



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

TEMA:

Estudio de factibilidad para la producción, comercialización y exportación de jabones a base de propóleos a España

AUTORES:

Vera Jara, Cindy Daniela

Hurtado Jaramillo, Numan Andrés

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe

TUTOR:

Ing. María Josefina Alcívar Avilés, PhD.

Guayaquil, Ecuador

2020



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Vera Jara, Cindy Daniela y Hurtado Jaramillo, Numan Andrés** como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**.

TUTOR (A)

f. _____

Ing. María Josefina Alcívar Avilés, PhD.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.

Guayaquil, 2 de marzo del 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Vera Jara, Cindy Daniela**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Estudio de factibilidad para la producción, comercialización y exportación de jabones a base de propóleos a España**, previo a la obtención del título de **Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 02 días del marzo del 2020

LA AUTORA

f. _____

Vera Jara, Cindy Daniela



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Hurtado Jaramillo, Numan Andrés**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Estudio de factibilidad para la producción, comercialización y exportación de jabones a base de propóleos a España**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 02 días del marzo del 2020

EL AUTOR

f. _____

Hurtado Jaramillo, Numan Andrés



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

AUTORIZACIÓN

Yo, **Vera Jara, Cindy Daniela**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Estudio de factibilidad para la producción, comercialización y exportación de jabones a base de propóleos a España**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 02 días del marzo del 2020

LA AUTORA

f. _____

Vera Jara, Cindy Daniela



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

AUTORIZACIÓN

Yo, **Hurtado Jaramillo, Numan Andrés**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Estudio de factibilidad para la producción, comercialización y exportación de jabones a base de propóleos a España**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 02 días del marzo del 2020

EL AUTOR

f. _____

Hurtado Jaramillo, Numan Andrés



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Estudio de factibilidad para la producción, comercialización y exportación de jabones a base de propóleos a España**, presentado por las estudiantes **Vera Jara, Cindy Daniela y Hurtado Jaramillo, Numan Andrés** fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (3%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND

Documento	Tesis Hurtado - Vera.pdf (D63488338)
Presentado	2020-02-05 13:29 (-05:00)
Presentado por	Maria Josefina Alcivar Avilés (pepitalcivara@yahoo.com)
Recibido	maria.alcivar06.ucsg@analysis.orkund.com
Mensaje	Trabajo de titulación Hurtado - Vera: Mostrar el mensaje completo 3% de estas 55 páginas, se componen de texto presente en 17 fuentes.

Atentamente,

Tutor (a)
Ing. María Josefina Alcívar Avilés, PhD.

TUTOR:

f. _____
Ing. María Josefina Alcívar Avilés, Ph

AGRADECIMIENTO

No soy bueno para expresar mis sentimientos, pero ciertamente este momento lo amerita.

En primer lugar, quiero agradecerles a mis papás. Nena y Negri, gracias por todo el amor, esfuerzo, pasión y paciencia que pusieron en mí. Gracias por apoyarme en todo lo que me propongo y confiar en mi potencial... soy su hijo, obviamente voy a brillar. Cada logro en mi vida también es suyo.

Agradezco a mi hermana por aconsejarme y ser luz en muchos ámbitos de mi vida.

Mis abuelitos, que nunca me faltaron porque uno hasta desde el cielo me ha cuidado. Le agradezco al resto de mi familia, a mis amigos de vida y mis compañeros durante esta grandiosa etapa.

Gracias a todos.

Numam Hurtado Jaramillo

AGRADECIMIENTO

Lo más bonito de la vida es que podemos disfrutar y compartir nuestros logros con quienes amamos y hoy me toca a mí.

Con mi corazón lleno de felicidad quiero empezar agradeciéndole a Dios porque ha guiado mi camino, un camino lleno de deseos cumplidos, triunfos y mucho amor.

A mis padres, por el esfuerzo y la confianza depositada en mí. Son ellos el pilar de mi vida y la razón de superación, verlos orgullosos siempre va a ser mi mayor satisfacción.

Extiendo mis agradecimientos a mi tutora de tesis, gracias infinitas por su dedicación y paciencia.

Cindy Daniela Vera Jara

DEDICATORIA

Este enorme paso va para ustedes papás. Vienen cosas mucho más grandes que quiero que sigan compartiendo conmigo.

Memento mori. Disfruta el trayecto.

Numan Hurtado Jaramillo

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a mi hermosa abuela María porque a pesar de que mis ojos no te puedan ver, yo sé que estás aquí.

XIV • IX •MMXIX

A los amores de mi vida, mis hermanos Danny y Tiffany.

Cindy Daniela Vera Jara



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

Ing. Echeverría Bucheli, Mónica Patricia, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Santillán Pesantes, Jaime Antonio, Mba.

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Vera Jara, Cindy Daniela	
Hurtado Jaramillo, Numan Andrés	

f. _____
Ing. María Josefina Alcívar Avilés, PhD.

TUTOR

Tabla de Contenidos

Resumen	XXIII
Abstract	XXIV
Introducción	2
Capítulo I: Generalidades de la investigación.....	3
Antecedentes	3
Descripción del problema.....	4
Problema General	5
Preguntas específicas.....	5
Objetivos de la investigación	5
Objetivo general.....	5
Objetivos específicos	5
Justificación de la investigación.....	6
Delimitación de la investigación	7
Delimitación espacial.....	7
Delimitación temporal	7
Delimitación teórica.....	7
Capitulo II: Fundamentación Teórica	8
Base teórica	8
Teoría de la Ventaja Absoluta	8
Teoría de la Ventaja Comparativa	9
Teoría de la Ventaja Competitiva	9
Modelo Heckscher-Ohlin.....	10
Base conceptual.....	11
Estudio de Factibilidad	11

Estudio de Mercado	12
Business to Business	13
Oferta	13
Demanda	14
Exportación	14
Comercialización	14
Proceso de producción	15
Incoterms	15
Apicultura	15
Jabón	15
Propóleo	16
Marco referencial.....	17
Beneficios y usos del consumo del propóleos	17
Marco legal.....	20
Ley Orgánica para el Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo y Estabilidad y Equilibrio Fiscal.	20
Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones [COPCI].	21
Ley de Compañías	22
Determinación de partida arancelaria	23
Requisitos del exportador	25
Marco metodológico.....	25
Alcance.	26
Método.	27
Enfoque.....	27
Fuentes de información.....	27

Técnica metodológica.....	28
Capítulo III: Estudio Organizacional y Técnico	31
La empresa	31
Requerimientos para constitución de la empresa en Ecuador.....	31
Actividad comercial.....	32
Localización de la empresa.....	32
Plan estratégico.....	32
Materia Prima	37
Propóleo líquido.....	37
Miel de abeja.....	42
Cera de abeja.....	42
Glicerina neutra.....	43
Proveedores de Materia Prima	43
Formulación Industrial del Jabón de Propóleo	44
Proceso de producción del jabón de propóleos	45
Diagrama de flujo	46
Descripción del proceso de producción.....	46
Certificados de calidad	48
Capítulo IV: Estudio de mercado.....	51
Análisis PEST España.....	51
Factor político.....	51
Factor económico.....	52
Factor social.....	53
Factor tecnológico.....	53
Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter	54

Amenaza de nuevos entrantes.....	54
Poder de negociación de los proveedores.....	55
Poder de negociación de los compradores.....	55
Amenaza de productos o servicios sustitutos.....	56
Rivalidad entre competidores existentes.....	56
Interpretación de los resultados PEST y Fuerzas de Porter.....	57
Competencia Internacional.....	57
Demanda Internacional.....	59
Cosmética Natural en la Unión Europea.....	61
Descripción general del mercado español.....	63
Segmentación del mercado.....	65
Oferta Exportable.....	65
Producto.....	65
Empaque y Etiquetado.....	66
Precio.....	68
Logística de distribución.....	68
Promoción.....	69
Propuesta.....	69
Proceso de exportación.....	70
Negociación.....	70
País.....	70
Cliente.....	70
Términos del contrato.....	70
Naviera.....	71
Término de negociación.....	71

Tipo de carga	71
Capítulo V: Estudio Financiero.....	72
Gastos por Constitución de la Empresa.....	72
Maquinaria y equipos de oficina	72
Sueldos y Salarios	73
Costos de Materia Prima y Producción	76
Capital de Trabajo	77
Plan de Financiamiento	78
Proyección de ventas	79
Estado de Resultados Proyectado	80
Balance General Proyectado.....	82
Análisis TMAR, TIR y VAN	83
Conclusiones	87
Recomendaciones.....	88
Referencias bibliográficas.....	89

Índice de Tablas

Tabla 1 Compuestos del propóleos y sus beneficios.....	19
Tabla 2 Clasificación arancelaria	24
Tabla 3 Fuentes de Información.....	28
Tabla 4 Composición general de los propóleos	37
Tabla 5 Provincias con mayor participación en actividad Apícola en el Ecuador.....	39
Tabla 6 Distribución de derivados de la producción apícola en Ecuador	40
Tabla 7 Proveedores de materia prima.....	43
Tabla 8 Ingredientes y cantidades para la elaboración una unidad de jabón	44
Tabla 9 Costos de materia prima.....	45
Tabla 10 Costos de materia prima para la producción de 1 unidad de jabón.....	45
Tabla 11 Condiciones técnicas normas INEN	49
Tabla 12 Requisitos microbiológicos para los productos cosméticos en España	49
Tabla 13 Países exportadores de jabones	58
Tabla 14 Países exportadores de jabones hacia España	59
Tabla 15 Empresas exportadoras del producto seleccionado en el Ecuador.....	60
Tabla 16 Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Ecuador en 2019.....	60
Tabla 17 Crecimiento del mercado de cosmética natural en la Unión Europea 2013 - 2018.....	62
Tabla 18 Peso por producto.....	67
Tabla 19 Características por caja	67
Tabla 20 Capacidad de producción	71
Tabla 21 Gastos de Constitución y Preoperación	72
Tabla 22 Activos Fijos	73
Tabla 23 Variación Porcentual Salario Básico Unificado 2016 - 2020	74
Tabla 24 Sueldos y Salarios	75
Tabla 25 Costos de Materia Prima por Unidad Métrica	76
Tabla 26 Costos Mensuales de Producción.....	76
Tabla 27 Costos totales por unidad de jabón	77
Tabla 28 Capital de Trabajo para inicio de Operación	77

Tabla 29 Plan de Inversión.....	78
Tabla 30 Aportación de inversionistas	78
Tabla 31 Amortización préstamo bancario	78
Tabla 32 Proyección de Ventas Totales	80
Tabla 33 Proyección de Costos de Producción	80
Tabla 34 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado.....	81
Tabla 35 Balance General Proyectado	82
Tabla 36 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno	84
Tabla 37 Cálculo de TMAR.....	84
Tabla 38 Flujo de Caja	85
Tabla 39 Resultados TMAR, TIR y VAN	85

Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Ubicación de BeeGreen S.A.	32
<i>Figura 2.</i> Estructura Organizacional de BeeGreen S.A.....	36
<i>Figura 3.</i> Proveedores de productos apícolas.	44
<i>Figura 4.</i> Proceso de producción de jabón de propóleo. Elaborado por autores.	46
<i>Figura 5.</i> Mercado de cosméticos europeo por categoría de producto en el 2018. Adaptado de Cosmetics Europe (2018).....	63
<i>Figura 6.</i> Logotipo y nombre del producto.....	66
<i>Figura 7.</i> Medidas de envase secundario.	67
<i>Figura 8.</i> Cadena de valor de comercialización de jabones a base de propóleos.	69

Índice de Apéndices

Apéndice A: Certificado de asistencia a la conferencia “Internacionalización a la Unión Europea”.....	98
Apéndice B: Modelo de entrevista para Apicultores	99
Apéndice C: Entrevista a Apícola Grijalva.....	100
Apéndice D: Entrevista a Coromiel	102
Apéndice E: Entrevista referencia a Laura Griveau – Adonia Cosmética Natural.	103
Apéndice F: Entrevista referencial Abeelium – Cosmética natural y orgánica.	106
Apéndice G: Entrevista referencia Cosnatura - Cosmética Natural.....	109
Apéndice H: Entrevista Biolovely SL.....	112
Apéndice I: Envase y etiquetado primario	115
Apéndice J: Precio de jabones naturales en mercado destino	116
Apéndice K: Contrato de compraventa internacional.	117
Apéndice L: Visita a Apícola.....	123
Apéndice M: Apiario de proveedor Coromiel	124
Apéndice N: Tablas adicionales del análisis financiero.....	125

Resumen

El bienestar de la salud y la alimentación son las tendencias de consumo que más se han dinamizado en los últimos años. Los consumidores buscan productos que no tengan impactos dañinos sobre el cuerpo y se inclinan más por aquellos que tienen ingredientes naturales, como es el caso del propóleo. Es por ello que, el presente proyecto de titulación tiene como objetivo determinar la factibilidad de producción y exportación de jabones de propóleo a España.

A través de una metodología de investigación con alcance descriptivo y utilizando herramientas con enfoque cualitativo, este estudio logra puntualizar las oportunidades potenciales que existen dentro del mercado transformando un producto común, en un jabón con un valor agregado añadiendo un derivado de la producción apícola que resulta contener abundantes beneficios para la piel.

Se especifica la composición del propóleo junto con sus propiedades que aportan para el cuerpo humano, así como el proceso para su producción industrial manteniendo la visión de producto natural.

Finalmente, se concluye gracias a un análisis de mercado, de la mano de un estudio financiero que la creación de una empresa dedicada a la comercialización de un jabón de propóleo es factible y rentable.

Palabras Claves: propóleo, jabón, factibilidad, exportación, España, natural, comercio internacional.

Abstract

The well-being of health and food are the consumption trends that have become more dynamic in recent years. Consumers look for products that have no harmful impacts on the body and decide to consume those that have natural ingredients, as is the case with propolis. That is why, project aims to determine the feasibility of producing and exporting propolis soaps to Spain.

Based on a research methodology with descriptive scope and using tools with a qualitative approach, this study points out the potential opportunities that exist within the market by transforming a common product, into a soap with an added value by adding a derivative of the apicultural production that contains abundant benefits for the skin.

The composition of the propolis is specified along the project with its properties that contribute to the human body, as well as the process for its industrial production while maintaining the vision of a natural product.

Finally, it is concluded thanks to a market analysis and a financial study that the creation of a company dedicated to the commercialization of a propolis soap is feasible and profitable.

Keywords: propolis, soap, feasibility, export, Spain, natural, international trade.

Introducción

Durante muchos años Ecuador ha sido catalogado como un país exportador de materia prima y consumidor de productos importados debido a los resultados de la balanza comercial, por lo que hasta la actualidad el total de las importaciones realizadas han sido mayores que el total de las exportaciones. Con la ayuda del cambio de matriz productiva y los incentivos a las exportaciones no tradicionales, el presente proyecto tiene como propósito realizar un estudio de factibilidad para la producción, comercialización y exportación de jabones a base de propóleos a España, y así conocer el nivel de viabilidad para invertir en este tipo de proyecto enfocado en un mercado determinado.

La investigación se divide en cinco capítulos. En el capítulo I se detallan las generalidades de la investigación, el cual comprende antecedentes, planteamiento del problema, justificación, objetivos y delimitaciones. En el capítulo II, se describen los fundamentos teóricos de la investigación mediante conceptos, referencias, base legal, marco metodológico y teorías que sustentan la investigación.

Seguidamente, el capítulo III está conformado por el estudio organizacional y el estudio técnico, dentro de este capítulo se expone información sobre los aspectos legales y administrativos de la empresa, además se explica la producción, fabricación y costos de la materia prima utilizada para la elaboración del producto final. En el capítulo IV se realiza un estudio de mercado, detallando la situación externa mediante el instrumento PEST y la situación interna a través del análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter, asimismo se detalla la competencia internacional, demanda internacional, oferta exportable del producto mediante la partida arancelaria que se va a exportar, y por último dentro de este mismo capítulo se detalla la propuesta, convenios y proceso de exportación con la distribuidora mayorista Biolovely SL ubicada en Madrid – España.

Finalmente, en el capítulo V a través de un análisis financiero se conocerá el monto inicial de inversión, el tipo de financiamiento, los activos necesarios para iniciar la actividad comercial, la capacidad de producción y la proyección de ventas para determinar si el proyecto es factible o no.

Capítulo I: Generalidades de la investigación

Dentro del presente capítulo se detallan los aspectos generales del proyecto con el propósito de lograr los objetivos establecidos, los cuales van dirigidos a la factibilidad de la producción, comercialización y exportación de jabones a base de propóleos a España.

Antecedentes

Los jabones han sido utilizados por generaciones por sus aplicaciones en la limpieza y cuidado de la higiene personal. El jabón es fabricado a partir de ingredientes muy básicos, como aceites vegetales o grasas animales, agua y sales que se someten a un proceso químico conocido como saponificación (Wade, 2017).

Actualmente, las tendencias de consumo enfocadas al cuidado personal han sufrido un incremento constante en el transcurso de los años. En un artículo publicado por López (2019) comenta que en el 2018 hubo un aumento en compras de productos de cuidado personal, especialmente las relacionadas con el concepto de cuidado personal y el cuidado de la piel como las cremas de belleza y los productos de baño. También hace mención al boom de los productos naturales, menciona que el 32% de la población cree que son más efectivos.

Por esta razón, los consumidores se enfocan más en productos que le hagan bien a su salud, como alimentos bajo en azúcares y grasas, sin gluten, sin colorantes, entre otros, así como productos cosméticos: champús, cremas y jabones que no tengan impactos dañinos sobre el cuerpo, más bien que le brinden mejor apariencia y vitalidad. Es por ello, que las empresas para satisfacer los constantes cambios de consumo, han incorporado productos naturales que brinden mayores beneficios como es el caso del propóleos.

El propóleo es un producto originario de sustancias resinosas, gomosas y balsámicas producidas por las abejas a partir de yemas, flores y exudados de plantas, a las cuales las abejas añaden secreciones salivares, cera y polen para su elaboración (Vit, 2004).

Es utilizado en la colmena con fines múltiples como cerrar grietas, impedir la entrada de enemigos como otros insectos, además de barnizar la colmena con fines desinfectantes protegiéndola contra bacterias hongos y virus (Padrón, Naranjo, Díaz, y Llera, 2019).

Desde hace algún tiempo, se han realizado investigaciones en América, Polonia y Rusia, las cuales han demostrado que mediante el propóleo se puede tratar el acné, la urticaria, el herpes, la formación de abscesos y otras dolencias de la piel como dermatitis y psoriasis (Padrón, Naranjo, Díaz, y Llera, 2019). Por esta razón, el propóleo ha sido incluido con éxito en productos naturales.

Descripción del problema

En la actualidad, las tendencias de consumo han cambiado a pasos agigantados, los consumidores buscan productos que ayuden a su bienestar y sobre todo que sean amigables con el medio ambiente desde la producción hasta los materiales con los que se fabrica el *packaging* del bien que se está ofertando. Por ese motivo, la demanda de productos naturales ha incrementado. A medida que las tendencias de consumo cambian, la industria de cosméticos también, Alonso (2016) comenta:

Las empresas fabricantes de cosméticos, como la industria en general, están siendo presionadas para reducir el impacto ambiental, lo que ha llevado a los fabricantes de estos productos, no solo a la recuperación de los ingredientes utilizados tradicionalmente, sino a la investigación y desarrollo de ingredientes naturales avanzados, como péptidos derivados de plantas, principios activos encapsulados, células madre vegetales activas, procesos de extracción mejorados, y a realizar estudios clínicos para garantizar la calidad y eficacia de los productos, ofreciendo cosméticos que cumplen con las expectativas de los consumidores, cada vez mejor informados acerca de los ingredientes que contienen los productos que utilizan (p. 44).

En el caso de Ecuador, el abastecimiento de propóleos como insumo principal para la elaboración del producto que se plantea comercializar cuenta con una gran ventaja porque la apicultura es un área muy productiva en el país, según el Registro

Apícola Nacional realizado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAG] (2018), en el Ecuador existen 1,760 apicultores y 19,155 colmenas.

Por otra parte, el mercado español es altamente atractivo debido al dinamismo de su comercio con Ecuador por los acuerdos comerciales existentes, asimismo el nivel de competencia y requisitos para la introducción del producto al mercado es muy elevado debido a las certificaciones que se necesitan, por ese motivo al momento no existe registro de exportación entre Ecuador y España mediante la partida arancelaria del producto que se quiere comercializar.

Problema General

¿Qué tan factible es la producción, comercialización y exportación de jabones a base de propóleos a España?

Preguntas específicas

- ¿Cómo se fundamenta teóricamente la investigación?
- ¿Cuál es la factibilidad técnica para la producción de jabones a base de propóleos?
- ¿Cuáles son las características del mercado español para la comercialización de jabones a base de propóleos?
- ¿Será rentable la exportación de jabones a base de propóleos a España?

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Demostrar la factibilidad para la producción, comercialización y exportación de jabones a base de propóleos a España.

Objetivos específicos

- Definir la fundamentación teórica
- Diseñar la producción artesanal del jabón a base de propóleos
- Realizar una investigación de mercado para conocer la tendencia de consumo de productos artesanales en España.

- Elaborar un análisis financiero para determinar la factibilidad económica y financiera del proyecto.

Justificación de la investigación

El desarrollo de un jabón a base de propóleos aportaría significativamente a la salud de los consumidores, ya que así, un jabón de uso diario tendría propiedades antibacterianas, antioxidantes, antivirales, antiinflamatorias y cicatrizantes.

En consecuencia, la elaboración de este producto nace con el fin de brindarle un valor agregado a un producto de uso diario ampliando sus propiedades para que brinden un mayor bienestar a quien lo use. Se busca salir del marco de los productos tradicionales que se acostumbra a exportar, enfocándose en la tendencia creciente que se vive actualmente por el cuidado de la salud, el consumo de alimentos y uso de productos naturales.

Este cambio en los hábitos de los consumidores, ahora orientados en una mayor conciencia por su salud y alimentación, permite a los productores apalancarse de esto y generar bienes y servicios que satisfagan estas necesidades. Según investigaciones, “se estima que el mercado mundial de productos naturales crezca aproximadamente un 14% en el periodo comprendido entre 2017 y 2021, debido principalmente a una mayor concienciación entre los consumidores acerca de la importancia de los productos saludables” (InfoAgro, 2013, párr.1).

La producción y exportación del jabón de propóleos, está alineado con el Eje número dos del Plan Nacional de Desarrollo, Economía al Servicio de la Sociedad, objetivo número cinco ya que cómo bien lo dice el nombre, el Consejo Nacional de planificación (2017) busca “impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria” (p.37). Una de las metas del Plan Nacional de Desarrollo es “incrementar el porcentaje de las actividades económicas que utilizan recursos de origen biológico como insumo para la provisión de bienes y servicios a 2021” (Consejo Nacional de Planificación, 2017, p.58).

Siguiendo las líneas de investigación establecidas por la carrera de Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe, se ha determinado que este proyecto emprendedor se encuentra dentro de la línea de investigación número uno: Identificación, estudio y análisis de sectores exportadores no tradicionales en el Ecuador.

Delimitación de la investigación

Delimitación espacial

El estudio se limitará a identificar si existe un nicho de mercado en España para personas que sufran de enfermedades cutáneas y requieran de un mayor cuidado en los jabones que utilizan, así como consumidores que busquen tener una piel más sana.

Delimitación temporal

Se cubrirá un periodo de investigación de cuatro meses. De octubre del año 2019 a febrero del año 2020.

Delimitación teórica

El proyecto está enfocado en bases conceptuales y teóricas como: la ventaja comparativa, ventaja competitiva, ventaja absoluta, ventaja relativa y el modelo Heckscher-Ohlin, con el fin de fundamentar con teorías el trabajo de investigación.

Capítulo II: Fundamentación Teórica

En el presente capítulo se describen las diferentes bases que sustentan la investigación de manera teórica, conceptual, legal y metodológica. A continuación, se detallan las diversas teorías del comercio internacional que han permitido alcanzar y establecer actividades de producción, comercialización y exportación a empresas dedicadas al comercio exterior, también se explica desde una perspectiva legal las diversas leyes y políticas involucradas en el tema investigado, para finalmente establecer la metodología a utilizar para comprobar la factibilidad del proyecto.

Base teórica

Teoría de la Ventaja Absoluta

Adam Smith fue el precursor del comercio internacional, en su libro: *La Riqueza de las naciones*, hace referencia a las diferencias de costos y la capacidad de horas de trabajo entre países con respecto a la producción de un mismo bien, sostiene que una nación se enriquece en función de su capacidad para producir, es decir, un país encontraría oportuno si se especializara en la producción de un bien en el que fuera más eficiente, que pudiera fabricar o producir a menor costo que los demás países e importara aquellos productos o bienes que no produjera de manera eficiente. Estas diferencias de costos y división internacional del trabajo a las cuales Smith hace referencia explican la estructura del comercio internacional y patrones de intercambio entre países (Smith, 1976).

En conclusión, cuando un país tiene la capacidad de producir una unidad de ese bien con una cantidad inferior de trabajo que la utilizada por el otro país para producir ese mismo bien significa que cuenta con una ventaja absoluta. Los países exportan ciertos bienes en la cual la producción de ese bien requiere menos cantidad de trabajo que otros países, e importan aquellos bienes en las que la producción de ese bien demande más cantidad de trabajo que otras regiones (Veletanga, 2019).

