



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

TEMA:

Estudio de la factibilidad para la producción y exportación de pastillas dentales orgánicas a Santiago de Chile.

AUTOR:

Vásconez Acosta, Félix Andrés

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

TUTOR:

Lcdo. Javier Francisco Layana Ruiz, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

10 de agosto del 2020



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

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Vásconez Acosta, Félix Andrés**, como requerimiento para la obtención del título de.

TUTOR:

Lcdo. Javier Francisco Layana Ruiz, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, P.h.D.

Guayaquil, 10 de agosto del 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Vásquez Acosta Félix Andrés**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Estudio de factibilidad para la producción y exportación de pastillas dentales orgánicas a Santiago de Chile**, previo a la obtención del título de Licenciado 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, 10 de agosto del 2020

EL AUTOR:

Félix Vásquez Acosta

Vásquez Acosta, Félix Andrés



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

AUTORIZACIÓN

Yo, Vásconez Acosta, Félix 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 la factibilidad para la producción y exportación de pastillas dentales orgánicas a Santiago de Chile**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 10 de agosto del 2020

EL AUTOR:

Félix Vásconez A.

Vásconez Acosta, Félix Andrés

REPORTE DE URKUND

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado Estudio de la factibilidad para la producción y exportación de pastillas dentales orgánicas a Santiago de Chile , presentado por el estudiante **Vásquez Acosta, Félix Andrés**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (2%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.



The screenshot shows the URKUND interface with the following details:

- Documento:** [VÁSQUEZ FELIX- Tesis final.docx](#) (D76084035)
- Presentado:** 2020-08-23 10:48 (-05:00)
- Presentado por:** Javier Francisco Layana Ruiz (javier.layana@cu.ucsg.edu.ec)
- Recibido:** javier.layana.ucsg@analysis.arkund.com

A yellow highlight indicates: 2% de estas 48 páginas, se componen de texto presente en 4 fuentes.

Below the text is a blue handwritten signature.

Lcdo. Javier Francisco Layana Ruiz, Mgs.

TUTOR

Agradecimiento

A Dios por sobre todas las cosas, mi familia, por su apoyo incondicional día a día para superarme y dar lo mejor de mi, ya que, sin ellos nada de esto fuese posible, sin el esfuerzo de mi madre para darme siempre la mejor opción en lo que a educación se refiere. Mención especial a mi compañera Roxana Paola Salcan Lema que demostró durante todo el periodo universitario amistad incondicional a pesar de tan corto tiempo, sin ella, tampoco sería posible. Agradecer a las personas que me dieron la oportunidad de conocer durante el periodo de tesis, y abrir las puertas para que sea más fácil demostrar mi proyecto empresarial.

A los profesores que se demostraron como Docentes con corazón, y dieron todos sus conocimientos sin guardarse información, en especial al Ing. Javier Layana, y el Eco. David Coello que son fundamentales en materias de la carrera, y sin duda alguna los mejores docentes de la materia.

A mis angelitos en el cielo por siempre cuidarme desde arriba, y guiarme por el camino correcto sin desviarme, siguen siendo todo para mí.

Gracias

Félix Andrés Vásquez Acosta

DEDICATORIA

Agradecer a Dios, a mi madre, y mi familia, que son parte fundamental en mi vida, en mis estudios y mi esencia, especial mención a mi compañera de estudio Paola Salcan por el apoyo incondicional durante el periodo universitario, y demostrarme que sí se puede siempre con esfuerzo y dedicación, siempre entregar lo mejor de mi en cada semestre, y no dar por acabada una materia. Todas estas personas son fundamentales para mi crecimiento laboral, espiritual, e intelectual y dedicarles este triunfo a ellos, porque sin ellos no sería posible.

Félix Andrés Vásquez Acosta



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lcdo. Javier Francisco Layana Ruiz, Mgs.
TUTOR(A)

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, P.h.D.
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

Ing. Mónica Echeverría Bucheli, Mgs.
COORDINADOR DEL ÁREA

OPONENTE



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

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Vásconez Acosta, Félix Andrés	

Lcdo. Javier Francisco Layana Ruiz, Mgs.

TUTOR

ÍNDICE

Introducción	2
Capítulo I.....	4
Generalidades del Trabajo.....	4
Antecedentes	4
Justificación	5
Planteamiento del Problema	6
Formulación del Problema	7
Preguntas de Investigación.....	7
Objetivos	8
<i>Objetivo general.</i>	<i>8</i>
<i>Objetivos específicos.</i>	<i>8</i>
Delimitación del Tema	8
<i>Espacial</i>	<i>8</i>
<i>Temporal</i>	<i>8</i>
<i>Teórica.....</i>	<i>8</i>
Limitaciones del Trabajo	8
Capítulo II.....	10
Marco Teórico, Conceptual y Metodológico	10
Marco Teórico.....	10
<i>Teoría de la ventaja absoluta.....</i>	<i>10</i>
<i>Teoría de ventaja comparativa</i>	<i>10</i>
<i>Modelo Hecksher - Ohlin</i>	<i>11</i>
<i>Teoría de la ventaja competitiva.....</i>	<i>12</i>
Marco Conceptual.....	13
<i>Orgánico.....</i>	<i>13</i>
<i>Salud Dental</i>	<i>13</i>
<i>Reciclaje</i>	<i>13</i>
<i>Contaminación Ambiental.....</i>	<i>13</i>

<i>Exportación</i>	13
<i>Tratado de Libre Comercio</i>	14
<i>Análisis FODA</i>	14
<i>Análisis Pestel</i>	14
<i>TIR</i>	14
<i>VAN</i>	15
<i>PayBack</i>	15
Marco Legal	15
<i>Marco Legal Ecuador</i>	15
<i>Marco Legal Chile</i>	17
Marco Metodológico	18
<i>Método</i>	18
<i>Enfoque del trabajo</i>	19
<i>Tipo de diseño</i>	19
<i>Alcance</i>	20
<i>Población y muestra</i>	20
<i>Instrumentos de recopilación de información</i>	22
<i>Herramientas y procedimientos para procesar información recopilada</i>	22
Capítulo III	23
Análisis del Entorno	23
País Importador: Chile	23
Análisis de Macroentorno	24
Análisis Pest	24
<i>Factor Político y Legal</i>	24
<i>Factor Económico</i>	25
<i>Factor Sociocultural</i>	26
<i>Factor Tecnológico</i>	26
Cadena de valor de Michael Porter	27
Actividades de soporte.....	27
Actividades primarias.....	28
Análisis de las 5 fuerzas de Porter	29
<i>El poder de negociación del cliente</i>	30
<i>El poder del proveedor</i>	30
<i>Los nuevos competidores entrantes</i>	30

