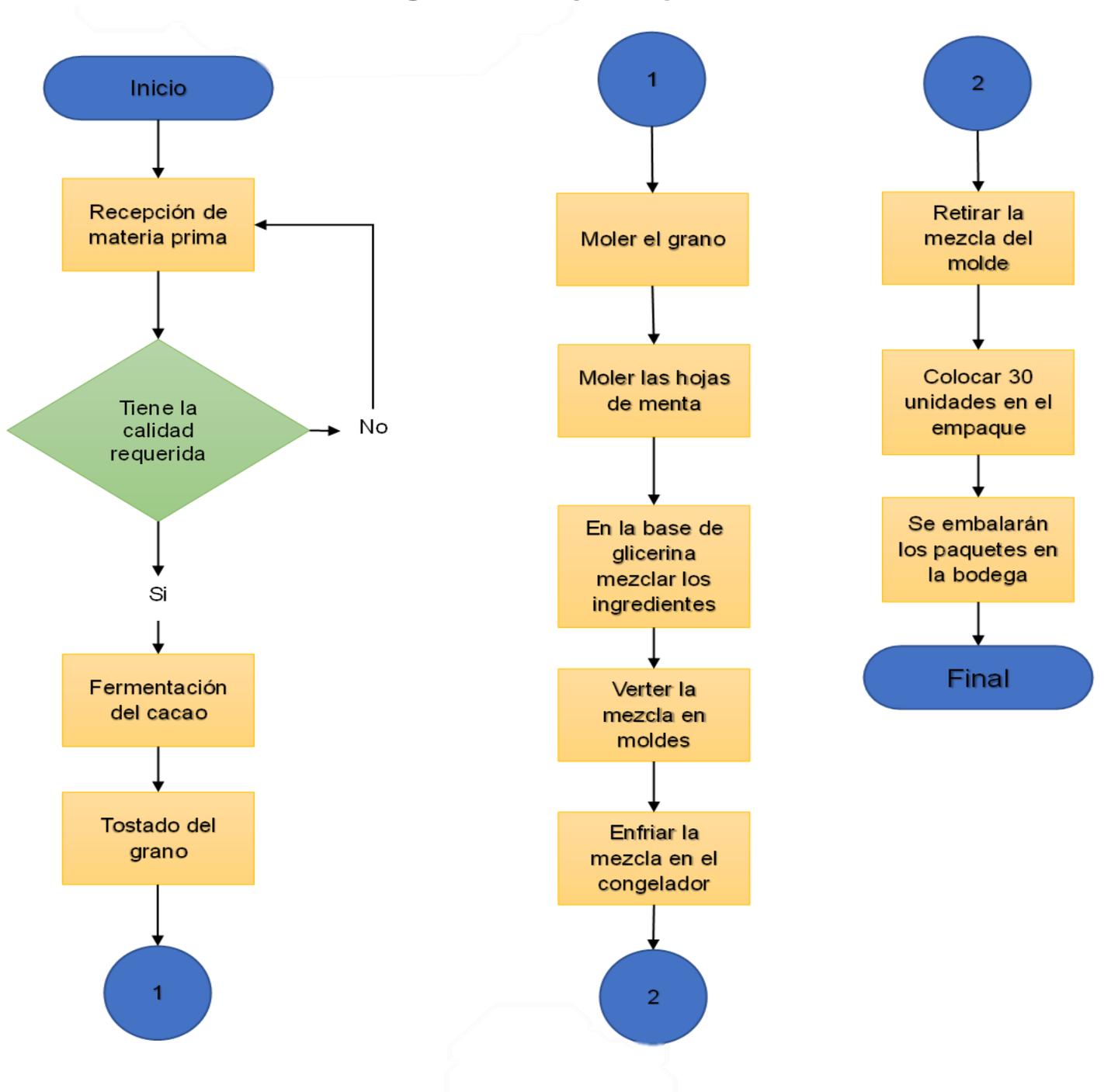
**Empacado:** Con la mezcla ya solidificada se retiran de los moldes y se colocan 30 unidades por caja, disponiéndose la fecha de vencimiento a partir del momento en que son sellados, este proceso toma 10 minutos.

**Embalaje:** Se agruparán los paquetes y guardarán a una temperatura de 25 grados para conservar su forma, este proceso toma 20 minutos, se colocarán cajas selladas apiladas para los distintos puntos de distribución.

## **Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”**

Establece una secuencia lógica de las etapas involucradas en la fabricación de tabletas, define claramente el orden de las actividades, desde la adquisición de materias primas hasta la distribución del producto terminado. Necesitando un mínimo de maquinaria parcialmente automática y la habilidad del talento humano para evaluar la calidad de los materiales.

#### 4. Diagrama de flujos de procesos



## **5. Cronograma de procesos de producción**

La producción diaria durante el primer trimestre esta especificada para ser de 36 unidades de la presentación de 30 tabletas para un total de 950 unidades de 15 gramos.

*Tabla 7 Cronograma de producción Ecoral*

Simbología	Etapa	Descripción	Tiempo
	1	Recepción de materia prima	60 min
	2	Evaluar la calidad del grano de cacao por su tamaño y aroma, Determinar la frescura de la hoja de menta, comprobar fecha de referencia en los envases de glicerina y aceite de coco	60 min
	3	Los granos de cacao se colocan en cajas para ser calentados y fermentados hasta alcanzar el punto de sabor deseado	120 minutos
	4	Se colocan los granos en el horno a una temperatura de 140 C	20 min
	5	Se muelen a mano en una piedra las hojas de menta y se deja en un frasco hermético el aceite de esta (al mismo tiempo que el proceso 4)	20 min
	6	Se muele el grano de cacao tostado y se almacena	10 min

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

	7	En la base de glicerina se mezclan la harina de cacao, aceite de menta y aceite de coco hasta alcanzar una consistencia viscosa	30 min
	8	Se vierte en el molde de acero inoxidable la mezcla	5 min
	9	Se coloca en el frigorífico los moldes a una temperatura de 10C	60 min
	10	Se retira la mezcla cuajada del molde y se empaqueta en presentaciones de 30 unidades	30 min
	11	Se mueven a bodega los paquetes a una temperatura de 25C para mantener el producto en su mejor.	30 min

Fuente: Elaboración propia

### **6. Equipo e Instalaciones**

Ecoral es una empresa productora ubicada en la sección 20 del INSTITUTO NACIONAL DE INFORMACIÓN DE DESARROLLO (INIDE), producimos y Comercializamos pasta dental en formato de tabletas dirigido a un segmento de 25 a 35 años con modos de vida agitados por su agenda diaria.

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

A raíz de las proyecciones de la demanda año a año, Ecoral tiene contemplado una serie de maquinaria y equipos necesarios para el comienzo del funcionamiento de la planta de producción.

La inversión más significativa se encuentra concentrada en el área de producción debido a que, al trabajar con un producto de cuidado personal, éste debe un cuidado especial, así como elementos que intervienen especiales para cumplir la función requerida, como es el caso del filtro del aire el cual evita la propagación de bacterias y microorganismos en el área de producción, salvaguardando la integridad del producto.

A continuación, el cuadro de inversión de la maquinaria y equipo por cada área de la planta:

*Tabla 8 Maquinaria necesaria para la producción de Ecoral*

Descripción	Marca	Unidad	Costo Unit	Total
<b>PRODUCCION</b>				
Congelador Vertical	Atosa MBF8501GR	1.00	15,000.00	15,000.00
Batidora Mezcladora	Henkel Qj-b30ca	1.00	8,500.00	8,500.00
Molino mesa	FUMASA MQ150C/M1HP	1.00	4,800.00	4,800.00
Estante/tanque de fermentación	ASD990822	4.00	1,450.00	5,800.00
Barril/Acero Inoxidable	D3016580	4.00	8,972.95	35,891.81
<b>Total Activos fijos Producción S/</b>			<b>38,722.95</b>	<b>69,991.81</b>
<b>HERRAMIENTAS</b>				
Molde redondo de silicona	Dioycli	3.00	1,000.00	1,000.00
Tijera de cocina	Kai Corporation DH3345	2.00	349.50	699.00
Báscula de banco	CAS B0035UX9CI	1.00	8,789.83	8,789.83
Espátula de silicona	Rubbermaid Commercial Products	1.00	60.00	60.00
Tarros de vidrios sellados al vacio	BEWQ	4.00	70.00	280.00
<b>Total Herramientas (Sin Iva)</b>			<b>10,269.33</b>	<b>10,828.83</b>
<b>Iva 15%</b>				1,624.32
<b>Total</b>				<b>12,453.15</b>
<b>Total Activos fijos Producción/Herramientas</b>				<b>82,444.96</b>

*Fuente: Elaboración propia*

## **Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”**

**Nota:** Se muestran el equipo y herramientas necesarias que utilizará con sus especificaciones, cantidad y costos unitarios.

Otros servicios adicionales y que también son vital dentro del proceso son:

- Internet
- Agua potable
- Energía Eléctrica
- Servicios de mantenimientos

### **6.1 Instalaciones**

Las instalaciones necesarias para la producción y comercialización de tabletas dentales a base de ingredientes naturales pueden incluir:

#### **1. Área de producción:**

- Espacio dedicado a la fabricación de las tabletas de pasta dental natural.

#### **2. Equipos y maquinaria:**

- Máquinas de formación para la mezcla de las tabletas.
- Mantenedora para asegurar la consistencia de las tabletas.

#### **3. Consideraciones:**

- Asegurar el cumplimiento de las normas de buenas prácticas de fabricación (BPF).
- Monitoreo constante de la calidad del producto durante la producción.

#### **4. Equipos de procesamiento:**

- Área donde se preparan y procesan los ingredientes antes de la fabricación.
- Pesadoras y dispensadores automáticos para una precisión en la mezcla de ingredientes.
- Mezcladoras y agitadores para lograr una distribución homogénea de los componentes.
- Tanques y contenedores herméticos para el almacenamiento temporal de materias primas.

## **Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”**

### **5. Área de almacenamiento:**

- Espacio para el almacenamiento de materias primas, productos semielaborados y productos terminados.

### **6. Área de envasado:**

- Espacio donde se lleva a cabo el envasado final de las tabletas antes de la distribución.

### **7. Área de control de calidad:**

- Espacio destinado a garantizar la calidad y seguridad de los productos.

### **La empresa contará con las siguientes condiciones:**

- Ubicación céntrica y planta con adecuada infraestructura para la producción
- Zona con espacios para estacionamiento vehicular para la descarga de los insumos necesarios.
- Telefonía e internet: Se cuenta con un plan de Claro, con buena red y beneficios telefónicos, para que nuestro proceso de comunicación con proveedores y cliente sea eficaz.
- Seguridad: Se contará con personal de seguridad en nuestras instalaciones, que se encarguen de verificar la seguridad del personal y la empresa.
- Agua y energía eléctrica: La ubicación nos beneficia al tener tuberías y las conexiones necesarias para que cumpla con el abastecimiento del líquido vital, así como todo el cableado eléctrico para el buen funcionamiento de nuestras operaciones.

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

### 6.2 Capacidad instalada

Basamos estos datos en el talento humano presente y el tiempo requerido para la fabricación de una unidad de Ecoral, siendo los siguientes:

Tabla 9 Distribución de capacidad y descripción de los principales equipos

Capacidad de producto					
Incremento de la producción Trimestral					
Producción (Unidad)	1er Trimestre	2do Trimestre	3er Trimestre	4to Trimestre	
Ecoral	2,850	2,850	2,850	2,850	
INCREMENTO DE LA PRODUCCION ANUAL					
Producción (Unidad)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ecoral	11,400	11,970	12,688	13,576	14,662
CAPACIDAD DE PRODUCCION				CANTIDAD	UNIDAD
Capacidad de producción máxima hora				4.5	Caja/Hora
Capacidad de producción máxima mes				950	Caja/Mes
Capacidad de producción máxima año				11,400	Caja/Año
PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE LOS EQUIPAMIENTOS QUE SE DEBEN ADQUIRIR PARA ATENDER LOS OBJETIVOS DE PRODUCCION					
Congelador Vertical tosa MBF8501GR: Solidificar la mezcla					
Batidora de mezcla Henkel Qj-b30ca					
Molino mesa FUMASA MQ150C/M1HP: Para preparar polvo de cascara de cacao					
Estante/Tanque de fermentación ASD990822: 2 Extraen la esencia de la mezcla de hojas de menta y 2 el aceite de coco					
Barril/Acero Inoxidable D3016580: 4 para mantener la mezcla en proceso de producción					

Fuente: Elaboración propia

La empresa contará con una capacidad instalada descrita en periodos de tiempos y cantidad producida por día, semana, mes y año. Se disponen de 8 hrs diarias de trabajo de lunes a sábado, durante ese periodo laboral se producirán 36 unidades, obteniendo una producción total a la semana de 237 unidades como lo detalla la siguiente tabla:

## **Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”**

*Tabla 10 Producción de jornada Ecoral*

<b>Periodo</b>	<b>Cantidad de producto</b>
1 día (8 horas)	36 unidades
1 semana lunes a sabado 8 horas	237 unidades
1 mes (cuatro semanas)	950 unidades
6 meses	5700 unidades

*Fuente: Elaboración propia*

La capacidad instalada se refiere a la cantidad máxima de producción que una empresa puede lograr en un periodo de tiempo determinado. En caso de una empresa productora y comercializadora de tabletas dentales, la capacidad instalada sería la cantidad máxima de unidades que se pueden obtener.

### **7. Diseño y distribución de planta y oficina**

A raíz de la ubicación idónea nos es necesario un lugar como el presente de 300mts<sup>2</sup> con espacio suficiente para ampliaciones en la maquinaria y que permita la entrada de los vehículos a un lugar que no provoque atascos o retrasos.