Teoría de la Ventaja Comparativa

A diferencia de Adam Smith, David Ricardo se enfoca en el beneficio mutuo entre naciones, introdujo esta teoría en su libro: Sobre los principios de la economía política y los impuestos, en el cual pone como ejemplo el comercio de telas y vino entre dos países, Inglaterra y Portugal y un factor de producción, el trabajo. Dentro del texto, (Ricardo, 1819) explica que:

Para producir el vino en Portugal, podría requerir solo la mano de obra de 80 hombres por un año, y para producir la tela en el mismo país, podría requerir el trabajo de 90 hombres por el mismo tiempo. Por lo tanto, sería ventajoso para Portugal exportar vino a cambio de telas. Este intercambio podría incluso tener lugar, a pesar de que la mercancía importada por dicho país podría producirse allí con menos trabajo que en Inglaterra. Aunque podía hacer la tela con el trabajo de 90 hombres, Portugal lo importaría de un país donde requiriera la mano de obra de 100 hombres para producirlo, porque sería ventajoso que empleara su capital sólo en la producción de vino, para lo cual obtendría más tela de Inglaterra, de lo que podría producir al desviar una porción de su capital del cultivo de vides a la fabricación de telas. (p. 135)

En efecto, la teoría de la ventaja comparativa señala que a pesar de que un país o nación posea una ventaja absoluta en la producción y fabricación de bienes, el comercio y los patrones de intercambio pueden ser ventajosos para ambos socios comerciales.

Teoría de la Ventaja Competitiva

Se dice que un país es competitivo si este capaz de emplear de manera eficiente sus recursos; la competitividad define el éxito o el fracaso de una compañía en el mercado, por ello, es necesario que supere a sus competidores mediante una ventaja competitiva sostenible duradera en el tiempo, a través de la diferenciación las cuales pueden comprender en: producto, distribución, ventas, comercialización, es decir, actos de innovación constantes (Buendía, 2016).

Así mismo, en su libro de la ventaja competitiva Porter (como se citó en Coria y Román, 2015) afirmar que:

Hay dos tipos básicos de ventajas competitivas que puede poseer una empresa: costos bajos o diferenciación. La importancia de cualquier fortaleza o debilidad que posee una empresa es, en su esencia, una función de su impacto sobre el costo relativo o la diferenciación. (p. 29)

Modelo Heckscher-Ohlin

Este modelo se basó en las teorías de la ventaja absoluta y comparativa; fue desarrollado por los economistas Eli Heckscher y Bertil Ohlin en 1977, esta teoría trata de explicar la manera en la que los flujos del comercio internacional funcionan con respecto a los factores de la producción entre los distintos países. De esta manera, (Lugones, 2008) describe:

El modelo de Heckscher-Ohlin explica la composición del comercio internacional a partir de las ventajas comparativas, en lo que se asemeja a Ricardo. Sin embargo, en este enfoque esas ventajas ya no tienen origen exclusivamente en cuestiones tecnológicas, sino que resulta también relevante la dotación de factores de la producción. En otras palabras, las ventajas comparativas aparecen como resultado de la relación entre recursos y tecnología, es decir, entre la abundancia o escasez relativa de los factores de producción y la intensidad en el uso de los mismos en la producción de un bien. (p. 16)

Para concluir, Moreno, Narváez y Sancho (2016) proponen como ejemplo a Canadá y Estados Unidos y de esta manera explican que:

Canadá exporta productos forestales hacia Estados Unidos, no porque sus madereros sean más productivos respecto a sus homólogos estadounidenses, sino porque Canadá, país escasamente poblado, tiene más tierra forestal per cápita que Estados Unidos. Una perspectiva realista del comercio debe considerar la importancia, no solamente del trabajo, sino también de otros factores de producción, como la tierra, el capital y los recursos minerales. (p. 11)

Base conceptual

Estudio de Factibilidad

Para poder determinar si un proyecto es viable o no, es fundamental realizar un estudio de factibilidad, el cual va a aportar información necesaria para la toma de decisiones a lo largo de las distintas etapas del proyecto. Por ello López y Carranza (2019) comentan:

La Teoría de la Factibilidad abarca todas aquellas cuestiones que tienen que ver con la realización esencial de un proyecto en cuanto a sus puntos básicos. Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. (p. 13)

Así mismo, existen varios tipos de estudios que abarcan diferentes aspectos dentro de la investigación, por ello, se ha tomado en cuenta tres tipos: los estudios comerciales, técnicos y económico-financieros.

Factibilidad comercial.

El análisis de factibilidad comercial indica si el mercado seleccionado es o no es sensible para el producto que se oferta, y de esta manera saber el nivel de aceptabilidad que tendría el bien o servicio en el mercado meta. Dentro de este análisis se definen las estrategias comerciales como la política de ventas, precio, marcas, estrategia publicitaria, entre otros (Chavez, Moreno, Junca, Peñuela, y Medina, 2018).

Factibilidad económica – financiera.

Según Burneo, Delgado, y Vérez (2016) un estudio de factibilidad financiera es “la base para la toma de decisiones de los directivos que tienen la responsabilidad de aprobar las inversiones según los indicadores y las fuentes de financiamiento disponibles” (p. 305). En este punto se toma en cuenta los valores de los indicadores como, por ejemplo, el período de recuperación, Valor Actual Neto (VAN), Tasa interna de retorno (TIR) y Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR).

Factibilidad técnica.

El estudio de factibilidad técnica evalúa y demuestra que la compañía puede ponerse en marcha y perdurar en el mercado, teniendo en cuenta los recursos implicados en los procedimientos de producción, logística y administrativos dentro del proyecto (Prado, 2017).

Estudio de Mercado

Para Kotler, Bloom y Hayes (como se citó en Huerta, 2016) el estudio de mercado: “consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización” (párr.2). Huerta (2016) también afirma que:

Es un conjunto de acciones sistematizadas para aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda de los consumidores, esto mediante el conocimiento de respuesta del mercado, proveedores y competencia ante un producto o servicio, analizando la oferta y demanda, así como los precios y canales de distribución (párr. 1).

Dentro del estudio de mercado, se aplicarán análisis de mercado como el Análisis PESTAL y las 5 fuerzas de Porter, en el cual se detallan los competidores actuales en la industria de jabones a base de propóleos o jabones artesanales, los proveedores, productos sustitutos y compradores. Finalmente, para el análisis del mercado destino se utilizará las 6p's del marketing en el cual se establecerá el producto, precio, plaza, promoción, personal y postventa.

Business to Business

Este concepto describe el proceso de compra y venta de productos o servicios que se dan entre dos empresas, el origen de su nombre en español significa “de empresa para empresa” (Grapsas, 2018).

Según Luna (2018) , Paul Hague, Nick Hague y Matthew Harrison, autores de *B2B Marketing: What Makes it Special* definen el modelo de negocios Business to Business como “conocer las necesidades de otros negocios, pero sabiendo que al final, la demanda de los productos hechos por éstos, terminará siendo usado por consumidores particulares en sus casas” (párr. 2).

Existen múltiples beneficios y razones por la que las empresas utilizan el modelo *Business to Business*, Kumar y Gagandeep (2012) los principales beneficios son:

- Gestión del inventario de manera eficiente, reducción de costos de mantener el inventario en bodega.
- Ajuste más rápido las demandas del cliente.
- Llevar productos al mercado más rápido.
- Reducir el costo del papeleo.
- Obtención de precios más bajos en algunos suministros.

En conclusión, el *Business to Business* se aplica a aquellas compañías que quieren ofertar sus productos o servicios exclusivamente a otras compañías, mas no al consumidor final.

Oferta

La oferta está compuesta por la cantidad de productos y servicios que se intercambian en el mercado en un tiempo y a un precio determinado. Para Fischer y Espejo (2011) “la oferta se refiere a las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado” (p. 148).

Complementando la definición de Fischer y Espejo, Mankiw (2012) hace referencia a los factores determinantes de la oferta, comenta:

Existen varios factores que determinan la cantidad que se ofrece, pero, una vez más, el precio desempeña un papel muy importante en nuestro análisis. Cuando el precio del helado aumenta, vender helado es muy rentable y, por tanto, la cantidad que se ofrece es grande. Los vendedores de helado trabajan muchas horas, compran más máquinas para elaborar helado y contratan más personal. Por el contrario, cuando el precio del helado es bajo, el negocio es menos rentable y los vendedores producen menos. Incluso, a un precio bajo, algunos vendedores pueden optar por cerrar y provocar con esto que la cantidad que ofrecen caiga a cero. (p. 73)

Demanda

Existen varias perspectivas al momento de describir la demanda, Gregory Mankiw (2002) autor del libro "Principios de Economía", define la demanda como la cantidad de un bien que los compradores quieren y pueden comprar según su poder de adquisición, el cual es determinado por el precio, el ingreso, las expectativas y los gustos y preferencias.

Exportación

Una exportación es cuando se comercializa un bien o servicio fuera del territorio nacional, Galindo y Ríos (2015) explican “las exportaciones son la venta, trueque o donación de bienes y servicios de los residentes de un país a no residentes; es una transferencia de propiedad entre habitantes de diferentes países” (p.2).

Comercialización

Es el conjunto de funciones que se llevan a cabo desde la fabricación del producto hasta que llega al consumidor final, según el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura [IICA] (2018) “las funciones de la comercialización son: comprar, vender, transportar, almacenar, estandarizar y clasificar, financiar, asumir riesgos y obtener información del mercado” (p.5).

Proceso de producción

Es la elaboración y/o transformación de bienes y servicios a través una secuencia de operaciones cuyo valor debe ser mayor que la suma de los valores de los factores utilizados. De esta manera (Cartier, 2017) afirma que un proceso de producción es: “un sistema de acciones dinámicamente interrelacionadas orientado a la transformación de ciertos elementos “entradas”, denominados factores, en ciertos elementos “salidas”, denominados productos, con el objetivo primario de incrementar su valor”

Incoterms

Es un lenguaje internacional, el cual determina los derechos y obligaciones tanto del comprador (importador) como del vendedor (exportador). Según la Cámara de Comercio Internacional (ICC, 2019) las reglas incoterms son: “un conjunto de once términos comerciales comúnmente utilizados por medio de tres letras como, por ejemplo, CIF, DAP, entre otros” (p. 12). Las reglas incoterms son importantes en el comercio internacional ya que describen obligaciones, riesgos y costos al momento de realizar una orden de compra, etiquetando un envío para el transporte de carga o preparando un documento de origen en el puerto.

Apicultura

Es la actividad que se dedica a la crianza de abejas y los cuidados necesarios con la finalidad de obtener los productos que estas recolectan y elaboran, para el consumo humano (Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional [SECAP], 2018).

Jabón

El jabón es una sustancia sólida o líquida, que generalmente se la utiliza para la higiene personal o la limpieza de ciertos objetos. Guerrero (2014) explica:

Se trata de un agente limpiador o detergente que se fabrica utilizando grasas animales y/o aceites vegetales. Químicamente, el jabón es la sal sódica o potásica de un ácido graso, que se obtiene por hidrólisis alcalina de los ésteres contenidos en los materiales grasos. Si se escinde una grasa con un álcali, en lugar de con

agua, se obtienen glicerina y una sal o jabón del metal alcalino con el ácido graso. Esta reacción se llama saponificación y es la base de la industria del jabón. (p. 13)

Propóleo

Según Viloria, Gil, Durango, y García (2012) “el propóleo es una sustancia resinosa natural recolectada por las abejas *Apis melífera*, a partir de las exudaciones de árboles y plantas. Estas sustancias pueden ser modificadas por la adición de secreciones salivares proporcionadas por las abejas” (pág. 79).

Las abejas melíferas recogen la goma y la resina de las partes dañadas de las cubiertas vegetales. Esta composición pegajosa, generalmente de color rojizo/castaño, se les denomina propóleos. Al igual que la sacarosa, cambia sus compuestos de acuerdo a las vegetaciones que las abejas visitan. El propóleos es utilizado por las abejas para mantener los panales secos, resguardados de las corrientes de aire, seguras y limpias (Bradbear, 2005).

El origen de la palabra propóleos se deriva de un término griego en el que el morfema "Pro" significa "delante de" o "a la entrada de" y el morfema "polis" significa "comunidad" o "ciudad", haciendo alusión a una sustancia defensiva de la colmena.

El propóleos es recolectado por las abejas obreras, de numerosas secreciones resinosa de plantas como mucílago, encías, resinas y celosías, y también de brotes de hojas de diferentes especies de plantas como palmeras, pinos, alisos, álamos, hayas, coníferas y abedules y luego se mezclan con la saliva y secreciones enzimáticas (Vit, 2004).

La también denominada “goma de abeja”, fue utilizada por el hombre como medicina tradicional desde el año 300 antes de Cristo. Los investigadores declararon que las actividades curativas del propóleos fueron identificadas por romanos y doctores griegos. Del mismo modo, los médicos utilizaron el propóleos de manera eficiente para el tratamiento de lesiones durante la batalla anglo-boer y en la Segunda Guerra Mundial.

Los primeros egipcios usaban propóleos para preservar sus cadáveres de la descomposición y curar heridas, porque eran conscientes de las propiedades conservadoras del propóleos. En el siglo XVII se utilizó como barniz. Además, el propóleos fue reconocido como agente antibacteriano durante los siglos XVII y XX en Europa. En Inglaterra, el propóleos fue reconocido como una mejor medicina para el tratamiento de heridas durante el siglo XVII. Del mismo modo, en China, el propóleos fue reconocido como un medicamento contra el cáncer y la infección. El primer informe científico sobre el propóleos, su composición y acciones químicas fue anunciado al público en 1908 (Vit, 2004).

Según lo detalla Patricia Vit (2004), el propóleos es utilizado para cubrir todas las aberturas por donde podrían germinar microorganismos, y su aceite volátil es un tipo de desodorante antiséptico. Las abejas utilizan el propóleos:

1. Como componente principal de construcción para regular las dimensiones de las entradas de los panales y para hacer la superficie más lisa y de fácil circulación;
2. Para envolver la parte interna de las cavidades antes de que los huevos sean puestos, garantizando la higiene del lugar, su fortaleza e impermeabilidad para el desarrollo adecuado de las larvas después de su eclosión;
3. Para cubrir los cuerpos de depredadores grandes que las abejas no puedan ahuyentar y que en un futuro podrían convertirse en infecciones para la colmena al momento de descomponerse.

Marco referencial

Beneficios y usos del consumo del propóleos

Los propóleos se han utilizado para tratar varias enfermedades desde la antigüedad, y es una fuente importante de compuestos bioactivos y medicina natural. Estas propiedades han mantenido el interés de los investigadores de todo el mundo, lo que ha llevado a la investigación de las propiedades químicas y biológicas y la aplicación de propóleos. Entre los diferentes beneficios y propiedades que se han

identificado del propóleo podemos destacar el ser: antimicótico, antibacteriano, antiparasitario, antiinflamatorio, anticolesterolémico, antioxidante, antitóxico, antialérgico, analgésico, anestésico, antituberculoso, antiviral, citostático, desodorante. Estas propiedades lo convierten en un buen candidato para su aplicación en terapias y componentes de diversidad de productos (Farré, Frasquet, & Sánchez, 2017).

La actividad antimicrobiana del propóleo es, con mucho, la propiedad biológica más importante del propóleo, que se ha ganado el mayor interés de los científicos, considerando el alto número de estudios realizados solo por esta propiedad. La mayoría de los estudios revisados como referencias de este trabajo hablan muy a profundidad de la actividad antibacteriana. A pesar de las grandes diferencias de composición de los diferentes tipos de propóleos, todos tienen actividad antimicrobiana (Farré, Frasquet, & Sánchez, 2017).

Cada componente del propóleo es fuente de los diferentes beneficios ya mencionados:

Tabla 1
Compuestos del propóleo y sus beneficios

Componente	Actividad Biológica
Polifenoles y flavonoides	Antibacteriano, antiviral, antifúngico, antioxidante, antienvjecimiento, antiulceroso, antitumoral, antialérgico, antiinflamatorio, antiosteoporótico, antitrombogénico, antiaterosclerosis, cardioprotector, inmunomodulador, hepatoprotector, cicatrizante
Ácido cafeico fenetil éster y otros cafeatos	Antioxidante, antiinflamatorio, antitumoral, antibacteriano, antiviral, fungicida, inmunomodulador, cardioprotector, hepatoprotector, antiosteoporosis
Ácido cafeico	Antiviral, antioxidante, antiulceroso, antitumoral
Benzofenonas polipreniladas	Antioxidante, antiinflamatorio, antitumoral.
Artepillin C	Antioxidante, antiinflamatorio, antitumoral, inductor de apoptosis.
Flavanonas Preniladas	Antioxidante, anticancerígeno
Terpenos	Antibacteriano, antifúngico
Aceites esenciales	Antibacteriano
Lignanós furfuranos	Antibacteriano

Nota. Tomado de Estudio de composición química y actividad antibacteriana de propóleos (Palomino & Guaraca, 2019)

El propóleo se usa principalmente en bebidas y alimentos en forma de líquidos, efervescentes, tabletas, píldoras, y otros como ingrediente en muchos suplementos dietéticos en la nutrición humana para prevenir enfermedades y mejorar la salud. De hecho, el propóleo se usa solo o en combinación con otros productos naturales, no solo como un suplemento nutricional, sino también como un antioxidante natural en los alimentos y productos relacionados (Goldman & Nall, 2016).

Los suplementos nutricionales en particular han surgido en estos últimos años como un importante tendencia orientada al consumidor capaz de prevenir enfermedades, retrasar el envejecimiento y mejorar el bienestar y desarrollo. Como es evidente, la información científica sobre la composición, estructura y actividad biológica de los

nutracéuticos es muy importante para el avance de sus estudios. Como consecuencia, teniendo en cuenta las conocidas propiedades del propóleo y sus enormes campos de aplicación, existe un aumento de interés en sus aplicación y composición en los productos alimenticios y suplementos (Goldman & Nall, 2016).

En la medicina, los propóleos son utilizados en infecciones en la vías respiratorias o catarras como la gripe, otitis, sinusitis, laringitis, bronquitis, asma e incluso tuberculosis pulmonar. En la rama de la odontología, es utilizado para el tratamiento de abscesos o llagas bucales. Los propóleos también son utilizados como anestésico local (Goldman & Nall, 2016).

El propóleo trae muchos beneficios consigo, sin embargo, existen personas que pueden llegar a ser alérgicas al mismo. En su mayoría, son personas que también tienen alguna reacción alérgica a otros derivados apícolas como el polen y la miel e incluso a las picaduras de abeja (Palomino & Guaraca, 2019).

Marco legal

Ley Orgánica para el Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo y Estabilidad y Equilibrio Fiscal.

El propósito de esta ley es que a través de incentivos para captar inversión extranjera, reformas, exoneraciones de impuesto a la renta y su anticipo se logre el fortalecimiento de las MiPymes. Así mismo dinamizar ciertos sectores productivos en el Ecuador. En efecto, el Art. 26 de la Ley Orgánica para el fomento productivo (2018) detalla la exoneración de impuesto a la renta para las nuevas empresas, explica que:

Las nuevas inversiones productivas, conforme las definiciones establecidas en los literales a) y b) del artículo 13 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, que inicien a partir de la vigencia de la presente Ley, en los sectores priorizados establecidos en el artículo 9.1 de la Ley de Régimen Tributario Interno, tendrán derecho a la exoneración del impuesto a la renta, y su anticipo, por 12 años, contados desde el primer año en el que se generen ingresos atribuibles directa y únicamente a la nueva inversión, y que se encuentren fuera de las jurisdicciones urbanas de los cantones de Quito y

Guayaquil. Las inversiones realizadas en estos sectores en las áreas urbanas de Quito y Guayaquil podrán acogerse a la misma exoneración por 8 años. Para sociedades nuevas, así como para aquellas ya existentes, esta exoneración aplicará solo en sociedades que generen empleo neto, para lo cual el Reglamento a esta Ley establecerá las condiciones y procedimientos para la aplicación y verificación de este requisito, en atención al tamaño de las sociedades que quieran acceder al mismo. Las nuevas inversiones productivas que se ejecuten en los sectores priorizados industrial, agroindustrial y agroasociativo, dentro de los cantones de frontera, gozarán de la exoneración prevista en este artículo por 15 años (p.18).

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones [COPCI].

En el Art. 3 del presente código se detalla que el objetivo principal es regularizar el proceso productivo, de distribución, intercambio, consumo y de producción y así consolidar las regulaciones que estimulen e impulsen la producción de mayor valor agregado para incrementar la productividad y fomentar la transformación de la matriz productiva (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones [COPCI], 2013).

Por otra parte, el Art. 4. del COPCI establece los siguientes fines:

- a. Hacer un cambio en la matriz productiva, para que esta tenga un valor agregado, basada en el conocimiento y la modernización, así como amigable con el medio ambiente.
- b. Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria.
- c. Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas.
- d. Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales.

- e. Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores.
- f. Garantizar el ejercicio de los derechos de la población a acceder, usar y disfrutar de bienes y servicios en condiciones de equidad, óptima calidad y en armonía con la naturaleza.
- g. Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables
- h. Regular la inversión productiva en sectores estratégicos de la economía, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo.
- i. Promocionar la capacitación técnica y profesional basada en competencias laborales y ciudadanas, que permita que los resultados de la transformación sean apropiados por todos
- j. Fortalecer el control estatal para asegurar que las actividades productivas no sean afectadas por prácticas de abuso del poder del mercado, como prácticas monopólicas, oligopólicas y en general, las que afecten el funcionamiento de los mercados
- k. Promover el desarrollo productivo del país mediante un enfoque de competitividad sistémica, con una visión integral que incluya el desarrollo territorial y que articule en forma coordinada los Dirección Nacional Jurídica Departamento de Normativa objetivos de carácter macroeconómico, los principios y patrones básicos del desarrollo de la sociedad; las acciones de los productores y empresas; y el entorno jurídico – institucional.

Ley de Compañías

Este proyecto se rige a la sección VI de la Ley de Compañías, el cual explica el concepto, las características, obligaciones y derechos de las compañías anónimas, el Art. 143 de la Ley de Compañías (2014):

La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas (p.35).

Determinación de partida arancelaria

Es un proceso que consiste en asignar un código número utilizado en una operación de importación o exportación establecida por la Organización Mundial de Aduanas para la descripción, clasificación y codificación de mercancías basado en el Sistema Armonizado [SA] (Organización Mundial del Comercio [OMC], 2019). En la siguiente tabla se explica la partida arancelaria coreespondiente al producto que se va a exportar.

Tabla 2
Clasificación arancelaria

Denominación	Dígito	Detalle
Sección	VI	Productos de las industrias químicas o de las industrias conexas
Capítulo	34	Jabón, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes, ceras artificiales, ceras preparadas, productos de limpieza, velas y artículos similares, pastas para modelar, "ceras para odontología" y preparaciones para odontología a base de yeso fraguable.
Partida del Sistema Armonizado	34.01	Jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes, trozos o piezas troqueladas o moldeadas, aunque contengan jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos para el lavado de la piel, líquidos o en crema, acondicionados para la venta al por menor, aunque contengan jabón; papel, guata, fieltro y tela sin tejer, impregnados, recubiertos o revestidos de jabón o de detergentes
Subpartida del sistema armonizado	340111	Jabón de tocador (incluso los medicinales)

Nota: Adaptado de (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2017)

Requisitos del exportador

Según la Promoción de Exportaciones e Inversiones del Ecuador (PRO Ecuador, 2019) son 3 requisitos importantes para ser exportador en el Ecuador, estos son:

1. Contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) indicando la actividad económica que va a desarrollar.
2. Obtener el certificado de firma digital o TOKEN, otorgado por las siguientes entidades:
 - Registro Civil
 - Security Data
3. Registrarse como exportador en Ecuapass donde podrá:
 - Actualizar su información en la base de datos
 - Crear usuario y contraseña
 - Aceptar las políticas de uso
 - Registrar firma electrónica

Marco metodológico

Para Karl Popper (1980), creador del método de falsación, desarrollado en su libro la lógica de la investigación científica, afirma que el conocimiento de carácter científico no progresa confirmando nuevas leyes, sino que avanza descartando las leyes que contradicen los resultados obtenidos por experiencia o con la observación. Las teorías son hipótesis que pueden ser desechadas al momento de compararlas con la realidad.

Dado lo antes mencionado, no todas las investigaciones y estudios conducen a los mismos resultados, pero todas parten o se unifican en los mismos supuestos básicos conocidos como paradigmas (Popper, 1980).

Un paradigma es un conjunto de supuestos básicos que son reconocidos universalmente. Los paradigmas dentro de una investigación son esenciales ya que proporcionan teorías que ayudan al planteamiento de problemas y sus posteriores soluciones dentro de la comunidad científica (Kuhn, 2010).

Para realizar este proyecto de investigación es necesario entender bajo qué paradigma se encuentra. Esto serviría para tener una guía o un esquema que aclare los modelos y teorías que ayuden a resolver los problemas planteados. Así mismo, ayuda a determinar cuáles serían las herramientas apropiadas para la investigación, como la metodología y herramientas de recolección de información.

En el presente trabajo de estudio, para determinar la factibilidad de producción de jabones a base de propóleos y su exportación a España, se desarrollará bajo un conjunto de supuestos o un supuesto constructivista. El paradigma constructivista establece que el investigador construye el conocimiento a través de los fenómenos que quiere conocer para solucionar un problema (Kuhn, 2010).

La metodología de investigación es un proceso en el que se definen los criterios que se emplearon para elegir la manera en la que será orientada y enfocada la investigación. Además, ayuda a determinar cómo se va recolectar, procesar y analizar la información (Coelho, 2019).

Alcance.