<i>La amenaza de los productos sustitutos</i>	31
<i>La naturaleza de la rivalidad.</i>	32
Análisis del Microentorno	33
<i>Fortalezas</i>	33
<i>Oportunidades</i>	33
<i>Debilidades</i>	34
<i>Amenazas</i>	34
Estudio de Mercado	34
Entrevista	34
Encuesta	37
Capítulo IV:	46
Descripción General de la Empresa y mercado meta	46
Razón social.....	46
Registro Único Contribuyente.....	47
Actividad Comercial	47
Tipo de empresa	47
Misión	47
Visión	48
Descripción del producto	48
Registro de la Marca	49
Logo	49
Lema comercial.....	49
Constitución de la empresa	49
Mercado de Oferta.....	56
Mercado de Demanda.....	57
Comercialización y Ventas	58
Gestiones de exportación	58
<i>Datos de la exportación</i>	58
<i>Documentación</i>	59
<i>Medio de pago</i>	59

<i>Incoterm</i>	59
<i>Puerto de destino</i>	60
<i>Transporte, entrega y disponibilidad</i>	60
Requisitos para Exportar	60
Organigrama de la empresa	62
Distribución de funciones y responsabilidades	62
Hábitos de consumo	63
Estimación de la demanda	63
Capítulo 5	65
Estudio técnico	65
Objetivo	65
Pastillas Dentales	65
Beneficios	66
Ciclo de Producción	67
<i>Proceso de producción</i>	67
<i>Descripción de Etapa del Proceso de Producción</i>	67
Cantidad de materia prima para la elaboración de una caja de 180 pastillas.	68
Capacidad Operativa	68
Proceso de Abastecimiento	69
Certificados de Calidad y Sanidad	70
<i>Procedimiento</i>	71
Capítulo VI	73
Estudio Financiero	73
Inversión Inicial	73
Activos Fijos	73
Activos Diferidos	74
Costo de Venta	74
Gastos Administrativos y de Ventas	77

Sueldos y Salarios	77
Plan Financiero	80
Proyecciones de Ventas	80
Evolución de PVP	81
Punto de equilibrio	85
Índices Financieros.....	85
TIR.....	86
Costo Promedio Ponderado de Capital.....	87
TIR VS WACC.....	87
VAN.....	87
Payback.....	87
Análisis de Escenarios	87
<i>Conclusiones.....</i>	<i>89</i>
<i>Recomendaciones.....</i>	<i>90</i>
<i>Referencias</i>	<i>91</i>

Índice de Tablas

Tabla 1: Países mayores exportadores al país chileno	57
Tabla 2: Listado de países importadores del producto mencionado	57
Tabla 3: Materia prima	68
Tabla 4: Precio de componentes expresado en USD\$ el KG	69
Tabla 5: Inversión Inicial de la empresa SMILE TEETH.Ec	73
Tabla 6: Depreciación de Activos	74
Tabla 7: Gastos Preoperativos	74
Tabla 8: Materia Prima	75
Tabla 9: Tabla de Mano de Obra	76
Tabla 10: Costos Indirectos	76
Tabla 11: Nómina de Empleados	77
Tabla 12: Gastos Servicios Básicos	78
Tabla 13: Nómina de Sueldos y Salarios	78
Tabla 14: Costes EXW	79
Tabla 15: Gastos de Marketing	79
Tabla 16: Financiamiento	80
Tabla 17: Resumen de Tabla Amortización	80
Tabla 18: Proyecciones de Ventas a 5 años	80
Tabla 19: Evolución de Precio de Venta	81
Tabla 20: Políticas de cobro	81
Tabla 21: Flujo de Caja	82
Tabla 22: Estado de Pérdidas y Ganancias	83

<i>Tabla 23:Balance General proyectado.....</i>	<i>84</i>
<i>Tabla 24:Costos Fijos.....</i>	<i>85</i>
<i>Tabla 25:Costos Variables</i>	<i>85</i>
<i>Tabla 26:Elementos del Punto de Equilibrio.....</i>	<i>85</i>
<i>Tabla 27:Punto de Equilibrio</i>	<i>85</i>
<i>Tabla 28:Ratios Financieros</i>	<i>86</i>

Índice de Figuras

<i>Figura 1: Resultado del género de los resultados</i>	38
<i>Figura 2: Rango de Edad de los encuestados</i>	38
<i>Figura 3: Higiene bucal de los encuestados</i>	39
<i>Figura 4: Frecuencia de cepillado dental</i>	39
<i>Figura 5: Sensibilidad dental</i>	40
<i>Figura 6: Conocimiento sobre pastillas dentales</i>	40
<i>Figura 7: Conocimiento sobre los beneficios de las pastillas</i>	41
<i>Figura 8: Beneficios de las pastillas dentales</i>	42
<i>Figura 9: importancia para el consumidor que sea ecofriendly</i>	42
<i>Figura 10: Satisfacción del consumidor sobre un producto orgánico</i>	43
<i>Figura 11: Preferencia del consumidor al momento de adquirir el producto</i>	43
<i>Figura 12: Medio de comunicación de preferencia</i>	44
<i>Figura 13: Consumo de productos orgánicos</i>	45
<i>Figura 14: Disponibilidad a pagar por parte del consumidor</i>	45
<i>Figura 15: Ubicación de la planta SMILE TEETH.Ec</i>	46
<i>Figura 16: Plano de distribución de la empresa</i>	46
<i>Figura 17:Empaque e impresión del producto EcoBrush</i>	48
<i>Figura 18: Logo de la empresa SMILE TEETH.Ec</i>	49
<i>Figura 19: Organigrama de la empresa</i>	62
<i>Figura 20: Proceso de Producción</i>	67

Resumen

El presente estudio de titulación presenta la factibilidad económica de producir para exportar pastillas dentales a la ciudad de Santiago de Chile. Se presenta una solución de reciclaje en relación a la cantidad de desechos de plástico que existe en la actualidad y la presentación biodegradable, orgánica, libre de gluten y sin residuos es un potencial para comenzar aportando a la naturaleza y su entorno. Basado en estudios de micro y macro entorno se determina la demanda de mercado por medio de entrevistas, encuestas que faciliten el consumo y el tipo de consumidor al que se quiere llegar.