El local está distribuido de tal forma que el encargado de bodega está en esta misma con un espacio habitado para sus obligaciones y las oficinas contables, así como administrativas están apartadas de los procesos productivos.



## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

La distribución del local será es la siguiente:

### **Primer piso:**

Estará distribuido de la siguiente manera:

Recepción

- Planta: Tiene 3 divisiones, el área de producción, envasado y empaquetado que incluye el área de despacho y recepción de mercadería. En el área de producción se colocarán las 2 máquinas principales, la Marmita y Mezcladora, en el siguiente proceso estará la máquina dosificadora y por último la empaquetadora. 208
- Área de servicios: 43m<sup>2</sup>

### **Segundo Piso:**

Estará distribuido de la siguiente manera:

- 2 oficinas administrativas
- Directorio
- Comedor
- Área de servicios

### **Responsabilidad social frente al entorno**

Ecoral & Cía. Ltda. contribuirá al desarrollo sostenible y cuidado del medio ambiente gracias a la fabricación de productos orgánicos, que no tienen ingredientes provenientes de animales, y, además, al utilizar envases eco amigables, gracias a que a su nivel de degradación debido a su composición de material reciclado y, manteniéndose como materia reusable, genera un menor daño al medio ambiente que otro tipo de envases o, como lo haría el polietileno de alta.

Maximizaremos la digitalización, en el interior de la empresa manejaremos todo mediante sistemas y envíos de correos, y por fuera de la empresa, minimizaremos el uso de material impreso para la realización de publicidad, entre otras cosas.

## **Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”**

También contrataremos los servicios de una empresa recicladora, para que pueda recoger todo el material sobrante.

### **9. Materia prima**

Nuestra misión es establecer asociaciones sólidas con los principales productores del país para asegurar la adquisición de materia prima de la más alta calidad, esencial para ofrecera nuestros consumidores una experiencia única.

Buscamos establecer una relación de colaboración donde tanto los productores como nuestra empresa se beneficien de esta producción nacional, promoviendo así un enfoque de 100% producción nacional.

La tabla siguiente detalla los requisitos de materia prima necesarios para producir mensualmente 560 unidades, nos comprometemos a satisfacer esta demanda y a establecer una reserva estratégica para abordar posibles dificultades en los procesos de producción.

*Tabla 11 Materia prima necesaria para la elaboración de Ecoral*

<b>Ítem</b>	<b>Materia prima</b>	<b>Medidas</b>	<b>Cantidad</b>
1	Cacao	Libra	148
2	Aceite de coco	Galón	20
3	Menta	Galón	3
4	Glicerina vegetal	Galón	18

Fuente: Elaboración propia

#### **9.1 Identificación de proveedores y cotizaciones**

La disponibilidad de proveedores de alta calidad se destaca como uno de los pilares fundamentales para el exitoso lanzamiento de Ecoral. Esta fortaleza se fundamenta en la calidad del suelo de nuestro territorio y en la competitividad de precios que podemos alcanzar al tratarse de un producto de producción nacional. Gracias a estas condiciones favorables, contamos con proveedores como EBO FLOWERS y MOCCA,

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

quienes son colaboradores directos con los productores locales y cooperativas comprometidas con la tecnificación y las mejores prácticas agrícolas.

En un entorno empresarial sólido, empresas como DISAGRO y BURT BEE nos brindan la tecnología y la experiencia empresarial necesarias para cumplir con los plazos de producción sin comprometer el medio ambiente, garantizando así una materia prima industrial que respeta los estándares ambientales más exigentes.

En base a esto se cotiza la materia prima necesaria para el cumplimiento de los acuerdos comerciales:

*Tabla 12 Materia prima necesaria para la elaboración de Ecoral*

Item	Unidad	Materia prima	Proveedor	Precio
1	Libra	Cacao	MOCCA	8.00
2	Galón	Aceite de coco	EBO FLOWERS	500.00
3	Galón	Menta	BURT BEE	1,080.00
4	Galón	Glicerina vegetal	DISAGRO	1,100.24

Fuente: Elaboración propia

### 9.2 Compras

Los presentes datos nos permiten trazar la ruta productiva de Ecoral a través de los trimestres iniciales y proyectar de manera anual la producción las unidades.

*Tabla 13 Producción por trimestre de Ecoral*

Producto	Unidad	Cant. al Mes	1° Trimestre	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre
Ecoral	Unidad	950	2,850	2,850	2,850	2,850
<b>Total</b>		950	2,850	<b>5,700</b>	<b>8,550</b>	<b>11,400</b>

Fuente: Elaboración propia

Al cabo de 5 años de producción continua se calcula un crecimiento exponencial del 26% y que se asiente el mercado de ECORAL con un margen del 5% a partir de segundo año de operaciones.

## **Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”**

*Tabla 14 Productos elaborados anualmente Ecoral*

Producto	Unidad	Año 1	Año 2 (+5%)	Año 3 (+6%)	Año 4 (+7%)	Año 5 (+8%)
Ecoral	Unidad	11,400	11,970	12,688	13,576	14,662

*Fuente: Elaboración propia*

La siguiente tabla detalla la necesidad calculada de materia prima para los siguientes 5 años de producción constante.

*Tabla 15 Compra de materia prima anual de Ecoral*

Materia prima	Medidas	Cantidad compra mensual	Cantidad de compras 1 año	Cantidad de compras 2 año (5%)	Cantidad de compras 3 año (6%)	Cantidad de compras 4 año (7%)	Cantidad de compras 5 año (8%)
Libra	Cacao	148	1,776	1,865	1,977	2,115	2,284
Galón	Aceite de coco	20	240	252	267	286	309
Galón	Menta	3	36	38	40	43	46
Galón	Glicerina vegetal	18	216	227	240	257	278

*Fuente: Elaboración propia*

## **10. Manejo de inventarios**

El manejo de inventario de los ingredientes es crucial para garantizar un flujo de producción eficiente y evitar interrupciones en la cadena de suministro, utilizamos el sistema PEPS por la naturaleza de nuestra materia prima asegurándonos de utilizar primero los ingredientes más recientes en nuestro inventario. Esto significa que los productos fabricados estarán hechos con ingredientes más frescos, lo que contribuye a mantener la calidad y frescura de nuestro producto final.

El producto será entregado al principio y mediados del mes con dos entregas anticipando la demanda de los clientes mediante su rutina de limpieza dental, se utilizarán técnicas que nos permitan la manipulación eficiente del inventario como:

**Justo a Tiempo:**

Utilizado para minimizar los costos de almacenamiento al recibir y utilizar la materia prima en el plazo de una semana a su necesidad.

**Software de gestión de inventarios**

Lo empleamos para automatizar la gestión del inventario, permitiendo un seguimiento en tiempo real de los niveles de existencias y facilitando la planificación de la producción y los pedidos de reabastecimiento.

**Auditorías de inventario**

Se realizan mensualmente para garantizar la precisión de los registros de inventario y corregir cualquier discrepancia identificada de cara al siguiente mes.

**Almacenamiento adecuado:**

Mantén las materias primas en un entorno con temperatura y humedad controladas para evitar la degradación de los ingredientes.

## **11. Mano de obra requerida**

Las operaciones contarán con un equipo de 10 personas en plantilla, encargadas de llevar a cabo tanto las tareas administrativas y de gestión como las actividades productivas y de almacén. Se prevé que, en una jornada laboral de 8 horas, el equipo será capaz de producir 26 unidades, mientras que los sábados, en una jornada de 5 horas, se producirán 10 unidades

## **Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”**

Tabla 16 Necesidad de mano de obra Ecoral

<b>Actividad</b>	<b>Personas</b>	<b>Tipo de habilidad</b>
Producción	2	Manejo del tiempo, responsabilidad, diligencia en sus movimientos y decisiones
Administración	4	Alta capacidad de respuesta, gestión eficaz de activos, relaciones humanas y disponibilidad.

Fuente: Elaboración propia

## **12. Planes de mejora continua**

Nuestro compromiso radica en una mejora continua de los niveles productivos y de gestión del producto, así como en una sólida gestión de proveedores para garantizar la calidad final, un flujo operativo óptimo y la total satisfacción de la demanda. Implementando un enfoque secuencial en la producción, garantizando metas productivas.

Además, nos esforzaremos por mejorar los tiempos de entrega y eliminar por completo los fallos. Mantendremos a todos los implicados comprometidos al más alto nivel, creando un ambiente en el que todos estén conscientes de los pasos siguientes.

### **Análisis de procesos**

Realizaremos análisis exhaustivos de todos los procesos de producción para identificar áreas de oportunidad y posibles ineficiencias cada 6 meses.

Implementar mejoras en los procesos identificados, como la optimización de flujos de trabajo, la reducción de tiempos de producción y la eliminación de pasos innecesarios.

### **Tecnología y automatización**

Adoptar tecnologías y sistemas de automatización para mejorar la eficiencia y la precisión en los procesos de producción, explorando nuevas herramientas y soluciones tecnológicas que puedan optimizar la operación y reducir las actividades manuales al mínimo.

**Gestión de la calidad**

Implementar sistemas de gestión de la calidad, como ISO 9001, para garantizar estándares consistentes de calidad en todos los productos estableciendo indicadores clave de desempeño para monitorear y mejorar continuamente la calidad de los productos y servicios.

**Gestión de inventarios y logística**

Mantener un plan de mantenimiento en la maquinaria necesaria para la producción y de oficina en la que se sometan a una revisión y reparación en un plazo de 6 meses garantizando su funcionalidad y seguridad de los implicados.

**Feedback de clientes**

Recopilar regularmente el feedback de los clientes para identificar áreas de mejora en productos y servicios utilizando esta retroalimentación para completar esos espacios en los que fallamos con ellos.

**13. Políticas de calidad**

Las políticas de calidad son fundamentales para garantizar la excelencia de operación de la empresa de producción y comercialización de tabletas dentales a base de ingredientes naturales.

Estamos comprometidos con la excelencia en la calidad de nuestros productos y servicios. Nuestra política de calidad refleja este compromiso y establece los principios fundamentales que guían nuestras operaciones y decisiones comerciales que van más allá de lo establecido por el Ministerio de salud.

**Objetivos:**

Proporcionar productos y servicios que cumplan o superen las expectativas de nuestros clientes en términos de calidad, confiabilidad y rendimiento.

Mejorar continuamente nuestros procesos, sistemas y prácticas para garantizar la eficacia y eficiencia en la entrega de nuestros productos y servicios.

## **Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”**

Cumplir con los requisitos legales, reglamentarios y normativos aplicables relacionados con la calidad de nuestro producto.

Promover una cultura de calidad en toda la organización, fomentando la participación y la responsabilidad de todos los empleados en la mejora continua.

Establecer relaciones sólidas y de confianza con nuestros proveedores, colaborando estrechamente para garantizar la calidad de los insumos y materiales utilizados en nuestros procesos de producción.

Medir y monitorear regularmente el desempeño de calidad a través de indicadores clave de rendimiento, y tomar acciones correctivas y preventivas según sea necesario para garantizar la mejora continua.

## **IV. ORGANIZACIÓN**

## **1. Objetivos del área organizacional**

### **1.1 Objetivo general**

- Establecer una estructura organizativa eficiente y efectiva que promueva la producción y comercialización exitosa de nuestro producto garantizando el crecimiento rentable de la empresa.

### **1.2 Objetivos específicos**

- Elaborar una estructura organizativa conforme a un manual de procedimientos, garantizando una administración efectiva de las operaciones de la empresa mediante la creación de un organigrama funcional.
- Garantizar el cumplimiento de las tareas planificadas mediante la evaluación del rendimiento de nuestros colaboradores

## **2. Gestión legal**

### **2.1 Constitución de sociedad**

#### **TESTIMONIO**

ESCRITURA NÚMERO UNO (1). CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD COLECTIVA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA. En la ciudad de Managua, capital de la República de Nicaragua, a las nueve y cuarenta minutos de la mañana del veinte y nueve de diciembre del año dos mil veinte y tres; ANTE MÍ, JOSE AMADOR MARTINEZ PEREZ, Abogado y Notario Público de la República de Nicaragua, de este domicilio y residencia, debidamente autorizado para cartular por la Excelentísima Corte Suprema de Justicia durante un quinquenio que finaliza el día cinco de febrero del año dos mil veinte y cinco, comparecen los señores **OMAR OTONIEL RAMIREZ CAMPOS**, Licenciado en Contabilidad Pública y Finanzas, identificado con cédula de identidad número 001-020402-1070A; **ORLANDO JOSUE ORTEGA ZAMORA**, Licenciado en Administración de Empresas, identificado con cédula de identidad número 001-120998-1029N, ambos mayores de edad, solteros y de este domicilio en Managua, Nicaragua. Doy fe de conocer personalmente a los comparecientes quienes a mi juicio tienen la capacidad legal necesaria para obligarse y contratar y en especial para el otorgamiento de este acto en el que actúan en sus propios nombres y representación.