El alcance dentro de una investigación, resulta en la revisión de fuentes literarias y la perspectiva que tendrá el estudio. El alcance tiene una relación dependiente de los objetivos que tiene la investigación, general y específicos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Los alcances que cada uno de los objetivos pueden tener son: exploratorios, descriptivos, correlacionales o explicativos. Un alcance exploratorio hace referencia a problemas de investigación poco estudiados con una perspectiva más innovadora, preparando el campo para nuevos estudios. Un alcance descriptivo se enfoca en medir conceptos y definir las variables del fenómeno de estudio. Por otro lado, el alcance correlacional asocia varios conceptos y variables que permitan predicciones cuantificando estas relaciones. Finalmente, el alcance explicativo como su nombre lo dice, explica las causas de los fenómenos generando un mayor entendimiento (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). Dentro de este trabajo de investigación, sus objetivos tienen un alcance exploratorio y descriptivo.

Método.

Según Bernal (2010), el método hace alusión a los aspectos operativos que en conjunto son indispensables para la realización de un estudio. Con el trascurso de los años aumentaron las ramas de la investigación, y como resultado hoy existen los siguientes métodos: inductivo, deductivo, inductivo-deductivo, hipotético-deductivo, analítico, sintético, analítico-sintético e histórico-comparativo.

El método deductivo busca la explicación de casos específicos a través de un conjunto de conclusiones generales como teoremas, leyes, postulaciones, etc. Por otro lado, el método inductivo parte de casos específicos cuyas conclusiones podrían ser aplicadas de manera universal (Bernal, 2010). Los objetivos dentro de esta investigación tienen un método deductivo o inductivo.

Enfoque.

Existen tres tipos de enfoques: cualitativo, cuantitativo y mixto. Un estudio de investigación con enfoque cualitativo utiliza un método inductivo por naturaleza, el investigador se basa en la recolección de datos no estandarizados observando los hechos e interpretando todo desde su perspectiva. El enfoque cuantitativo, deductivo por naturaleza, recolecta información a través de instrumentos y procesos estandarizados por la comunidad científica. El análisis de estos datos trata de explicar el comportamiento de la muestra encajando con las leyes o teoremas existentes (Elkatawneh, 2016).

Este trabajo de investigación tiene un enfoque cualitativo. Según Kuhn (2010), una investigación con enfoque cualitativo fundamenta la información que se obtiene más de las opiniones y palabras que de las cifras. La finalidad de este enfoque es comprender, interpretar y describir lo observado. Para la investigación nos basaremos en la recolección de datos estadísticos, entrevistas exhaustivas y encuesta a los distribuidores españoles.

Fuentes de información.

Para un estudio de investigación es necesario recopilar información que ayude a cumplir los objetivos planteados. La manera en que los datos es obtenida, determina el

nombre de la misma, estas pueden ser fuentes de información primaria o fuentes de información secundaria.

Las fuentes de información primaria son todas aquellas donde los datos son originarios de primera mano o de forma directa; es decir, que el investigador observó directamente los hechos. Por otro lado, las fuentes de información secundaria son todas aquellas que no son originales del autor de la investigación sino que recopila datos de publicaciones u otras investigaciones existentes para soportar la suya (Bernal, 2010). Debido al enfoque cualitativo que tiene este trabajo, se utilizan herramientas como el estudio de casos, observación de participantes, entrevistas y análisis de contenidos.

Por lo tanto, dentro de la investigación las fuentes primarias y secundarias que se utilizaran se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 3
Fuentes de Información

Fuentes	Enfoque	Cualitativo
Primaria		Entrevista
Secundaria		Análisis Bibliográfico Análisis Documental Análisis de Contenido

Nota: Fuentes de información utilizados para realización de los objetivos de la investigación. Elaborado por autores.

Técnica metodológica.

La fuente primaria que se utilizó en el proyecto fue la entrevista Troncoso y Amaza (2017) comentan que la entrevista es una herramienta útil para la recolección de datos e información la cual se obtiene mediante la interacción con el investigador.

Las entrevistas se realizaron a Apicultores en el Ecuador, el señor Guillermo Coronel y al señor Luis Grijalva, también a consultores de comercio exterior, el señor Rodrigo Saldaña y la señora Déborah Abellan y por último a 7 distribuidoras mayoritarias de cosmética natural en España. Estas entrevistas se realizaron a través de

llamadas telefónicas y correo electrónico debido a la falta de disponibilidad de tiempo de los entrevistados.

El número de entrevistas realizadas se fijó tomando en cuenta el criterio de saturación de la información en la investigación cualitativa, es decir, después de cierto número de entrevistas el material cualitativo deja de aportar nuevos datos. Por consiguiente, las entrevistas realizadas en el proyecto garantiza que no se necesita ningún otro aporte para validar la información.

En efecto, las preguntas realizadas van orientadas al ámbito técnico, productivo y comercial que son las necesarias para el estudio de factibilidad de la exportación de jabones a base de propóleos, los objetivos principales de las entrevistas son:

1. Conocer el mercado de la cosmética natural en España
2. Obtener una perspectiva clara acerca de la apicultura en el Ecuador.
3. Comprender el grado de aceptación del producto en el país destino.

Se menciona que para la entrevista al señor Rodrigo Saldaña y Déborah Abellan se aprovechó el programa de capacitación “Internacionalización a la Unión Europea” impulsada por PROECUADOR en el Centro de Convenciones de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo [UEES] en el mes de noviembre de 2019, ver Apéndice A para sustentar la validez de la información. A continuación, se detallan los nombres de los entrevistados:

- Luis Grijalva – Gerente General de Apicola Grijalva. Ver Apéndice C.
- Guillermo Coronel – Gerente General de Coromiél. Ver Apéndice D.
- Rodrigo Saldaña - Socio Director en S & B Partners Consultores España
- Déborah Abellan - Asesora en Comercio Internacional en S&B Partners España
- Laura Griveau – Adonia Organic Beauty – Barcelona España. Ver Apéndice E.
- Abeelium – Cosmética natural y orgánica – España. Ver Apéndice F.
- Cosnatura – Cosmética ecológica – Madrid España. Ver Apéndice G.
- Biocenter Distribucion – España

- Sophie Rinaldi – Kōsui Cosmética natural – Madrid España
- Ecopasion – Distribuidores ecológicos – Madrid España.
- Biolovely – Distribuidora de productos artesanales y naturales España.
Ver Apéndice H.

Capítulo III: Estudio Organizacional y Técnico

Dentro del presente capítulo, se detallará los requisitos necesarios para la creación de la empresa que producirá y comercializará los jabones de propóleo, así como su misión, visión, objetivos institucionales y su estructura organizacional.

De igual manera, se describirá la materia prima que será utilizada para la fabricación de los jabones, los proveedores de dichos componentes, los costos para producir una unidad, así como el proceso de producción a través de un diagrama de flujo y la respectiva descripción de cada una de estas etapas.

La empresa

Requerimientos para constitución de la empresa en Ecuador.

Para que una empresa se pueda constituir legalmente en el Ecuador, se deben cumplir ciertos requisitos y documentaciones para su correcto funcionamiento. Por ende, para poder realizar la exportación del jabón artesanal a base de propóleos, es necesario constituir una empresa dentro del país, por lo que se decidió la apertura de una entidad bajo la estructura legal de Sociedad Anónima, la razón social será BeeGreen S.A. Según la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2019) las características que deben cumplirse son:

- Tener dos o más accionistas
- Poseer un capital mínimo de USD 800
- Las acciones pueden ser ordinarias o preferidas y pueden ser negociadas libremente
- Obtener el Registro Único Contribuyente [RUC] en el Servicio de Rentas Internas [SRI]
- Registrar el nombre de la empresa en la Superintendencia de compañías.
- Autorización de funcionamiento, se realiza en la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria [ARCSA].
- Permiso de funcionamiento – Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de la parroquia.

- Registro de Patente Municipal– Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de la parroquia.
- Obtención y registro de marca - IEPI.
- Permiso de seguridad y trabajo otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos

Actividad comercial.

BeeGreen se dedica a la producción, comercialización y exportación de jabones a base de propóleos, brindando un producto de calidad a los consumidores en general.

Localización de la empresa.

La empresa estará ubicada en Cuenca, Avenida Federación Deportiva del Azuay y Calles José Alejandro Eugez y Villamar – Parque Industrial.



Figura 1. Ubicación de BeeGreen S.A.

Plan estratégico.

Misión.

Exportar productos naturales a base de propóleos cumpliendo con todos los estándares de calidad establecidos para su comercialización, satisfaciendo los gustos y preferencias de los consumidores.

Visión.

Ser una empresa exportadora y desarrolladora de nuevos productos elaborados a base de propóleos orientados al cuidado personal para el año 2024.

Objetivos.

- Diversificar la cartera de productos de cosmética verde a base de propóleos dirigido al cuidado personal.
- Pactar alianzas estratégicas de compraventa con distribuidores mayoristas en España.
- Llegar a nuevos mercados en países de la Unión Europea.

Valores corporativos.

- Responsabilidad: La empresa se compromete a ser responsable con la sociedad, el medio ambiente, nuestros clientes tanto internos como externos y con sus colaboradores, brindándoles excelentes condiciones laborales.
- Transparencia: Controlar los aspectos financieros, legales y ambientales cumpliendo con la misión y visión de la empresa y de esta manera crear un entorno de confianza para nuestros clientes, proveedores y colaboradores, facilitando el libre acceso a la información, y la intervención la toma de decisiones.
- Cumplimiento: Responder con integridad y responsabilidad a la entrega oportuna de los productos hacia nuestros clientes brindando productos de calidad, extendiendo el cumplimiento de los valores corporativos dentro de los procesos internos de la compañía.

Estructura organizacional.

La empresa BeeGreen cuenta con cinco áreas: gerencial, financiera-administrativa, logística, comercio exterior y producción, con un total de 12 funcionarios divididos entre las áreas. A continuación, se detallan las áreas, direcciones y funciones de los colaboradores:

- Gerencia: Planifica, analiza, organiza, dirige y controla las actividades y funciones dentro de la organización. Se encarga de la toma de decisiones y el establecimiento de estrategias que ayuden a cumplir los objetivos a corto y largo plazo de la empresa.
- Jefe Financiero – Administrativo
 Funciones Financieras: Estima presupuestos para cada área. Se encarga de los procedimientos financieros y tributarios de la compañía, realizando planificaciones financieras a corto, mediano y largo plazo junto con la Dirección Gerencial. Adicional, examina y coordina el cumplimiento de las tareas del asistente contable.
 Funciones Administrativas: Se encarga de la gestión del personal, reclutamiento, selección y desarrollo profesional de los colaboradores.
- Asistente Contable: Se encarga de llevar un control de los documentos contables de la empresa, controlando de forma mensual los movimientos de los flujos de caja. Se reporta directamente con el Jefe Financiero – Administrativo.
- Asistente de compras: Es responsable del stock de materia prima, material de empaque e insumos para cubrir la demanda productiva para la exportación del producto final.
- Jefe de logística: Programa las actividades de transporte, distribución y almacenaje de la organización garantizando la calidad y eficacia de la mercancía.
- Asistente logístico: Se encarga del análisis y seguimiento de distribución de la mercancía; asiste y asesora a los clientes referentes a las facturas y ordenes de despacho. Responde directamente al Jefe de Logística.
- Jefe de exportaciones: Se encarga de realizar, revisar y monitorear la documentación y requisitos necesarios para la adecuada exportación del producto en conjunto con la Dirección de Procesos Logísticos; planifica el correcto manejo de los embarques de exportación con las agencias de aduanas, navieras y clientes finales en conjunto con la Dirección Gerencial hasta su llegada al puerto destino. Adicional, trabaja en

conjunto con el área de producción para tener una programación de los despachos de exportación con el inventario de producto final.

- Asistente de exportación: Se encarga de llevar el control de los costos y gastos de las exportaciones; envía y realiza seguimiento a las cotizaciones, ingresa solicitudes de exportación y órdenes de venta. Adicional, brinda atención a los clientes extranjeros además de coordinar el envío de muestras a los distribuidores en el Exterior.
- Jefe de producción: Se encarga de la planificación de recursos de materiales, de la mano con el asistente de compras de materias primas e insumo. Supervisa todo el proceso de transformación del producto, desde la materia prima hasta el producto final; además de controlar los ajustes y mejoras de calidad, de igual forma los procesos de mantenimiento de las maquinarias.
- Operarios: Se encarga directamente de la producción del jabón a base propóleos.

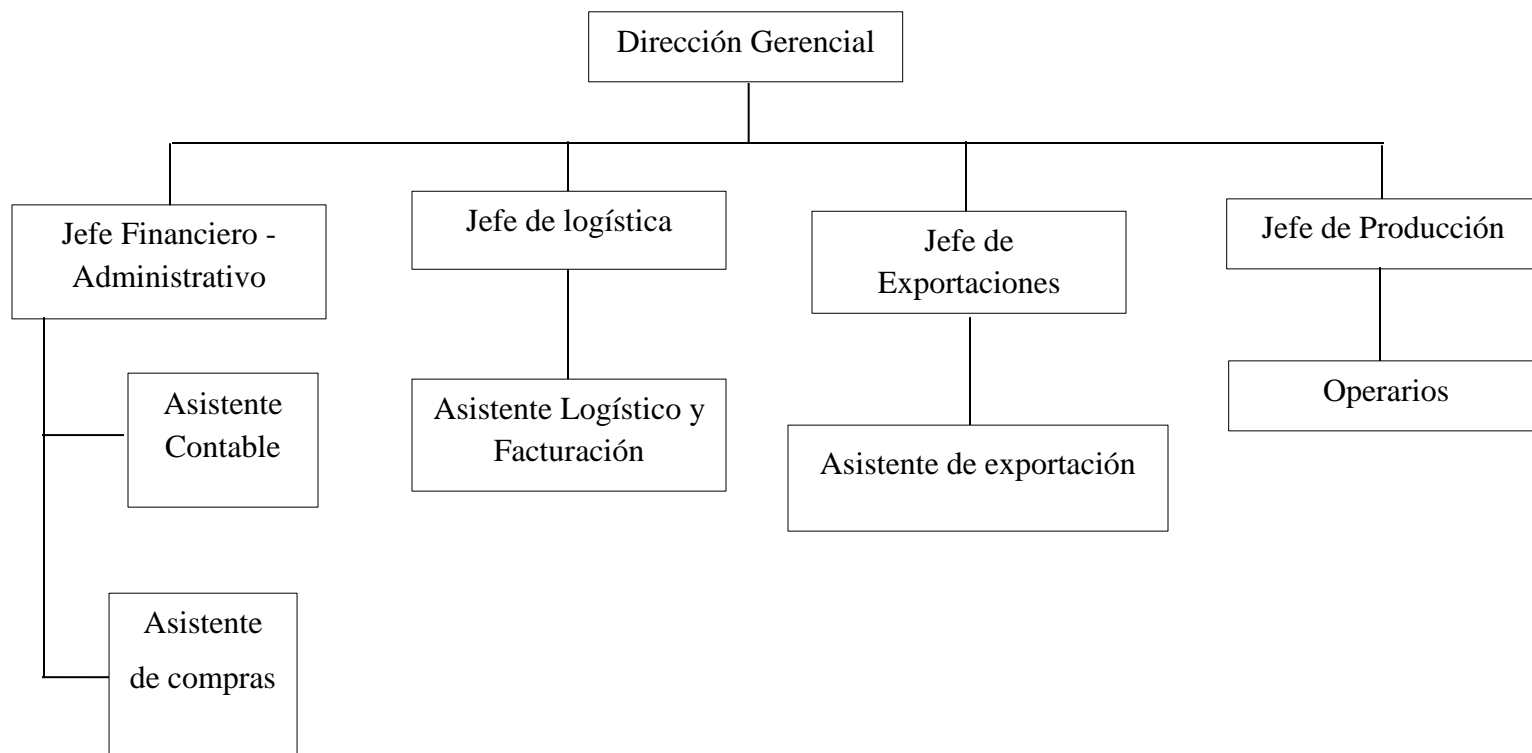


Figura 2. Estructura Organizacional de BeeGreen S.A.

Materia Prima

La materia prima necesaria para la producción de los jabones son: propóleo líquido, miel de abeja, cera de abeja y glicerina neutra.

Propóleo líquido.

El propóleos resulta tener una composición compleja, en su mayoría de componentes de origen vegetal y que ayudan o tienen funciones específicas en los panales y colmenas de las abejas (Viloria, Gil, Durango, & García, 2012).

A continuación, se especifica cómo se encuentran compuestos los propóleos:

Tabla 4
Composición general de los propóleos

Compuesto	%
Resinas y bálsamos	50 – 55
Cera de abejas	30 – 40
Aceites esenciales o volátiles	5 – 10
Polen	5
Materiales orgánicos y minerales	5

Nota. Adaptado de (Viloria, Gil, Durango, & García, 2012)

Gracias a las diferentes investigaciones que se han hecho a los propóleos, se han logrado identificar más de 160 compuestos. De estos, un 50% son fenoles, compuestos orgánicos a quienes se les atribuye las acciones curativas de los propóleos por sus propiedades bactericidas, sanitizantes y antisépticas (Wade, 2017).

Además de los fenoles, existen otros compuestos minerales que se encuentran en pequeñas cantidades que casi son imperceptibles pero que a su vez son de suma importancia para la actividad biológica y metabolismo celular de los propóleos. Entre estos se encuentran la provitamina A, algunas vitaminas B especialmente la vitamina B3 también conocida como nicotanamida. Además se pueden encontrar aminoácidos, polisacáridos y lactonas (Wade, 2017).

La resina es una savia de árboles que a menudo se encuentran en las ramas y los troncos de los árboles en la primavera. Las abejas recogen las resinas de la planta y en la colmena con algunos cambios la usan como sellador, pulidor o desinfectante y momificador de los insectos muertos. La cera es un material amarillento, suave y altamente absorbible, que generalmente es producido por la abeja melífera. Las ceras contienen ésteres, ácidos, alcoholes altos en grasa y, a veces, hidrocarburos libres. La cera es una sustancia estable y altamente resistente a la humedad, pero no resiste el calor y las presiones. El polen de las flores tiene un tremendo valor alimenticio y contiene más de 96 nutrientes diferentes. La composición exacta del polen recolectado por la abeja melífera depende de la flor de la cual se recolecta. El polen de las flores es rico en aminoácidos esenciales, vitaminas, sales minerales y hormonas (Wade, 2017).

Dentro de los propóleos se encuentran los flavonoides que son pigmentos naturales presentes en todos los vegetales. Los flavonoides cumplen la función de proteger los daños producidos por agentes oxidantes como los rayos ultravioletas emitidos por el sol, la contaminación ambiental y otras sustancias químicas. Los flavonoides no pueden ser producidos por el cuerpo humano, es por ello que las personas tienen que obtenerlo mediante alimentos o alguna otra forma de suplementos ricos en flavonoides. Estos pueden ser encontrados en frutas, plantas y verduras y son esenciales para la dieta humana. La industria cosmetológica la utiliza bastante en cremas u otros productos (Viloria, Gil, Durango, & García, 2012).

Producción del propóleos en el Ecuador.

Los propóleos son derivados que se obtienen de las actividades apícolas. El sector de la apicultura no se encuentra muy desarrollado por factores como el apoyo del estado, falta de organización e inversión. Es por ello que, el gobierno a raíz de haber identificado el potencial que tiene Ecuador en la producción de miel y otros derivados de las abejas, decidió impulsar este sector junto con el Ministerio de Agricultura y Ganadería a través de asistencias técnicas, transferencias de tecnología y créditos financieros en su denominado Programa Nacional Apícola (Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAG], 2018).

Según un Registro Apícola Nacional realizado en noviembre del 2017, Ecuador contaba con un total de 1400 apicultores registrados y 15820 colmenas de abejas registradas. Para el último registro apícola efectuado en junio del 2019 el número de apicultores registrados aumentó 1760 y el número de colmenas a 19115. Además, este informe rescató que se registran actividades apícolas debidamente registradas en 23 provincias del país, exceptuando Galápagos (Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAG], 2018).

Tabla 5

Provincias con mayor participación en actividad Apícola en el Ecuador

Provincias	Apicultores Registrados	Colmenas
Loja	325	2429
Manabí	146	1820
Santa Elena	144	828
Azuay	118	854
Chimborazo	114	1190

Nota. Adaptado de (Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAG], 2018)

El Ministerio de Agricultura busca identificar y registrar todos los apicultores del país y sus colmenas para poder llevar control de las cantidades producidas, cuáles son los tipos de producción que se realizan, entre otros indicados. Esto con el fin de poder una mayor visión y de esta manera aplicar de forma eficiente el Programa Nacional Apícola (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2017).

La producción apícola en el país, con la información que el Ministerio de Agricultura ha logrado obtener, se estima que es más enfocada a la extracción de cera de abeja, propóleos y miel, siendo esta última la que más es producida por los apicultores.

Tabla 6*Distribución de derivados de la producción apícola en Ecuador*

Derivado	%
Miel de abeja	85%
Propóleos	6%
Cera de abeja	5%
Polen	3%
Jalea real	0.9%
Apitoxina	0.1%

Nota. Adaptado de (Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAG], 2018).

Para el año 2014, la producción de propóleos alcanzó un total nacional de 31534.54 kilogramos. Como ya se mencionó, el MAG está trabajando para poder obtener las cifras más concretas sobre la producción apícola y sus derivados. De la información obtenida, se estima que un colmena es capaz de producir hasta 30 kg de derivados en conjunto en un año. Este valor multiplicado por el número de colmenas registradas a la fecha, 19115, da un total de 573450 kg de productos apícolas entre los ya mencionados. La producción de propóleos equivale a un 6% del total; es decir, la capacidad productiva actual de propóleos en Ecuador es de 34407 kilogramos anuales (Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAG], 2018).

Cultivo y extracción del propóleo.

Como ya se ha mencionado en varias ocasiones, el propóleos es un derivado de la producción apícola. El propóleo puede ser extraído de dos formas: el método de raspado o el método a través de la utilización de rejillas. La primera se utiliza para extraer directamente de las colmenas o panales. La segunda, es la más utilizada por los apicultores donde utilizan los denominados apiarios que cuentan con rejillas internas (MielArlanza, 2017).

Método de raspado.

El raspado de propóleos consiste en que, con la utilización de una espátula o cualquiera elemento con el que se pueda cortar, el artesano apicultor raspa cuidadosamente cada una de las partes del panal donde las abejas hayan depositado propóleos (MielArlanza, 2017).

Este proceso resulta ser el menos eficiente y eficaz ya que toma mucho tiempo y se obtiene mucho desperdicio y pérdida del producto. El propóleo obtenido a través del raspado normalmente es el de menor calidad por la cantidad de impurezas que este trae. Por el tiempo que el propóleo llega a estar en las colmenas, puede llegar a perder muchas de sus propiedades e incluso tener restos de animales muertos y momificados (MielArlanza, 2017).

Método de rejillas o mallas.

Por otro lado, con la utilización de rejillas el propóleo que se obtiene es de mayor calidad, más fácil de extraer y con una cantidad ínfima de desperdicio. La calidad del producto que se obtiene es consecuencia de que este método es utilizado desde un inicio para la producción de miel y propóleos por los apicultores en las mejores condiciones para sus colmenas (MielArlanza, 2017).

Dentro de los apiarios se colocan mallas o rejillas con pequeños orificios menos a tres milímetros por donde las abejas no puede pasar. Las abejas tapan estos huecos para evitar el paso de vientos fríos o que algún otro animal o enemigo entre a sus colmenas. Luego de un periodo máximo de seis meses, las rejillas son guardadas en un congelador por una hora aproximadamente. Una vez el propóleo se encuentre congelado, es más sencilla su extracción, solo es necesario sacudir las mallas (MielArlanza, 2017).

Procesamiento del propóleo líquido.

Como ya se mencionó anteriormente, el propóleo ha sido utilizado y consumido desde hace mucho tiempo atrás. Con el paso de los años y gracias a las investigaciones que se han realizado, se identificó que si el propóleo se lo consumía deliudo, el

organismo humano asimilaría en mayor proporción los componentes del propóleo y sus beneficios (Bogdanov, Propolis: biological properties and medical application, 2016).

Al propóleo disuelto se lo denomina tinturado de propóleo. Los tinturados son preparados con etanol, glicol o aceite de oliva. Estos dos últimos son mejores para aplicaciones directas con la piel. El etanol es el mejor disolvente para extraer las sustancias bioactivas (Bogdanov, Propolis: biological properties and medical application, 2016).

La preparación del titurado resultado no ser compleja. Para la misma es necesario utilizar etanol de 70 por ciento, colocar el propóleo puro y dejarlo reposar por un periodo de 10 a 30 días. La proporción en las cantidades de propóleo y etanol determinará el porcentaje del concentrado del tinturado de propóleo. Estudios determinan que la mejor combinación de propóleo y etanol es 40 gramos por cada 100 mililitros. Con esto se obtendría un tinturado de propóleo concentrado al 40 por ciento (Bogdanov, Propolis: biological properties and medical application, 2016).

Miel de abeja.

Así como el propóleo, la miel de abeja también cuenta un alto número de minerales como lo es el potasio, calcio, sodio, magnesio, zinc y vitaminas A, B1, C, D, E y K. La miel de abeja tiene propiedades comprobadas que ayudan en el cuidado capilar nutriendo el pelo, ayuda a la hidratación de la piel y problemas en la dermis como el acné y la resequedad (Pashte & Said, 2015).

La miel ayuda a que la piel mantenga su elasticidad y acelera su regeneración y tonificación. Este jaraba resulta ser un excelente exfoliante, manteniendo la piel limpia a profundidad y combatir las espinillas y el acné. Estimula el crecimiento del pelo y la producción de queratina (Pashte & Said, 2015).