El presente estudio determina la factibilidad de manera positiva para comenzar nuevas vías de emprendimiento y de reactivar la economía frente a la situación dada como la pandemia, promoción de empleos, emprendimientos y vías alternas a consumir un producto aportando al mundo.

Palabras Clave: orgánico, biodegradable, pastilla, pasta dental, emprendimiento.

Abstract

This qualification study presents the economic feasibility of producing dental tablets to export to the city of Santiago de Chile. A recycling solution is presented in relation to the amount of plastic waste that currently exists and the biodegradable, organic, gluten-free and residue-free presentation is a potential to start contributing to nature and its environment. Based on studies of micro and macro environment, market demand is determined through interviews, surveys that facilitate consumption and the type of consumer to be reached.

The present study determines the feasibility in a positive way to start new paths of entrepreneurship and to reactivate the economy in the face of the given situation such as the pandemic, job promotion, entrepreneurship and alternative ways to consume a product contributing to the world.

Keywords: *Organic, Biodegradable, pills, toothpaste.*

Introducción

El presente estudio de factibilidad busca evaluar la rentabilidad del proyecto de la empresa TEETH SMILE.Ec. Mediante la comercialización y exportación de pastillas dentales orgánicas, las cuales buscan ayudar a tener una buena higiene bucal. No obstante, permite dar conciencia ecológica y cuidar al medio ambiente.

En la actualidad informes demostrados que la pasta dental contiene químicos que afectan en gran parte la salud dental, estos componentes pueden ser el contenido del flúor al momento de ingerirlo, ya que estudios demuestran que al momento de cepillarse los dientes el ser humano ingiere casi un promedio de 30% de la pasta dental, y los niños casi el doble, con esto, queda demostrado que existen problemas debido al contenido del flúor y pueden darse problemas de toxicidad gastro intestinal y ósea, irritación de mucosa, tos, fiebre, apnea entre otros.

TEETH SMILE.Ec. Encontró la necesidad debido a su compromiso con el medio ambiente a crear una solución ecológica para reducir el uso de plástico a nivel mundial ya que se ha demostrado que altos índices de residuos de plástico en pastas dentales son desechados en el océano, y se prevé que a futuro existan más desechos plásticos que peces en el mar, afectando así a la biodiversidad marítima.

EcoBrush es un producto que motiva a las personas a reciclar el empaque de cartón el cual se encuentra la pastilla dental orgánica, para así fomentar a dejar de utilizar el empaque de plástico tradicional ayudando así al medio ambiente, y mejorando su salud dental.

Para una mejor comprensión del presente estudio, este estudio de factibilidad está compuesto por cinco capítulos, entre los cuales se desarrollan como Capítulo 1 que esta integrado por los antecedentes que es una reseña histórica, seguido por el planteamiento del problema en el cual se describe el porqué de la creación del producto.

El Capítulo 2 se encuentra el Marco Teórico, en el cual se fundamentan las bases teóricas por la cual se sustenta el proyecto, acompañado también de la base legal, y metodológica, que son de suma importancia para el proceso de constitución de la empresa, y recopilación de información.

El Capítulo 3, está compuesto por análisis del entorno, es decir se realizan estudios de Chile como tal, país importador de bienes, servicios y productos, se realiza un análisis del macroentorno, todos los factores que inciden en el estudio del caso, tales como factor político, legal, sociocultural, tecnológico, se hace un análisis Pestel, y se encuentran todas las factores externos e internos de la compañía.

Dentro del capítulo 4, se realiza una descripción general de la empresa como tal, sus fortalezas y debilidades, a qué se va a dedicar la empresa, de qué trata la empresa, se plantea la misión y la visión de la compañía, y se describe el producto. Se formaliza el logo, el lema comercial, y se realiza un análisis del mercado de oferta, y de demanda. Se habla de las exportaciones como tal, y de sus gestiones de logística para poder agilizar el proceso de exportación.

Dentro del capítulo 5 se hace un estudio técnico, donde trata de la capacidad operativa, se calcula la estimación de la demanda, y donde se formula y se hacen realidad las pastillas.

Capítulo I

Generalidades del Trabajo

Antecedentes

Desde la antigüedad, a nivel mundial las personas se han preocupado por el aspecto de su dentadura. La pasta dental ha conseguido una alta necesidad de consumo. La primera pasta dental se encuentra en un pergamino de Egipto en el siglo IV A.C la cual estaba compuesta de polvo de sal, pimienta, hojas de menta, iris y flores; también estaba compuesta de polvo de piedra pómez, pimienta, agua, uñas de buey cascadas de huevo y mirra. (Bermeo Reyes, 2012)

Chile es reconocida por darle prioridad a la salud bucal a cada una de las familias, personas y comunidades. No obstante, durante los últimos años se ha presenciado que las personas le dan poca importancia a la higiene bucal, lo cual provoca una serie de patologías bucales, entre las más comunes se encuentra las caries. Donde alrededor del 62% de los niños sufren esta patología seguido por adultos mayores de 65 años.

Según la Encuesta Nacional de salud, según sus cifras, el 53,8% de la población estima que tiene una salud bucal regular, mala o muy mala; en tanto, el 52,8% reconoce que hace más de un año no visita al dentista y el 2,2% nunca lo ha hecho (La Tercera 2018).

Por ello, es importante la implantación de productos que ayuden a mejorar la salud dental de los chilenos, uno de ellos es la tradicional pasta dental. No obstante, es importante recalcar que dicho producto tiene una serie de ingredientes no tan amigables para la salud, así como también el envase en el cual viene presentado. Dichos envases son hechos de diferentes láminas de plástico, lo cual es imposible de reciclar y afecta al medioambiente.

Hoy en día, los residuos de plástico suponen un grave problema medioambiental. Según el Parlamento Europeo, en la actualidad hay más de 150 millones de toneladas de este material en los océanos, y la cifra se va incrementando de manera progresiva. Se estima que cada año terminan en el fondo del mar entre 4,8 y 12,7 millones de toneladas, y de continuar a este ritmo para 2050 habrá más plásticos que peces en el mar. (Arteaga, 2019)

EcoBrush es un producto 100% orgánico que busca reducir la cantidad de ingredientes reemplazándolos por ingredientes menos invasivos pero que tengan la misma función. Cabe recalcar que su uso no afectará al medio ambiente, dado que busca reducir el uso de plástico reemplazándolo por envases de cartón.