Así, conjuntamente dicen que han convenido en organizar una sociedad a limitada de conformidad con las leyes de la República de Nicaragua y que al efecto por la presente escritura la constituyen sobre las bases y estipulaciones que se contienen en las cláusulas siguientes: **PRIMERA: RAZÓN SOCIAL.** La razón o firma social bajo la cual se regirán los negocios de esta sociedad será la de "**ECORAL**" lo que me demuestra con los siguientes documentos que yo el notario doy fe de tener a la vista extendidos en forma legal y que son: A) sociedad debidamente incorporada bajo todas las leyes. B) Poder integra y literalmente dice: *PODER DE REPRESENTACION Que en nombre de su presentada sociedad Ecoral, debidamente constituidas bajo las leyes del Estado de Nicaragua otorga (PODER DE REPRESENTACION): suficiente a favor del señor **OMAR O RAMIREZ CAMPOS**, mayor de edad, hombre soltero, con cedula nicaragüense numero 001-020402-1070A con domicilio de colonia 14 de septiembre de la iglesia católica, 1C al lago, 1/2C abajo para que represente a la sociedad en la República de Nicaragua en todo lo concerniente a las siguientes operaciones mercantiles: Incorporación de sociedades mercantiles, compra de acciones de sociedades mercantiles. Y representación de sus proporciones accionarias: Para tales efectos el mandatario tendrá las siguientes facultades: A) Firmar ante Notario Público las actas constitutivas y sus estatutos. B) Suscribir y pagar acciones en la proporción del capital social*

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

que estime conveniente. C) Votar en la primera asamblea de accionistas para la aprobación de los estatutos. D) Aceptar cargos del director y votar en el nombramiento de otros Directores de la Junta Directiva y vigilante. E) En general podrá votar en las juntas generales de accionistas tanto ordinarias como extraordinarias. F) Podrá comprar acciones de las sociedades que constituya u otras mercantiles. G) Podrá sustituir el mandato con representación en todo o en parte cuando así lo dispusiere y volverlo a asumir cuando lo creyere conveniente, aún cuando al sustituirlo no se hubiese reservado expresadamente esta facultad. Podrá otorgar todo tipo de poderes especiales. Dado en la ciudad de Managua, sin perjuicio de instalar negocios o sucursales en cualquier lugar de la República o fuera de ella. **SEGUNDA: DOMICILIO.** La sociedad tendrá su domicilio legal en la ciudad de Managua, Nicaragua y podrá establecer sucursales o sedes secundarias, agencias y oficinas en cualquier parte de la república o fuera de ella. **TERCERA: OBJETO.** La sociedad tiene por objeto principal la prestación de servicio de venta y distribución de pasta dental Para ello podrá realizar todos aquellos actos relativos a los servicios contratados por sí o por medio de particulares o empresas y llevar a cabo relaciones comerciales, civiles, financieras, mobiliarias e inmobiliarias que se relacionen directa o indirectamente con la sociedad y con los negocios similares y conexos que puedan facilitar su extensión o desarrollo. **CUARTA: CAPITAL SOCIAL.** El capital de la sociedad es la suma de DOSCIENTOS CINCUENTA MIL (C\$ 250,000.00), representado por cien (100) acciones. La Junta General de Accionistas podrá aumentar el capital social y establecer la forma en que deba enterarse el valor de las acciones que se emitan en todo aumento de capital social mediante la emisión de nuevas acciones. Los accionistas tendrán derecho preferente para adquirir nuevas acciones en proporción a las que posean a la fecha en que se decreta el aumento. Los estatutos determinarán la forma de ejercer este derecho de preferencia. El capital social se suscribe en este acto así: **OMAR OTONIEL RAMIREZ CAMPOS** suscribe y paga **CINCUENTA** acciones, **ORLANDO JOSUE ORTEGA ZAMORA** suscribe y paga **CINCUENTA** acciones; que ambos suscriben y pagan en dinero en efectivo. **QUINTA: ACCIONES.** Las acciones serán nominativas, confieren iguales derechos a sus dueños y no podrán ser convertidas en acciones al portador, aun cuando estén totalmente pagadas. La transmisión de acciones por actos internos sólo estará limitada por el derecho de preferencia para la compra que se establezca en los estatutos. **SEXTA: ADMINISTRACIÓN.** La dirección de la sociedad quedara conformada de la siguiente manera: Director General y Representante Legal: **OMAR OTONIEL RAMIREZ CAMPOS** y Director Administrativo y Director de Asuntos Jurídicos: **ORLANDO JOSUE ORTEGA ZAMORA.** **SEPTIMA: GANANCIAS Y PERDIDAS.** Como consecuencia de la forma en la que se han hecho las aportaciones, Las ganancias y pérdidas se distribuirán de la siguiente manera: Al señor **OMAR OTONIEL RAMIREZ CAMPOS**, en nombre de su representación le corresponderá el cincuenta (50%) por ciento y al señor **ORLANDO JOSUE ORTEGA ZAMORA** le corresponderá el cincuenta (50%) por ciento. **OCTABA: CONTABILIDAD.** La contabilidad de la sociedad será llevada por las

## **Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”**

leyes mercantiles, es decir, por el sistema de partida doble, haciéndose los balances y liquidaciones de la misma, el último día de junio y de diciembre de cada año, sin perjuicio de los balances mensuales o trimestrales, según lo estimen los socios, de acuerdo a lo dispuesto en la ley no. 822 “ley de concertación tributaria”. **NOVENA: FISCALIZACION.** La administración de la sociedad será fiscalizada por un vigilante quien podrá ser o no accionista nombrado por la Junta General de Accionistas por el período que se establezca en los estatutos. **DECIMA: RESOLUCIONES.** En las reuniones de la Junta General de Accionistas cada acción confiere derecho a un voto, requerirán la presencia personal o por medio de apoderados de accionistas, aquéllas que se refieran a las materias siguientes: a) Disolución anticipada de la sociedad; b) Prórroga de su duración, aun cuando hubiere transcurrido el término de conformidad con este contrato social; c) Fusión con otra sociedad; d) Cambio de objeto de la sociedad; e) Reducción del capital social; f) Reintegración o aumento del mismo capital; y g) Toda otra modificación del acta constitutiva o de los estatutos. **DECIMA PRIMERA: FONDO DE RESERVA.** El fondo de reserva del capital lo constituirá la décima parte del capital social. Las pérdidas en cualquier ejercicio anual se cubrirán con aplicaciones equivalentes al fondo de reserva legal y al capital a su orden. Cada vez que se afectare dicho fondo deberá reintegrarse en el próximo ejercicio favorable, mediante la separación de una cantidad doble a la que ordinariamente se destina a su constitución. **DECIMA SEGUNDA: DURACION.** La duración de la sociedad será de diez (10) años, contados a partir de la fecha de inscripción en el Registro Público Mercantil tanto de la presente escritura como de los estatutos. La duración de la sociedad podrá ser prorrogada por la Junta General de Accionistas una o más veces por los términos que ésta acordare. **DECIMA TERCERA: PROHIBICIONES.** Se prohíbe a los socios a los socios: a) Usar la firma social para fines personales o particulares; b) Extraer del capital social cantidades de dinero para negocios individuales; c) Ceder a cualquier título su interés en la sociedad; d) Hacerse sustituir en el desempeño de las funciones que le corresponden en la administración social, salvo con la aprobación de todos los socios; e) Efectuar negocios u operaciones que pudieran causar perjuicios a esta. **DECIMA CUARTA: ARBITRAJE.** Cualquier diferencia que surgiera entre los socios en relación a este contrato, sea por el manejo de los negocios o el desempeño de sus funciones será decidida por la resolución de un árbitro. **DECIMA QUINTA: DISOLUCION Y LIQUIDACION.** Son causales de disolución de la sociedad las siguientes: a) El acuerdo de la Junta General de Accionistas y b) Las demás que señale la ley; en ambos casos, la liquidación se practicará por la misma sociedad; a este efecto la Junta General de Accionistas, una vez tomado el acuerdo de disolución, nombrará una Junta Liquidadora compuesta de tres accionistas para que lleven a cabo

## **Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”**

las operaciones necesarias para la realización de los bienes y haberes de la sociedad y su conversión a efectivo o valores negociables. A continuación, dicha Junta formulará un plan de distribución del haber social entre los accionistas de conformidad con las regulaciones existentes, el cual deberá ser sometido para su La liquidación y distribución de los haberes sociales deberán ser hechas y terminadas dentro del plazo que para tal efecto señale la Junta General, quien asimismo establecerá las facultades y deberes que correspondan a la Junta liquidadora. A continuación, los mismos otorgantes se constituyen en Junta General de Accionistas, La denominación, domicilio y duración de la sociedad están contenidos en las cláusulas primera Y segunda, respectivamente, de la escritura de constitución social. **DECIMA SEXTA: ACEPTACION.** En los caracteres en que actúan los comparecientes dicen aceptar todos los términos clausulas y condiciones del presente. Así se expresaron los comparecientes bien instruidos por mí, el notario, acerca del objeto, valor y transcendencia legales de este acto: de las cláusulas generales que se aseguran de la validez de este instrumento, de las especiales que contiene, de las que envuelven renunciaciones y estipulaciones implícitas y explícitas y de las que en concreto han hecho advertí a los comparecientes de la necesidad de inscribir el presente testimonio en el registro público de la propiedad inmueble y mercantil de este departamento, leída íntegramente toda esta escritura a los otorgantes, la encontraron conforme, la aprueban y ratifican en todas y cada una de sus partes y firman todos juntos conmigo, el Notario, que doy fe de todo lo relacionado. Así pasó ante mí, del frente del folio número uno al frente del folio número seis, de mi **PROTOCOLO NÚMERO VEINTICINCO**, que llevo en el corriente año y a solicitud del señor **OMAR OTONIEL RAMIREZ CAMPOS**, en calidad de presidente de la Sociedad Limitada **ECORAL**, libro este primer testimonio, en seis hojas útiles de papel sellado que rubrico, firmo y sello, en la ciudad de Managua, a las nueve horas del día Veinte y Tres de Diciembre del año dos mil veinte y tres.

**DR JOSE AMADOR MARTINEZ PEREZ**

**ABOGADO Y NOTARIO PÚBLICO**

## **2.2 Constitución de la empresa**

La constitución de la empresa se basa en las sociedades mercantiles vigentes en Nicaragua, esta indica que una sociedad mercantil es una organización de personas constituida por el acuerdo de voluntades y reconocida como persona jurídica, bajo un nombre social cuyos miembros se obligan a la creación de un patrimonio mediante aportes de capital social y la unidad de esfuerzos.

Compañía limitada: En una compañía limitada, la responsabilidad de los socios está limitada al monto de su inversión en la empresa. Los bienes personales de los socios generalmente no están en riesgo para cubrir las deudas de la compañía.

## **2.3 Registro mercantil**

1. Escritura de constitución de sociedad, en original. ECORAL
2. Solicitud de inscripción como comerciante original en papel sellado, firmada
3. por el propietario (si la solicitud es firmada por un apoderado especial, se debe
4. relacionar el poder que lo acredita y adjuntar original).
5. Fotocopia de la cedula de identidad o pasaporte de la persona que firma la
6. solicitud de como representante en la comercialización y producción.
7. Libros contables de la empresa: Cía. Ltda (Diario, Mayor, Actas y Acciones).
8. Poder General de Administración, en papel sellado con timbres fiscales

## **2.4 Registros de la empresa registró RUC**

La pequeña empresa debe registrarse como paso primero en la Administración de Renta más cercana a su localidad. Este tiene como fin poder ser parte del registro de contribuyentes como pequeña empresa. Los requisitos son los siguientes:

Si es una persona jurídica (empresa, organizaciones no gubernamentales etc.)

## **2.5 Registro ante la Dirección General de Ingresos**

1. Fotocopia de la cedula de identidad del representante legal
2. Fotocopia de recibo por servicio público (agua, luz, teléfono o contrato de arrendamiento)
3. Pagar en cualquier banco privado la inscripción de libros contables.
4. Fotocopia de la minuta de inscripción del libro en el registro público mercantil
5. Fotocopia de la cedula de los miembros de la junta directiva
6. Pago de arancel del 1 % sobre el capital social mayor

## **2.6 Registro de inscripción ante la Alcaldía de Managua:**

1. Fotocopia de número de RUC
2. Fotocopia de la cedula de identidad
3. Solvencia municipal o boleta de numero contribuyente
4. Carta poder (si actúa en representación de otro contribuyente)
5. Inscripción del libro diario y mayor (fotocopia de la primera página)
6. Registro de la propiedad intelectual de Nicaragua
7. Formularios de apertura de matrícula

## **2.7 Registro de patente**

1. Petición de concesión de patente con los datos del solicitante y del inventor
2. Descripción de la invención
3. Una o más reivindicaciones.
4. Resumen técnico.
5. Comprobante de pago de la tasa de solicitud.
6. Lugar para oír notificaciones.

## **2.8 Solicitud de inscripción ante el MINSA**

1. Datos del solicitante
2. Datos del representante legal
3. Datos el producto a comercializar

**Documentos presentados junto con la solicitud**

1. Recibo de pago de solicitud C\$ 50.
2. Comprobante de pago del Certificado de Registro C\$ 500.
3. Ficha técnica del producto a registrar incluyendo diagrama de proceso.
4. Copia de Licencia Sanitaria vigente de la planta procesadora y/o titular del CLV.
5. Etiquetas del producto o proyecto de etiquetas si este es un producto nacionalnuevo para registrar.
6. Comprobante de pago de análisis de laboratorio.

**2.9 Registro ante Instituto Nacional de Seguridad Social Facultativo Integral (INSS)**

En este régimen, las prestaciones que el INSS brinda a los asegurados son completas a corto, mediano y largo plazo, abarcando beneficios por atención médica, excluyendo las derivadas de accidentes laborales, ya que no cumplen con los requisitos para calificar en este régimen.

- Menos de 50 trabajadores: porcentaje patronal: 21.50% porcentaje laboral: 7%
- Más de 50 trabajadores: porcentaje patronal: 22.50% porcentaje laboral: 7%

### 3. Estructura de la empresa

Ilustración 11 Organigrama de Ecoral



Fuente: Elaboración propia

El organigrama de Ecoral nos permite visualizar la estructura organizacional de la empresa por funciones y por niveles, con las cuales se desempeñarán las tareas que se requieren para el funcionamiento adecuado.