Cera de abeja.

Al igual que los otros dos derivados apícolas ya mencionados, la cera de abeja también cuenta con propiedades nutritivas que benefician al cuerpo humano. La cera de

abeja posee un alto grado de vitamina A en su composición. Cuenta con propiedades antioxidantes e hidratantes (Bogdanov, 2009).

La cera de abeja en la cosmetología es utilizada como cera para depilación, dando un acabado más natural y sin reacciones posteriores como picazón. La cera tiene propiedades hidratantes y nutritivas, por lo que se la utiliza para bálsamos labiales y cremas. Otros usos es el dar brillo al cabello, incluso es utilizada para el tratamiento del cuero (Bogdanov, 2009).

Glicerina neutra.

Se utiliza la base de glicerina porque tiene un pH valor neutro; esto quiere decir que es muy parecido al pH de la piel humana. Al utilizar la glicerina, no existe algún impacto en la piel a diferencia de otros jabones industriales que utilizan grasas animales o vegetales que suelen generar irritaciones, sequedad y muchas personas pueden resultar alérgicas (Becker, 2014).

Proveedores de Materia Prima

Es importante una correcta selección de los proveedores. Para la elección de los mismos fue necesaria una investigación de empresas o productores que ofrezcan la materia prima que se necesitaba. Una vez identificados los potenciales proveedores, se procedió a consultar precios individuales y al por mayor para elegir en base a precio y calidad cuál sería el idóneo para nuestra operación.

Tabla 7

Proveedores de materia prima

Materia prima	Proveedores
Miel de abeja	Coromiel
Propóleo	Coromiel
Cera de abeja	Coromiel
Glicerina	Vectores Soluciones Industriales SA

Nota. Elaborado por autores.

Los mejores proveedores para la materia prima de origen apícola fueron Colmenares La Perla y Coromiel. Ambos ofrecían sus productos a un precio muy

competitivo, atractivo y similiar. La determinante para elegir cuál sería el proveedor es su localización. Colmenares La Perla queda ubicado en la provincia de Santo Domingo, mientras que Coromiel es una empresa apícola ubicada en la ciudad de Guayaquil.



Figura 3. Proveedores de productos apícolas.

Formulación Industrial del Jabón de Propóleo

Para la producción de los jabones de propóleo se necesitan los siguientes materiales o ingredientes:

- Propóleo líquido
- Cera de abeja
- Miel de abeja
- Glicerina o base de jabón

A continuación se detalla las cantidades de cada ingrediente necesarias para la elaboración de una unidad de jabón artesanal de propóleos:

Tabla 8

Ingredientes y cantidades para la elaboración una unidad de jabón

Ingredientes	Cantidad para 1 unidad
Miel de abeja	4 ml
Propóleo líquido	6 ml
Cera de abeja	2 g
Glicerina	80 g

Nota. Elaborado por autores

Para obtener el costo unitario para producir una unidad de jabón fue necesario realizar cotizaciones con los proveedores. A continuación, el detalle de los productos, el costo al por mayor y el peso o volumen de las presentaciones ofrecidas por los proveedores:

Tabla 9
Costos de materia prima

Ingredientes	Cantidad	Costo
Miel de abeja	1 L	\$11
Propóleo líquido	1 L	\$80
Cera de abeja	1 kg	\$15.50
Glicerina	1 kg	\$6.50

Nota. Elaborado por autores

El jabón de propóleos viene en una presentación de 90 g. Dados los costos al por mayor de nuestros proveedores, a continuación el detalle del costo unitario para producir un jabón de 90 gramos.

Tabla 10
Costos de materia prima para la producción de 1 unidad de jabón

Ingredientes	Cantidad para 1 unidad	Costo unitario
Miel de abeja	4 ml	\$0.044
Propóleos líquido	6 ml	\$0.48
Cera de abeja	2 g	\$0.031
Glicerina	80 g	\$0.52
		\$1.075

Nota. Elaborado por autores

Proceso de producción del jabón de propóleos

Es necesario detallar el proceso por el cuál pasar cada una de las materias primas, su almacenamiento, su tratamiento para la elaboración del jabón y su almacenamiento previa venta y distribución.

Diagrama de flujo

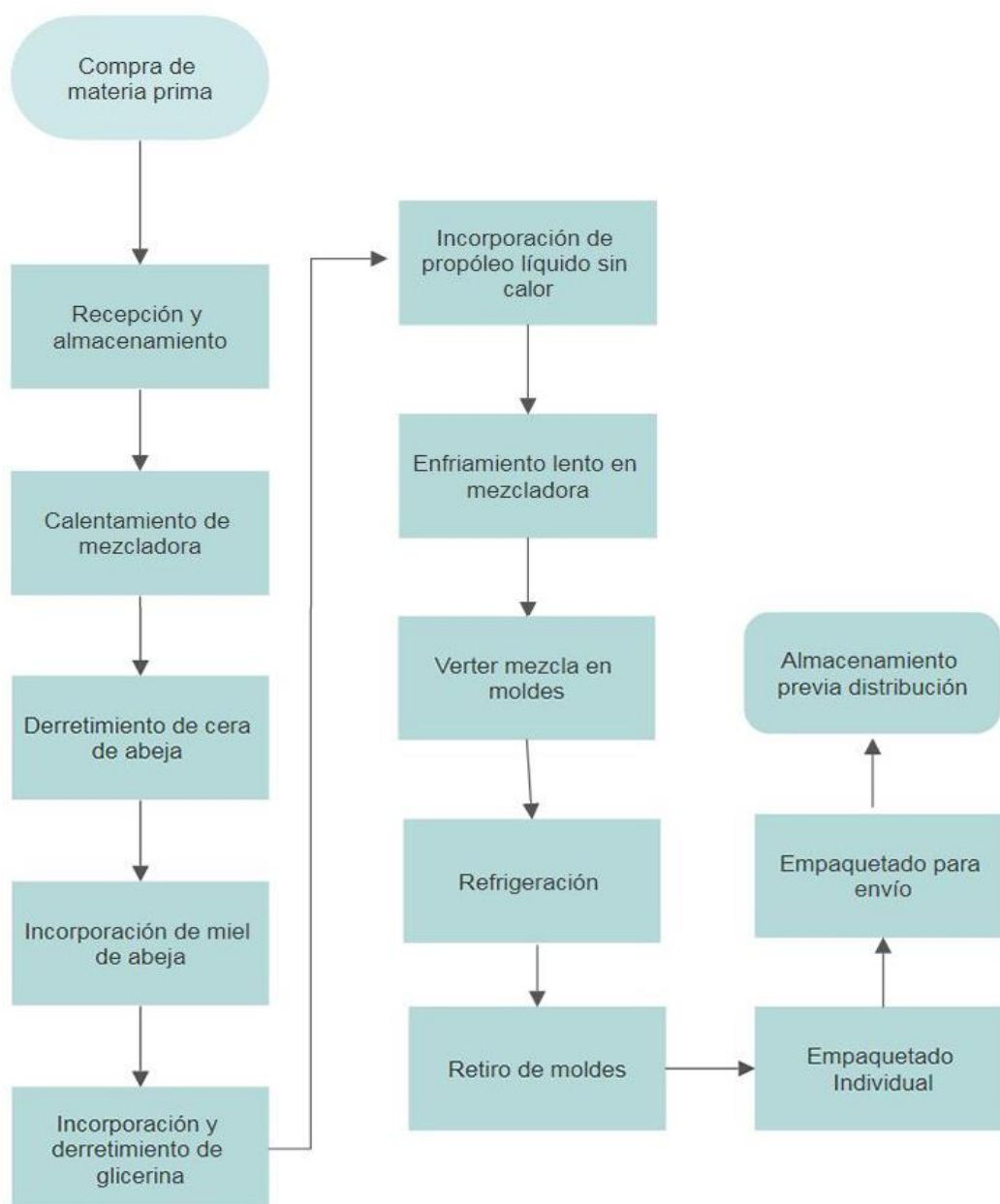


Figura 4. Proceso de producción de jabón de propóleo. Elaborado por autores.

Descripción del proceso de producción.

Compra de materia prima. Se realizará el pedido de la materia prima a los diferentes proveedores. Una vez recibidos los insumos, se valida que estos se encuentren en buen estado y cumplan con las especificaciones acordadas con los proveedores.

Recepción y almacenamiento de materia prima. La cera y la miel se almacenarán en contenedores de vidrio para mantener la frescura de los mismos. Estos, junto con la glicerina serán almacenados en refrigeración a temperaturas de entre 18 a 20 grados centígrados. El propóleo se puede guardar en estanterías y mantenerse a temperatura ambiente.

Calentamiento de mezcladora. La mermita es colocada por debajo y se calienta la mezcladora hasta que alcance una temperatura de 50 grados centígrados.

Derretimiento de cera de abeja. Se coloca la cera de abeja dentro de la mezcladora y empieza el proceso de derretimiento. Es necesario bajar la temperatura gradualmente hasta que alcance una temperatura de 40 grados.

Incorporación de miel de abeja. Se incorpora la miel de abeja a la miel. Es necesario que la cera esté a una temperatura menor a 42 grados ya que a mayor temperatura podría perder sus propiedades y beneficios.

Incorporación y derretimiento de glicerina. Se añade la glicerina sólida dentro de la mezcladora y se espera hasta que se derrita por completo.

Incorporación de propóleo líquido sin calor. Se vierte el tinturado de propóleo dentro de la mezcla. Es necesario apagar la mermita.

Enfriamiento lento en mezcladora. Mantener mezclando hasta que se alcance una temperatura de entre 26 a 30 grados.

Verter mezcla en moldes. Se vierte la mezcla dentro de los moldes. Cada molde tiene una capacidad de hasta 12 jabones.

Refrigeración. El punto de fusión de la glicerina es de 18 grados centígrados. Se refrigeran los jabones hasta que se encuentren sólidos y fríos hasta su interior. El tiempo aproximado es de dos horas.

Retiro de moldes. Una vez que los jabones están completamente sólidos, se los retira los moldes y se los coloca en una bandeja.

Empaquetado individual. Se coloca los jabones dentro de sus cajas individuales con su respectivo etiquetado e información obligatoria.

Empaquetado para envío. Dentro de cada caja cabe un total de 100 jabones.

Almacenamiento previa distribución. Se almacenen las jabones empaquetados dentro de un cuarto con aire acondicionado para mantener el ambiente frío de entre 16 a 18 grados para evitar cualquier plaga que amenace el producto.

Certificados de calidad

El jabón a base de propóleos es un producto cosmético que al tener un contacto directo con la piel tiene que cumplir con una serie de certificaciones de calidad mas que todo para preservar la salud de sus consumidores.

Para su producción en país, estos productos tienen que cumplir con el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 093 1R Productos Cosméticos. Este reglamento tiene la finalidad de establecer los requisitos que todos los productos cosméticos deben cumplir para así, proteger la salud, vida y seguridad de las personas y el medio ambiente (Ministerio de Industrias y Productividad, 2013).

Para que un producto cosmético pase la revisión INEN 093 deberá cumplir con una serie de condiciones:

- Tener etiquetado, instrucciones de uso y eliminación.
- Cumplir con alguna de las condiciones establecidas que se detallan en la tabla 12.
- No contar con productos prohibidos y restringidos por la *Food & Drug Administration* de los Estados Unidos de Norte América [FDA].
- Notificación Sanitaria Obligatoria [NSO].
- Adoptar la Norma Técnica Armonizada de Buenas Prácticas de Manufactura Cosmética o la Norma ISO 22716 vigente.
- Cumplimiento de requisitos de la calidad microbiológica detallado en la tabla 13 en base a las normas ISO 21148, ISO 21149, ISO 22717, ISO 22718, ISO 21150, ISO 18416 e ISO 18415.

Tabla 11*Condiciones técnicas normas INEN*

Condición	Límite
pH ácido	≤ 3
pH alcalino	≥ 10
Soluciones hidroalcohólicas	$\geq 20\%$
Temperatura de llenado	$\geq 65^\circ \text{C}$
Actividad de agua	≤ 0.75
Productos de base solvente	Sin límite
Productos oxidantes	Sin límite
Clorhidrato de aluminio y sales relacionadas	15 % al 25 %

Nota. Tomado de (Ministerio de Industrias y Productividad, 2013).

Tabla 12*Requisitos microbiológicos para los productos cosméticos en España*

Área de aplicación	Límites de aceptabilidad
---------------------------	---------------------------------

Productos para uso en infantiles menores a 3 años	a) Recuento de microorganismos mesófilos aerobios totales, no más de 10^2 UFC/g o ml. Límite máximo 5×10^2 UFC/g o ml.
Productos para uso en área de ojos	b) Ausencia de Pseudomonas aeruginosa en 1 g o ml
Productos que entran en contacto con las membranas mucosas	c) Ausencia de Staphylococcus aureus en 1 g o ml.
	d) Ausencia de Coliformes totales y fecales en 1 g o ml.
	e) Ausencia de Clostridios sulfito reductores en 1 g (exclusivamente para talcos).
Demás productos de contaminación microbiológica	a) Recuento de microorganismos mesófilos aerobios totales, no más de 10^3 UFC/g o ml. Límite máximo 5×10^3 UFC/g o ml.
	b) Ausencia de Pseudomonas aeruginosa en 1 g o ml
	c) Ausencia de Staphylococcus aureus en 1 g o ml.
	d) Ausencia de Coliformes totales y fecales en 1 g o ml.
	e) Ausencia de Clostridios sulfito en 1 g (exclusivamente para talcos).

Nota. Tomado de (Ministerio de Industrias y Productividad, 2013).

Para su importación a España, es necesario que nuestros distribuidores, realicen una declaración de inicio de actividades de importación de cosméticos a la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios [AEMPS]. La AEMPS realizará las debidas inspecciones tanto del productor como las del producto cosmético. Una vez aprobada la solicitud, el importador podrá empezar sus actividades comerciales y optendrá una licencia por un periodo máximo de cinco años (Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios, 2018).

Capítulo IV: Estudio de mercado

En este capítulo se analizará el mercado al cual el producto se va a exportar, se describe la situación externa mediante el instrumento PEST y la situación interna a través del análisis de las fuerzas estipuladas por Michael Porter. Seguidamente, se define la competencia y demanda internacional, la oferta exportable y al final se explicará la propuesta y proceso de exportación del jabón a base de propóleos.

Análisis PEST España

PEST es un acrónimo para cuatro factores: político, económico, social y tecnológico. Estos cuatro factores son utilizados para poder realizar un análisis profundo y entender la situación actual de un país. El análisis PEST identifica los cambios y efectos del macroambiente sobre una determinada empresa o firma. El objetivo de este análisis es entender los factores externos y evaluar como la empresa tiene que evolucionar para adaptarse a este país (Cooper, 2014).

Factor político.

En lo que respecta al panorama político, el factor más notable es que España es miembro de la Unión Europea. Sin embargo, España ha tenido un alto déficit fiscal durante la mayor parte de los últimos diez años, lo que significa que el gobierno gasta más de lo que gana, lo que ha llevado a una creciente deuda pública (BBC, 2020).

España, también denominada Reino de España, es un estado social y democrático de derecho que se maneja bajo una forma de gobierno de monarquía parlamentaria. Su territorio está dividido en 17 comunidades autónomas, figura que nace en la constitución española de 1978, éstas a su vez subdivididas en 50 provincias y dos ciudades autónomas. El reino español, cuya capital es Madrid, es gobernada por Felipe VI y Pedro Sánchez del Partido Socialista Obrero Español [PSOE] como presidente de gobierno (Instituto Nacional de Estadística, 2019).

España es miembro de varias instituciones poderosas del mundo, como por ejemplo: las Naciones Unidas [ONU], la Unión Europea [UE], la Eurozona, el Consejo de Europa [CoE], la Organización del Tratado del Atlántico Norte [OTAN], la

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OCDE] y la Organización Mundial de Comercio [OMC] (BBC, 2020).

España juega un papel importante en la UE y más allá, particularmente en las actividades de seguridad internacional. Sin embargo, la inestabilidad política en el país ha dañado su imagen global. Cataluña, una región semiautónoma, ha estado haciendo campaña por la independencia durante mucho tiempo. Esto ha sumido a España en su mayor crisis política en 40 años (BBC, 2019). El intento de independencia, las manifestaciones periódicas a favor y en contra, los enfrentamientos violentos y las sentencias de cárcel de algunos políticos y activistas catalanes han agravado la crisis.

España también tiene una disputa territorial con el Reino Unido sobre Gibraltar. Del mismo modo, los desacuerdos entre los partidos políticos y las elecciones generales múltiples en un período relativamente corto no hacen mucho bien al país. Se piensa que lo que España necesita urgentemente es una reconciliación política (BBC, 2020).

Factor económico.

España es la décimo tercer economía más grande del mundo. Su Producto Interno Bruto [PIB] para el año 2018 fue de \$1426,19 mil millones de dólares, lo que representó aproximadamente el 2,30% de la economía global. Según los modelos económicos, España proyecta cerrar el año 2020 con un PIB de \$1720 mil millones. La economía ha estado creciendo bien durante los últimos cinco años. Se expandió un 2,4% en 2018. finalizó el tercer trimestre del 2019 como la economía número 12 y proyectó un cierre del 2019 con un crecimiento del 3,2% (Trading Economics, 2019).

España enfrentó graves desafíos económicos entre 2007 y 2014 cuando perdió aproximadamente 3,8 millones de empleos y los salarios reales también cayeron un 10%. La economía aún no se ha recuperado por completo. A septiembre de 2019, la tasa de desempleo es del 14.2%, que es la segunda más alta en la Unión Europea después de Grecia (Eurostat, 2019). La tasa de pobreza es alta, y muchos empleos son temporales creando incertidumbres continuas. Sin embargo, las exportaciones han aumentado y la demanda del consumidor interno también está en aumento (Trading Economics, 2019).

Las industrias claves que contribuyen significativamente al PIB de España son el turismo, la manufactura, la agricultura, la energía y la electricidad. Las exportaciones de España está destinadas principalmente a países como Francia, Alemania e Italia, mientras que importa bienes de consumo, maquinaria, productos químicos y otros productos principalmente de Alemania, Francia y China (Worldatlas, 2019).

Factor social.

Los españoles en general, son muy amigables y tal vez más abiertos que la mayoría de los demás ciudadanos europeos. La población total del país es de 47,1 millones de habitantes según datos del año 2019 (Instituto Nacional de Estadística, 2019). Los principales idiomas son el español, el catalán y su variante valenciano, gallego y euskera. La esperanza de vida para los hombres es de 79 años, mientras que 85 años para las mujeres (BBC, 2020). La población está dividida en un 49% varones y un 51% mujeres.

La vida en España es generalmente relajada, lo que se beneficia de un excelente clima y un costo de vida relativamente asequible. La educación y la salud son de acceso general para sus habitantes. La religión más practicada en España es el catolicismo. El turismo es un atractivo en España por su arquitectura y gastronomía mediterránea rica y popular en todo el mundo (BBC, 2020).

El salario mínimo interprofesional de España es de 1050 euros al mes, lo que equivale a 1169,42 dólares americanos. El ingreso per cápita para el 2019 ascendió a 26636 euros. El costo de vida estimado en España para una familia de cuatro integrantes es de 3041 euros mensuales, mientras que los costos de vida para una sola persona asciende a 1567 euros (Instituto Nacional de Estadística, 2019).

Factor tecnológico.

España es una nación avanzada en tecnología. Fue uno de los primeros países de la UE que ha emitido todas las tarjetas de identidad nacionales en formato electrónico. Las empresas españolas han estado a la vanguardia del desarrollo tecnológico y la innovación. Sus contribuciones en el control del tráfico aéreo y vial, valores

internacionales, energías renovables, ingeniería civil y comunicaciones móviles son bien conocidas en todo el mundo (MIT Technology Review, 2019).

España incluso tiene su propio sistema de trenes de alta velocidad, aunque la lista de destinos es bastante limitada. En España, así como en otros países, la implementación y uso de la tecnología apunta a mejorar la producción, reducir costos, producir a un menor tiempo y obtener mayores beneficios. Sin embargo, los profesionales en tecnológica no son tantos como en otros países de Europa central. Los españoles son bien conocidos por su uso generalizado de las redes sociales. Las principales redes sociales en uso en España son Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter, YouTube y Reddit (MIT Technology Review, 2019).

Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter

El tener la capacidad de poder comprender todas las fuerzas competitivas, y todas sus causantes, permite tener una visión clara de dónde se origina la rentabilidad de un sector determinado del mercado. De esta manera, se tiene un marco con el cuál se puede anticipar a los competidores. Para un empresaria es sumamente importante entender la situación de su sector tanto como su posición como empresa dentro de el. Eso permite poder aplicar una serie de estrategias con mayor efectividad (Porter, 2009).

Amenaza de nuevos entrantes.

La entrada de nuevos comerciantes dentro de un sector se traslada en la introducción de capacidades de introducción y mejoras, con el deseo de adquirir una mayor participación en el mercado. Este deseo se traduce en un presión o competencia en los precios y costos, así como las inversiones que cada miembro del sector estará dispuesto a arriesgarse para mantener su rentabilidad es un mar cada vez más rojo. Los nuevos entrantes son una amenaza puesto que a los antiguos les tocará reducir los costos o aumentar la inversión con el fin de desalentar a estos potenciales nuevos competidores, así como otras barreras de entrada (Porter, 2009).

Entre algunas barreras de entrada que posiblemente nuestra empresa tenga al momento de adentrarse al mercado español son las economías de escala y los canales de distribución. Respecto a las economías de escala, hoy en día dentro del mercado de

jabones, las grandes marcas tienen una ventaja ya que poseen procesos de producción industrializados por lo que logran disminuir sus costos unitarios y poder vender sus productos a un precio más atractivo. Al ser una empresa nueva en el mercado, los costos de producción podrían ser mayores. Debido a esto, se buscará producir la mayor cantidad de producto manteniendo la calidad y propiedades del propóleo.

Por otro lado, en España así como en otros países como Estados Unidos o el mismo Ecuador, los grandes supermercados han optado por elaborar sus propias marcas de productos debido al volumen demandado de estos productos, en este caso jabones. Es por ello que, se buscará entrar al mercado español a través de distribuidores especializados en productos artesanales y naturales así como distribuidores generalistas de productos de cuidado personal.

Poder de negociación de los proveedores.

Dentro del poder de negociación de los proveedores, Porter expone que los proveedores son los agentes económicos que tienen el poder sobre los insumos, productos o servicios necesarios para la producción de nuestros productos. Un proveedor tendrá más poder de negociación si es capaz de influir en una mayor manera sobre la toma de decisiones de la empresa que desea adquirir sus insumos (Porter, 2009).

Entre los principales materiales para la producción del jabón a base de propóleos, están el extracto de propóleos, cera de abejas y glicerina. Como estrategia se decidió que nuestra empresa contará con más de un proveedor de estos componentes para que de esta manera el proveedor no tenga un mayor poder. Actualmente contamos con dos proveedores para los productos derivados de las actividades de las abejas.

Poder de negociación de los compradores.

Los clientes, posiblemente sean quienes más poder tengan sobre un sector del mercado. Ellos son quienes pueden forzar la baja de los precios, exigir una mayor calidad de los productos u otros beneficios como regalos. Las empresas buscan las maneras de poder satisfacer a los clientes en lo más que puedan; esto resulta en la mayoría de los casos en un alza de los costos. Los compradores tienden a ser muy poderosos si es que tienen esa capacidad influenciadora en el mercado, aún si el precio

es el factor más sensible ya que pueden utilizarlo como principal razón para ejercer mayor presión sobre los productores (Porter, 2009).

Los bienes y servicios diferenciadores tienen a disminuir esta sensibilidad en el factor precio. Puesto que, los consumidores que buscan este tipo de productos están dispuestos a aceptar el precio ofrecido en el mercado ya que perciben los beneficios de estos productos como únicos.

La cantidad de productos para el cuidado personal es considerable, sin embargo, el jabón a base de propóleos brindará beneficios a sus consumidores en el mercado español, que sumado a un precio competitivo y a su calidad de exportación, lo convertirá en un producto sobre el que los compradores no tengan mucho poder de negociación.

Amenaza de productos o servicios sustitutos.

Los productos sustitutos son aquellos que tienen funciones similares o incluso idénticas a los productos de la empresa pero de una manera distinta. Porter explica que un producto tiene un sustituto cuando se puede prescindir de ese producto. El consumidor puede optar por comprar sustitutos que le brinden los mismos beneficios pero a un precio menor (Popper, 1980).

Productos sustitutos del jabón de propóleos podrían ser cualquier otro tipo de jabón tanto industrial como artesanal con otro tipo de base como chocolate, sábila o incluso extractos de marihuana.

Rivalidad entre competidores existentes.

Entre los competidores de un sector o mercado, existe una rivalidad que puede verse de muchas maneras como descuentos, campañas publicitarias, mejora en servicios o lanzamiento de nuevas líneas de productos. Cada competidor busca la manera de generar mayor rentabilidad a costa de conseguir satisfacer las necesidades de los consumidores con diferentes combinaciones de precios, presentaciones y pertenencia de marca (Porter, 2009).

Interpretación de los resultados PEST y Fuerzas de Porter

Luego de recabar información de la situación actual de España y cuáles son las tendencias a futuros años, macroentorno en el cuál BeeGreen S.A. se desenvolvería, encontramos que el mercado español resulta ser atractivo más que todo por su creciente tendencia de consumo enfocada en productos con impacto cero en la salud.