Justificación

El presente estudio analiza la factibilidad para la producción y exportación de pastillas dentales orgánicas hacia el mercado chileno, dado que se trata de un producto innovador, cuya comercialización va relacionada con los problemas de salud dental y medioambiental.

El desarrollo de pastillas dentales orgánicas busca ayudar a la salud dental, así como también evita la contaminación. Dado que las pastas dentales comunes usan un exceso de flúor el cual causa un debilitamiento en los huesos. EcoBrush va dirigido al mercado chileno debido al alto índice de enfermedades patológicas que se ha presenciado durante los últimos años, así también como reducir la contaminación. Este producto también permitirá a sus consumidores economizar dado que la pasta convencional es más cara que las pastillas a ofrecer.

En Chile, a pesar que desde hace varios años se ha demostrado una disminución importante de personas con caries (15,4% menos), en la actualidad el 54,6% afirma que padece de caries, siendo mas frecuente en los hombres que en las mujeres, cifra preocupante. El uso de hilo dental, enjuague y un lavado correcto de los dientes, puede evitar esta situación, al igual que ir a controlarse con un odontólogo y odontóloga de forma regular. Tal como indicaron en TVN, evitar el tabaco y consumir alimentos saludables también ayudará a bajar las posibilidades de contraer caries (La Parva 2019).

Así como el índice de caries afecta a más de la mitad de la población chilena, también existe un alto índice de contaminación por parte de los plásticos por el uso de varios productos alimenticios, cosméticos y bucales.

Según Asociación Gremial de Industriales del Plástico de Chile (2019), en Chile se consumen aproximadamente 990.000 toneladas de plástico al año, de las cuales se reciclan 83.679 (8,5%) una cifra muy baja en relación a su frecuencia, por lo

tanto del total de plásticos reciclados, un 17% (14.281 tons/año) provienen de los hogares y un 83% (69.398 tons/año) de las industrias. De las 990 mil toneladas anuales, 323.776 tons/año (32,6%) están puesta en el mercado hacia el consumidor local en sus hogares. Por lo tanto, esas 14.821 tons/año, corresponde al 4% de reciclaje domiciliario que realizan de manera efectiva un reciclaje correcto. Más de la mitad de los plásticos reciclados de origen domiciliario (55%) son PET (1), el resto son principalmente PEAD y PP (5).

El proyecto dentro del Plan Nacional de Desarrollo se enmarca en el objetivo 3: Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones. El cual se fundamenta en “Uno de los avances más importantes de la Constitución de 2008 (arts. 10 y 71-74) es el reconocimiento de la naturaleza como sujeto de derecho, lo que implica respetar integralmente su existencia, el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales y su restauración en caso de degradación o contaminación. De ahí que, en consonancia con lo establecido en la Carta Magna, se exhorta a asumir una responsabilidad intergeneracional –a la luz de los riesgos más inminentes para nuestra especie, como el cambio climático–, mediante el manejo sustentable del patrimonio natural: su biodiversidad terrestre y marina”(Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo 2017)

Dentro de las líneas de investigación de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil enfocada en la Facultad de Especialidades Empresariales será dirigida en la línea de crecimiento y desarrollo económico de modelos empresariales y redes de intercambio. Se tomo la tercera línea de investigación de la carrera de Comercio y Finanzas Internacionales la cual se basa en el análisis de modelos de financiamiento alternativos que no sean tradicionales y que puedan ser aplicados por empresas ecuatorianas para la generación de empleo, vía nuevos emprendimientos con relación al comercio exterior.

Planteamiento del Problema

En la actualidad, la preocupación por la salud bucal es un aspecto que afecta a toda la población. Por ello, existe empresas que ofrecen productos que de alguna manera ayuda a combatir las enfermedades patológicas como las caries, APNEA, acidez estomacal, entre otras. Elementos tales como el hilo dental, enjuague bucal, pasta dental, entre otros que resultan una opción para lavarse los dientes, no obstante,

algunos de esos productos contienen una gran cantidad de químicos los cual en vez de ayudar afectan a la salud y vienen presentados en envases imposibles de reciclar.

De acuerdo con cifras del Plan Nacional de Salud Bucal 2018-2030, del Ministerio de Salud, el principal problema son las caries: a los 2 años afectan al 17,5 por ciento de los niños; a los 4 años al 49,6 por ciento; a los 6 años al 70,4 por ciento; a los 12 años al 62,5 por ciento; y desde los 15 años al 73,9 por ciento. La tasa se dispara en la población entre 65 y 74 años, dañando al 99,4 por ciento de las personas en ese rango etario (La Cooperativa 2019).

Esto impulsa a la búsqueda de otras alternativas para la higiene bucal, las cuales sean menos invasiva y ecológicas con el medio ambiente. Por lo tanto, se impulsa a la creación de productos orgánicos en empaque que eliminen y mitiguen el daño ambiental que puede producirse con estos productos y, al mismo tiempo, ofrezca a los consumidores la oportunidad de utilizar nuevas alternativas que sean compatibles con los afanes actuales de conservación ambiental y les genere satisfacción cuando a su salud dental se refiere.

Una de ellas es la comercialización de pastillas dentales orgánicas, cuya presentación se da mediante un empaque de cartón. Además, se puede considerar que este producto tiene un valor agregado ya que existe en la actualidad una alta demanda de productos orgánicos, ecológicos, sustentables que mitiguen la huella ambiental de los consumidores. Las pastillas son completamente orgánicas, y contienen un alto índice de mejoras en la salud dental en comparación con la pasta dental convencional.

Formulación del Problema

¿Cuál es la factibilidad para la producción y exportación de pastillas dentales orgánicas a Santiago de Chile?

Preguntas de Investigación

- ¿Cuál es la fundamentación teórica, legal, conceptual y metodológica del estudio?
- ¿Cuál es la demanda de pastillas dentales orgánicas en Chile?
- ¿Cuál es la factibilidad financiera de exportar pastillas orgánicas hacia el mercado chileno?

Objetivos

Objetivo general.

Determinar la factibilidad para la producción y exportación de pastillas dentales orgánica hacia la ciudad de Santiago de Chile.

Objetivos específicos.

- Sistematizar las teorías, leyes y metodologías que sirvan de fundamento para la comercialización de una pasta dental orgánica en pastillas.
- Realizar el estudio de entorno del mercado para la determinación de la demanda del producto.
- Determinar la factibilidad económica de la comercialización de una pasta de diente orgánica en pastillas.