Contamos con 6 trabajadores divididos de siguiente manera:

- Área administrativa: 1 trabajador
- Área contable: 2 trabajadores
- Área de producción: 3 trabajadores

#### 3.1 Organigrama proyectado a 5 años

El organigrama proyectado nos permite calcular la demanda de mano de obra necesaria para la creciente producción de un producto ya asentado en el mercado y sus obligaciones como una organización con mayor demanda.

- Área administrativa: 2 trabajador
- Área contable: 4 trabajadores
- Área de producción: 6 trabajadores

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

Ilustración 12 Organigrama proyectado a 5 años Ecoral



Fuente: Elaboración propia

Tenemos un organigrama funcional, lo cual quiere decir que está estructurado sobre la base de las distintas funciones de la empresa, división por departamentos, donde cada uno tiene responsabilidades diferentes, pero con un mismo objetivo.

### **4. Método de selección y contratación de la empresa**

#### **Captación de personal:**

El procedimiento de adquisición de personal en Ecoral es esencial para garantizar la integración de talento que se alinee con las necesidades específicas de la empresa. Aquí se presentan algunos pasos clave que pueden considerarse en este proceso:

#### **Análisis de las necesidades de la empresa:**

Antes de iniciar el proceso de captación, es fundamental comprender las necesidades específicas de Ecoral en términos de habilidades, experiencia y cultura organizacional.

**Reclutamiento de personal:**

Una vez identificadas las necesidades de personal, se inicia el reclutamiento. Puede ser pasivo, esperando que los candidatos envíen sus currículums, o activo, utilizando herramientas 2.0 para buscar proactivamente candidatos.

**Utilización de herramientas para reclutamiento:**

Las herramientas de reclutamiento 4.0 permiten a las empresas anticiparse a sus necesidades futuras de personal, centrándose en la captación de talento. Esto incluye el uso de portales de empleo, páginas profesionales como tecoloco

**Reclutamiento y selección**

Una vez que se han captado los candidatos, se procede a la selección. Este proceso debe ser cuidadosamente planificado y ejecutado, utilizando herramientas y técnicas adecuadas para identificar al candidato más idóneo para el puesto en Ecoral.

En el reclutamiento de nuestro personal, siempre consideramos los perfiles específicos de los puestos de trabajo. El proceso de selección de personal consta de varias etapas, que incluyen la detección y análisis de necesidades, la definición del perfil del candidato, el reclutamiento, la recepción de candidaturas, la preselección, la selección, la evaluación, la toma de decisión, la oferta y la incorporación del nuevo empleado.

En este proceso, se emplean diversas técnicas de selección, como entrevistas, pruebas de habilidades y evaluación de competencias. Estas técnicas permiten evaluar aspectos relacionados con la ejecución y las cualidades de los candidatos, contribuyendo así a la selección del personal más idóneo para Ecoral.

Cada una de estas etapas es crucial para identificar al candidato más adecuado para el puesto.

## **Contratación**

Es fundamental que el área encargada de la contratación elabore minuciosamente los contratos laborales y esté al tanto de los diferentes tipos de contratación que existen. Esto garantiza que se cumplan las normativas legales y que se establezcan las condiciones laborales de manera clara y precisa

A continuación, se hace lectura las cláusulas de contrato de Ecoral describiendo su contenido:

- I. Objeto Del Contrato
- II. Obligaciones Del Trabajador
- III. Obligaciones Del Empleador
- IV. Remuneración Y Forma De Pago
- V. Disposiciones Generales Relativas Al Salario
- VI. Deberes Y Prohibiciones
- VII. Terminación Del Contrato
- VIII. Firma De Ambas Partes

## **Inducción**

La inducción es fundamental para familiarizar al nuevo empleado con la cultura empresarial, los procedimientos y políticas, así como las expectativas del rol. Esto contribuye a una integración exitosa y a un rendimiento óptimo a largo plazo. El proceso de inducción es esencial para garantizar que el nuevo empleado adquiera rápidamente las habilidades necesarias para su puesto y se sienta apoyado.

## **Tabla de puesto y funciones**

**Puesto:** Gerente general

**Nivel:** 1

Lic. Administración de empresa

**Experiencia:** 7 años

**Salario:** C\$19,500.00

## **Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”**

Descripción del puesto:

Este rol se enfoca en garantizar la eficiencia operativa, el cumplimiento de políticas y procedimientos, así como la optimización de recursos para contribuir al éxito general de la empresa.

Funciones del puesto:

- Dirigirá y controlará todas las actividades dentro de la microempresa
- Apoyará la elaboración y ejecución de planes de acciones
- Supervisar directamente el trabajo operativo
- Diseñar y evaluar el plan de mantenimiento del local
- Administrará los recursos financieros, materiales

**Puesto:** Contador General

**Nivel:** 2

Lic. Contabilidad Público y Finanzas/Contador Público Autorizado

**Experiencia:** 9 años

**Salario:** C\$18,000.00

Descripción del puesto:

Este rol se enfoca en garantizar la integridad y precisión de los registros financieros, cumplir con las obligaciones fiscales y proporcionar información financiera estratégica para la toma de decisiones. Funciones del puesto:

- Realización de presupuestos e informes financieros y administrativos.
- Realizar declaraciones mensuales de impuestos/reportes de salario/llevar la contabilidad del negocio de manera ética y transparente.
- Atender cualquier tipo de auditoría/Agilizaciones ante las entidades tributarias
- Aprobar el pago de honorarios, impuestos y demás gastos relacionados

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

**Puesto:** Asistente Contable

**Nivel:** 3

Lic. Contabilidad Público y Finanzas o Egresado

**Experiencia:** 2 años

**Salario:** C\$10,000.00

Descripción del puesto:

Este rol se enfoca en ser de apoyo incondicional del contador, aportando en la parte contable proporcionando los informes solicitados.

Funciones del puesto:

- Alimentar los documentos base para la declaración mensual de impuestos DGI.
- Realizar los comprobantes de diario/ck/obligaciones
- Realizar las conciliaciones bancarias correspondientes a los bancos de la empresa.
- Realizar retenciones de IR y ALMA 1%, elaboración de ck.

**Puesto:** Auxiliar de almacén

**Nivel:** 3 Ingeniero industrial

**Experiencia:** 3 años

**Salario:** C\$8,000.00 Descripción del puesto:

Este rol se enfoca en garantizar una gestión eficiente de los productos en el almacén, desde la recepción hasta la distribución, contribuyendo así al correcto funcionamiento de la cadena de suministro.

Funciones del puesto:

- Recepción de mercancía:
- Seleccionar y empacar los productos requeridos para cumplir con los pedidos
- Manejo de equipos y herramientas
- Embalaje y etiquetado
- Cumplimiento de normativas de seguridad

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

**Puesto:** Operadores de Maquinaria/ Personal de Empaquetado

**Nivel:** 3

**Experiencia:** 4 años

Ingeniero industrial

**Salario:** C\$8,000.00

Descripción del puesto:

Esta división de funciones asegura que el proceso de producción sea eficiente, seguro y cumpla con los estándares de calidad establecidos por la empresa en la fabricación del producto

Funciones del puesto:

- Responsable de supervisar todo el proceso de producción.
- Coordina y asigna tareas al equipo.
- Garantiza el cumplimiento de los objetivos de producción y calidad.
- Encargados de operar las máquinas específicas para la producción
- Realizan ajustes y mantenimiento básico de las máquinas.
- Técnico de control de calidad:
- Realiza inspecciones y pruebas para garantizar la calidad del producto.
- Identifica y documenta cualquier desviación o problema de calidad.
- Mide y prepara los ingredientes necesarios para la producción.
- Asegura la disponibilidad oportuna de los insumos.
- Responsables de empaquetar las tabletas de pasta dental de manera adecuada y etiquetar los productos.
- Aseguran el cumplimiento de estándares de presentación.
- Encargado de liderar iniciativas para mejorar la eficiencia y calidad del proceso de producción.

## **V. PLAN FINANCIERO**

## **1. Introducción**

Las finanzas son un campo que se ocupa de la gestión del dinero y los activos. Implica la administración de los recursos financieros, la inversión, el ahorro, el crédito y la planificación financiera tanto a nivel personal como empresarial.

Ecoral es un dentífrico 100% natural elaborado específicamente para sustituir la materia prima convencional. Diseñado para un uso diario y adecuado.

En este módulo analizaremos exhaustivamente varios aspectos financieros y operativos relacionados con el proyecto, pues se abordará desde la evaluación de los costos de inversión hasta la proyección de flujos de efectivo hasta la evaluación de rentabilidad, cada aspecto se ha examinado meticulosamente para comprender la viabilidad y el potencial de crecimiento de Ecoral en el mercado de dentífricos.

## **2. Objetivos del plan financiero**

### **2.1 Objetivo general**

- Evaluar la viabilidad financiera y operativa del proyecto Ecoral por medio de la elaboración de flujo de efectivo, proyección y rentabilidad para la fabricación y comercialización del dentífrico natural.

### **2.2 Objetivo específico**

- Establecer la inversión inicial de ECORAL Y CIA LTDA para su funcionamiento e impacto en los flujos de efectivo futuro
- Determinar el margen de utilidad del producto mediante la obtención de costos fijos, variables y precio de venta.
- Analizar los costos de inversión asociados con el proyecto, incluyendo la depreciación y amortización de activos para la eficiencia en la utilización de recursos y la rentabilidad a largo plazo.

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

### 3. Inversión en equipo de producción y equipo de oficina

A continuación, se muestra el cuadro de inversión en activos fijo, donde se trabajó con maquinaria y equipos para utilizar en el lapso de los 5 años que dura el proyecto

*Tabla 17 Equipo de producción y oficina*

Descripción	Marca	Unidad	PRECIO \$	T/C	TOTAL (C\$)
<b>PRODUCCIÓN</b>					
Mesa/Axero Inoxidable	S/M	1	\$50.00	36.6243	1,831.22
Congelador Vertical	Atosa MBF8501GR	1	\$409.56		15,000.00
Batidora Mezcladora	Henkel Qj-b30ca	1	\$232.09		8,500.00
Molino mesa	FUMASA MQ150C/M1HP	1	\$131.06		4,800.00
Estante/tanque de fermentación	ASD990822	4	\$39.60		5,801.29
Barril/Acero Inoxidable	D3016580	4	\$245.00		35,891.81
<b>Total</b>			<b>\$1,107.31</b>		<b>71,824.32</b>
<b>HERRAMIENTAS</b>					
Molde redondo de silicona	Dioycli	3	\$9.00		1,000.00
Tijera de cocina	Kai Corporation DH3345	2	\$19.09		699.00
Báscula de banco	CAS B0035UX9CI	1	\$240.00		8,789.83
Espátula de silicona	Rubbermaid Commercial Products	1	\$1.64		60.00
Tarros de vidrios sellados al vacio	BEWQ	4	\$7.65		280.00
<b>Total</b>			<b>\$277.37</b>		<b>\$10,828.83</b>
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>					
Escritorio empresarial melamina	Innovant	3	\$35.00		3,845.55
Archivador	S/M	1	\$20.00		732.49
Impresora Mutifuncional	Canon MF244dw	2	\$250.00		18,312.15
Laptop Dell	DESKTOP-DELL i5 16GB	4	\$250.00		36,624.30
Escritorio empresarial en L	S/M	2	\$50.00		3,662.43
Mesa p/junta directiva	S/M	1	\$105.00		3,845.55
SMART TV	Cled ,Smart tv y Led	1	\$380.00		13,917.23
Aire Acondionado Inverter	12000 BTU SEER 20 220V	1	\$400.98		14,685.61
Sillas semi ejecutiva	S/M	7	\$55.00		14,100.36
Sillas de espera	S/M	2	\$25.00		1,831.22
<b>Total</b>			<b>\$1,570.98</b>		<b>\$111,556.89</b>
<b>Total Equipo y Mob oficina</b>			<b>\$2,955.66</b>	<b>\$5,344.48</b>	<b>C\$194,210.03</b>

*Fuente: Elaboración propia*

**Según los datos presentados anteriormente los siguientes datos son los siguientes:**

Fuente de financiamiento: Los activos fueron adquiridos mediante un préstamo bancario por un total de C\$194,210.03 a cancelarse a un plazo de 60 meses con una tasa de interés del 15%.

Distribución de activos: Se adquirieron activos en tres categorías principales: producción, herramientas y equipo de oficina.

**Costo de los activos: El costo total de los activos en cada categoría es el siguiente:**

1. Producción: C\$71,824.32
2. Herramientas: C\$10,828.83
3. Equipo de oficina: C\$111,556.89

Relación entre el costo y el préstamo: El monto del préstamo representa aproximadamente el 64% del costo total de los activos adquiridos. Esto significa que una parte significativa de la inversión proviene del préstamo.

Capacidad de pago: Será crucial calcular los pagos periódicos del préstamo, teniendo en cuenta su tasa de interés y plazo de amortización. Estos pagos deben ser evaluados en relación con los flujos de efectivo esperados del negocio para garantizar que la empresa pueda cumplir con sus obligaciones financieras.

Impacto en la rentabilidad: El uso del préstamo aumenta la carga financiera de la empresa debido a los pagos de intereses. Esto puede afectar la rentabilidad a corto plazo del negocio, especialmente si los flujos de efectivo no son suficientes para cubrir los pagos del préstamo.

Gestión del riesgo: Es fundamental tener un plan de pago del préstamo sólido y realista para evitar problemas financieros a largo plazo. La empresa debe monitorear de cerca su flujo de efectivo y realizar ajustes en su plan de negocios si es necesario para garantizar que pueda cumplir con sus obligaciones financieras.