Su economía ha venido mejorando, así como su situación política, lo que genera más tranquilidad a sus habitantes y al comercio en general. Entre los principales problemas identificados es la amenaza de nuevas empresas que ofrezcan productos similares. En España existe diversidad de jabones con varios productos naturales pero no de propóleo, lo que es un mar azul libre para la competencia que quiera incursionar en la producción y comercialización de jabones de propóleo.

Competencia Internacional

La industria de la cosmética natural cada vez está mas diversa, llegando a ser una industria altamente competitiva en mercados internacionales debido al cambio de la tendencia de consumo en los últimos años. Conforme a lo explicado en los capítulos preliminares la partida arancelaria que describe al producto que se plantea exportar es la partida arancelaria 3401.11.00.00.

Asimismo, es importante resaltar los principales países exportadores de este producto y su participación en el mercado mundial. En la Tabla 13 se observa los principales mercados oferentes del producto y su valor de exportaciones en el 2017 mediante la partida arancelaria previamente explicada, en donde los 3 principales países exportadores del producto son Alemania con un porcentaje de participación de 15%, seguido de Indonesia y Turquía. Según The Observatory of Economic Complexity (2017) el valor total de exportaciones en esta industria es de 2.1 billones de dólares.

Tabla 13*Países exportadores de jabones*

Países	% de participación	Valor de exportaciones (Millones de dólares)
Alemania	15%	439
Indonesia	8,6%	249
Turquía	6,3%	183
China	5,4%	158
Reino Unido	5,1%	147
Malasia	4,6%	135
Estados Unidos	4,6%	132
India	2,6%	76.6

Nota. Tomado de *The Observatory of Economic Complexity* (2017).

Respecto al mercado español, España ha logrado lograr el nivel óptimo de sus importaciones y exportaciones de productos referentes a la cosmética natural, en la siguiente tabla se muestra la lista de mercados proveedores de este producto hacia España mediante la partida arancelaria 340111 desde el 2016 hasta el 2019.

Durante estos años los principales oferentes del producto “jabones y preparaciones de limpieza incluso los medicinales” hacia el mercado español fueron Alemania seguido de Italia y Francia. Entre 2017 y 2018 el valor importado referente a esta industria en España registró un incremento de 17%, al aumentar desde \$164 millones a \$192 millones de dólares.

Tabla 14*Países exportadores de jabones hacia España*

País Exportador	2016	2017	2018	2019
Alemania	34.741.157	42.414.471	46.854.597	35.117.972
Italia	30.420.870	20.082.862	26.533.232	21.641.075
Francia	14.513.311	18.191.738	23.162.475	16.443.712
Países Bajos	8.826.042	19.674.683	22.459.818	12.801.462
Reino Unido	13.182.756	11.404.973	11.753.454	10.098.233
China	9.345.301	7.185.516	8.083.842	7.870.228
Portugal	5.324.120	6.907.088	7.369.537	5.750.807
Polonia	4.883.231	5.115.133	5.833.031	5.145.835
Croacia	1.528.460	7.729.709	7.407.668	4.775.509
Bélgica	2.913.755	3.422.445	4.780.207	3.170.670
Otros	24.134.564	21.899.213	28.224.313	18.886.218
Total	149,813,568	164,027,830	192,462,174	141,701,722

Nota. Tomado de Trade Map (2019).

Demanda Internacional

Actualmente, en el Ecuador las empresas productoras y exportadoras de jabones naturales son escasas, de hecho, en el mercado no existe una empresa consolidada en la venta, comercialización y producción de jabones a base de propóleos.

Por lo tanto, poder obtener información referencial de las exportaciones de jabones en el Ecuador hacia el mundo, se utilizó la partida arancelaria 3401110000, es importante mencionar que el 95.11% de estas exportaciones se las realiza a través del medio de transporte marítimo.

A continuación, se detallan las principales 10 empresas exportadoras mediante la partida arancelaria mencionada anteriormente:

Tabla 15*Empresas exportadoras del producto seleccionado en el Ecuador*

Empresa	Total USD FOB	%	Total Kg
Colgate Palmolive Del Ecuador S.A.I.C	83,283	39.22%	47,233
La Fabril S.A.	71,878	33.85%	56,94
Salgraf Cia. Ltda	17,939	8.45%	122,578
Unilever Andina Ecuador S.A	15,494	7.30%	6,894
Laboratorio Neo Fármaco Del Ecuador.	13,378	6.30%	1,303
Fundación Chankuap Recursos Para El Futuro	6,227	2.93%	366
Productos Avon Ecuador S.A.	3,218	1.52%	260
Vera Cedeño Fabrizio Alejandro	378	0.18%	165
Alayon Hurtado Laura María	350	0.16%	4
Manosecuadorianas S.A.	216	0.10%	51
Totales	212,364	100.00%	235,796

Nota. Adaptado de (VeriTrade, 2019).

Sin embargo, es de suma importancia recalcar, que las empresas líderes en el mercado de exportación de jabones en el Ecuador son empresas internacionales productoras a gran escala como Colgate Palmolive del Ecuador, La Fabril S.A y Unilever Andina Ecuador S.A, estas son compañías que tienen años en el mercado ecuatoriano ofertando artículos de cuidado e higiene personal.

Por otro lado, es importante mencionar los principales países a los que Ecuador exporta este producto. Según (Trade Map, 2019) las exportaciones de este producto desde Ecuador tienen un total USD FOB de 212,364. Perú y Colombia son los principales destinos de estos productos, representando un 85,62% de las exportaciones. En la siguiente tabla se describen los principales países a los que Ecuador exporta en total USD FOB y el total de Kilogramos siguiendo la partida arancelaria 340111 en el 2019.

Tabla 16

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Ecuador en 2019

País	Total US\$ FOB	Total KG
Perú	106,726	172,294
Colombia	75,096	57,2
Bolivia	13,378	1,303
El salvador	9,99	4,411
Italia	6,227	366
Países bajos	350	4
Romania	240	2
Estados Unidos	188	111
Canadá	80	8
Turquía	30	19
Totales	212,364	235,796

Nota: Adaptado de Trade Map (2019)

Cosmética Natural en la Unión Europea

El mercado de la cosmética en Europa tiene una clara tendencia, apunta una mayor demanda de productos naturales y ecológicos para el cuidado personal. Los ingredientes naturales se utilizan cada vez más en productos cosméticos, los consumidores evitan productos que contengan ingredientes químicos como parabenos, ftalatos y lauril sulfato de sodio, debido a esto, las compañías de cosméticos están reemplazando los productos químicos sintéticos con ingredientes naturales (López, 2018).

Por lo tanto, existen una competencia en los mercados maduros, los principales mercados europeos comercializadores de cosmética natural son Francia, España, Italia y Gran Bretaña. En la Tabla 17 se muestran las tasas de crecimiento desde el 2013 al 2018 para el mercado europeo de cosméticos naturales, este mercado en el 2018 se valoró en 3.640 millones de dólares.

Tabla 17*Crecimiento del mercado de cosmética natural en la Unión Europea 2013 - 2018*

Año	Ingresos (€ billones)	Crecimiento (%)
2013	2,6	-
2014	2,77	6,4
2015	2,96	6,9
2016	3,15	6,9
2017	3,4	7,3
2018	3,64	7,8

Nota. Adaptado de *Center for the Promotion of Imports from developing countries* (2019).

El mercado europeo de cosméticos ofrece buenas oportunidades para los exportadores de productos naturales. Existe una fuerte demanda en las categorías de productos para el cuidado de la piel y el cabello, así como en artículos de tocador.

En la Figura 5 se detallan las ganancias del sector de cosmética en € mil millones en el año 2018, el cuidado de la piel es la categoría de producto más importante, en la que una amplia gama de productos utiliza ingredientes naturales. Los ingredientes de uso común incluyen aceites vegetales con propiedades funcionales o activas para productos corporales y faciales.

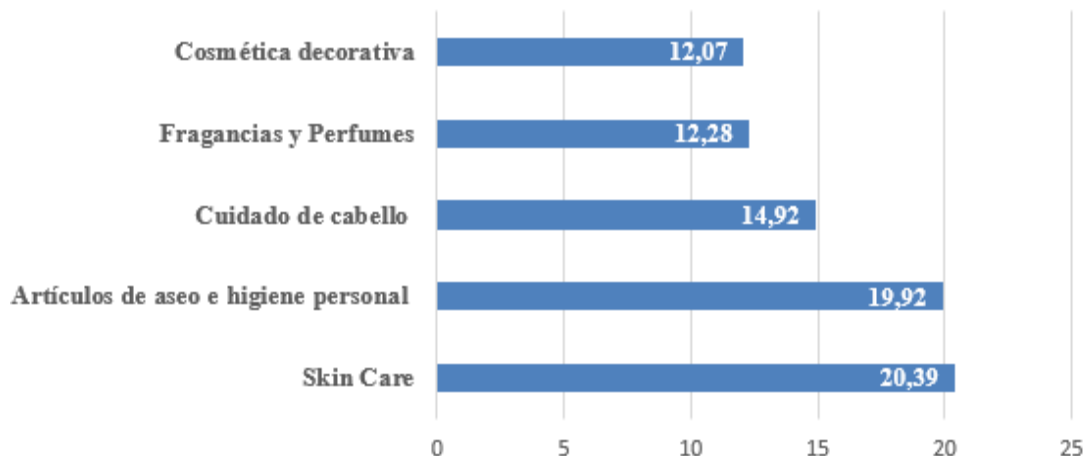


Figura 5. Mercado de cosméticos europeo por categoría de producto en el 2018.

Adaptado de Cosmetics Europe (2018).

Descripción general del mercado español

España es un país que año a año toma más conciencia acerca del cuidado y protección de la piel debido al constante cambio climático que viven los españoles. Durante el año 2017, el índice de mortalidad debido a enfermedades de la piel fue de 1691, cantidad que fue en aumento en relación a años anteriores, 1523 personas en el 2016 y 1318 en el 2014 (Instituto Nacional de Estadística, 2019). Según investigaciones presentadas por la Unidad de Investigación de la Academia Española de Dermatología y Venereología [AEDV], las enfermedades de piel más investigadas son los tumores cutáneos como el melanoma y otras enfermedades como la dermatitis y la psoriasis.

Por otra parte, el sector de la cosmética en España ha aumentado. En el primer semestre del 2017, según los datos de la patronal Stanpa, el sector de la cosmética tuvo un total en ventas de 3.045 millones de euros, esto representa un incremento del 2,2 por ciento comparándolo con el año anterior, poco a poco se ve un cambio en la tendencia de consumos de productos para la piel, los españoles buscan productos orgánicos, hechos a base de materiales extraídos de la naturaleza, es decir, productos sostenibles.

Así mismo, la cosmética sostenible en España tuvo un crecimiento de un 20% en el mes junio del año 2017 hasta junio 2018 y un incremento en ventas del 30% así lo indica la Sociedad Española de Químicos Cosméticos. Los bienes de aseo e higiene con

mayor demanda en el mercado son: cremas de manos, pies y cuerpo, jabones, geles y depilatorios.

En la actualidad, los consumidores son cada vez más responsables a la hora de adquirir productos, prefieren bienes que se identifiquen como seguros para la salud y para el medio ambiente, muchas de las empresas en España invierten en la mejora de procesos para poner en el mercado productos sostenibles. La cosmetica sostenible en este país ha crecido a pasos agigantados, Rocamora (2019) comenta qué:

La cosmética natural es la cosmética del futuro. Está avanzando a marchas forzadas y en pocos años los cambios están siendo evidentes. No es algo que esté empezando ahora, sino que ya llevamos varios años trabajando en ello. Las ventajas de la cosmética sostenible y natural son evidentes, y todas se derivan de la ventaja fundamental o principal: evitar, en la medida de lo posible, el daño del medioambiente durante la producción y el uso de los cosméticos. Se trata de productos que todos usamos diariamente en nuestra vida, por lo que el impacto de la sostenibilidad en este sector es algo que puede ser liderado desde la concienciación del consumidor (p. 10).

España impulsa el consumo y la producción de estos productos sostenibles siempre y cuando estén bajo un marco normativo en el que se detallen los procesos y políticas del mismo. Sin embargo, para poder comercializar productos cosmeticos a la Union Europea, estos deben cumplir con requisitos correspondientes al etiquetado, composicion, informacion y envase. Estos requisitos que se explicaran con detalle más adelante, se deben aplicar a través del establecimiento de la responsabilidad del importador o fabricante por sus productos, los cuales requieren una notificación de la primera importación y la realización de controles de vigilancia en el mercado.

Por otro lado, el precio de los cosméticos sostenibles se ha disparado en los últimos años, esto se da debido a las grandes inversiones de empresas multinacionales para mantener un producto 100% amigable con el medio ambiente. No obstante, a partir del 2018 la intervención de otras empresas importadores que impusieron competencia

forzó al mercado en general a regular los precios para que pueda haber un comercio justo tanto para los consumidores como para los comerciantes.

Segmentación del mercado

La exportación y distribución del jabón a base de propoleos será directamente con distribuidores mayoritarios de cosmetica natural en España, por lo cual, se realizó una entrevista referencial a 7 distribuidores que manejan este mercado naturista con el propósito de saber el grado de aceptación del producto. La empresa con la que se va a distribuir el producto es Biolovely S.L.

Sin embargo, es preciso detallar el perfil del consumidor final. Según un estudio de la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética, Stanpa el cual se basó en el análisis de la situación de la cosmetica natural en España, tuvo como conclusión que el perfil del consumidor de la cosmética natural es una mujer urbana entre 28 – 35 años que tenga un poder adquisitivo medio- alto y que su estilo de vida sea saludable y sobretodo que esté realcionada con valores como el cuidado del medio ambiente y la salud.

Otro aspecto importante es que el consumidor de cosmética natural cada vez está mas informado y es mas exigente a la hora de adquirir productos, ya no solo evita comprar bienes elaborados con parabenes sino también aquellos que contengan siliconas o derivados de petróleo que sean perjudiciales para la salud y por ende el medio ambiente.

Oferta Exportable

Producto

El producto que se propone exportar es un jabón a base de propóleos 100% natural, la idea del nombre se basó en una palabra quechua “Miski”, que traducido al español significa “hecho a mano” Antes de cualquier importación y comercialización de productos cosméticos en el mercado de la Unión Europea, es necesario informar a la comisión a través del *Cosmetic Products Notification Portal* [CPNP] de la UE la siguiente información:

- La categoría del producto cosmético y su nombre, el cual permite y facilita su identificación específica.
- El nombre y la dirección de la persona responsable donde se hace fácilmente accesible el archivo de información del producto.
- el país de origen en el caso de importación
- El Estado miembro en el que se va a comercializar el producto cosmético, el caso de nuestro producto es España.
- Detalles de las condiciones de exposición razonablemente previsibles.



Figura 6. Logotipo y nombre del producto.

Empaque y Etiquetado

Los productos cosméticos se pueden comercializar dentro de la Unión Europea siempre y cuando se cumpla con los criterios comunes establecidos en el anexo del Reglamento (UE) n° 655/2013 de la Comisión de 10 de julio de 2013, esta información debe ser en letras indelebles, legibles y visibles, las normas a cumplir con las siguientes:

- El nombre y la dirección de la persona responsable. Se especificará el país de origen para los productos cosméticos importados.
- El contenido nominal en el momento del envasado, dado en peso o volumen.
- La fecha de durabilidad mínima de productos o las palabras "mejor utilizado antes del final de".
- Precauciones particulares a tener en cuenta durante el uso.
- El número de lote de fabricación o la referencia para identificar las mercancías. Si el tamaño del producto es demasiado pequeño, esta información puede indicarse solo en el embalaje.

- La función del producto.
- Una lista de ingredientes que puede indicarse solo en el envase y el encabezado de la lista de ingredientes deben ser ingredientes.

La presentación del producto como se explicó en el capítulo III del presente trabajo, será en una caja de cartón reciclado de 13 centímetros de ancho, cinco centímetros de alto y nueve centímetros de profundidad, ver Apéndice I, su peso por unidad es de 97 gramos, el cual incluye el peso del jabón y el envase primario.

Tabla 18

Peso por producto

Caja de envase primario	
Contenido	90 gr
Caja	7 gr
Peso Total	97 gr

Nota. Elaborado por autores

En cuanto al embalaje de los jabones a base de propóleos, el producto se entregará en cajas de cartón corrugado con canal doble, el cual tendrá una capacidad de hasta 10 kilogramos, estas cajas tendrán una altura de 20 centímetros de alto, 40 centímetros de largo y 33 centímetros de ancho, como de detalla en la Figura 7, cada caja contendrá 100 jabones.

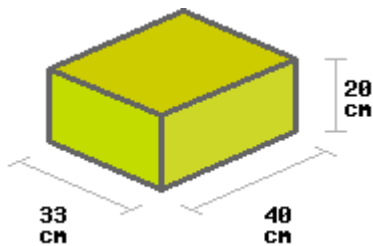


Figura 7. Medidas de envase secundario.

Tabla 19

Características por caja

Caja		
Unidades de jabones	Peso gr	Peso Total
100	97	9,7 Kg

Nota. Elaborado por autores.

Referente a las normativas de empaque para la exportación de la mercancía desde Ecuador hacia España, este llevará todas las señáleticas de empaque y embajale para la correcta manipulaci3n, conservaci3n, almacenaje, proteccion y transportaci3n de la mercancía hacia el lugar de destino.

Precio

En España, dos de los principales factores son la calidad y el precio. Para determinar el precio del jab3n a base de prop3leos, se toma en cuenta característicás como la calidad, empaque , costos de producci3n y transporte de la mercancía. Miski, tiene como precio estimado al distribuidor de España Biolovely SL de USD 3,30 por unidad,este precio se encuentra dentro de los márgenes de los jabones artesanales que comercializan otras marcas en el mercado destino, ver Apéndice J. Sin embargo, se recomienda al distribuidor comercializar el producto según el precio que sea de su conveniencia.

Logística de distribución

El mercado objetivo son las distribuidoras mayoristas de productos naturales en España, en la cadena de comercializaci3n de la exportaci3n del jab3n a base de prop3leos que se detalla en la Figura 8, se puede observar que la mercancía sale desde la bodega ubicada en la ciudad de Guayaquil, esta mercancía es transportada hasta el puerto de carga que previamente se ha acordado con el importador en donde se proporciona la informaci3n para que se gestione el envío a través de la modalidad de transporte marítimo en donde el importador debe realizar todos los trámites de importaci3n hasta el arribo en España. Una vez arribada la mercancía en el punto destino acordado con el importador, este se hace cargo de retirar la mercancía y notificar al exportador que dicha mercancía llegó en buenas condiciones.



Figura 8. Cadena de valor de comercialización de jabones a base de propóleos.

Promoción

La estrategia de marketing que se va a utilizar es del tipo B2B (*Business to business*), ya que este se dirige a la venta de productos entre empresas, más no de una empresa al consumidor final. El objetivo de propósito de esta estratégica no es solo adquirir más clientes en el país de destino en este caso España, sino también ingresar a nuevos mercados internacionales a través de la participación en ferias relacionadas a la cosmética natural.

Por esta razón, para poder posicionar el producto en el mercado español y conocer el mercado objetivo, la principal estrategia de promoción es realizar participaciones en ferias internacionales con el objetivo de captar más clientes mostrándoles las ventajas competitivas y beneficios del producto, de esta manera se espera alcanzar niveles de venta, reconocimiento de marca y asimismo incrementar la demanda e interés en importar el jabón a base de propóleos.

Propuesta

La empresa BeeGreen S.A. ofrece la exportación de jabones a base de propóleos producidos en Ecuador y comercializados hacia el mercado español.

Proceso de exportación

Negociación.

BeeGreen S.A. establecerá negociación con la distribuidora naturista Biolovely SL. por ser una de las distribuidoras de productos y cosmética natural en España y porque otras distribuidoras mayoristas ubicadas en Madrid distribuyen marcas específicas de productos naturales o distribuyen sus propios productos naturales.

País.

El país con el que se mantendrá la negociación es España.

Cliente.

El cliente con el que se trabajará para fines del trabajo de titulación es Biolovely SL, esta empresa es una importadora de comercio al por mayor y al por menor de toda clase de cosmética natural o artesanal como perfumería, belleza, higiénicos, limpieza, decorativos de hogar, entre otros.

Puerto de origen: Puerto de Guayaquil

Puerto destino: Puerto de Valencia

Términos del contrato.

En el contrato con la empresa importadora Biolovely SL, ver Apéndice K, se establece que BeeGreen S.A, tiene como obligación vender 7,200 jabones a base de propóleos por mes, dando un total de 72 cajas con un volumen de 1,9 m³, en la Tabla 20 se detalla la capacidad de producción de BeeGreen S.A en un periodo de 5 años, en caso de incumplir con el contrato BeeGreen S.A. recibirá una multa del 40% de la mercancía que no fue enviada.

La forma de pago de la mercancía será mediante una orden de pago antes del embarque de la carga, según el convenio, dicho pago se deberá realizar en dos partes, el porcentaje del primer pago será el 40% del valor total de la carga antes de su embarque en el puerto del país origen, y el 60% restante será cancelado una vez que la mercancía haya arribado al puerto destino. Biolovely SL, por medio de su banco “Banco de

España” realizará las transacciones, es decir, el pago de las mercancías a “Banco del Pacífico” a nombre de la empresa BeeGreen S.A.

Tabla 20
Capacidad de producción

Año	Anual	Mensual	Diaria	Hora
1	86400	7200	360	15
2	90720	7560	378	16
3	95256	7938	397	17
4	100019	8335	417	17
5	105020	8752	438	18

Nota. Elaborado por autores.

Naviera.

Dole Ocean Cargo Express – Naportec

Término de negociación.

El término en el cual se va a negociar es *Free On Board* [FOB], en este caso el exportador (BeeGreen S.A) tiene la obligación de entregar la mercancía al importador a bordo del buque en el puerto de embarque en Guayaquil. Dole Ocean Cargo Express se encargará de transportar la mercancía desde el puerto de embarque en la ciudad de Guayaquil, hasta el puerto destino en España- Valencia, asumiendo el riesgo hasta el arribo de la mercancía en el puerto destino.

Tipo de carga.

La carga será exportada por vía marítima, usando LCL, el tiempo estimado para que la carga llegue a destino es de 20 a 26 días.

Capítulo V: Estudio Financiero

En este capítulo se definirá y se detallará cuáles serán las fuentes de financiamiento, la estructura del capital de la empresa como maquinarias, suministros y equipos de oficina, sueldos, costos de producción, así como también la proyección de ventas a cinco años del jabón de propóleo y los ingresos que este proyecto generaría presentándose el Estado de Resultados y el Balance General.

Finalmente, se analizarán los resultados a través de indicadores financiero para determinar si el proyecto presentado es factible, viable y atractivo para los inversionista como se detalló en uno de los objetivos específicos.

Gastos por Constitución de la Empresa

Los gastos de constitución son aquellos rubros en los que una nueva empresa tiene que incurrir para su creació. Estos valores resultan ser obligatorios ya que sin ellos no podría constituirse, funcionar ni iniciar sus operaciones.

Tabla 21

Gastos de Constitución y Preoperación

Gastos de Constitución	Valor
Pago a la Superintendencia	\$ 441,57
Registro de marca	\$ 224,00
Permiso de funcionamiento ARCSA	\$ 138,96
Registro sanitario ARCSA	\$ 197,82
Análisis químicos	\$ 57,13
Total	\$ 1.059,48
Gastos de Preoperación	
Instalación de Equipos	\$ 1.000,00
Conexiones Eléctricas	\$ 500,00
Total	\$ 1.500,00

Nota. Elaborado por autores.

Maquinaria y equipos de oficina

Entre las principales maquinarias y utensilios necesarios para la producción de los jabones y labores del día a día de la empresa son: una mezcladora industrial de acero inoxidable, una marmita, las vitrinas o refrigeradoras para las diferentes etapa del proceso productivo que lo requieren, banejas y moldes.

Otros activos fijos que se están considerando son los necesarios para la gestión administrativa y adecuaciones de las oficinas. Entre ellos se puede mencionar: laptops, celulares, aires acondicionados, impresora, escritorio, sillas y archivadores.

Tabla 22
Activos Fijos

Maquinaria y utensilios		\$ 9,056.00
Mezcladora	\$	5,000.00
Marmita	\$	1,500.00
Vitrina de refrigeración (3)	\$	2,400.00
Bandejas de aluminio (3)	\$	36.00
Moldes de silicona (12)	\$	120.00
Equipos de oficina		\$ 9,410.00
Laptops (9)		\$ 8,100
Celular		\$ 180
Aire Acondicionado (3)		\$ 900
Impresora		\$ 230
Muebles de oficina		\$ 1,700.00
Sillas (11)		\$ 550
Escritorios (9)		\$ 900
Archivador		\$ 250
Total Activos Fijos		\$ 20,166.00

Nota. Elaborada por autores.

La tabla de depreciación de los activos fijos se detalla en los apéndices, tabla 39.

Sueldos y Salarios

En el Capítulo III se detalló la estructura organizacional de la empresa a través de un organigrama. A continuación, se especifican los sueldos y beneficios de ley según la legislación ecuatoriana por cada una de estas posiciones y cuánto significaría para la empresa como un rubro de gasto mensual.

Para efectos de un correcto análisis financiero, es necesario considerar la variación porcentual en el transcurso de los años del salario básico unificado. En el caso de este proyecto, se considerará la media de las variaciones de los últimos cinco años, incluido el 2020, tomando como supuesto que este incremento se podría mantener durante los próximos cinco años.

Tabla 23*Variación Porcentual Salario Básico Unificado 2016 - 2020*

Año	Salario Básico	Variación
2015	\$354.00	
2016	\$366.00	3.39%
2017	\$375.00	2.46%
2018	\$386.00	2.93%
2019	\$394.00	2.07%
2020	\$400.00	1.52%
		2.48%

Nota. Elaborado por autores.