Delimitación del Tema

Espacial

Para este estudio se realizará un análisis de mercado en una población comprendida de todas las edades, de nivel socio económico medio y alto, con interés en cuestiones de salud, ambiental y ecológicas, de la ciudad de Santiago de Chile.

Temporal

El estudio tiene una durabilidad de 5 años.

Teórica

El estudio tendrá bases teóricas como son: la ventaja absoluta, ventaja comparativa, modelo de Heckscher-Ohlin y la ventaja competitiva.

Limitaciones del Trabajo

Para el desarrollo de este proyecto surgirán las siguientes limitaciones:

- Selección de personal intermediario para la comercialización del producto EcoBrush en la ciudad de Santiago de Chile.

- Dificultades económicas frente a la pandemia actual que afectan a las exportaciones (Covid-19).
- Selección de personal capacitado para la elaboración del producto.
- Falta de información acerca de la demanda de productos orientados a la salud dental.

Capítulo II

Marco Teórico, Conceptual y Metodológico

Marco Teórico

Teoría de la ventaja absoluta

En 1776, fue publicada la famosa obra “La riqueza de las naciones”, si bien el nombre completo es “La investigación sobre la naturaleza y las causas de la riqueza de las naciones”. Smith, sostenía que la riqueza procede del trabajo de la nación. El libro fue esencialmente un estudio acerca del proceso de creación y acumulación de la riqueza, tema ya abordado por los mercantilistas, pero sin el carácter científico de la obra de Smith (Asturias Corporación Universitaria 2018).

La ventaja absoluta Adam Smith sostenía que una determinada nación abastecía a otra con aquellos excedentes de bienes para los cuales ya no existía demanda interna; pues ya estaba cubierta y a su vez adquiriría mercancías que por determinados factores no puede producir por lo cual su demanda interna se encontraba insatisfecha. Bajo este contexto se puede establecer que el comercio internacional promueve la expansión de la frontera de posibilidades de producción generando un incremento del ingreso nacional al producirse una mayor cuantía de bienes / servicios (Cacuengo Cruz Sandra 2019).

Esta teoría trata de que las naciones se abastecen por propia luz, mas no dependen de otras economías. Esta teoría se consolida en el intercambio de bienes que el país productor se caracteriza y depende de si misma debido a que tiene los implementos de producción como la materia prima, y posee ventaja absoluta de la misma, existe un complemento de bienes que se lo determina como comercio internacional, Smith habla de que las naciones que entran en negociación es debido a carencias que existen en las mismas para si abastecer con las necesidades y actúan como complementarios.

Teoría de ventaja comparativa

David Ricardo desarrolló esta teoría del comercio internacional basada en la ventaja comparativa y la especialización, dos conceptos que rompieron con el mercantilismo, el cual era hasta entonces la doctrina dominante. Introdujo esta teoría por primera vez en su libro “On the Principles of Political Economy and Taxation”

(Sobre los principios de la economía política y los impuestos), publicado en 1817 (Policonomics 2019).

“Aquella ventaja que se tiene frente a otra persona (u organización o sociedad) en la producción de un bien, si el costo de oportunidad que tiene para ella la obtención de una unidad de dicho bien es menor que la que tiene para la otra persona”(Arzadun Paula 2020).

Esta teoría se basa en la optimización de recursos por parte de una entidad u organización en la cual su fuerte se basa en la mayor cantidad de producción ya que es productor de materia prima. Esto es una ventaja en relación a las demás naciones ya que la materia prima no debe ser importada para la elaboración del producto, esto quiere decir a su vez, los costes de producción, manufacturación, y mano de obra no se van a elevar en relación a la producción en otros países, ya que se abaratan los costes. Este caso se puede potencializar el comercio exterior debido a que los países se decide en especializar en la producción donde tienen ventaja, y así lograr la producción y comercio de las mismas e ir incrementando el comercio con diferentes naciones.

Dentro del comercio internacional se maneja de manera eficiente el país que es mejor, y tiene mayor oportunidad de producción es considerado que lleva una ventaja en relación a los demás, esto genera un coste de oportunidad ya que el país con ventaja deja de producir Objeto “B”, para producir más del Objeto “A” porque sus costes son relativamente bajos.

Modelo Heckscher - Ohlin

El modelo de Heckscher-Ohlin explica matemáticamente la manera adecuada por el cual los países deben operar de manera eficiente y comercializar en un país donde los recursos están desequilibrados a nivel mundial. Esta teoría permite identificar un punto de equilibrio preferido entre dos países, cada uno con sus respectivos recursos.

En sí los diferentes países en el ámbito internacional suelen contar con capital y trabajo para producir los productos que tienen que exportar, pero suele ser que existen países donde cuentan con más capital que trabajo y tendrán que exportar dichos productos que contienen más capital en su producción, mientras que los países que tengan más trabajo que capital solo podrán exportar los productos donde haya producido más de trabajo que de capital. Mejor dicho, cada país podrá exportar la

producción de bienes donde cuenten con más factores productivos que posea cada país, de acuerdo a la capacidad de producirlos (Díaz 2019).

Este modelo a lo que quiere llegar sobre la relación que existe entre ventaja comparativa con la calidad de recursos y de tecnología que proporcionan un mejor nivel de eficiencia entre la abundancia e intensidad que pueda otorgar un país en concreto. Este modelo también es conocido como Teoría de la Dotación de factores, recursos en los que destaque, mientras que, por el otro lado, si el país tiene escasos de recursos, el país deberá importar dicho producto, para ejercer la teoría de David Ricardo.

La importancia de esta teoría se trata en que existe un punto medio proporcionado de un cálculo matemático por el cual se clasifican a las naciones si posee abundancia de recurso el país tiende a ganar territorio dentro del comercio, y si existe escasez, tiende a perder.

Teoría de la ventaja competitiva

La ventaja competitiva es un concepto establecido en 1980 por Michael Porter. Se refiere a una característica única y sostenible en el transcurso del tiempo que no posea cualquier otra empresa que compita en el mismo mercado. Esta ventaja al ser única le brinda un posicionamiento favorable (López 2019).

La ventaja competitiva es aquel atributo que le permite a una empresa ubicarse por encima de sus competidores en un determinado sector o industria. Desde el punto de vista de los consumidores, la ventaja competitiva es aquel factor determinante que los consumidores tienen en cuenta al momento de elegir una de las opciones disponibles en el mercado (Quintana 2020).