## **Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”**

En resumen, el préstamo proporciona fondos para la adquisición de activos necesarios para el negocio, pero también introduce riesgos financieros que deben ser gestionados cuidadosamente para garantizar la estabilidad financiera a largo plazo

# Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

## 4. Identificación de costos y gastos

Tabla 18 Costos y gastos Ecoral

**ECORAL & COMPAÑÍA LIMITADA**

COSTOS FIJOS, VARIABLES

Material Directo							
Unidades mensuales	Materia Prima	Precio Unitario	Costo	Unidades a elaborar (950.00)	Material Utilizado	Costo total	MENSUAL
148.00	CACAO	8.00		0.156		1.25	1,184.00
20.00	ACEITE DE COCO	500.00		0.021		10.53	10,000.00
3.00	MENTA	1,080.00		0.003		3.41	3,240.00
18.00	GLICERINA	1,100.24		0.019		20.85	19,804.32
<b>Total Material Directo</b>						<b>36.03</b>	<b>34,228.32</b>
Mano de Obra		Cantidad producida	Salario prod		Salario x uni		
Tiempo de elaboración		950.00		3.00		25.26	24,000.00
<b>Total Mano de Obra Directa</b>						<b>25.26</b>	<b>24,000.00</b>
Costos Indirectos							
Unidad	Materiales	Precio Unitario	Costo	Unidades a elaborar (950)	Material Utilizado	Costo total	COSTO MENSUAL
950	Empaque Cajas	5.00		1.00	-	5.00	4,750.00
950	Etiqueta	2.50		1.00	-	2.50	2,375.00
950	Bolsitas/empaque	1.50		1.00		1.50	1,425.00
<b>Total Material Indirecto</b>						<b>9.00</b>	
<b>TRANSPORTE</b>		1,500.00		-		1.6	1,500.00
	DISNORTE	3,090.00		-		3.3	3,090.00
	ARRENDAMIENTO OFICINA	12,818.51		-		13.5	12,818.51
	ENACAL	1,084.45		-		1.1	1,084.45
<b>Total Costos Indirectos de Fabricación</b>						<b>19.47</b>	<b>27,042.96</b>
<b>Total Costo por producto</b>						<b>89.76</b>	<b>85,271.28</b>

Fuente: Elaboración propia

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

El costo de producción de ECORAL para nuestra presentación de 30 tabletas se presenta en C\$89.76 y la producción mensual de 950 unidades resulta en C\$85,271.28 destacando el alto costo de la glicerina como un ingrediente vital en nuestra formula, este costo de producción nos permite tomar múltiples decisiones en torno al precio por el cual lo mostraremos a nuestros distribuidores.

### 5. Cálculo del punto de equilibrio

#### PUNTO DE EQUILIBRIO

Costos fijos/ (Precio de venta - Costo de venta unitario)

85,271.28	<b>532.1472479</b>
(250-89.76)	

El cálculo del punto de equilibrio es fundamental para comprender el nivel de actividad. Es necesario vender alrededor de 532 unidades vendidas, el proyecto necesita alcanzar este nivel de ventas para cubrir todos los costos y comenzar a generar utilidades, equivalente a C\$133,050.00. Este análisis proporciona una guía valiosa para la planificación financiera y la toma de decisiones estratégicas.

Tabla 19 Grafico punto de equilibrio Ecoral



Fuente: Elaboración propia

## **6. Cálculo de precio (En base a costos)**

En esta introducción, exploraremos cómo los costos directos e indirectos influyen en el precio de venta y, en última instancia, en el margen de utilidad de Ecoral, el cual es obtenido a través del **precio de venta – costo unitario**:

*Tabla 20 Margen de utilidad Ecoral*

<b>Margen de Utilidad</b>	
Materiales directo	36.03
Mano de obra directa	25.26
Costos indirectos de fab	28.47
Total, costos	<b>89.76</b>
Unidades producidas	1.00
Costo unitario	<b>89.76</b>
Precio de venta	<b>250.00</b>
Margen de utilidad	<b>160.24</b>
% Margen de utilidad	<b>64%</b>

*Fuente: Elaboración propia*

### **Análisis del margen de utilidad de Ecoral**

El análisis del margen de utilidad de Ecoral revela una situación financiera sólida y prometedora para el proyecto. Al desglosar los componentes del margen de utilidad, podemos observar cómo los costos directos e indirectos influyen en el precio de venta, en última instancia, en la rentabilidad del producto.

**Costos directos:** Los costos directos, que incluyen materiales y mano de obra directa, representan un porcentaje significativo del costo total de producción. En el caso de Ecoral, estos costos representan aproximadamente el 40.14% del precio de venta. Este alto porcentaje subraya la importancia de optimizar la eficiencia en la adquisición de materiales y en los procesos de fabricación para mantener bajos los costos unitarios y, así, maximizar el margen de utilidad.

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

**Costos indirectos de fabricación:** Los costos indirectos de fabricación, que abarcan gastos generales de producción como el alquiler de instalaciones y servicios públicos, representan aproximadamente el 28% del precio de venta.

**Margen de utilidad:** El margen de utilidad de Ecoral es impresionante, alcanzando aproximadamente el 64% del precio de venta. Este margen saludable indica que el proyecto tiene el potencial de generar beneficios significativos a medida que aumentan las ventas.

### 7. Cálculo de financiamiento externo

Analizaremos cómo este financiamiento nos permitirá expandir nuestras operaciones, aumentar nuestra capacidad. Además, examinaremos cómo el plazo de 60 meses nos brinda una ventana estratégica para implementar nuestras estrategias de crecimiento de manera efectiva y sostenible.

**A continuación, presentamos los datos de pagos, intereses y amortización resumidos:**

*Tabla 21 Financiamiento proyectado a 5 años Ecoral*

ECORAL Y CIA LIMITADA	PERIODOS	TOTAL, PAGADO	INTERESES ANUAL	AMORTIZACION	TOTAL, PAGAR
Año 1	Feb-Dic	38,842.01	26,526.96	12,315.04	65,368.97
Año 2	Ene-Dic	38,842.01	20,622.18	18,219.83	59,464.18
Año 3	Ene-Dic	38,842.01	14,795.88	24,046.13	53,637.88
Año 4	Ene-Dic	38,842.01	8,969.58	29,872.43	47,811.58
Año 5	Ene-Dic	35,605.17	3,116.67	32,488.50	38,721.84

**Para analizar estos datos de pagos anuales de Ecoral y CIA Limitada, podemos observar varios puntos importantes:**

**Total, pagado:** Esta columna muestra el monto total pagado durante cada año. Representa tanto el pago de intereses como la amortización del préstamo.

**Intereses anuales:** Es la parte del pago total que corresponde a los intereses sobre el

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

préstamo. Esta cantidad disminuye gradualmente a lo largo de los años, lo cual es típico en préstamos amortizables.

**Amortización:** Es la parte del pago total que se destina a la amortización del préstamo, es decir, a la reducción del saldo pendiente del préstamo. A medida que avanza el tiempo, la cantidad destinada a la amortización aumenta, lo que indica que el préstamo se está pagando más rápidamente.

**Total, a pagar:** Es la suma del pago de intereses y la amortización, y representa el monto total que la empresa paga cada año para cumplir con las obligaciones del préstamo.

**Al analizar estos datos, podemos observar que:**

- A medida que avanza el tiempo, el monto total pagado disminuye gradualmente. Esto se debe a que el saldo pendiente del préstamo se está reduciendo con cada pago.
- Los intereses anuales disminuyen cada año, lo que indica que la cantidad de interés pagada sobre el saldo pendiente del préstamo también disminuye.
- La amortización aumenta cada año, lo que significa que la empresa está pagando más capital del préstamo con cada pago.

En resumen, este análisis muestra cómo *ECORAL Y CIA LIMITADA* está progresando en la amortización de su préstamo a lo largo de los años, reduciendo gradualmente su deuda y los costos totales asociados con el préstamo.

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

### 8. Construcción de flujo de efectivo

**ecoral**

*ECORAL & CIA LIMITADA  
ESTADO DE RESULTADO  
(PROYECTADO)(EXPRESADO EN CORDOBAS)*

CALCULO DE LOS INGRESOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>2,850,000.00</b>	<b>2,992,500.00</b>	<b>3,172,050.00</b>	<b>3,394,093.50</b>	<b>3,665,620.98</b>
<b>CALCULO DE LOS EGRESOS</b>					
<b>COSTOS DIRECTOS:</b>	<b>441,054.88</b>	<b>446,959.67</b>	<b>452,785.97</b>	<b>458,612.27</b>	<b>461,228.34</b>
<b>MANTENIMIENTO, MATERIALES Y SUMINISTROS</b>	<b>428,739.84</b>	<b>428,739.84</b>	<b>428,739.84</b>	<b>428,739.84</b>	<b>428,739.84</b>
<b>AMORTIZACIONES</b>	<b>12,315.04</b>	<b>18,219.83</b>	<b>24,046.13</b>	<b>29,872.43</b>	<b>32,488.50</b>
<b>SALARIOS</b>	<b>288,000.00</b>	<b>288,000.00</b>	<b>288,000.00</b>	<b>288,000.00</b>	<b>288,000.00</b>
<b>PRESTACIONES SOCIALES</b>	<b>115,680.00</b>	<b>115,680.00</b>	<b>115,680.00</b>	<b>115,680.00</b>	<b>115,680.00</b>
<b>TOTAL DE SALARIOS Y PRESTACIONES SOCIALES</b>	<b>403,680.00</b>	<b>403,680.00</b>	<b>403,680.00</b>	<b>403,680.00</b>	<b>403,680.00</b>
<b>TOTAL DE COSTOS DIRECTOS (comprobacion)</b>	<b>844,734.88</b>	<b>844,734.88</b>	<b>844,734.88</b>	<b>844,734.88</b>	<b>844,734.88</b>
<b>UTILIDAD BRUTA O MARGEN DE CONTRIBUCION</b>	<b>2,005,265.12</b>	<b>2,147,765.12</b>	<b>2,327,315.12</b>	<b>2,549,358.62</b>	<b>2,820,886.10</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS (Operativos)</b>					
<b>PLANILLA ADMINISTRATIVA</b>	<b>570,000.00</b>	<b>570,000.00</b>	<b>570,000.00</b>	<b>570,000.00</b>	<b>570,000.00</b>
<b>PRESTACIONES SOCIALES</b>	<b>228,950.00</b>	<b>228,950.00</b>	<b>228,950.00</b>	<b>228,950.00</b>	<b>228,950.00</b>
<b>Gastos Operativos</b>	<b>930,896.30</b>	<b>917,621.99</b>	<b>917,621.99</b>	<b>917,621.99</b>	<b>917,621.99</b>
<b>TOTAL GASTOS OPERATIVOS SIN PLANILLA</b>	<b>1,729,846.30</b>	<b>1,716,571.99</b>	<b>1,716,571.99</b>	<b>1,716,571.99</b>	<b>1,716,571.99</b>
<b>TOTAL DE COSTOS DIRECTOS</b>	<b>844,734.88</b>	<b>844,734.88</b>	<b>844,734.88</b>	<b>844,734.88</b>	<b>844,734.88</b>
<b>TOTAL GASTOS INDIRECTOS ( OPERATIVOS)</b>	<b>1,729,846.30</b>	<b>1,716,571.99</b>	<b>1,716,571.99</b>	<b>1,716,571.99</b>	<b>1,716,571.99</b>
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>2,574,581.18</b>	<b>2,561,306.87</b>	<b>2,561,306.87</b>	<b>2,561,306.87</b>	<b>2,561,306.87</b>
<b>IMPUESTO SOBRE LA RENTA 30% DE I.R</b>	<b>82,625.65</b>	<b>129,357.94</b>	<b>183,222.94</b>	<b>249,835.99</b>	<b>331,294.23</b>
<b>MAS: CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>250,000.00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>MENOS: AMORTIZACIONES</b>	<b>34,333.57</b>	<b>34,333.57</b>	<b>34,333.57</b>	<b>34,333.57</b>	<b>34,333.57</b>
<b>UTILIDAD DE EFECTIVO</b>	<b>408,459.60</b>	<b>267,501.62</b>	<b>393,186.62</b>	<b>548,617.07</b>	<b>738,686.31</b>

# FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DENTRIFICO NATURAL EN FORMATO DE TABLETAS “ECORAL”

## 9. Elaboración de estados financieros

### 9.1 Balance general inicial 2024



#### ECORAL Y COMPAÑÍA LIMITADA

BALANCE GENERAL A L 31 DIC

1 EMBRE 2024 (EXPRESADO EN

CORDOBAS)

<u>ACTIVO</u>			<u>%</u>	<u>PASIVO</u>			<u>%</u>
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>			573,151.90	84%	<b>PASIVO CIRCULANTE</b>		
<b>EFFECTIVO EN CAJA Y BANCO</b>	NOTA No 2	408,459.60		<b>DOCUMENTOS Y CUENTAS POR PAGAR</b>	NOTA No 9	228,911.45	35%
BAC COR NI79BAMXXXXXXXXX2962		398,459.60		Gastos Acumulados por pagar		228,911.45	
CAJA CHICA		10,000.00					
<b>CUENTAS POR COBRAR</b>	NOTA No 3	7,913.98		<b>PASIVO A LARGO PLAZO</b>			
Cuentas por cobrar empleados		7,913.98		<b>PRESTAMO A LARGO PLAZO</b>	NOTA No 10	12,315.04	0%
				PRESTAMO A LARGO PLAZO		12,315.04	0%
<b>INVENTARIO</b>	NOTA No.4	42,778.32		<b>TOTAL PASIVO</b>			
Inventario de mercadería para la venta		42,778.32		<u>241,226.49</u>			
		-		35%			
				<b>CAPITAL Y RESULTADOS</b>			
				<b>CAPITAL</b>			
<b>PAGOS ANTICIPADOS</b>	NOTA No 5	114,000.00		<b>CAPITAL SOCIAL</b>			
RETENCIONES S/VTS 2%		57,000.00		NOTA No 11		250,000.00	65%
RETENCIONES S/VTS 1%		28,500.00		CAPITAL SOCIAL		250,000.00	
ANTICIPO 1% S/VTS		28,500.00					
<b>INMUEBLES, MOBILIARIOS Y EQUIPO</b>	NOTA No 6	110,867.76	16%	<b>RESULTADOS</b>			
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA		168,674.83		<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>			
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>		168,674.83		NOTA No 12		192,793.17	
Menos:				UTILIDAD DEL EJERCICIO		192,793.17	
DEPRECIACION ACUMULADA		-57,807.06					
			0%				
<b>TOTAL ACTIVO</b>		<u>684,019.67</u>	<b>100%</b>	<b>TOTAL PASIVO + CAPITAL</b>		<u>684,019.67</u>	<b>100%</b>
						0.00	