Tabla 24
Sueldos y Salarios

Cargo	Cantidad	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondo de Reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Aporte IESS	Subtotal	Neta a Pagar
Jefe Financiero-Administrativo	1	\$800.00	\$66.67	\$33.33	\$66.67	\$33.33	\$97.20	\$75.60	\$1,021.60	\$1,021.60
Asistente Contable	1	\$600.00	\$50.00	\$33.33	\$50.00	\$25.00	\$72.90	\$56.70	\$774.53	\$774.53
Asistente de Compras	1	\$600.00	\$50.00	\$33.33	\$50.00	\$25.00	\$72.90	\$56.70	\$774.53	\$774.53
Jefe de Logística	1	\$800.00	\$66.67	\$33.33	\$66.67	\$33.33	\$97.20	\$75.60	\$1,021.60	\$1,021.60
Asistente Logístico	1	\$600.00	\$50.00	\$33.33	\$50.00	\$25.00	\$72.90	\$56.70	\$774.53	\$774.53
Jefe de Exportaciones	1	\$800.00	\$66.67	\$33.33	\$66.67	\$33.33	\$97.20	\$75.60	\$1,021.60	\$1,021.60
Asistente de Exportaciones	1	\$600.00	\$50.00	\$33.33	\$50.00	\$25.00	\$72.90	\$56.70	\$774.53	\$774.53
Jefe de Producción	1	\$700.00	\$58.33	\$33.33	\$58.33	\$29.17	\$85.05	\$66.15	\$898.07	\$898.07
Operarios	3	\$400.00	\$33.33	\$33.33	\$33.33	\$16.67	\$48.60	\$37.80	\$527.47	\$1,582.40
Total Mensual	11	\$5,900.00	\$491.67	\$300.00	\$491.67	\$245.83	\$716.85	\$557.55	\$7,588.47	\$8,643.40

Nota. Elaborado por autores.

Costos de Materia Prima y Producción

En el capítulo técnico, se detallaron los costos de materia prima en base a los precios de los proveedores. A continuación se desglosan los costos por unidades métricas y los costos de mano de obra directa y demás costos indirectos. Cabe recordar que se está considerando una producción mensual de 7200 jabones.

Tabla 25

Costos de Materia Prima por Unidad Métrica

Detalle	Cantidad	Unidad métrica	Costo por unidad de jabón	Costo unidad de métrica
Miel de abeja	4	mililitros	\$ 0.044	\$ 0.011
Propóleo líquido	6	mililitros	\$ 0.480	\$ 0.080
Cera de abeja	2	gramos	\$ 0.031	\$ 0.016
Glicerina	80	gramos	\$ 0.520	\$ 0.007
			\$ 1.075	

Nota. Elaborado por autores.

Tabla 26

Costos Mensuales de Producción

Materia Prima Directa				
Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Total al Mes	
Miel de abeja	28800	\$ 0.011	\$ 316.80	
Propóleo	43200	\$ 0.080	\$ 3,456.00	
Cera de abeja	14400	\$ 0.016	\$ 223.20	
Glicerina	576000	\$ 0.007	\$ 3,744.00	
Total Materia Prima			\$ 7,740.00	
Mano de Obra Directa				
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total al Mes	
Jefe de Producción	1	\$ 898.07	\$ 898.07	
Operarios	3	\$ 527.47	\$ 1,582.40	
Total Mano de Obra Directa			\$ 2,480.47	
Materia Prima Indirecta				
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total al Mes	
Caja individuales	7200	\$ 0.05	\$ 360.00	
Total Costos Indirectos			\$ 360.00	
Total Costos de Producción			\$ 10,580.47	

Nota. Elaborado por autores.

Tabla 27*Costos totales por unidad de jabón*

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima	\$ 7,740.00	\$ 92,880.00
Mano de Obra Directa	\$ 2,480.47	\$ 29,765.60
Costos Indirectos	\$ 360.00	\$ 4,320.00
Costo de Producción	\$ 10,580.47	\$ 126,965.60
Costos Logísticos	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Costo Total	\$ 11,080.47	\$ 132,965.60
Unidades de Producción	7200	86400
Costo de 1 jabón	\$ 1.54	\$ 1.54

Nota. Elaborado por autores.

Capital de Trabajo

Para poder iniciar una operación, es necesario identificar los valores en los que se va a incurrir. Para ello fue necesario realizar una investigación. Dentro del capital de trabajo se consideran los costos de materia prima (tabla 26), sueldos (tabla 23), servicios básicos (tabla 40), valores por suministros varios de oficina y los gastos de venta (tabla 41).

Es recomendable considerar un periodo de dos meses para el capital de trabajo con el fin de conocer dentro de este periodo cuáles serán los valores y de esta manera definir un correcto plan de inversión y ejecutar el proyecto de manera adecuada.

Tabla 28*Capital de Trabajo para inicio de Operación*

Costos de Operación	Mes 1	Mes 2	Total
Materia Prima	\$ 7.740,00	\$ 7.740,00	\$ 15.480,00
Mano de Obra	\$ 2.480,47	\$ 2.480,47	\$ 4.960,93
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 720,00
Costo Logísticos	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Total	\$ 11.080,47	\$ 11.080,47	\$ 22.160,93
Gastos Administrativos			
Sueldos y Salarios	\$ 6.162,93	\$ 6.162,93	\$ 12.325,87
Gastos Servicios	\$ 4.010,00	\$ 4.010,00	\$ 8.020,00
Suministros y Materiales	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 140,00
Total	\$ 10.242,93	\$ 10.242,93	\$ 20.485,87
Capital de Trabajo	\$ 21.323,40	\$ 21.323,40	\$ 42.646,80

Nota. Elaborado por autores.

Plan de Financiamiento

Una vez definidos los activos fijos (tabla 21), el capital de trabajo (tabla 27) y los costos de constitución y preoperación (tabla 20), se obtiene el total necesario a ser invertido en el proyecto para la elaboración de jabones de propóleo.

Tabla 29

Plan de Inversión

Descripción	Total
Total Activos	\$ 22.725,48
Capital de Trabajo	\$ 42.646,80
Total	\$ 65.372,28

Nota. Elaborado por autores.

Las fuentes de financiamiento para este proyecto serán dos, un porcentaje por aporte de sus accionistas y otra a través de un préstamo bancario a la institución BanEcuador. El 40 por ciento del proyecto será financiado a través de préstamo. Según el tipo de préstamo necesitado, en este caso un préstamo productivo para PYMEs, la tasa de interés nominal de 9,76% anual, por un periodo de tres años (BanEcuador, 2020).

Tabla 30

Aportación de inversionistas

Socios	Aportación	%
1	\$ 10,180.51	25.00%
2	\$ 10,180.51	25.00%
3	\$ 10,180.51	25.00%
4	\$ 10,180.51	25.00%
Total Aportaciones	\$ 40,722.02	100.00%

Nota. Elaborado por autores.

Tabla 31

Amortización préstamo bancario

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	\$26.148,91			
1	\$18.230,58	\$ 7.918,33	\$2.552,13	\$10.470,47
2	\$ 9.539,42	\$ 8.691,16	\$1.779,30	\$10.470,47
3	\$ -	\$ 9.539,42	\$ 931,05	\$10.470,47
TOTAL	\$26.148,91	\$ 5.262,49	\$ 31.411,40	

Nota. Elaborado por autores.

Proyección de ventas

Para realizar la proyección de ventas para los próximos cinco años, es necesario considerar que los precios podrían variar año a año por la inflación. En la tabla 42 se detalla las tasas de inflación que ha sufrido Ecuador desde el 2014. Para efectos de cálculo en este proyecto, se consideró el promedio de estas tasas.

Tabla 32*Proyección de Ventas Totales*

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio de Venta al Distribuidor	\$ 3,30	\$ 3,30	\$ 3,35	\$ 3,39	\$ 3,44	\$ 3,49
Unidades Vendidas	7200	86400	90720	95256	100018,8	105019,74
VENTAS TOTALES	\$ 23.760,00	\$ 285.120,00	\$ 303.642,11	\$ 323.367,46	\$ 344.374,22	\$ 366.745,63

Nota. Elaborado por autores.

Tabla 33*Proyección de Costos de Producción*

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo Unitario	\$ 1,54	\$ 1,54	\$ 1,56	\$ 1,58	\$ 1,61	\$ 1,63
Unidades Vendidas	7.200	86.400	90.720	95.256	100.019	105.020
VENTAS TOTALES	\$ 11.080,47	\$ 132.965,60	\$ 141.603,38	\$ 150.802,29	\$ 160.598,78	\$ 171.031,68

Nota. Elaborado por autores.

Estado de Resultados Proyectado

El Estado de Resultados, también denominado Estado de Pérdidas y Ganancias, ayuda a tener una visión más clara de la situación financiera de la empresa. En él, se pueden observar de manera detallada las entradas y salidas de dinero. Al final se puede apreciar el beneficio o pérdida que generó la operación anual.

Tabla 34*Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO POR VENTAS	\$ 285.120,00	\$ 303.642,11	\$ 323.367,46	\$ 344.374,22	\$ 366.745,63
COSTOS DE VENTAS	\$ 132.965,60	\$ 141.603,38	\$ 150.802,29	\$ 160.598,78	\$ 171.031,68
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 152.154,40	\$ 162.038,73	\$ 172.565,17	\$ 183.775,44	\$ 195.713,95
TOTAL GASTOS	\$ 141.791,87	\$ 144.525,19	\$ 147.316,69	\$ 150.167,67	\$ 153.079,45
<u>GASTOS ADMINISTRATIVOS</u>	\$ 122.915,20	\$ 125.443,33	\$ 128.026,70	\$ 130.666,59	\$ 133.364,27
Sueldos y Salarios y demás beneficios	\$ 73.955,20	\$ 75.785,65	\$ 77.661,40	\$ 79.583,58	\$ 81.553,33
Gastos de Servicios	\$ 48.120,00	\$ 48.805,71	\$ 49.501,19	\$ 50.206,58	\$ 50.922,03
Suministros y materiales	\$ 840,00	\$ 851,97	\$ 864,11	\$ 876,42	\$ 888,91
<u>GASTOS DE VENTAS</u>	\$ 14.400,00	\$ 14.605,20	\$ 14.813,32	\$ 15.024,41	\$ 15.238,51
Publicidad y Pautas Digitales	\$ 5.000,00	\$ 5.071,25	\$ 5.143,52	\$ 5.216,81	\$ 5.291,15
Ferias en el exterior	\$ 3.000,00	\$ 3.042,75	\$ 3.086,11	\$ 3.130,09	\$ 3.174,69
Honorario Diseñador grafico	\$ 400,00	\$ 405,70	\$ 411,48	\$ 417,34	\$ 423,29
Community Manager	\$ 6.000,00	\$ 6.085,50	\$ 6.172,22	\$ 6.260,17	\$ 6.349,38
<u>OTROS GASTOS</u>	\$ 4.476,67	\$ 4.476,67	\$ 4.476,67	\$ 4.476,67	\$ 4.476,67
Depreciación	\$ 4.476,67	\$ 4.476,67	\$ 4.476,67	\$ 4.476,67	\$ 4.476,67
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 10.362,53	\$ 17.513,54	\$ 25.248,48	\$ 33.607,77	\$ 42.634,50
Participación de Utilidades (15%)	\$ 1.554,38	\$ 2.627,03	\$ 3.787,27	\$ 5.041,17	\$ 6.395,17
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 8.808,15	\$ 14.886,51	\$ 21.461,21	\$ 28.566,60	\$ 36.239,32
Impuesto a la Renta (22%)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación	\$ 4.476,67	\$ 4.476,67	\$ 4.476,67	\$ 4.476,67	\$ 4.476,67
UTILIDAD NETA	\$ 13.284,82	\$ 19.363,17	\$ 25.937,87	\$ 33.043,27	\$ 40.715,99
Reserva Legal	\$ 664,24	\$ 968,16	\$ 1.296,89	\$ 1.652,16	\$ 2.035,80
UTILIDAD A DISTRIBUIR	\$ 12.620,58	\$ 18.395,01	\$ 24.640,98	\$ 31.391,11	\$ 38.680,19

Nota. Elaborado por autores.

Balance General Proyectado

Tabla 35

Balance General Proyectado

ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja/Bancos	\$ 42.646,80	\$ 55.267,38	\$ 73.662,39	\$ 98.303,37	\$ 129.694,48	\$ 168.374,67
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 42.646,80	\$ 55.267,38	\$ 73.662,39	\$ 98.303,37	\$ 129.694,48	\$ 168.374,67
ACTIVOS FIJOS						
Maquinaria y utensilios	\$ 9.056,00	\$ 9.056,00	\$ 7.886,00	\$ 6.716,00	\$ 6.386,00	\$ 5.216,00
Equipos de Oficina	\$ 9.410,00	\$ 9.410,00	\$ 6.273,33	\$ 3.136,67	\$ 9.410,00	\$ 6.273,33
Muebles de Oficina	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.530,00	\$ 1.360,00	\$ 1.190,00	\$ 1.020,00
(-) Depreciación Acumulada		\$ (4.476,67)	\$ (4.476,67)	\$ (4.476,67)	\$ (4.476,67)	\$ (4.476,67)
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 20.166	\$ 15.689,33	\$ 11.212,67	\$ 6.736,00	\$ 12.509,33	\$ 8.032,67
ACTIVOS DIFERIDOS						
Gastos Pre-Operacionales	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.200,00	\$ 900,00	\$ 600,00	\$ 300,00
Gastos de Constitución	\$ 1.059,48	\$ 1.059,48	\$ 847,58	\$ 635,69	\$ 423,79	\$ 211,90
(-) Amortización Acumulada	\$ -	\$ (511,90)	\$ (511,90)	\$ (511,90)	\$ (511,90)	\$ (511,90)
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 2.559,48	\$ 2.047,58	\$ 1.535,69	\$ 1.023,79	\$ 511,90	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 65.372,28	\$ 73.004,30	\$ 86.410,75	\$ 106.063,16	\$ 142.715,71	\$ 176.407,33
PASIVOS						
Pago de Intereses		\$ 2.552,13	\$ 1.779,30	\$ 931,05	\$ -	\$ -
Cuentas por pagar Proveedores		\$ 713,40	\$ 3.220,66	\$ 7.322,88	\$ 11.863,20	\$ 4.838,84
PASIVOS CORRIENTES		\$ 3.265,53	\$ 4.999,97	\$ 8.253,93	\$ 11.863,20	\$ 4.838,84
Préstamo Bancario	\$ 26.148,91	\$ 18.230,58	\$ 9.539,42	\$ -	\$ -	\$ -
PASIVOS NO CORRIENTES		\$ 18.230,58	\$ 9.539,42	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL DE PASIVOS	\$ 26.148,91	\$ 21.496,11	\$ 14.539,39	\$ 8.253,93	\$ 11.863,20	\$ 4.838,84
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 39.223,37	\$ 39.223,37	\$ 39.223,37	\$ 39.223,37	\$ 39.223,37	\$ 39.223,37
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 12.620,58	\$ 18.395,01	\$ 24.640,98	\$ 31.391,11	\$ 38.680,19
Reserva Legal	\$ -	\$ 664,24	\$ 1.632,40	\$ 2.929,29	\$ 4.581,46	\$ 6.617,26
Utilidad Acumulada	\$ -	\$ -	\$ 12.620,58	\$ 31.015,59	\$ 55.656,57	\$ 87.047,68
TOTAL PATRIMONIO	\$ 39.223,37	\$ 51.508,19	\$ 71.871,36	\$ 97.809,23	\$ 130.852,50	\$ 171.568,49
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	\$ 65.372,28	\$ 73.004,30	\$ 86.410,75	\$ 106.063,16	\$ 142.715,71	\$ 176.407,33

Nota. Elaborado por autores.

El Balance General o Balance de Situación es un informe financiero que al igual que el Estado de Resultados, refleja la situación económica de la compañía. A diferencia del Estado de Pérdidas y Ganancias, en el se consideran las tres cuentas más grandes que son los Activos, Pasivos y Patrimonio.

Análisis TMAR, TIR y VAN

Cuando se quiere evaluar la factibilidad de un proyecto de inversión, el futuro inversionista tiene una serie de criterios bajo los cuales podría analizar la rentabilidad del mismo. Entre estos criterios está la Tasa Mínima Atractiva de Retorno, que no es más que el retorno mínimo esperado por un inversionista al momento de invertir su dinero. Otro criterio es la Tasa Interna de Retorno que es el retorno o beneficio que un determina proyecto o inversión otorga. Finalmente, el Valor Actual Neto es la rentabilidad de un proyecto trayendo todos los flujos o pagos al presente.

En la tabla 38 podemos observar que el proyecto como tal otorga un retorno del 22% lo que podría resultar atractivo. Sin embargo, es necesario considerar que los accionistas buscan un mínimo de rentabilidad sobre sus inversiones; es decir, la TMAR.

Para calcular la TMAR de una inversión apalancada con deuda se tiene que el modelo de costo medio ponderado de capital, *Weighted Average Cost of Capital* [WACC] por su siglas en inglés. Para calcular la tasa de rentabilidad del capital, se utilizó el modelo financiero *Capital Pricing Assets Model* [CAPM] donde: la tasa libre de riesgo es la tasa de retorno de los Bonos del Tesoro Norteamericano, que son considerados como seguros, para la rentabilidad del mercado se consideró el rendimiento ponderado de los títulos a largo plazo en el Ecuador, para el Beta se consideró el beta del sector de cosméticos y cuidado personal del país vecino Colombia y finalmente, el riesgo país otorgado por el Banco Central del Ecuador.

Tabla 36*Cálculo de la Tasa Interna de Retorno*

Tasa Libre de Riesgo	1.95%
Beta	0.9
Rendimiento Mercado	8.43%
Riesgo País	9.40%
CAPM	17.18%

Nota. Elaborado por autores.

Tabla 37*Cálculo de TMAR*

	W	I	W*I
Deuda	40%	9.76%	3.32%
Capital	60%	17.18%	10.31%
		TMAR	13.63%

Nota. Elaborado por autores.

Tabla 38*Flujo de Caja*

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja Neto		\$ 12.620,58	\$ 18.395,01	\$ 24.640,98	\$ 31.391,11	\$ 38.680,19
Inversión Fija	\$ (42.646,80)					
Inversión Corriente	\$ (22.725,48)					
Resultado	\$ (65.372,28)	\$ 12.620,58	\$ 18.395,01	\$ 24.640,98	\$ 31.391,11	\$ 38.680,19
Pay Back	\$ (65.372,28)	\$ (52.751,70)	\$ (34.356,69)	\$ (9.715,71)	\$ 21.675,40	\$ 60.355,59

Nota. Elaborado por autores.

Tabla 39*Resultados TMAR, TIR y VAN*

TMAR	13,63%
TIR	22%
VAN	\$ 16.029,13

Nota. Elaborado por autores.

La TMAR resultante es de 13.63%, siendo esta menor a la tasa interna de retorno del proyecto que es de 22%. Esto significa que el proyecto supera con creces la rentabilidad mínima exigida por los inversionistas. De igual manera, debido a que la TIR es mayor que la TMAR, el valor actual neto da un resultado positivo.

En la tabla 37 se puede observar el payback del proyecto. Según los flujos de efectivo proyectos, la inversión inicial que asciende a \$65372.28 estaría cubierta en su totalidad en un periodo de tres años y un trimestre.

Conclusiones

Una vez finalizado el análisis de factibilidad para la producción y comercialización de jabones de propóleo a España, se llegaron a las siguientes conclusiones:

Según el objetivo específico de definir la fundamentación teórica y conceptual necesarias para el trabajo de titulación, se concluye que es importante identificar bases teóricas sobre las cuales poder tener guías o modelos que encaminen el proyecto de investigación. Como es el caso de la Teoría de la Ventaja Competitiva, mediante la cual BeeGreen S.A. ofrece un producto diferenciador con valor agregado aprovechando las nuevas tendencias de consumo como los productos derivado de un sector productivo poco atendido en el Ecuador.

De acuerdo al objetivo de diseñar la producción artesanal del jabón a base de propóleos, se concluyó que una producción artesanal a pequeña escala no resulta beneficioso ni generaría los mismos ingresos que una producción industrial. Esto debido a lo que se conoce como economías de escala, también mencionadas en este proyecto. Dentro de la investigación, se identificó que una producción a mayor escala utilizando ciertos instrumentos industriales, se podría lograr mantener las mismas propiedades si es que se produjera de manera artesanal. Es por ello, que se optó por una producción industrial.

En función al objetivo específico de realizar una investigación de mercado, se concluyó que España es un mercado sumamente potencial. Las ventajas que se tendrían por ingresar a este mercado van más de la mano del tratado multipartes entre Ecuador y los países de la Unión Europea y por las tendencias de consumo de productos naturales en este país.

Finalmente, referente al objetivo específico de elaborar un análisis financiero para determinar la factibilidad económica y financiera del proyecto, se concluyó que efectivamente el producir y exportar este producto resulta rentable para el inversionista con un retorno del 22%, superior a la expectativa mínima que es del 13.63%.

Recomendaciones

Para la elaboración y producción del jabón a base de propóleos es necesario contar con los permisos y requisitos fitosanitarios vigentes en el Ecuador, así como los certificados de calidad requeridos en el país al que se va a exportar. Adicional, es necesario maximizar la producción del producto a través de la adquisición de maquinarias y contratando más operarios para poder abastecer a otras distribuidoras mayoristas y generar grandes volúmenes de producción.

Una vez establecido el producto en el mercado destino, se recomienda analizar dicho mercado e investigar las futuras tendencias de consumo para saber que otros productos se pueden comercializar y de esta manera poder diversificar el portafolio de productos e incrementar las ventas de la compañía.

Referente a los proveedores de materia prima como el propóleos, miel y cera, a pesar de las alianzas estratégicas que actualmente se tiene, se recomienda invertir en una producción apícola propia de la compañía, ya que a largo plazo los costos de producción del producto reducirían y no se dependería de personas externas a la empresa para poder elaborar el producto final.

Por último, para poder expandir el mercado es recomendable que la empresa asista a ferias internacionales de cosmética natural y poder exportar los productos a otros países que tengan culturas similares, es decir, que los productos naturales tengan el mismo valor y significancia para los consumidores.