Michael Porter definió varios tipos de estrategias genéricas que toda empresa puede considerar para sobresalir en un mercado tan competitivo. Dichos tipos son: liderazgo de costos, diferenciación y enfoque, el cual se subdivide en: enfoque de costos y enfoque de diferenciación (Puigdollers 2019)

La teoría de la ventaja competitiva se basa en que una empresa contiene un módulo que lo diferencie de las demás empresas en la cual se encuentra segmentado el mercado. Esto quiere decir, que esta empresa puede hacer fruto de su posición, y la coloca en un sector más competitivo con relación a los demás.

Marco Conceptual

Orgánico

Es un término genérico para designar procesos asociados a la vida o para referirse a sustancias generadas por procedimientos en que intervienen organismos vivos. La palabra, como tal, proviene del latín *organicus*, que significa propio de un instrumento mecánico. (Parraga 2018)

Salud Dental

Se define como la ausencia de dolor orofacial, cáncer de boca o de garganta, infecciones y llagas bucales, enfermedades periodontales (de las encías), caries, pérdida de dientes y otras enfermedades y trastornos que limitan en la persona afectada la capacidad de masticar, sonreír o poder hablar, al tiempo que repercuten en su bienestar psicosocial (Durán-Napolitano 2016).

Reciclaje

El reciclaje es un proceso de transformación de un producto o material que ya no es utilizado o se desechó para transformarlo en un producto nuevo, o en materia prima útil para ingresar nuevamente al mercado. La palabra reciclaje deriva del verbo reciclar que está conformado por el prefijo *re* que significa reiterar y del término griego *kyklos* que es círculo. Por lo que reciclar es la acción de volver a insertar de nuevo algo a un círculo o dentro de un nuevo ciclo para que vuelva a ser útil (Internacional 2017).

Contaminación Ambiental

Se denomina contaminación ambiental a la presencia de componentes nocivos (ya sean químicos, físicos o biológicos) en el medio ambiente (entorno natural y artificial), que supongan un perjuicio para los seres vivos que lo habitan, incluyendo a los seres humanos (Cuidemos El Planeta 2018).

Exportación

El concepto de exportación es el conjunto de bienes y servicios comercializados por un país a otro estado o territorio extranjero. Desempeña una labor muy importante en la economía de los países junto con las importaciones. Ampliando

la definición de exportación se puede decir que se trata de cualquier servicio o bien que un país productor o emisor envía a un tercero para su utilización o compra (García 2017).

Tratado de Libre Comercio

“Los tratados de libre comercio (TLC) consisten en un acuerdo comercial regional o bilateral para ampliar el mercado de bienes y servicios entre los países participantes como continentes o básicamente en todo el mundo. Consiste en la eliminación o rebaja sustancial de los aranceles para los bienes entre las partes, y acuerdos en materia de servicios” (Lozano 2016).

Análisis FODA

FODA es una sigla que se forma con los términos “fortalezas”, “oportunidades”, “debilidades” y “amenazas”. Se denomina análisis FODA al estudio que permite conocer estas características de una empresa o de un proyecto, detallándolas en una matriz cuadrada (Pérez Porto 2017).

Análisis Pestel

El análisis PESTEL (o PESTLE) es un instrumento de planificación estratégica para definir el contexto de una campaña. Analiza factores externos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y jurídicos que pueden influir en la campaña. El análisis PEST (factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos) se encarga de investigar e identificar los factores generales que afectan a las empresas o marcas para establecer una estrategia adecuada y eficaz (Peiró 2017).

TIR

La Tasa Interna de Retorno o TIR nos permite saber si es viable invertir en un determinado negocio, considerando otras opciones de inversión de menor riesgo. La TIR es un porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto o empresa, determinando la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados generados por una inversión (Torres 2020).

VAN

El valor actual neto (VAN) es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. Toma para hacer proyecciones de factibilidad en relación a sus futuros ingresos, egresos como empresa y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto es factible (Santa Cruz 2017).

PayBack

El payback es el plazo que se debe esperar para que el valor de la inversión inicial sea mayor al resultado de la inversión. Es decir, en cuánto tiempo el emprendimiento llegará a su punto de equilibrio (Ferreira 2016).

Marco Legal

La base legal de TEETH SMILE.Ec se basa en los permisos que requiere una institución para su debido funcionamiento de manera adecuada.

Marco Legal Ecuador

- **Instituto Ecuatoriano de Normalización – INEN**

REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO RTE INEN 093 “PRODUCTOS COSMÉTICOS”- CAMPO DE APLICACIÓN 2.1 Este Reglamento Técnico Ecuatoriano aplica a los productos cosméticos que se fabriquen a nivel nacional, importen y comercialicen en el Ecuador, tales como: 2.1.10 Cosméticos para higiene bucal y dental. Dentífricos, enjuagues bucales (no medicados), otros productos para el cuidado bucal y dental; (Servicio Ecuatoriano de Normalización 2013).

- **Ministerio de Industrias y Productividad – MIPRO**

Promover el desarrollo del sector productivo industrial y artesanal, a través de la formulación y ejecución de políticas públicas, planes, programas y proyectos especializados, que incentiven la inversión e innovación tecnológica para promover la producción de bienes y servicios con mejoras que demuestren un valor agregado y de calidad, en armonía con el medio ambiente, que genere empleo digno y permita su inserción en el mercado interno y externo (MIPRO 2018).

- **Ley de comercio exterior e inversiones-LEXI**

La presente Ley tiene como resultado normalizar y promover el comercio exterior y la inversión directa, incrementar la competitividad de la economía nacional, propiciar el uso eficiente de la materia prima del País y propender a su desarrollo sostenible e integrar la economía ecuatoriana y contribuir a la elevación del bienestar de la población en el territorio (SICE 1997).

- **Normativa Sanitaria para productos cosméticos, productos de higiene – Ministerio de Salud Pública (2017)**

Art. 1.- Objeto.- La presente Normativa Técnica Sanitaria tiene como propósito establecer los procedimientos internos para la aplicación de las Decisiones Andinas referentes a la obtención de la Notificación Sanitaria Obligatoria; la adquisición de la autorización de muestras sin fines comerciales, la obtención voluntaria del Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura, la obtención del certificado de libre venta o certificado de exportación, obtención del permiso de funcionamiento; así como la donación en casos de emergencia de los productos cosméticos, productos de higiene doméstica y productos absorbentes de higiene personal.

Art. 8.- Los productos cosméticos, productos de higiene doméstica y productos absorbentes de higiene personal para su importación, comercialización y expendio en los países pertenecientes a la Comunidad Andina requerirán de la Notificación Sanitaria Obligatoria-NSO presentada ante la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria - ARCSA.