Autorizado Por:  
Gerente General

Elaborado Por:  
Contador Extern

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

### 9.2 Estado de resultado proyectado a 5 años

**ecoral**

#### **ECORAL Y COMPAÑÍA LIMITADA**

*ESTADO DE RESULTADOS (PROYECTADO)*

*Del 01 enero 2024 al 31 de Diciembre 2028*

INGRESOS	Operación del 1-01-24 al 31-12-24	Operación del 1-01-24 al 31-12-25	Operación del 1-01-24 al 31-12-26	Operación del 1-01-24 al 31-12-27	Operación del 1-01-24 al 31-12-28
<b>VENTAS</b>	<b>2,850,000.00</b>	<b>2,992,500.00</b>	<b>C\$ 3,172,050.00</b>	<b>C\$ 3,394,093.50</b>	<b>3,665,620.98</b>
Venta de Mercadería - Dentrífico dental Nat	2,850,000.00	2,992,500.00	3,172,050.00	3,394,093.50	3,665,620.98
<b>TOTAL DE INGRESOS...</b>	<b>C\$ 2,850,000.00</b>	<b>C\$ 2,992,500.00</b>	<b>C\$ 3,172,050.00</b>	<b>C\$ 3,394,093.50</b>	<b>C\$ 3,665,620.98</b>
<b>COSTOS Y GASTOS</b>					
<b>COSTOS DE VENTAS</b>					
Costo de Ventas - Mat Prima/Empaque	844,734.88	844,734.88	844,734.88	844,734.88	844,734.88
<b>TOTAL, COSTOS DE VENTAS...</b>	<b>C\$ 844,734.88</b>				
<b>UTILIDAD BRUTA...</b>	<b>C\$ 2,005,265.12</b>	<b>C\$ 2,147,765.12</b>	<b>C\$ 2,327,315.12</b>	<b>C\$ 2,549,358.62</b>	<b>C\$ 2,820,886.10</b>
<b>GASTOS GENERALES DE OPERACION</b>					
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	1,729,846.30	1,716,571.99	1,716,571.99	1,716,571.99	1,716,571.99
<b>TOTAL GTOS GRALES DE OPERACIÓN</b>	<b>1,729,846.30</b>	<b>1,716,571.99</b>	<b>1,716,571.99</b>	<b>1,716,571.99</b>	<b>1,716,571.99</b>
<b>UTILIDAD O PERDIDA DE OPERACION...</b>	<b>275,418.82</b>	<b>431,193.13</b>	<b>610,743.13</b>	<b>832,786.63</b>	<b>1,104,314.11</b>
IR 30% POR PAGAR	82,625.64	129,357.94	183,222.94	249,835.99	331,294.23
<b>UTILIDAD (PERDIDA) DEL EJERCICIO...</b>	<b>C\$ 192,793.17</b>	<b>C\$ 301,835.19</b>	<b>C\$ 427,520.19</b>	<b>C\$ 582,950.64</b>	<b>C\$ 773,019.87</b>

Autorizado Por:  
Gerente General

Elaborado Por:  
Contador Externo

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

### 9.3 Balance general proyectado a 5 años



## ECORAL Y COMPAÑIA LIMITADA

**BALANCE GENERAL PROYECTADO**  
(Expresado en Córdobas)

	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
<b>ACTIVOS</b>					
<b>CORRIENTE</b>					
Bancos	398,459.60	257,501.61	383,186.61	538,617.06	728,686.30
Caja	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00
Cuentas por cobrar clientes	0.00	184,149.25	250,159.24	199,073.71	199,376.30
Cuentas por cobrar empleados	7,913.98	31,500.00	7,500.00	10,000.00	10,000.00
Inventario de mercadería para la venta	42,778.32	44,917.24	47,612.27	50,945.13	55,020.74
Ret S/Vts 2%	57,000.00	59,850.00	63,441.00	67,881.87	73,312.42
Ret S/Vts 2%	28,500.00	29,925.00	31,720.50	33,940.94	36,656.21
Anticipo del 1% S/Vts	28,500.00	14,962.50	15,860.25	33,940.94	36,656.21
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>573,151.90</b>	<b>632,805.60</b>	<b>809,479.87</b>	<b>944,399.64</b>	<b>1,149,708.18</b>
<b>NO CORRIENTE</b>					
Mob y Equipo de oficina	168,674.83	110,867.76	53,060.70	37,821.40	22,582.10
Dep. Acum	-57,807.06	-57,807.06	-15,239.30	-15,239.30	-15,239.30
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>110,867.76</b>	<b>53,060.70</b>	<b>37,821.40</b>	<b>22,582.10</b>	<b>7,342.81</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>684,019.66</b>	<b>685,866.30</b>	<b>847,301.28</b>	<b>966,981.74</b>	<b>1,157,050.98</b>
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>					
<b>Prestaciones x Pagar</b>					
Gastos Acumulados por pagar	212,995.27	111,704.67	153,280.95	123,357.27	132,447.01
<b>Prestamos x pagar</b>					
Prestamo BDF Pyme #1	65,368.97	59,464.18	53,637.88	47,811.58	38,721.84
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>278,364.24</b>	<b>171,168.85</b>	<b>206,918.83</b>	<b>171,168.85</b>	<b>171,168.85</b>
<b>CAPITAL CONTABLE</b>					
Capital social	250,000.00	250,000.00	250,000.00	250,000.00	250,000.00
Utilidades acumuladas	155,655.42	264,697.44	390,382.44	545,812.89	735,882.13
<b>TOTAL CAPITAL CONTABLE</b>	<b>405,655.42</b>	<b>514,697.44</b>	<b>640,382.44</b>	<b>795,812.89</b>	<b>985,882.13</b>
<b>TOTAL PASIVO + CAPITAL</b>	<b>684,019.66</b>	<b>685,866.30</b>	<b>847,301.28</b>	<b>966,981.74</b>	<b>1,157,050.98</b>
<b>Total Activo - Pasivo - Capital</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>

Autorizado Por:  
Gerente General

Elaborado Por:  
Contador Externo

## 10. Determinación de indicadores financieros

### 10.1 Tasa interna de retorno/ Valor actual neto

Tabla 22 Taza de retorno Ecoral

CALCULO DE LOS INDICES DE RENTABILIDAD: MODELO CONSERVADOR				
CONCEPTOS FINANCIEROS	FACTOR	Años	FLUJO	
		0		<b>-444,210.03</b>
		1		318,267.93
<b>COSTO DEL CAPITAL</b>	<b>2.50%</b>	2		177,309.94
		3		302,994.94
<b>VAN</b>	<b>1,273,080.87</b>	4		458,425.39
		5		648,494.63
<b>TIR</b>	<b>64.39%</b>			
<b>PERIODO DE RECUPERACION</b>	<b>5 AÑOS</b>			
<b>PLAN DE INVERSION</b>	<b>444,210.03</b>			
			<b>TOT.FLUJO</b>	<b>1,461,282.81</b>
			<b>VAL.RESIDUAL</b>	<b>418,674.83</b>
<b>NOTAS: a) Tasa de Ahorro en dólares en Nicaragua: 2.50%</b>				
<b>b) Vida económica del proyecto 5 años</b>				

Fuente: Elaboración propia

**El análisis de los índices de rentabilidad utilizando el modelo conservador ofrece una visión sólida de la viabilidad financiera del proyecto. Aquí están las conclusiones principales:**

Valor Actual Neto (VAN): El VAN del proyecto, calculado en C\$1,273,080.87, indica que el valor presente de los flujos de efectivo generados por el proyecto supera significativamente el costo inicial de inversión. Este resultado sugiere que el proyecto es financieramente atractivo y generará un retorno positivo para los inversionistas.

Tasa Interna de Retorno (TIR): Con una TIR del 64.39%, el proyecto supera claramente la tasa de descuento utilizada para calcular el VAN (2.50%). Esto significa que el proyecto generará un rendimiento anual del 64.39%.

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

Periodo de Recuperación: El periodo de recuperación de la inversión del proyecto es de 5 años. Esto indica que el proyecto recuperará la inversión inicial dentro de este período, lo cual es una señal positiva de su viabilidad financiera a largo plazo.

Plan de Inversión y Flujos de Efectivo Totales: El plan de inversión inicial fue de C\$444,210.03. Sin embargo, los flujos de efectivo totales generados durante la vida del proyecto ascendieron a C\$1,461,282.81, lo que demuestra un retorno sustancial sobre la inversión inicial.

Valor Residual: El valor residual al final del proyecto se estima en C\$418,674.83. Este valor representa los activos que quedan al final del proyecto y puede considerarse como un beneficio adicional para los inversionistas.

En resumen, el análisis de los índices de rentabilidad utilizando el modelo conservador demuestra claramente la viabilidad financiera y la rentabilidad del proyecto. **Con un VAN positivo, una TIR atractiva**, un periodo de recuperación razonable y un plan de inversión sólido, el proyecto presenta una excelente oportunidad de inversión con un retorno significativo y una gestión eficaz de los recursos financieros.

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

### 11. Análisis de razones financieras



### ECORAL Y COMPAÑÍA LIMITADA ANÁLISIS A LOS ESTADOS FINANCIEROS AL 31 DE DICIEMBRE 2024

		Estados Financ. al 31 DICIEMBRE 2024		%	COMENTARIOS Y OBSERVACIONES.	
<b>Condición Financiera de la Empresa.</b>						
Razón Corriente	=	<u>Activo Circulante</u>	=	684,019.67	2.84	La empresa puede enfrentar perfectamente el pago de sus obligaciones al 31 DE DICIEMBRE DEL 2024
		<u>Pasivo Circulante</u>	=	241,226.49		
Razón de Liquidez	=	<u>Activo Circ. - Invent.</u>	=	530,373.58	2.20	Sin incluir la Liquidación de Inventarios la Empresa presenta una situación en la 31 DE DICIEMBRE DEL 2024 (Cuenta con liquidez suficiente)
		<u>Pasivo Circulante</u>	=	241,226.49		
Razón de Endeudamiento	=	<u>Deuda Total</u>	=	241,226.49	0.35	Al 31 DE DICIEMBRE DEL 2024; la deuda total de la Empresa representa el 0.35 % del total de los Activos.
		<u>Total de Activos.</u>	=	684,019.67		
Razón de Endeudamiento	=	<u>Deuda a L.P.</u>	=	12,315.04	0.03	Al 31 DICIEMBRE 2024 la deuda a Largo Plazo representa un 0.03% del total del Patrimonio o Capital de la Empresa.
		<u>Capitalización.</u>	=	442,793.17		
<b>Cuentas más importantes del Balance</b>						
Rentabilidad Rel con la inversión	=	<u>Ganancia neta</u>	=	192,793.17	0.44	La UTILIDAD comparada contra el patrimonio total de la empresa representa el 0.44% de la utilidad del capital invertido
		<u>Patrimonio</u>	=	442,793.17		
<b>Rentabilidad de la empresa</b>						
Rentabilidad Rel con las ventas	=	<u>Ganancia neta</u>	=	192,793.17	0.07	Este índice indica que la UTILIDAD generada por la empresa Representa un 0.07% de las Utilidades
		<u>Ventas</u>	=	2,850,000.00		
Rentabilidad Rel con las ventas	=	<u>Costo de Ventas</u>	=	844,734.88	0.30	El Costo de Ventas es del 30%
		<u>Ventas</u>	=	2,850,000.00		
Rentabilidad Rel con las ventas	=	<u>Ventas - Costos de Ventas</u>	=	2,005,265.12	0.70	En esta razón se muestra una Utilidad Bruta óptima para la Empresa tomando en cuenta el comportamiento de la estabilidad de los costos.
		<u>Ventas</u>	=	2,850,000.00		

**Resumen:**

- 1.- El análisis de ECORA Y CIA LTDA presenta el saldo de las operaciones al 31 De DICIEMBRE 2024
- 2.- El análisis al 31 DICIEMBRE 2024, presenta una situación razonable en cuanto a las condiciones: financiera y rotación de Activos.

ELABORADO

CONTADOR

APROBADO

GERENTE PROPIETARIO

## 12. Valoración económica general del plan

### 12.1 Plan de Inversiones para Ecoral

Tabla 23 Plan de inversiones Ecoral

<b>ECORAL Y COMPAÑÍA LIMITADA PLAN DE INVERSIONES</b>		
<b>RUBROS DE INVERSION</b>	<b>MONTO</b>	<b>%</b>
<b>INVERSIONES NUEVAS:</b>	-	
<b>MOBILIARIO Y EQUIPAMIENTO</b>	<b>194,210.03</b>	<b>43.72</b>
Mobiliario y Equipo de Oficina	194,210.03	43.72
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>250,000.00</b>	<b>56.28</b>
<b>TOTAL, DEL PLAN DE INVERSIONES</b>	<b>444,210.03</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Elaboración propia

El plan de inversiones es fundamental para el lanzamiento y operación exitosa del proyecto Ecoral. Aquí están los rubros de inversión.