Referencias bibliográficas

- Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios. (5 de Abril de 2018). *Legislación sobre Productos de Cuidado Personal*. Obtenido de <https://www.aemps.gob.es/legislacion/espana/cosmeticosHigiene/PCP.htm#PCP>
- Alonso, M. (2016). *Cosmética natural ¿Moda, tendencia o conciencia?* Obtenido de PHARMATECH : https://www.pharmatech.es/descargar_documento/opinion4.pdf
- Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (6 de Septiembre de 2018). *Ley Para Fomento Productivo, Atracción Inversiones Generación Empleo*. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2018/11/ley-organica-para-el-fomento-productivo-atraccion-de-inversiones.pdf>
- BanEcuador. (2020). *Tasas de Interés*. Obtenido de <https://www.banecuador.fin.ec/tasas-de-interes/>
- BBC. (Noviembre de 2019). *Catalonia crisis in 300 words*. Obtenido de <https://www.bbc.co.uk/news/world-europe-41584864>
- BBC. (Enero de 2020). *Spain country profile*. Obtenido de <https://www.bbc.co.uk/news/world-europe-17941641>
- Becker, L. (2014). *Glycerin as Used in Cosmetics*. Cosmetic Ingredient Review.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Colombia: Pearson.
- Bogdanov, S. (2009). *Beeswax: Uses and Trade*.
- Bogdanov, S. (2016). *Propolis: biological properties and medical application*.
- Bologna, M., y Larrea, M. (Abril de 2018). *Impacto en las importaciones con la aplicación de las medidas arancelarias y no arancelarias en el sector de cosméticos durante el periodo 2013 -2017*. Obtenido de <https://ecotec.edu.ec/content/uploads/mcientificas2018/1teoria-Desarrollo-Empresarial/010.pdf>
- Bradbear, N. (2005). *La apicultura y los medios de vida sostenibles*. Roma: Food and Agriculture Organization.
- Buendía, E. A. (12 de Diciembre de 2016). El papel de la Ventaja Competitiva en el desarrollo económico de los países. *Revista Análisis Económico*, 55-78. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/413/41331033004.pdf>

- Burneo, S., Delgado, R., y Vérez, M. A. (16 de Junio de 2016). *Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión* . Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360448031009.pdf>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (Marzo de 2018). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de jabón artesanal exfoliante de harina de maíz y efervescente en la ciudad de Quito*. Obtenido de El mercado ecuatoriano de la cosmética supera los 600 millones de dólares en ventas: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Cosmeticos/Noticias/2018/Marzo-2018/El-mercado-ecuatoriano-de-la-cosmetica-supera-los-600-millones-de-dolares-en-ventas>
- Cámara de Comercio Internacional. (2019). *Incoterms 2020*. París, Francia: Publications Department.
- Cartier, E. (2017). *¿Cómo enseñar a determinar costos? Un problema no resuelto*. Obtenido de <http://eco.unne.edu.ar/contabilidad/costos/VIIIcongreso/252.doc>
- Center for the Promotion of Imports. (23 de Octubre de 2019). *Exporting natural ingredients for cosmetics to Europe*. Obtenido de <https://www.cbi.eu/market-information/natural-ingredients-cosmetics/>
- Chavez, M., Moreno, D. H., Junca, M. E., Peñuela, O., & Medina, L. S. (28 de Agosto de 2018). *Factibilidad Comercial: Formulación y Evaluación Proyectos* . Obtenido de <https://view.genial.ly/5b84e700c1e5736ddb2f6e08/interactive-content-factibilidad-comercial-formulacion-y-evaluacion-proyectos-copia>
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones [COPCI]. (12 de Agosto de 2013). *Objetivos y Ámbitos de la aplicación del COPCI*. Obtenido de <https://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/reglamento-codigo-organico-produccion-comercio-inversiones.pdf>
- Coelho, F. (17 de Mayo de 2019). *Metodología*. Obtenido de <https://www.significados.com/metodologia/>
- Consejo Nacional de Planificación. (Septiembre de 2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida*. Obtenido de https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_OK.compressed1.pdf
- Cooper, C. (2014). *Wiley Encyclopedia of Management*. Warnick: John Wiley & Sons.
- Coria, A. L., y Román, I. P. (2015). *Ventaja Competitiva*. En M. Porter. Mexico: Grupo Editorial Patria.
- Cosmetics Europe. (2018). Obtenido de <https://cosmeticseurope.eu/search/?q=natural+cosmetics>

- De Cuba, S. (Diciembre de 2018). *Efectividad de la tintura de propóleos al 10 % en pacientes con estomatitis subprótesis*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1029-30192018000900863
- Duque, Y., Cardona, M., y Rendón, J. (Diciembre de 2013). *Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf>
- Durif, F., Boivin, C., y Julien, C. (2018). *In Search of a Green Product Definition*. Obtenido de <https://pdfs.semanticscholar.org/30ea/a6eb12c1b0f946a5ddadb0b5d1933edc151c.pdf>
- El Telégrafo. (29 de Enero de 2017). *La industria cosmética ecuatoriana*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/la-industria-cosmetica-ecuatoriana-crece-en-promedio-18-anual>
- Elkatawneh, H. (2016). *Comparing Qualitative and Quantitative Approaches*. Denver: University of the Rockies.
- Eurostat. (Noviembre de 2019). *Unemployment statistics*. Obtenido de https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Unemployment_statistics
- Farré, R., Frasquet, I., y Sánchez, A. (2017). El própolis y la salud. *Ars Farmacéutica Volumen 45*, 21-41.
- Fischer, L., y Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. Obtenido de https://www.academia.edu/18897949/Libro_Mercadotecnia_Laura_Fischer_y_Jorge_Espejo
- Frías, J. (15 de Junio de 2016). *Explotación Apícola en rejas de San Esteban*. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/23426/1/TFG-O%20976.pdf>
- Fundación de Ciencias del Medicamento y Productos Sanitarios. (1 de Febrero de 2019). *Dermatitis Atópica: del diagnóstico a la definición*. Recuperado el 29 de Octubre de 2019, de https://www.fundacionfundamed.org/doc/GrupoTrabajo_Dermatitis-Atopica.pdf
- Galindo, M., y Ríos, V. (Julio de 2015). *Exportaciones*. Obtenido de http://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201507_mexicoexports.pdf?m=1453513184
- Goldman, R., y Nall, R. (Septiembre de 2016). *The Benefits and Uses of Propolis*. Obtenido de <https://www.healthline.com/health/propolis-an-ancient-healer>
- Granda, R. (19 de Diciembre de 2017). *Análisis del potencial de la actividad apícola como desarrollado socioeconómico en sectores rurales*. Obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/7106/1/135301.pdf>

- Grapsas, T. (22 de Diciembre de 2018). *Ventas B2B: ¿cómo funcionan y qué procesos tienen?* Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/ventas-b2b/>
- Gröbblinghoff, B. (2002). *B2B E-Commerce The Future of Business Transactions & Relationships* . Obtenido de <http://www.wiwi.uni-magdeburg.de/fwwdeka/student/arbeiten/013.pdf>
- Guerrero, C. (Junio de 2014). *Diseño de una planta de fabricación de jabón a partir de aceites vegetales usados*. Obtenido de <http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/3371/Proyecto.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGraw Hill.
- Huerta, I. (26 de Enero de 2016). *El estudio de mercado en las empresas*. Obtenido de <http://www.nube.villanett.com/2016/01/26/estudio-de-mercado-en-las-empresas/>
- InfoAgro. (2018 de Junio de 2013). *El mercado de los productos orgánicos*. Obtenido de <http://mexico.infoagro.com/el-mercado-de-los-productos-organicos/>
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2018). *El mercado y la comercialización*. Obtenido de <http://repositorio.iica.int/bitstream/11324/7088/1/BVE18040224e.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística. (2019). *Defunciones según la Causa de Muerte*. Obtenido de <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=10803>
- Instituto Nacional de Estadística. (2019). *Instituto Nacional de Estadística*. Obtenido de <https://www.ine.es/>
- Kuhn, T. (2010). *La estructura de las revoluciones científicas*. México DF: Fondo de Cultura Económica.
- Kumar, V., y Gagandeep , R. (Diciembre de 2012). *Business to Business and Business to Consumer Management* . Obtenido de <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.299.8382&rep=rep1&type=pdf>
- Ley de Compañías . (20 de Mayo de 2014). *Sección IV: De la Compañía Anónima*. Obtenido de https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf
- Ley Orgánica para el Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo y Estabilidad y Equilibrio Fiscal. (21 de Agosto de 2018). *Asamblea Nacional de la República del Ecuador*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/BibliotecaPortlet/descargar/11570cda-4194-413d-83ab->

0b45b8176a55/Ley+de+Fomento+Productivo%2C+Atracci%F3n+de+Inversiones+y+G
eneraci%F3n+de+Empleos+-+Publicada+el+21+de+agosto.pdf

- Líderes. (28 de Junio de 2018). *La apicultura se mueve con tres ejes estratégicos en Ecuador*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/apicultura-miel-abejas-ministerio-agricultura.html>
- López, L. H., y Carranza, I. K. (16 de Septiembre de 2019). *Factibilidad para la producción y comercialización de una bebida a base de jengibre con destino de exportación a Chile*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/13645/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-541.pdf>
- López, M. (13 de Noviembre de 2018). *Asociación de Consumidores Orgánicos*. Obtenido de <https://consumidoresorganicos.org/2018/11/13/los-10-productos-cosmeticos-peligrosos/>
- López, R. P. (2 de Mayo de 2019). *Beauty 2018: bienestar, precio y sencillez*. Recuperado el 3 de Noviembre de 2019, de <https://www.kantarworldpanel.com/es/Noticias/beauty-2018-bienestar-precio-sencillez>
- Lugones, G. (Marzo de 2008). *Teorías del Comercio Internacional*. Obtenido de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/45813866/teorias_del_comercio_internacional_-_lugones_UNIDAD_5.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DTEORIAS_DEL_COMERCIO_INTERNACIONAL.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential
- Luna, N. (1 de Marzo de 2018). *¿Qué es una empresa B2B?* Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/308985>
- Maldonado, C. (2017). La belleza en el Ecuador se vende bien. *Revista Gestión*, 46-48.
- Mankiw, G. (2002). Las fuerzas de mercado de la oferta y la demanda. En *Principios de la Economía* (pág. 42). España: McGrawHill. Obtenido de https://claseseconomia2015.files.wordpress.com/2015/04/mankiw_principios_segundae d.pdf
- Mankiw, G. (2012). Las fuerzas de mercado de la oferta y la demanda. En *Principios de la Economía* (pág. 67). España: McGrawHill. Obtenido de https://claseseconomia2015.files.wordpress.com/2015/04/mankiw_principios_segundae d.pdf
- Matos, A., Ana, R. L., Hernández, S., Durand, L., y Parra, Y. (s.f.). *Dermatosis*. Obtenido de <http://www.revincientifica.sld.cu/index.php/ric/article/download/923/2825>
- MielArlanza. (2017). *Cómo se extrae el propóleo*. Obtenido de <http://www.mielarlanza.com/es/contenido/?iddoc=92>

- Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAG]. (6 de Julio de 2018). *Ecuador y los apicultores registrados*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/ecuador-tiene-1760-apicultores-registrados/>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (21 de Septiembre de 2017). *MAG fomenta actividades para apicultores del país*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/mag-fomenta-actividades-para-apicultores-del-pais/>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2013). Reglamento Técnico Ecuatoriano PRTE INEN 093 "Productos Cosméticos"., (pág. 11). Quito.
- MIT Technology Review. (2019). *Explore the cutting-edge technologies emerging from Spain today*. Obtenido de <http://icex.technologyreview.com/>
- Morales, L. (Diciembre de 2013). *Emisión Electrónica de Permisos CITES en los Países Miembros de la Organización del Tratado de Cooperación Amazónica*. Obtenido de https://www.cites.org/sites/default/files/common/docs/informes_ACTO/Ecuador/Informe%20Ecuador%20Producto%203%20E-Permit%20Partidas%20arancelarias-Registros%20SIB.pdf
- Morales, N. A. (2017). *Análisis del marketing business to business vs marketing tradicional en la industria de servicios tecnológicos en el distrito metropolitano de Quito*. Obtenido de <https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/18983/1/CD-8379.pdf>
- Moreno, A., Narváez, D., y Sancho, S. (Diciembre de 2016). *Teorías del Comercio Internacional*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/doctec11.pdf>
- Narváez, N. D. (2018). *Análisis de la ventaja absoluta y ventaja comparativa relacionada con la producción de banano y camarón entre Ecuador y Colombia*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/11936/1/ECUACE-2018-AE-CD00247.pdf>
- Organización Mundial del Comercio. (2019). *Sistema Armonizado*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/thewto_s/glossary_s/glossary_s.htm
- Padrón, A., Naranjo, A. A., Díaz, J. J., y Llera, R. E. (Enero de 2019). *El propóleo una alternativa de todos los tiempos*. Recuperado el 28 de Octubre de 2019, de https://www.researchgate.net/publication/330289548_El_propoleo_una_alternativa_de_todos_los_tiempos
- Palomino, D., y Guaraca, A. (2019). *Estudio de composición química y actividad antibacteriana de propóleos*. Cuenca: Universidad Politécnica Salesiana.
- Pashte, V., y Said, P. (2015). *Honey Bees: Beneficial Robbers*. International Journal of Agricultural.

- Popper, K. (1980). *La lógica de la Investigación Científica*. Madrid: Tecnos S.A.
- Porter, M. (2009). *Ser Competitivo*. México D.F.: Deusto.
- Prado, J. (2017). *Análisis de factibilidad, técnica, estratégica y económica para la creación una empresa de servicios de consultoría y gestión de Facility Management*. Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/146677/Analisis-de-factibilidad-tecnica-estrategica-y-economica-para-la-creacion-una-Empresa-de-Servicios-de-Consultoria-y-Gestion-de-Facility-Management.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- PRO Ecuador. (2019). *Guía del Exportador*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/guia-del-exportador/>
- PromPerú. (2018). *Exportando paso a paso* . Obtenido de <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=43D61416-5DB3-46B7-B92E-C2DD97C2F75B.PDF>
- Regla, I., Vázquez, E., Cuervo, D., y Neri, A. (Enero de 2014). *La química del jabón y algunas aplicaciones*. Obtenido de <http://www.revista.unam.mx/vol.15/num5/art38/art38.pdf>
- Ricardo, D. (1819). *On the principles of political economy, and taxation*. Obtenido de <https://play.google.com/books/reader?id=a-5VAAAAcAAJ&hl=es&printsec=frontcover&source=ebookstore&pg=GBS.PP4>
- Rocamora, A. (2019). *El impacto de la sostenibilidad en el sector cosmético*. Obtenido de <http://www.industriacosmetica.net/digital-versions/magazines/pdf/10/magazine.pdf>
- Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional [SECAP]. (Marzo de 2018). *SECAP único organismo certificador de apicultores en el Ecuador*. Obtenido de <https://www.secap.gob.ec/secap-unico-organismo-certificador-de-apicultores-en-el-ecuador/>
- Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional. (9 de Marzo de 2018). *Organismo certificador de apicultores en el Ecuador*. Obtenido de <https://www.secap.gob.ec/secap-unico-organismo-certificador-de-apicultores-en-el-ecuador/>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (9 de Mayo de 2017). *Resolución Nro. SENAE-SENAE-2017-0345-RE*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/res/2017/SENAE-SENAE-2017-0345-RE.pdf>
- Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (2019). *Aduana del Ecuador SENAE*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/introduccion/>
- Smith, A. (29 de Mayo de 1976). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Obtenido de MetaLibri Digital Library: https://www.ibiblio.org/ml/libri/s/SmithA_WealthNations_p.pdf

- Souto, M. d., Rosales, C. M., y Sánchez, R. (2016). Eficacia de la aplicación del propóleo al 8 % en alveolitis dentaria. *Multimed. Revista Médica. Granma*, 83.
- Steger, E., Gutiérrez, J., Zambrano, M., Gil, Y., y Figueroa, L. (Marzo de 2014). *Producción del jabón artesanal*. Obtenido de <http://webdelprofesor.ula.ve/ingenieria/marquezronald/wp-content/uploads/proyecto-final.pdf>
- Stenseth, N. (2017). Ectoparásitos humanos y la propagación de la peste en Europa durante la segunda pandemia. *Universidad de Oslo*.
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (8 de Agosto de 2019). *Constitución de Compañías*. Obtenido de https://appscvs.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/images/guias/cons_elec/MANUAL_USUARIO_CONSTITUCION_ELECTRONICA_USUARIO.pdf
- The Observatory of Economic Complexity. (2017). *Importadores/Exportadores de Jabones*. Obtenido de <https://oec.world/es/profile/hs92/3401/>
- Trade Map. (2019). *Exportaciones de Ecuador al mundo*. Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c218%7c%7c%7c%7c3401%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c1%7c%7c2%7c1%7c1
- Trade Map. (s.f.). *Lista de proveedores de Jabones en España*. Obtenido de <https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es>
- Trading Economics. (2019). *Spain GDP*. Obtenido de <https://tradingeconomics.com/spain/gdp>
- Troncoso, C., y Amaya, A. (2017). *Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud*. Obtenido de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/revfacmed/article/view/60235>
- Veletanga, G. (2019). *Teoría de la Ventaja Absoluta de Adam Smith*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Ecuador : <http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/71-teoria-de-la-ventaja-absoluta-de-adam-smith>
- VeriTrade. (2019). *Estadísticas del Comercio Exterior*. Obtenido de <https://www.veritradecorp.com/es/Consultas/index/EC>
- Villalobos, C., y Navarro, F. (2016). *Producción de propóleo en campo, recolectado por las abejas productoras de miel*. Obtenido de <http://www.fcb.uanl.mx/IDCyTA/files/volume1/1/4/88.pdf>
- Viloria, J. D., Gil, J. H., Durango, D. L., y García, C. M. (2 de Enero de 2012). *Caracterización fisicoquímica del propóleo*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/bsaa/v10n1/v10n1a10.pdf>

Vit, P. (2004). Productos de la colmena recolectados y procesados por las abejas: Miel, polen y propóleos. *Revista del Instituto Nacional de Higiene Rafael Rangel*, 10.

Wade, L. (2017). *Química Orgánica. Volumen II*. México: Pearson.

Worldatlas. (2019). *The Biggest Industries In Spain*. Obtenido de <https://www.worldatlas.com/articles/the-biggest-industries-in-spain.html>

Yahoo Finance. (28 de Enero de 2020). *Tipo de cambio de Euros a Dólares*. Obtenido de https://es.finance.yahoo.com/quote/EURUSD=X/?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xiLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAJfTY81ZBT1Uss16GPJliEfi4oG5TSNR3674A9cr3oLdI3ZuYGU0E1OXxIW8eqiXSRDNnGjhtiTGxjEr_KPwLyCGhXL-RmtWebtdmvYGVBiLkVoe3P2AogA4Fw5RqaP3r

Apéndices

Apéndice A: Certificado de asistencia a la conferencia “Internacionalización a la Unión Europea”.



Apéndice B: Modelo de entrevista para Apicultores



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE

Dirigido a: Apicultores

Objetivo de la entrevista: Adquirir una perspectiva clara acerca de la apicultura en el país.

1. ¿Cómo usted incursionó en la apicultura?
2. ¿Cuántas colmenas usted posee actualmente? ¿Cuál es su producción mensual?
3. ¿Cuáles son los principales productos apícolas que están siendo más demandados en el mercado?
4. ¿Usted exporta alguno de sus productos? ¿Existe suficiente producción para abastecer la demanda internacional?
5. ¿Cómo cree usted que ha evolucionado el sector de la apicultura en el país?
6. ¿Cuáles son los problemas que está dando la apicultura en el Ecuador? ¿Cree que el futuro en el sector apícola es prometedor?
7. ¿Usted cuenta con algún apoyo, ya sea del sector privado o público?
8. ¿Cree que las personas están informadas acerca de los beneficios del propóleo?

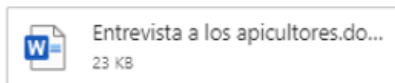
Apéndice C: Entrevista a Apícola Grijalva



Luis Grijalva (grijalva83@yahoo.es)

Mié 4/12/2019 10:40

Para: Cindy Vera (cindyveraj@outlook.com)



Buenos días Señorita Cindy,

Claro, le adjunto mis respuesta a su entrevista que espero le sirvan de mucha ayuda en su trabajo de titulación. Quedo a las ordenes.



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

Dirigido a: Apicultores: CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE

Objetivo de la entrevista: Adquirir una perspectiva clara acerca de la apicultura en el país.

1. ¿Cómo usted incursionó en la apicultura?

Incursioné en la apicultura hace mas de 20 años, mi padre solía ser apicultor y heredé el negocio de él.

2. ¿Cuántas colmenas usted posee actualmente? ¿Cuál es su producción mensual?

Bueno, actualmente contamos con mas de 80 colmenas en varios pisos climáticos del Ecuador, lo que nos permite obtener miel y polen de diversos sabores, colores y aromas característicos de cada zona. La producción mensual varía, por ejemplo tenemos producción mensual de 500 frascos de miel, además al año se elabora mas de 2000 unidades de pintura de propóleo, remedio natural con propiedades antibacteriana, cicatrizante y calmante.

3. ¿Cuáles son los principales productos apícolas que están siendo más demandados en el mercado?

La miel y el propóleo

4. ¿Usted exporta alguno de sus productos? ¿Existe suficiente producción para abastecer la demanda internacional?

Ahora estamos renovando la planta de producción porque queremos exportar nuestros productos, por ello necesitamos poder abastecer la demanda.

5. ¿Cómo cree usted que ha evolucionado el sector de la apicultura en el país?

Es un área muy productiva que recién en los últimos años el gobierno la está tomando en cuenta.

6. **¿Cuáles son los problemas que está dando la apicultura en el Ecuador? ¿Cree que el futuro en el sector apícola es prometedor?**

Si, definitivamente es muy prometedor, aunque la competencia es alta debido a las distintas asociaciones de apicultura.

7. **¿Usted cuenta con algún apoyo, ya sea del sector privado o público?**

Si

8. **¿Cree que las personas están informadas acerca de los beneficios del propóleo?**

Me atrevería a decir que la mayoría, ya que a veces en las ferias a las que vamos las personas nos preguntan “¿Qué es el propóleo?” y pues ahí tenemos que explicarles que es, de donde es y los beneficios que cuenta.



Teléfono: (593) 99-149-1567

Luis Grijalva
Gerente General

Apéndice D: Entrevista a Coromiel

From: Guillo Coronel
<guille.c777@hotmail.com>

Date: January 19, 2020 at
19:53:58 GMT-5

To: Numan Hurtado
<numan_hj@hotmail.com>

**Subject: RE: Entrevista para
apicultores**

1. ¿Cómo usted incursionó en la apicultura?

Mediante un curso en la ESPOL

2. ¿Cuántas colmenas usted posee actualmente? ¿Cuál es su producción mensual?

75 colmenas, 280 litros aproximadamente (depende de la floración de la temporada)

3. ¿Cuáles son los principales productos apícolas que están siendo más demandados en el mercado?

Miel y propóleo

4. ¿Usted exporta alguno de sus productos? ¿Existe suficiente producción para abastecer la demanda internacional?

No exportamos, no tenemos suficiente producción para abastecer la demanda internacional

5. ¿Cómo cree usted que ha evolucionado el sector de la apicultura en el país?

Gracias a cursos, talleres y certificados emitidos por agrocalidad, la apicultura va avanzando de poco a poco y jóvenes empiezan a verla como una oportunidad de negocio

6. ¿Cuáles son los problemas que está dando la apicultura en el Ecuador? ¿Cree que el futuro en el sector apícola es prometedor?

Falta de un verdadero apoyo gubernamental para aumentar la producción y principalmente la falta de educación de los apicultores para saber cómo comercializar su producto a un precio justo y como llegar al consumidor final


7. ¿Usted cuenta con algún apoyo, ya sea del sector privado o público?

No

8. ¿Cree que las personas están informadas acerca de los beneficios del propóleo?

Si

Apéndice E: Entrevista referencia a Laura Griveau – Adonia Cosmética Natural.

 Laura Griveau (adonia@adonianatur.com)
Mar 12/11/2019 12:50
Para: Cindy Vera (cindyveraj@outlook.com)



Buenas tardes Cindy,

Te adjunto la información que me habéis pedido respecto a la entrevista:

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE

Dirigido a: Distribuidores naturistas al por mayor en España

Objetivo de la encuesta: Conocer el grado de aceptación del producto

Muchas gracias por su colaboración.

1. ¿Usted distribuye marcas específicas o multimarcas?

_____ (nombre de la marca)

Multimarca

2. ¿Qué tipos de productos de cosmética natural usted importa? Enliste los 5 más importantes

1. Jabones naturales
2. Lociones y tónicos naturales
3. Productos Terapéuticos
4. Exfoliantes naturales
5. Maquillaje ecológico y natural

3. De las siguientes opciones, enumere en orden de importancia cuatro factores que sean determinantes a la hora de tomar su decisión de compra (siendo 1 el de mayor importancia y 4 el de menor importancia). Precio

Calidad

3. Origen

4. Marca

2. Presentación

1. Certificados ecológicos

4. ¿Cuál o cuáles son los canales de venta de los productos que usted distribuye?

Grandes cadenas de supermercados

Tiendas naturistas de venta al por menor

A través de Internet

Otros (especifique por favor): _____

5. ¿Comercializa y distribuye jabones artesanales?

Si

No ¿Por qué? _____

Si su respuesta es SI, ¿Qué tipo de jabones artesanales - naturales usted distribuye?

Jabones Terapéuticos (Recomendados para la psoriasis, micosis cutáneas y otras afecciones cutáneas como dermatitis)

Jabones Humectantes (Suelen tener aceites vegetales en su composición)

Jabones Dermatológicos (Contienen agentes de limpieza que ayuda a cerrar poros, detener el acné y alivia irritaciones cutáneas)

6. ¿Usted tiene conocimiento acerca del propóleo y sus beneficios?

Si

No

7. ¿Qué tan interesante le parece Miski?

Muy Interesante

Interesante

Neutro

Poco Interesante

Nada Interesante

8. ¿Cuáles son los principales aspectos que le atraen del producto?

Propiedades del producto

Diseño

Precio

Producto atractivo para el sector al que distribuye sus productos

Simplicidad

Otro (por favor especifique): _____

9. ¿Estaría dispuesto a importar jabón a base de propóleos 100% natural a un nuevo proveedor que cuente con los registros, permisos y certificaciones necesarias?

Si

No

10. ¿Estaría dispuesto a adquirir este producto a un precio de USD 3,50?

Si

No ¿Por qué? - Actualmente los productos que distribuyo son locales, por ende los costos son menores-



Laura Griveau

Ubicación: Balmes 70, Barcelona

(llamar aquí para pedidos al 934 512 350)

Apéndice F: Entrevista referencial Abeelium – Cosmética natural y orgánica.



abeja@abeelium.com
Vie 29/11/2019 9:01
Para: Cindy Vera (cindyveraj@outlook.com)



Buen día,

Señores de BeeGreen, vosotros habéis solicitado una entrevista, las respuestas están adjuntadas en el documento de word en la parte superior:

Dirigido a: Distribuidores naturistas al por mayor en España

Objetivo de la encuesta: Conocer el grado de aceptación del producto

Muchas gracias por su colaboración.

1. ¿Usted distribuye marcas específicas o multimarcas?

Abeelium (nombre de la marca)

Multimarca

2. ¿Qué tipos de productos de cosmética natural usted importa? Enliste los 5 más importantes

- 1) Aceites corporales naturales
- 2) Jabones faciales a base de productos naturales de miel
- 3) Cremas faciales, hidratantes a base de aceites naturales
- 4) _____
- 5) _____

3. De las siguientes opciones, enumere en orden de importancia cuatro factores que sean determinantes a la hora de tomar su decisión de compra (siendo 1 el de mayor importancia y 4 el de menor importancia).

4 Precio

1 Calidad

Origen

2 Marca

Presentación

3 Certificados ecológicos

4. ¿Cuál o cuáles son los canales de venta de los productos que usted distribuye?

- Grandes cadenas de supermercados
- Tiendas naturistas de venta al por menor
- A través de Internet
- Otros (especifique por favor): _____

5. ¿Comercializa y distribuye jabones artesanales?

- Si
- No ¿Por qué? _____

Si su respuesta es SI, ¿Qué tipo de jabones artesanales - naturales usted distribuye?

- Jabones Terapéuticos (Recomendados para la psoriasis, micosis cutáneas y otras afecciones cutáneas como dermatitis)
- Jabones Humectantes (Suelen tener aceites vegetales en su composición)
- Jabones Dermatológicos (Contienen agentes de limpieza que ayuda a cerrar poros, detener el acné y alivia irritaciones cutáneas)

6. ¿Usted tiene conocimiento acerca del propóleo y sus beneficios?