Art. 26.- En el caso de productos cosméticos, productos de higiene doméstica o productos absorbentes de higiene personal fabricados en el país exclusivamente para fines de exportación la ARCSA emitirá el correspondiente Certificado de Exportación en el cual deberá constar que el producto no puede ser comercializado en el territorio ecuatoriano.

- **Código orgánico de la producción, comercio e inversiones**

Capítulo II.- Sin perjuicio de los incentivos para el desarrollo productivo y fomento a las exportaciones establecidas en el presente Código, el Estado promocionará las industrias básicas que aprovechen las materias primas provenientes de los recursos naturales renovables y no renovables, transformándolos en productos

que luego sean requeridos por otras industrias para la fabricación de productos intermedios y finales (Ministerio de Salud Pública 2017).

Marco Legal Chile

- **Servicio Nacional de Aduanas de Chile**

El Servicio Nacional de Aduanas está mandatado a cumplir un rol estratégico para Chile y el desarrollo de su comercio exterior, a partir de la labor de control y fiscalización de las importaciones y exportaciones de todo tipo de mercancías. De este modo, su funcionamiento fluido impacta de manera directa la economía del país y en la seguridad de las personas, por lo que para el Gobierno es fundamental para garantizar su funcionamiento adecuado (Aduanas 2019).

- **Instituto Nacional de Normalización**

La actual oferta de las pequeñas y grandes empresas ecuatorianas desde las agroindustrias, hasta los diferentes grupos de la manufactura debe cumplir con normas técnicas específicas por producto, establecidas por el organismo de normalización oficial denominado Instituto Nacional de Normalización – INN (Álvarez 2016).

- **Reglamento Del Sistema Nacional De Control De Cosméticos – Ministerio de Salud Chile (2003)**

Artículo 1: El registro, importación, producción, almacenamiento, tenencia, expendio o distribución a cualquier título y la publicidad y promoción de los productos cosméticos se regirán por las disposiciones contenidas en el presente reglamento.

Artículo 2: El Instituto de Salud Pública de Chile, es la única autoridad sanitaria encargada en todo el territorio chileno encargado del control sanitario y registro de los productos cosméticos y de velar por el cumplimiento de las disposiciones que sobre la materia se contienen en el Código Sanitario y en su reglamentación complementaria, así como de verificar la promoción del control y certificación de calidad de los mismos productos.

Artículo 4: Los productos cosméticos importados o fabricados en el país, para ser comercializados y distribuidos en el territorio nacional, deberán contar previamente con registro sanitario, y demás certificados previamente establecidos en la forma y condiciones que establece el presente reglamento.

Artículo 5: Para los efectos del presente reglamento se entenderá por: Productos de higiene como los jabones líquidos, champuses, bálsamos acondicionadores, dentífricos, colutorios o enjuagatorios bucales, desodorantes, antiperspirantes, productos para rasurar la barba y para después de rasurarla, talcos y otros que específicamente se determinen por resolución del Instituto de Salud Pública.

- **Acuerdo Comercial entre Ecuador y Chile**

Acuerdo mutuo de Complementación Económica entre Chile y Ecuador (ACE N°32), se firmó en Chile el 20 de diciembre de 1994 y entró en vigencia el 1° de enero del 1995. Desde el uno de enero del 2000, el 96,6% de los productos se encuentran libres de arancel, mientras que el 3,4% restante se encuentra excluido de los beneficios arancelarios negociados en el ACE (Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales 2017).

Marco Metodológico

Es un conjunto de acciones que comienzan a describir y analizar el fondo del problema suscitado, a través de procedimientos específicos que incluye técnicas de observación y recolección de datos, determinando el “cómo” se va a desarrollar el estudio, esta tarea consiste en hacer operativa los conceptos y elementos del problema (Vargas 2019).

Método.

El método deductivo se fundamentará con relación al razonamiento que permite replantear juicios partiendo de argumentos generales para demostrar, comprender o explicar los aspectos particulares de la realidad (Alan Neill 2018).

El proceso que requiere esta investigación de mercado se basa en obtener datos que parten de lo general, a algo más específico que es la factibilidad de producción y exportación de las pastillas orgánicas hacia la ciudad de Santiago de Chile, debido a que esto permitirá llegar a conclusiones más certeras en comparación a otros métodos científicos de investigación en relación con este enfoque.

Esta investigación se llevará a cabo con el fin de sustentar la veracidad de los objetivos planteados, por medio de encuestas que serán recopilados a través de herramientas en línea como WhatsApp, Google Fóruns, a personas de la ciudad de Santiago de Chile.

Enfoque del trabajo.

La investigación de métodos mixtos representa un enfoque en el que el investigador recoge y produce inferencias a partir de la combinación de enfoques de investigación cuantitativos y cualitativos. Sin embargo, no se reduce solamente al uso de componentes cuantitativos y cualitativos en el mismo estudio. La característica principal de la investigación de métodos mixtos es la integración de enfoques cuantitativos y cualitativos, con el fin de proporcionar un entendimiento más integral de un tema de investigación (Santos 2015)

Este enfoque mixto permite al estudio realizarse de manera adecuada ya que abastece con un marco de preguntas y respuestas de manera significativa, y le permite al investigador resolver preguntas complejas, y comprender mejores procesos de enseñanza a través de un enfoque mixto. Lo mejor que se incorpora este proceso es que abarca cualquier tipo de duda que se genere durante el análisis y el tiempo de investigación.

Este enfoque permite determinar el potencial de demanda que la ciudad chilena está dispuesta a comprar en un producto orgánico, biodegradable para la salud dental. Así, se llevará a cabo la cantidad de artículos producidos para determinar la factibilidad de exportación que requiere para abastecer el target al que la empresa SMILE TEETH.Ec va dirigido.

Tipo de diseño

Las variables no son manipuladas ni controladas. El investigador se limita a observar los hechos tal y como ocurren en su ambiente natural. Se obtienen los datos de forma directa y se estudian posteriormente (SurveyMonkey 2020).

Este proyecto se basa como no experimental ya que, lo que busca es determinar la factibilidad de exportación de la pastilla orgánica al mercado chileno, pero la empresa no se va a encargar de la distribución dentro del territorio chileno. Es decir, se determinará solamente si el producto EcoBrush es factible para su exportación del mercado ecuatoriano hacia la ciudad de Santiago de Chile; ya que es un producto no tradicional, mas bien es innovador.