#### **Inversiones Nuevas:**

Mobiliario y Equipamiento: Se destina un monto de C\$194,210.03 para adquirir el mobiliario y equipo necesario para la operación eficiente de Ecoral. Esto incluye equipos de producción, almacenamiento y distribución, así como mobiliario de oficina para el personal administrativo. Este rubro representa el 43.72% del total del plan de inversiones.

#### **Capital de Trabajo:**

Se asigna un monto de C\$250,000.00 para capital, pues se utilizará para financiar los gastos administrativos y otros gastos relacionados con la puesta en marcha diaria del negocio. Este rubro representa el 56.28% del plan de inversiones.

**Total, del Plan de Inversiones:**

El total del plan de inversiones para Ecoral asciende a C\$444,210.03, distribuido entre el mobiliario y equipamiento necesario y el capital de trabajo requerido para las operaciones iniciales. Estos fondos son fundamentales para garantizar el lanzamiento exitoso del proyecto y su capacidad para operar de manera eficiente y rentable.

### **13. Conclusión**

En conclusión, este módulo de finanzas ha sido fundamental para comprender y gestionar eficazmente los aspectos financieros, a través de análisis en general y otros aspectos relevantes, se concluye que Ecoral muestra un sólido potencial para el éxito. Los estados financieros reflejan una gestión eficiente de los recursos y una planificación financiera sólida, respaldada por un plan de inversiones bien estructurado y una estrategia de precios competitiva. Los indicadores de rentabilidad, como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), indican un retorno positivo de la inversión y una perspectiva favorable para el proyecto a largo plazo. En resumen, Ecoral emerge como una opción prometedora en el mercado de productos dentales naturales y sostenibles, con el potencial de alcanzar el éxito y contribuir al bienestar bucal y ambiental de los consumidores.

## **14. Bibliografía**

BBC Mundo. (2023, 13 enero). El aceite de coco combate la caries dental. BBC. Recuperado 6 de enero de 2024, de [https://www.bbc.com/mundo/noticias/2012/09/120903\\_caries\\_aceite\\_coco\\_men#:~:text=El%20a ceite%20de%20coco%20logr%C3%B3, revela%20un%20estudio%20en%20Irlanda.](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2012/09/120903_caries_aceite_coco_men#:~:text=El%20a ceite%20de%20coco%20logr%C3%B3, revela%20un%20estudio%20en%20Irlanda.)

Dental Casher. (2023, 6 abril). ¡El chocolate es bueno para los dientes! Recuperado 14 de enero de 2024, de <https://www.casher.es/post/5/-el-chocolate-es-bueno-para-los-dientes-#:~:text=CACAO%2C%20UN%20INGREDIENTE%20REALMENTE%20BUENO,La%20teobrom ina%20es%20un%20alcaloide.>

Flores-Tapia, M. D. L. Á., Viquez-Rodríguez, J., & Rodríguez-Sánchez, J. C. (2016). EFECTIVIDAD DEL THEOBROMA CACAO L SOBRE EL DESARROLLO DEL BIOFILM DENTAL. Revista Científica Odontológica, 12(1), 8-13.

# Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

## **ANEXOS**

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

### *Anexo 1 Encuesta segmento*

Agradecemos su colaboración en esta encuesta sobre una nueva pasta dental natural en formato de tabletas. Su opinión es esencial para nosotros, ya que nos permitirá comprender mejor sus preferencias y necesidades en cuanto a productos de higiene bucal.

Sexo: M \_\_\_\_\_ F \_\_\_\_\_

Edad: 25 a 35 \_\_\_\_\_ 35 a 45 \_\_\_\_\_ 45 a 55 \_\_\_\_\_ 55 a más \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Ocupación: Estudiante \_\_\_\_\_ Empleado \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Ama de casa \_\_\_\_\_ Ninguno \_\_\_\_\_

- ¿Con qué frecuencia cepilla sus dientes al día?

- 1
- 2
- 3
- +3

- ¿Cuál es su principal motivo para elegir un producto de higiene bucal?

- Sabor
- Ingredientes
- Efectividad
- Otros

- ¿Qué marca utiliza actualmente?

- Colgate
- Oral B
- Sensodyne

- ¿Qué beneficios le ofrece el producto?

- Blancura
- Buen aliento
- Encías sanas

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

- ¿Qué presentación consume (Mililitros)?

- 50
- 75
- 100
- 125
- 150
- 160

¿Con que frecuencia compra el producto?

- 1 vez al mes
- 2 veces al mes
- 3 veces al mes
- 4 veces al mes
- + de 4 veces al mes

¿Cuántas personas componen su núcleo familiar?

- 2
- 3
- 4
- 5
- + de 5

¿Qué tan importante es para usted el uso de ingredientes naturales en productos?

- Poco
- Normal
- Mucho

## **Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”**

¿Le preocupa el contenido de flúor en las pastas dentales convencionales?

Si

No

¿Ha tenido problemas de sensibilidad o alergias con pastas dentales convencionales?

Si

No

¿Qué importancia le da a la comodidad y facilidad de uso al elegir su pasta dental?

Poco

Normal Mucho

¿Estaría dispuesto a probar una pasta dental en formato de tabletas?

Si

No

## Fabricación y comercialización de dentífrico natural en formato de tabletas “ecoral”

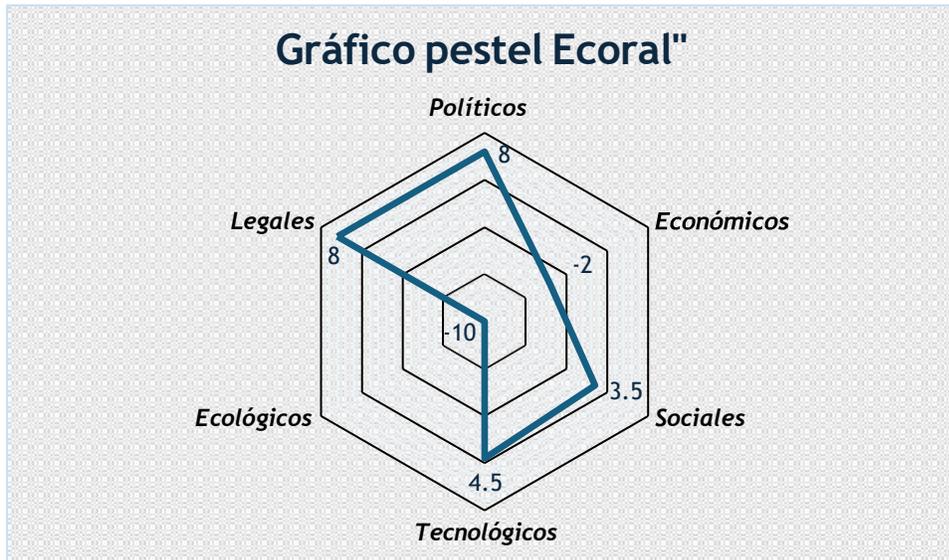
Anexo 2 Modelo CANVAS ECORAL

<b>Aliados Clave</b>  Proveedores de materia prima.	<b>Actividades Clave</b>  Comercialización de un dentífrico a base de ingredientes naturales contribuyendo a la ODS 12.	<b>Propuesta de Valor</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sustitución de químicos en los ingredientes.</li> <li>• Presentación del producto.</li> <li>• Producto completo, supe 3 necesidades en un solo producto.</li> <li>• <b>Precio económico</b></li> </ul>	<b>Relación con el Cliente</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención a las mejoras que solicita el cliente.</li> <li>• Seguimiento en las redes</li> </ul>	<b>Segmentos de Clientes</b>  El experimentar en un nuevo producto y con una visión natural
	<b>Recursos Clave</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura</li> <li>• Materia prima</li> <li>• Marketing</li> </ul>		<b>Canales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Supermercados</li> <li>• Tiendas</li> <li>• Farmacias</li> <li>• Clínicas de odontologías</li> </ul>	
<b>Estructura de Costos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos de producción</li> <li>• Gastos administrativos (servicios, nómina, marketing y publicidad)</li> <li>• Pago a proveedores</li> <li>• Pago de impuestos</li> </ul>		<b>Estructura de Ingresos</b>  Ganancias por ventas directas en la producción y comercialización del dentífrico natural		

Fuente 1 Elaboración propia

# Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

Anexo 3 Gráfico PESTEL ECORAL Y CIA LTDA



Fuente: Elaboración propia

Anexo 4 No.RUC de ECORAL Y CIA LTDA



- Estimado contribuyente este es el documento CEDULA-RUC
- Su numero RUC es un codigo (mica, personal e intransferible.
- Renta Adscrita: SAJONIA No. 4
- Este documento es verificable a través de la lectura del codigo QR.
- En case de perdida o robo contactar al centro de asistencia tributaria de la DGI, marcando el numero telefónico 2248-9998 o escribiendonos al correo [centrodeasistenciatribu\\_aria@dgi.gob.ni](mailto:centrodeasistenciatribu_aria@dgi.gob.ni)
- Le recomendamos, por motivos de seguridad, hacer uso privado de este documento.
- Le invitamos a efectuar sus transacciones tributarias por la via electronica.

# FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DENTRIFICO NATURAL EN FORMATO DE TABLETAS “ECORAL”

Anexo 5 Planilla de pago  
Ecoral



**ECORAL Y CIA. LTDA**  
PLANILLA CORRESPONDIENTE A 2024

## AREA ADMINISTRATIVA

INSS #	FECHA INGRESO	CEDULA #	NOMBRES DEL PERSONAL	INGRESOS					DEDUCCIONES				TOTAL DEDUCCION	LIQUIDO A PAGAR	RECIBI CONFORME
				ORDINARIO	VACACIONES	H. EXTRAS	INCENTIVO	DEVENGADO	INSS	IR	O CXC	OTROS			
			GERENTE GENERAL	19,500.00	-	-	-	19,500.00	1,365.00	1,543.67	-	-	2,908.67	16,591.33	
	01.ENE.25	001-020402-1070A	CONTADOR GENERAL	18,000.00	-	-	-	18,000.00	1,260.00	1,264.67	-	-	2,524.67	15,475.33	
			ASISTENTE CONTABLE	10,000.00	-	-	-	10,000.00	700.00	145.00	-	-	845.00	9,155.00	
<b>SUBTOTAL .....</b>				<b>47,500.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>47,500.00</b>	<b>3,325.00</b>	<b>2,953.34</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>6,278.34</b>	<b>41,221.66</b>	

95,000.00

## PRODUCCION#A

INSS #	FECHA INGRESO	CEDULA #	NOMBRES DEL PERSONAL	INGRESOS					DEDUCCIONES				TOTAL DEDUCCION	LIQUIDO A PAGAR	
				ORDINARIO	VACACIONES	H. EXTRAS	INCENTIVO	DEVENGADO	INSS	IR	O CXC	OTROS			
	01.ENE.25	001-120998-1029N	AUXILIAR DE ALMACEN	8,000.00				8,000.00	560.00	-			560.00	7,440.00	
			OPERADOR DE MAQUINARIA	8,000.00				8,000.00	560.00	-			560.00	7,440.00	
			PERSONAL DE EMPAQUETADO	8,000.00				8,000.00	560.00	-			560.00	7,440.00	
<b>SUBTOTAL .....</b>				<b>24,000.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>24,000.00</b>	<b>1,680.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>1,680.00</b>	<b>22,320.00</b>	

<b>TOTALES.....</b>				<b>71,500.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>71,500.00</b>	<b>5,005.00</b>	<b>2,953.34</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>7,958.34</b>	<b>63,541.66</b>	
---------------------	--	--	--	------------------	-------------	-------------	-------------	------------------	-----------------	-----------------	-------------	-------------	-----------------	------------------	--

2502.5

31,770.83

INSS PATRONAL 21.5%	15,372.50	7686.25
INATEC 2%	1,430.00	715

Fuente: Elaboración propia

Adjunto planilla de pago de trabajadores de separados en dos áreas administrativa y producción con los cálculos de INATEC 2%, INSS PATRONAL 21.5%, INSS LABORAL 7% e IR SALARIO. Con una provisión de C\$5958.33 de indemnización, vacaciones y aguinaldo en base al salario bruto (1/12 \* Salario bruto).

## FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DENTRIFICO NATURAL EN FORMATO DE TABLETAS “ECORAL”

### DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

Es importante realizar un análisis a los factores de depreciación y amortización pues proporcionan una distribución clara de los costos de los activos a lo largo de su vida útil. Esto es esencial para una adecuada planificación financiera y contable, permitiendo que los costos sean asignados de manera efectiva en los estados financieros del proyecto. Además, facilita la evaluación de la rentabilidad del proyecto a lo largo del tiempo, al tener en cuenta la depreciación de los activos y su impacto en los costos operativos.