- Si
- No

7. ¿Qué tan interesante le parece Miski?

- Muy Interesante
- Interesante
- Neutro
- Poco Interesante
- Nada Interesante

8. ¿Cuáles son los principales aspectos que le atraen del producto?

Propiedades del producto

Diseño

Precio

Producto atractivo para el sector al que distribuye sus productos

Simplicidad

Otro (por favor especifique): _____

9. ¿Estaría dispuesto a importar jabón a base de propóleos 100% natural a un nuevo proveedor que cuente con los registros, permisos y certificaciones necesarias?

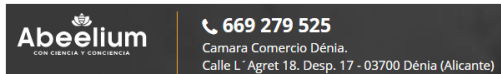
Si

No

10. ¿Estaría dispuesto a adquirir este producto a un precio de USD 3,5?

Si

No ¿Por qué? Porque nosotros producimos nuestros productos y los distribuimos directamente.



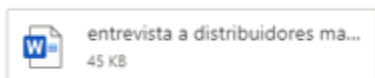
Apéndice G: Entrevista referencia Cosnatura - Cosmética Natural



info@cosnatura.com

Sáb 14/12/2019 14:03

Para: Cindy Vera (cindyveraj@outlook.com)



Hola Cindy,

Vosotros estamos encantados de ayudarles, disculpéis la demora pero espero que les podáis servir la información.

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE

Dirigido a: Distribuidores naturistas al por mayor en España

Objetivo de la encuesta: Conocer el grado de aceptación del producto

Muchas gracias por su colaboración.

1. ¿Usted distribuye marcas específicas o multimarcas?

_____ (nombre de la marca)

Multimarca

2. ¿Qué tipos de productos de cosmética natural usted importa? Enliste los 5 más importantes

- 1) Limpieza Facial
- 2) Maquillaje Natural
- 3) Productos artesanales para el hogar
- 4) Bisutería Artesanal
- 5) Productos para el aseo personal ecológicos

3. De las siguientes opciones, enumere en orden de importancia cuatro factores que sean determinantes a la hora de tomar su decisión de compra (siendo 1 el de mayor importancia y 4 el de menor importancia).

Precio 1

Calidad 3

Origen

Marca

Presentación 4

Certificados ecológicos 2

4. ¿Cuál o cuáles son los canales de venta de los productos que usted distribuye?

- Grandes cadenas de supermercados
- Tiendas naturistas de venta al por menor
- A través de Internet
- Otros (especifique por favor): _____

5. ¿Comercializa y distribuye jabones artesanales?

- Si
- No ¿Por qué? _____

Si su respuesta es SI, ¿Qué tipo de jabones artesanales - naturales usted distribuye?

- Jabones Terapéuticos (Recomendados para la psoriasis, micosis cutáneas y otras afecciones cutáneas como dermatitis)
- Jabones Humectantes (Suelen tener aceites vegetales en su composición)
- Jabones Dermatológicos (Contienen agentes de limpieza que ayuda a cerrar poros, detener el acné y alivia irritaciones cutáneas)

6. ¿Usted tiene conocimiento acerca del propóleo y sus beneficios?

- Si
- No

7. ¿Qué tan interesante le parece Miski?

- Muy Interesante
- Interesante
- Neutro
- Poco Interesante
- Nada Interesante

8. ¿Cuáles son los principales aspectos que le atraen del producto?

- Propiedades del producto
- Diseño
- Precio
- Producto atractivo para el sector al que distribuye sus productos
- Simplicidad
- Otro (por favor especifique): _____

9. ¿Estaría dispuesto a importar jabón a base de propóleos 100% natural a un nuevo proveedor que cuente con los registros, permisos y certificaciones necesarias?

- Si
- No

10. ¿Estaría dispuesto a adquirir este producto a un precio de USD 3,5?

- Si
- No ¿Por qué? _____


Apéndice H: Entrevista Biolovely SL

B

biolovely@biolovely.com

Sáb 04/01/2020 17:08

Para: Cindy Vera (cindyvera@outlook.com)

 Entrevista a distribuidores ma...
46 KB

Buenas tardes Cindy,

A continuación os adjunto la entrevista como lo conversado por medio de Skype, realmente espero que vuestro producto sea puesto en práctica ya que como hemos conversado vuestro producto cuenta con mucho potencial. En el otro correo os adjunto el contrato de compraventa internacional según lo pactado para que reviséis.

Saludos,

BIOLOVELY.com

Contáctanos: BIOLOVELY@BIOLOVELY.COM | TEL. 91 649 55 82

Dirigido a: Distribuidores naturistas al por mayor en España

Objetivo de la encuesta: Conocer el grado de aceptación del producto

Muchas gracias por su colaboración.

1. ¿Usted distribuye marcas específicas o multimarcas?

_____ (nombre de la marca)

Multimarca

2. ¿Qué tipos de productos de cosmética natural usted importa? Enliste los 5 más importantes

- 1) Productos Artesanales
- 2) Cosmética Natural
- 3) Aceites, Balsamos
- 4) Desodorantes Vegano
- 5) Antifongos

3. De las siguientes opciones, enumere en orden de importancia cuatro factores que sean determinantes a la hora de tomar su decisión de compra (siendo 1 el de mayor importancia y 4 el de menor importancia).

- 2 Precio
- 1 Calidad
- 4 Origen
- Marca
- Presentación
- 3 Certificados ecológicos

4. ¿Cuál o cuáles son los canales de venta de los productos que usted distribuye?

- Grandes cadenas de supermercados
- 7 Tiendas naturistas de venta al por menor
- A través de Internet
- Otros (especifique por favor): _____

5. ¿Comercializa y distribuye jabones artesanales?

- Si
- No ¿Por qué? _____

Si su respuesta es SI, ¿Qué tipo de jabones artesanales - naturales usted distribuye?

- Jabones Terapéuticos (Recomendados para la psoriasis, micosis cutáneas y otras afecciones cutáneas como dermatitis)
- Jabones Humectantes (Suelen tener aceites vegetales en su composición)
- Jabones Dermatológicos (Contienen agentes de limpieza que ayuda a cerrar poros, detener el acné y alivia irritaciones cutáneas)

6. ¿Usted tiene conocimiento acerca del propóleo y sus beneficios?

- Si
- No

7. ¿Qué tan interesante le parece Miski?

- Muy Interesante
- Interesante
- Neutro
- Poco Interesante
- Nada Interesante

8. ¿Cuáles son los principales aspectos que le atraen del producto?

- Propiedades del producto
- Diseño
- Precio
- Producto atractivo para el sector al que distribuye sus productos
- Simplicidad
- Otro (por favor especifique): _____

9. ¿Estaría dispuesto a importar jabón a base de propóleos 100% natural a un nuevo proveedor que cuente con los registros, permisos y certificaciones necesarias?

- Si
- No

10. ¿Estaría dispuesto a adquirir este producto a un precio de USD 3,25?

- Si
- No ¿Por qué? _____



Apéndice I: Envase y etiquetado primario



Apéndice J: Precio de jabones naturales en mercado destino



pvp 3,94 €

Jabón Crema Pastilla Mon Lait d'Anesse 100 gr. - SO'BIO étic
 SO'BIO étic crea el jabón cremoso de leche de burra: su más fina y delicada envuelve nuestra piel con un suave perfume



★★★★★ 1 Opinión(es)

Jabón de Aleppo 25%

6,10 €

TEMPORALMENTE AGOTADO



JABÓN COSMÉTICO NATURAL AL ACEIT...

3,41€

Jabon vegetal elaborado con aceite de Argan. De alto poder hidratante que aporta suavidad en la...

AÑADIR

	Jabón facial negro Detox - Exfoliante, Arcilla y Miel y lava volcánica	8,90€	VER DETALLES ▶
	Jabón facial cremoso - Karité y Miel - en latita de aluminio	6,90€	VER DETALLES ▶
	Jabón facial Detox - Arcilla y Miel - en latita de aluminio	6,90€	VER DETALLES ▶

Apéndice K: Contrato de compraventa internacional.

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: BeeGreen S.A., empresa constituida bajo las leyes de la República del Ecuador, debidamente representada por Cindy Daniela Vera Jara y Numan Andrés Hurtado Jaramillo, domiciliado en su fábrica ubicada en la Avenida Federación Deportiva del Azuay y Calles José Alejandro Eugez y Villamar – Parque Industrial – Cuenca, a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR** y, de otra parte Biolovely SL, debidamente representado por su Gerente General Carla Barose, señalando domicilio el ubicado en CALLE BRONCE, 10 - PTL B PISO 6 A – Madrid – España, a quien en adelante se denominará **EL COMPRADOR**, que acuerdan en los siguientes términos:

CLAÚSULAS

PRIMERA CLAÚSULA.- DECLARACIONES

Declara el “VENDEDOR”:

- 1.-Una sociedad conformista con las leyes de la república a del Ecuador.
- 2.-En el objeto social encontramos las actividades de: producción, comercialización y exportaciones.
- 3.- Este cuenta con la capacidad, conocimiento, experiencia y personal adecuado para la declaración que antecede.

Declara el “COMPRADOR”:

- 1.- Sociedad conformista con las leyes de la Unión Europea.
- 2.-Conoce el producto del presente contrato.

SEGUNDA CLAÚSULA.- LA MERCANCÍA

La mercancía a exportar es jabones a base de propóleos con el nombre de “Miski”.
La clasificación arancelaria correspondiente al producto es: 340111

TERCERA CLAÚSULA. - CANTIDAD

La cantidad que será exportada son 7200 unidades de jabones mensuales con un peso 97gramos por unidad incluido el envase primario la unidad.

CUARTA CLAÚSULA. - EMBALAJE, ETIQUETADO Y MARCAS

Los productos cosméticos se pueden comercializar dentro de la Unión Europea siempre y cuando se cumpla con los criterios comunes establecidos en el anexo del Reglamento (UE) n° 655/2013 de la Comisión de 10 de julio de 2013, esta información debe se en letras indelebles, legibles y visibles, las normas a cumplir con las siguientes:

- El nombre y la dirección de la persona responsable. Se especificará el país de origen para los productos cosméticos importados.
- El contenido nominal en el momento del envasado, dado en peso o volumen.

- La fecha de durabilidad mínima de productos o las palabras "mejor utilizado antes del final de".
- Precauciones particulares a tener en cuenta durante el uso.
- El número de lote de fabricación o la referencia para identificar las mercancías. Si el tamaño del producto es demasiado pequeño, esta información puede indicarse solo en el embalaje.
- La función del producto.

Una lista de in gredientes que puede indicarse solo en el envase y el encabezado de la lista de ingredientes deben ser ingredientes

- 4.1 El vendedor entregará la mercadería de Miski (jabones a base de propóleos) con un estándar de calidad para la exportación.
- 4.2 Se realizará el envío 72 cajas del producto "Miski" con el peso de 9,7 Kg.
- 4.3 El producto se entregará en cajas de carton corrugado con canal doble, el cual tendrá una capacidad de hasta 10 kilogramos, estas cajas tendrán una altura de 20 centímetros de alto, 40 centímetros de largo y 33 centímetros de ancho, cada caja contendrá 100 jabones
- 4.4 La inspección será realizada por el comprador o el representante al llegar al país de destino, teniendo como intermediario al agente carga para el aviso de llegada y revisando la hora de entrega corriendo la responsabilidad de costos algunos.

QUINTA CLAÚSULA.- PRECIO

Las partes acuerdan el precio de 3.30 USD por unidad

SEXTA CLAÚSULA. - LUGARES

Por parte del vendedor o exportación el lugar de embarque será el PUERTO DE GUAYAQUIL.

Dirección: Puerto Marítimo – Av. De La Marina.
 Código Postal :090112
 Teléfonos: (593-4) 2-012-002 / 2-500-128 / 2-012-00

La empresa de transporte es: La Naviera escogida es Dole Ocean Cargo Express – Naportec

Por parte del comprador o importador el lugar de desembarque será el PUERTO DE VLENCIA

Avda. del Muelle del Turia, s/n – 46024 Valencia
 Tel.: 96 393 95 00
 Fax: 96 393 94 25

SÉPTIMA CLAÚSULA. - PLAZO DE ENTREGA

EL VENDEDOR se compromete a realizar la entrega de periodo de 24 días luego de recibidas las órdenes de compra debidamente firmadas por el comprador.

OCTAVA CLAÚSULA. - TRANSPORTE

8.1 La mercancía será transportados Vía Marítima para llegar al destino de España
8.2 La carga será enviada paletizada a través de contenedores de carga general de 20 pies. El tiempo estimado para que la carga llegue a destino es de 20 a 26 días.

NOVENA CLAÚSULA.- DOCUMENTOS

- 1 original de la Factura Comercial de exportación emitida por el proveedor.
- 1 original de la Lista de Empaque (Packing List).
- 1 original y copia de Aviso de Llegada
- 1 copia del conocimiento de embarque (Bill of Lading)
- 1 copia de Certificado de Origen
- 1 copia de Declaración Única de exportación, autoriza por la Aduana Nacional del Ecuador

DÉCIMA CLAÚSULA. - LICENCIAS Y PERMISOS

La mercancía a exportar requiere de las siguientes licencias para la distribución:

- Certificación de Fitosanitaria de Exportación

ONCEAVA CLAÚSULA. - CONDICIONES DE PAGO

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por EL COMPRADOR a EL VENDEDOR, el pago la mercancía será mediante una orden de pago antes del embarque de la carga, según el convenio, dicho pago se deberá realizar en dos partes, el porcentaje del primer pago será CUARENTA PORCIENTO (40%) del valor total de la carga, y el SESENTA PORCIENTO (60%) restante será recibido una vez que la mercancía haya entrado al puerto destino. Biolovely SL, por medio de su banco "Banco de España" realizará las transacciones, es decir, el pago de las mercancías a "Banco del Pacífico" a nombre de la empresa BeeGreen S.A.

DOCEAVA CLAÚSULA. - INTERES EN CASO DE PAGO RETRASADO

Si una de las Partes no paga las sumas de dinero en la fecha acordada, la otra Parte tendrá derecho a intereses sobre la suma por el tiempo que debió ocurrir el pago y el tiempo en que efectivamente se pague, equivalente al UNO POR CIENTO (1 %) por cada día de retraso, hasta un máximo por cargo de retraso de QUINCE PORCIENTO (15 %) del total de este contrato

TRECEAVA CLAÚSULA.- RETENCIÓN DE DOCUMENTO

Los productos serán de propiedad del VENDEDOR hasta que el COMPRADOR realice los pagos adecuados al monto que se ha establecido entre ellos.

CATORCEAVA CLAÚSULA. - TÉRMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA

Las partes acuerdan un INCOTERM para la comercialización del producto:
En este caso el INCOTERM pactado entre las partes es FOB 201. En el cual el vendedor y el comprador definen los gastos del transporte de origen y el transporte internacional marítimo. Cabe recalcar que, si hay alguna controversia en el puerto por mala manipulación del contenedor, la responsabilidad será asumida por el VENDEDOR.
Las partes deben acordar también los pagos que se harán por el manipuleo de la mercancía, y también tienen que ser resaltado por las partes por si no hay conocimiento del INCOTERM.

QUINCEAVA CLAÚSULA.- RETRASO DE ENVÍOS

EL COMPRADOR tendrá derecho a reclamar a **EL VENDEDOR** el pago de daños equivalente al 0,5 % del precio de los productos por cada semana de retraso, a menos que se comuniquen las causas de fuerza mayor por parte del **EL VENDEDOR** a **EL COMPRADOR**.

DIECISEISAVA CLAÚSULA.- CASO FORTUITO O FUERZA MAYOR

No se aplicará ningún cargo por terminación ni al vendedor ni al comprador, si el presente acuerdo se ve forzado a cancelarse debido a circunstancias que razonablemente se consideren fuera de control de una de las partes.
La parte afectada por tales circunstancias deberá notificar rápidamente a la otra parte. Si cualquiera de las partes se ve impedida o retrasada en el cumplimiento de cualquiera de sus obligaciones asumidas en el presente contrato por causa de fuerza mayor por un período continuo superior a 2 meses, la otra parte tendrá derecho de terminar el contrato mediante aviso fehaciente dado a la otra Parte afectada por la fuerza mayor.

DIECISIETEVA CLAÚSULA.- NORMA JURÍDICA APICABLES

Cuando se generan discrepancias con relación a las disposiciones establecidas en el presente contrato, el mismo se regirá por los siguientes instrumentos jurídicos por orden descendente de prioridad:

1. Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías (Convención de Viena de 1980)
2. Para los asuntos que no se encuentren establecidos en el instrumento mencionado, se aplicará la legislación vigente establecida en el local del **PROVEEDOR**

DIECIOCHOAVA CLAÚSULA.- SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

A menos que se estipule de otra forma por escrito, todas las disputas surgidas en conexión con el presente contrato deberán ser finalmente resueltas por la ley de LA CAMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL y serán competencia exclusiva de la jurisdicción de las cortes de Guayaquil, a las cuales las partes de uno o más árbitros nombrados de conformidad con dichas reglas.

El idioma del arbitraje será español.

DIECINUEVEAVA CLAÚSULA.- NOTIFICACIONES

Todas las comunicaciones entre el exportador e importador relacionados al presente contrato deberán relacionarse por escrito y enviárselo por fax o correo electrónico, se deberá enviar en el formato **solo lectura** o en otro formato donde se permita modificar el mensaje. Si ocurren controversias con el contrato las comunicaciones constituirán pruebas y antecedentes para la relación judicial del mismo.

VEINTEAVA CLAÚSULA.- PENALIZACIONES

- 20.1. Si el proveedor incumple el plazo de entrega de documentos de 7 días a partir del embarque vía aérea (CURRIER), el comprador tendrá derecho a una indemnización líquida por daños y perjuicios, por parte del proveedor equivalente al 50% del valor del producto acordado en el contrato a condición que el proveedor notifique al comprador la demora, una vez vencido el plazo de entrega según lo acordado y a reserva de cualquier prórroga.
- 20.2. El vendedor en caso de incumplir con la cantidad estipulada mensual, este recibirá una multa del 40% de la mercancía que no fue enviada.

VEINTIUNAVA CLAÚSULA.- ARBITRAJE

- 21.1 En el arbitraje tienes dos posibilidades de elegir entre uno a conciencia y otro a derecho, uno de conciencia es donde tiene conocimientos y uno de derecho es solo un abogado.
- 21.2 Un arbitraje puede cobrar desde \$2,000 dólares monto fijo, si es que la mercancía afectada es de un valor de \$20,000 dólares.
- 21.3 Una vez iniciado el tribunal arbitral, ambas partes deben de presentar un documento de "vigencia de poder", donde se dirá que son los representantes actuales de las empresas.
- 21.4 El arbitraje tiene el poder de solucionar cualquier tipo de problemas e inconvenientes en menos de un año, después hecha la demanda.
- 21.5 El pago de arbitraje, lo podrán decidir entre ambas partes, pueden acordar que paguen 50% por ciento cada uno.
- 21.6 Después de haber terminado el proceso arbitral, el arbitraje emitirá un laudo donde las acciones que se tomará para la solución del problema que implica a una o ambas partes.

VEINTIDOSCEAVA CLAÚSULA. - IDIOMA

El texto íntegro de este contrato, así como los documentos que se deriven del mismo donde están incluidos los anexos, han sido redactados en el idioma español, considerando esta versión como la original.

VEINTITRESCEAVA CLAÚSULA.- ACEPTACIÓN

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes.

No deberá realizarse cambios o modificaciones de cualquiera de los términos de este contrato a menos que sea modificado por escrito y firmado por ambas Partes.

En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de Guayaquil, a los... Días del mes de..... 20....

.....
CINDY VERA
NUMAN HURTADO
GERENCIA – BEEGREEN S.A.
VENDEDOR

.....
CARLA BAROSE
GERENTE GENERAL – BIOLOVELY SL.
COMPRADOR

Apéndice L: Visita a Apícola



Apéndice M: Apiario de proveedor Coromiel



Apéndice N: Tablas adicionales del análisis financiero

Tabla 40

Depreciación de Activos Fijos

Maquinarias	Valor	Vida Útil/Años	Valor de Salvamento	Costo Depreciable	Depreciación Anual
Mezcladora	\$ 5,000.00	10	\$ 250.00	\$ 4,750.00	\$ 475.00
Marmita	\$ 1,500.00	10	\$ 75.00	\$ 1,425.00	\$ 142.50
Vitrina de refrigeración (2)	\$ 2,400.00	10	\$ 120.00	\$ 2,280.00	\$ 228.00
Bandejas de aluminio (3)	\$ 36.00	3	\$ 1.80	\$ 34.20	\$ 11.40
Moldes de silicona (12)	\$ 120.00	3	\$ 6.00	\$ 114.00	\$ 38.00
Total					\$ 894.90

Equipos de Oficina	Costo Total	Vida Útil/Años	Valor de Salvamento	Costo Depreciable	Depreciación Anual
Laptops (9)	\$ 8,100	3	\$ 405	\$ 7,695	\$ 2,565
Celular	\$ 180	3	\$ 9	\$ 171	\$ 57
Aire Acondicionado (2)	\$ 900	3	\$ 45	\$ 855	\$ 285
Impresora	\$ 230	3	\$ 12	\$ 219	\$ 73
Total					\$ 2,979.83

Muebles de Oficina	Costo Total	Vida Útil/Años	Valor de Salvamento	Costo Depreciable	Depreciación Anual
Sillas (11)	\$ 550	10	\$ 28	\$ 523	\$ 52
Escritorios (9)	\$ 900	10	\$ 45	\$ 855	\$ 86
Archivador	\$ 250	10	\$ 13	\$ 238	\$ 24
Total					\$ 162

Nota. Elaborado por autores.

Tabla 41*Servicios Básicos*

Servicio	Costo/Mes
Luz Eléctrica	\$ 180.00
Agua potable	\$ 60.00
Internet	\$ 250.00
Telefonía	\$ 20.00
Alquiler	\$ 3,500.00
Total	\$ 4,010.00

Nota. Elaborado por autores.

Tabla 42*Gastos de Ventas Proyectados*

Gastos de Ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pautas Digitales	\$ 5.000,00	\$ 5.071,25	\$ 5.143,52	\$ 5.216,81	\$ 5.291,15
Ferías en el exterior	\$ 1.500,00	\$ 1.521,38	\$ 1.543,05	\$ 1.565,04	\$ 1.587,34
Honorario Diseñador gráfico	\$ 400,00	\$ 405,70	\$ 411,48	\$ 417,34	\$ 423,29
Community Manager	\$ 6.000,00	\$ 6.085,50	\$ 6.172,22	\$ 6.260,17	\$ 6.349,38
Total	\$ 12.900,00	\$ 13.083,83	\$ 13.270,27	\$ 13.459,37	\$ 13.651,17

Nota. Elaborado por autores.

Tabla 43*Inflación Anual Ecuador*

Año	Inflación Anual
2014	3.67%
2015	3.38%
2016	1.12%
2017	0.18%
2018	0.27%
2019	-0.07%
	1.43%

Nota. Elaborado por autores.



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Vera Jara Cindy Daniela**, con C.C: # **0955807953** autora del trabajo de titulación: **Estudio de factibilidad para la producción, comercialización y exportación de jabones a base de propóleos a España**, previo a la obtención del título de Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 2 de marzo del 2020

f. 
Nombre: Vera Jara, Cindy Daniela
C.C: 0955807953




DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Hurtado Jaramillo Numan Andrés**, con C.C: # **0930482435** autor del trabajo de titulación: **Estudio de factibilidad para la producción, comercialización y exportación de jabones a base de propóleos a España**, previo a la obtención del título de Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 2 de marzo del 2020

f. 

Nombre: **Hurtado Jaramillo, Numan Andrés**

C.C: **0930482435**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Estudio de factibilidad para la producción, comercialización y exportación de jabones a base de propóleos a España		
AUTOR(ES)	Vera Jara, Cindy Daniela; Hurtado, Jaramillo, Numan Andrés		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. María Josefina Alcívar Avilés, PhD.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Comercio y Finanzas Internacionales		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	2 de marzo del 2020	No. DE PÁGINAS:	151
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comercio exterior, logística, finanzas		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Propóleos, jabón, factibilidad, exportación, España, natural, comercio internacional.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):			
<p>El bienestar de la salud y la alimentación son las tendencias de consumo que más se han dinamizado en los últimos años. Los consumidores buscan productos que no tengan impactos dañinos sobre el cuerpo y se inclinan más por aquellos que tienen ingredientes naturales, como es el caso del propóleo. Es por ello que, el presente proyecto de titulación tiene como objetivo determinar la factibilidad de producción y exportación de jabones de propóleo a España. A través de una metodología de investigación con alcance descriptivo y utilizando herramientas con enfoque cualitativo, este estudio logra puntualizar las oportunidades potenciales que existen dentro del mercado transformando un producto común, en un jabón con un valor agregado añadiendo un derivado de la producción apícola que resulta contener abundantes beneficios para la piel. Se especifica la composición del propóleo junto con sus propiedades que aportan para el cuerpo humano, así como el proceso para su producción industrial manteniendo la visión de producto natural. Finalmente, se concluye gracias a un análisis de mercado, de la mano de un estudio financiero que la creación de una empresa dedicada a la comercialización de un jabón de propóleo es factible y rentable.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-98-671-8694 / +593-99-478-2348	E-mail: cindyveraj@outlook.com / numan_hj@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Ing. Echeverría Bucheli, Mónica Patricia, Mgs.		
	Teléfono: +593-99-953-1661		
	E-mail: monica.echeverria@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			