#### Anexo 6 Depreciación de activos ECORAL

CALCULO DE LOS FACTORES DE DEPRECIACION Y AMORTIZACION																
RUBROS DE INVERSION	MONTO	%	Años	FACTOR	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL	VAL.RESID.
<b>MOBILIARIO Y EQUIPAMIENTO</b>	<b>168,674.83</b>	<b>40.29</b>	<b>5</b>	<b>57,807.06</b>	<b>57,807.06</b>	<b>57,807.06</b>	<b>15,239.30</b>	<b>15,239.30</b>	<b>15,239.30</b>	<b>1,468.56</b>	<b>1,468.56</b>	<b>1,468.56</b>	<b>1,468.56</b>	<b>1,468.56</b>	<b>168,674.83</b>	<b>168,674.83</b>
Bascula de banco CAS B0035UX9CI	8,789.83	0.02	2	4,394.92	4,394.92	4,394.92	-	-	-	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	8,789.83	-
Equipo computo	68,853.68		5	13,770.74	13,770.74	13,770.74	13,770.74	13,770.74	13,770.74	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	68,853.68	
Mob y Equipo de oficina	76,345.70		2	38,172.85	38,172.85	38,172.85	-	-	-	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	76,345.70	
Aire Acondicionado Inverter 12000 BTU SEER	14,685.61	3.46	10	1,468.56	1,468.56	1,468.56	1,468.56	1,468.56	1,468.56	1,468.56	1,468.56	1,468.56	1,468.56	1,468.56	14,685.61	-
<b>PRESTAMO BDF</b>	<b>194,210.03</b>				12,315.04	18,219.83	24,046.13	29,872.43	32,488.50						<b>116,941.93</b>	<b>116,941.93</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>250,000.00</b>	<b>59.71</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>250,000.00</b>
<b>TOTAL DE DEPRECIACION Y AMORTIZ.</b>	<b>418,674.83</b>	<b>100.00</b>	<b>0.00</b>	<b>57,807.06</b>	<b>70,122.11</b>	<b>76,026.89</b>	<b>39,285.43</b>	<b>45,111.73</b>	<b>47,727.80</b>	<b>1,468.56</b>	<b>1,468.56</b>	<b>1,468.56</b>	<b>1,468.56</b>	<b>1,468.56</b>	<b>285,616.76</b>	<b>535,616.76</b>

Fuente: Elaboración propia

# Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

Anexo 7 Modelo de cuotas préstamo BDF-60meses

INGRESO DE DATOS		<b>ECORAL Y COMPAÑÍA LIMITADA</b>	
Saldo del préstamo	194,210.03	<b>Forma de Pago: Abono fijo a principal</b>	
Tasa Interés Anual	15.000%	<b>Base Cálculo: Mes de calendario 365</b>	
Plazo	60 Meses	<b>Factor ¿Cancela Saldo?</b>	
Días de Pago	30 cada mes	<b>Periodicidad Principal 60 meses</b>	
Período Gracia (meses)	0	<b>Periodicidad Intereses</b>	
Fecha Valor	1/1/2024	<b>Moneda: córdobas</b>	
		<b>Monto a Pagar</b>	3236.833833
		<b>Fecha Primer Pago</b>	1/2/2024
		<b>Fecha Vencimiento</b>	30/12/2028

PRESENTACION DE DATOS			
TABLA DE PAGOS			
Saldo del Préstamo	194210.03	Monto a Cancelar	3236.833833
Plazo en meses	60	Fecha Valor	1/1/2024
Período de Gracia en meses	6	Fecha Primer Pago	1/2/2024
Tasa Interés Anual	15.000%	Fecha Vencimiento	30/12/2028
Forma de Pago	Abono Fijo a Principal		-
Periodicidad Pago Principal	1		
Periodicidad Pago Intereses	1		

No.	Fecha	No.	Monto	Monto	Pago	Saldo
Cuota	Pago	Días	Intereses	Principal	Total	Principal
54	-----	---	148,062.50	381,946.40	530,008.90	-----
						194210.03
1	1-feb-24	31	2,474.18	3,236.83	5,711.02	190,973.20
2	1-mar-24	29	2,275.98	3,236.83	5,512.82	187,736.36
3	1-abr-24	31	2,391.71	3,236.83	5,628.54	184,499.53
4	1-may-24	30	2,274.65	3,236.83	5,511.49	181,262.69
5	1-jun-24	31	2,309.24	3,236.83	5,546.07	178,025.86
6	1-jul-24	30	2,194.84	3,236.83	5,431.67	174,789.03
7	1-ago-24	31	2,226.76	3,236.83	5,463.60	171,552.19

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

8	1-sep-24	31	2,185.53	3,236.83	5,422.36	168,315.36
9	1-oct-24	30	2,075.12	3,236.83	5,311.95	165,078.53
10	1-nov-24	31	2,103.06	3,236.83	5,339.89	161,841.69
11	1-dic-24	30	1,995.31	3,236.83	5,232.14	158,604.86
12	1-ene-25	31	2,020.58	3,236.83	5,257.42	155,368.02
			<b>26,526.96</b>	<b>38,842.01</b>	<b>65,368.97</b>	
13	1-feb-25	31	1,979.35	3,236.83	5,216.18	152,131.19
14	1-mar-25	28	1,750.55	3,236.83	4,987.38	148,894.36
15	1-abr-25	31	1,896.87	3,236.83	5,133.71	145,657.52
16	1-may-25	30	1,795.78	3,236.83	5,032.61	142,420.69
17	1-jun-25	31	1,814.40	3,236.83	5,051.23	139,183.85
18	1-jul-25	30	1,715.97	3,236.83	4,952.80	135,947.02
19	1-ago-25	31	1,731.93	3,236.83	4,968.76	132,710.19
20	1-sep-25	31	1,690.69	3,236.83	4,927.53	129,473.35
21	1-oct-25	30	1,596.25	3,236.83	4,833.08	126,236.52
22	1-nov-25	31	1,608.22	3,236.83	4,845.05	122,999.69
23	1-dic-25	30	1,516.43	3,236.83	4,753.27	119,762.85
24	1-ene-26	31	1,525.75	3,236.83	4,762.58	116,526.02
			<b>20,622.18</b>	<b>38,842.01</b>	<b>59,464.18</b>	
25	1-feb-26	31	1,484.51	3,236.83	4,721.34	113,289.18
26	1-mar-26	28	1,303.60	3,236.83	4,540.44	110,052.35
27	1-abr-26	31	1,402.04	3,236.83	4,638.87	106,815.52
28	1-may-26	30	1,316.90	3,236.83	4,553.74	103,578.68
29	1-jun-26	31	1,319.56	3,236.83	4,556.40	100,341.85
30	1-jul-26	30	1,237.09	3,236.83	4,473.93	97,105.01
31	1-ago-26	31	1,237.09	3,236.83	4,473.93	93,868.18
32	1-sep-26	31	1,195.85	3,236.83	4,432.69	90,631.35
33	1-oct-26	30	1,117.37	3,236.83	4,354.21	87,394.51
34	1-nov-26	31	1,113.38	3,236.83	4,350.22	84,157.68
35	1-dic-26	30	1,037.56	3,236.83	4,274.39	80,920.85
36	1-ene-27	31	1,030.91	3,236.83	4,267.74	77,684.01
			<b>14,795.88</b>	<b>38,842.01</b>	<b>53,637.88</b>	
37	1-feb-27	31	989.67	3,236.83	4,226.51	74,447.18
38	1-mar-27	28	856.65	3,236.83	4,093.49	71,210.34
39	1-abr-27	31	907.20	3,236.83	4,144.03	67,973.51
40	1-may-27	30	838.03	3,236.83	4,074.86	64,736.68
41	1-jun-27	31	824.73	3,236.83	4,061.56	61,499.84
42	1-jul-27	30	758.22	3,236.83	3,995.05	58,263.01
43	1-ago-27	31	742.25	3,236.83	3,979.09	55,026.18
44	1-sep-27	31	701.02	3,236.83	3,937.85	51,789.34
45	1-oct-27	30	638.50	3,236.83	3,875.33	48,552.51
46	1-nov-27	31	618.55	3,236.83	3,855.38	45,315.67
47	1-dic-27	30	558.69	3,236.83	3,795.52	42,078.84
48	1-ene-28	31	536.07	3,236.83	3,772.91	38,842.01
			<b>8,969.58</b>	<b>38,842.01</b>	<b>47,811.58</b>	

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

49	1-feb-28	31	494.84	3,236.83	3,731.67	35,605.17
10	1-nov-24	31	2,103.06	3,236.83	5,339.89	161,841.69
11	1-dic-24	30	1,995.31	3,236.83	5,232.14	158,604.86
12	1-ene-25	31	2,020.58	3,236.83	5,257.42	155,368.02
			<b>26,526.96</b>	<b>38,842.01</b>	<b>65,368.97</b>	
13	1-feb-25	31	1,979.35	3,236.83	5,216.18	152,131.19
14	1-mar-25	28	1,750.55	3,236.83	4,987.38	148,894.36
15	1-abr-25	31	1,896.87	3,236.83	5,133.71	145,657.52
16	1-may-25	30	1,795.78	3,236.83	5,032.61	142,420.69
17	1-jun-25	31	1,814.40	3,236.83	5,051.23	139,183.85
18	1-jul-25	30	1,715.97	3,236.83	4,952.80	135,947.02
19	1-ago-25	31	1,731.93	3,236.83	4,968.76	132,710.19
20	1-sep-25	31	1,690.69	3,236.83	4,927.53	129,473.35
21	1-oct-25	30	1,596.25	3,236.83	4,833.08	126,236.52
22	1-nov-25	31	1,608.22	3,236.83	4,845.05	122,999.69
23	1-dic-25	30	1,516.43	3,236.83	4,753.27	119,762.85
24	1-ene-26	31	1,525.75	3,236.83	4,762.58	116,526.02
			<b>20,622.18</b>	<b>38,842.01</b>	<b>59,464.18</b>	
25	1-feb-26	31	1,484.51	3,236.83	4,721.34	113,289.18
26	1-mar-26	28	1,303.60	3,236.83	4,540.44	110,052.35
27	1-abr-26	31	1,402.04	3,236.83	4,638.87	106,815.52
28	1-may-26	30	1,316.90	3,236.83	4,553.74	103,578.68
29	1-jun-26	31	1,319.56	3,236.83	4,556.40	100,341.85
30	1-jul-26	30	1,237.09	3,236.83	4,473.93	97,105.01
31	1-ago-26	31	1,237.09	3,236.83	4,473.93	93,868.18
32	1-sep-26	31	1,195.85	3,236.83	4,432.69	90,631.35
33	1-oct-26	30	1,117.37	3,236.83	4,354.21	87,394.51
34	1-nov-26	31	1,113.38	3,236.83	4,350.22	84,157.68
35	1-dic-26	30	1,037.56	3,236.83	4,274.39	80,920.85
36	1-ene-27	31	1,030.91	3,236.83	4,267.74	77,684.01
			<b>14,795.88</b>	<b>38,842.01</b>	<b>53,637.88</b>	
37	1-feb-27	31	989.67	3,236.83	4,226.51	74,447.18
38	1-mar-27	28	856.65	3,236.83	4,093.49	71,210.34
39	1-abr-27	31	907.20	3,236.83	4,144.03	67,973.51
40	1-may-27	30	838.03	3,236.83	4,074.86	64,736.68
41	1-jun-27	31	824.73	3,236.83	4,061.56	61,499.84
42	1-jul-27	30	758.22	3,236.83	3,995.05	58,263.01
43	1-ago-27	31	742.25	3,236.83	3,979.09	55,026.18
44	1-sep-27	31	701.02	3,236.83	3,937.85	51,789.34
45	1-oct-27	30	638.50	3,236.83	3,875.33	48,552.51
46	1-nov-27	31	618.55	3,236.83	3,855.38	45,315.67
47	1-dic-27	30	558.69	3,236.83	3,795.52	42,078.84
48	1-ene-28	31	536.07	3,236.83	3,772.91	38,842.01
			<b>8,969.58</b>	<b>38,842.01</b>	<b>47,811.58</b>	

## Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”

49	1-feb-28	31	494.84	3,236.83	3,731.67	35,605.17
50	1-mar-28	29	424.34	3,236.83	3,661.17	32,368.34
51	1-abr-28	31	412.36	3,236.83	3,649.20	29,131.50
52	1-may-28	30	359.16	3,236.83	3,595.99	25,894.67
53	1-jun-28	31	329.89	3,236.83	3,566.72	22,657.84
54	1-jul-28	30	279.34	3,236.83	3,516.18	19,421.00
55	1-ago-28	31	247.42	3,236.83	3,484.25	16,184.17
56	1-sep-28	31	206.18	3,236.83	3,443.02	12,947.34
57	1-oct-28	30	159.62	3,236.83	3,396.46	9,710.50
58	1-nov-28	31	123.71	3,236.83	3,360.54	6,473.67
59	1-dic-28	30	79.81	3,236.83	3,316.65	3,236.83
			3,116.67	35,605.17	38,721.84	

Fuente: Elaboración propia

Anexo 8 Análisis de balance general inicial 2024

### **Liquidez:**

El activo circulante representa el 81% del total del activo, lo que indica una buena capacidad para cubrir las obligaciones a corto plazo.

### **Estructura de financiamiento**

El pasivo circulante es el 32% del total del pasivo, lo que sugiere que la empresa tiene una buena proporción de activos líquidos para hacer frente a sus deudas a corto plazo.

El capital y resultados representan el 68% del total del pasivo y capital, lo que indica que la empresa está financiada principalmente por capital propio y resultados acumulados.

### **Rentabilidad:**

La empresa muestra una utilidad del ejercicio de 155,655.42 córdobas, lo que indica que ha tenido un resultado positivo en el último período contable.

El capital social es de 250,000.00 córdobas, lo que sugiere que la empresa tiene una base de capital sólida.

## **Fabricación y comercialización de dentrífico natural en formato de tabletas “ecoral”**

### **Activos fijos:**

Los activos fijos representan el 19% del total del activo, lo que sugiere que la empresa tiene una inversión significativa en activos tangibles como inmuebles, mobiliario y equipo.

El análisis de las proyecciones de estados financieros a 5 años está reflejado en el análisis de rentabilidad donde tenemos por cada uno de ellos un breve análisis que indica la viabilidad del proyecto.