Alcance.

Según Guía de Conocimientos de Gestión de proyectos (2019), el alcance de un proyecto es uno de los pilares sobre los que se estructura la gestión de la iniciativa. Sin embargo, los cálculos que resultan en una estimación concreta del alcance pueden verse impactados por diversos factores que afectan o pueden afectar al resultado.

El alcance descriptivo se refiere a un nivel de profundidad que, si bien es básico, implica contar con una buena base de conocimiento previo acerca del tema y fenómeno de estudio; de manera que una investigación de este alcance puede inclusive proponerse como fundamentalmente descriptiva, o bien, incorporar algún grado exploratorio dentro de sus etapas (Mata Solís 2019).

Por otro lado, también el enfoque explicativo es tomado en cuenta ya que el modo descriptivo se encarga de demostrar netamente el “por qué” y “para qué” de la situación, se debe determinar la rentabilidad de la exportación.

Población y muestra

EcoBrush es un producto orgánico especializado en la salud dental que abarca todas las edades en el territorio chileno, debido a su facilidad de uso es comprensible para todas las edades para prevenir las enfermedades como caries, gingivitis, llagas o aftas, herpes, entre otras, estas pastillas sirven para no desperdiciar cantidades de pasta dental ya que la medida de una pastilla es específica para prevenir

Según Sepúlveda (2019), la población total a nivel nacional proyectada es de 19.107.216 habitantes, con una totalidad de 9.424.139 hombres (49,3%) y 9.683.077 los cuales son mujeres (50,7%). Por otro lado, en la ciudad de Santiago de Chile la población es de 7'014.702 de habitantes lo cual representa el porcentaje 37% de la población chilena que reside en dicha ciudad.

A lo largo de los años, Chile se ha considerado como un país completamente importador, el sector comercial de las pastas dentales es un sector que se lo ha implementado a lo largo de la historia, es un sector consolidado. la pasta dental es un producto que no requiere de estaciones dentro del año, más bien, es un producto de uso frecuente, de primera necesidad que en números se refleja en ventas a lo largo del periodo lectivo.

A nivel político y económico, Chile tiene ventajas competitivas, ya que es considerada una economía abierta frente al mercado global. Durante el proceso de importación no presenta complicaciones ya que no se pagan impuestos especialmente con países como Ecuador, entre otros.

Según los datos tomados de Dávila (2019), se segmentará el mercado mediante las variables:

- Demográficos: Hombres y Mujeres de todas las edades.
- Nivel Socio-Económico: Clase C3, es la más representativa del país, que representa un 25% de la población total en Chile.
- Geográfico: Está dirigido a personas que habitan en la ciudad de Santiago de Chile.

Para el análisis de la muestra se utilizará la fórmula la cual es aplicable para poblaciones infinitas, es decir, poblaciones de 100.000 habitantes.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{E^2}$$

n: Tamaño de muestra

Z: Nivel de confianza

P: Probabilidad a favor

Q: Probabilidad en contra

E: Máximo de error

Al calcular la muestra, se tomará en cuenta un nivel de confianza del 95%, un intervalo de confianza del 5%, variabilidad positiva y negativa del 50%. Obteniendo como resultado una muestra de 385 habitantes que servirán como información significativa y llegar a comprender la población.

Instrumentos de recopilación de información.

Los instrumentos planificados para esta investigación son: la encuesta y la entrevista. La entrevista será realizada a la Ing. Karen Acosta Sandoval, que vive en la ciudad de Santiago de Chile, y es especializada en Transporte y Logística.

La entrevista fue hecha de tal manera que sea rápida y concisa para no interrumpir la labor, estas preguntas fueron cinco en total debido a la poca disponibilidad de tiempo.

Las encuestas fueron un total de once preguntas de manera objetiva, y fueron enviadas por medio de WhatsApp a Franchesca Martínez que va dirigida a una población juvenil, y por medio de la misma, a la Ingeniera Karen Acosta, para un público mayor.

Herramientas y procedimientos para procesar información recopilada

Para poder recopilar información se necesitan dos tipos de fuentes, las cuales son:

- Fuente de información primaria, se tomará mediante entrevista a la experta en transporte y logística radicada en Chile Ing. Karen Acosta.
- Fuente de información secundaria, se utilizarán informes de investigaciones, tesis, y sitios web oficiales de instituciones públicas, privadas, que permita obtener mejor fuente de información del mercado destino.

Capítulo III

Análisis del Entorno

Según Ospina (2019), El análisis del entorno consiste en observar las fortalezas y debilidades de la organización. En tiempos modernos se experimentan cambios que influyen al sector comercial y financiero. Por lo mismo, se establece ideas claras para estructurar las bases de la compañía. Estos cambios constantes pueden ser: el comportamiento del consumidor, medidas económicas, y situación gubernamental, que pueda afectar a una compañía, e incluso la competencia.

Es un conjunto de factores que van ligados cometariamente con factores exógenos de la economía, esta misma va de acuerdo al ciclo comercial en oposición al rendimiento del sector empresarial al que la empresa va dirigida. Este estudio permitirá tomar decisiones dentro de la organización para prevenir escenarios que no sean favorables para la empresa, y tomar decisiones de inmediata para estructurar el plan de negocio.

Se utilizarán las siguientes herramientas sugeridas para la investigación de mercados, por las cuales, se obtendrá un diagnostico microentorno con el análisis “FODA”; Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. También se obtendrá un análisis PESTEL, el cual se basa en los factores, políticos, económicos, socioculturales y tecnológicos. Finalmente, se realizará un análisis mediante las cinco fuerzas de Porter, el cual permitirá a la empresa TEETH SMILE.Ec poder planificar las estrategias futuras.

País Importador: Chile

Este país es considerado como el más delgado y largo del mundo, abarca la Cordillera de los Andes y el Pacífico, sus límites con las fronteras de Argentina, Perú y Bolivia, un país muy extenso. “Chile tiene una economía muy abierta, altamente dependiente del comercio internacional, que representó el 57,5% del PIB del país en 2018, una mejora en comparación con 2017” (Santander 2020).

Santiago de Chile, la capital y principal ciudad del país chileno, también conocida como Gran Santiago, que corresponde la Región Metropolitana de Santiago, siendo una de las ciudades más habitadas del continente americano. Una ciudad con ventajas climáticas, tierra fértil, y fácil de cultivar y cosechar, es

caracterizado por los famosos vinos de Concha y Toro. De las ciudades más adecuadas a lo que infraestructura se refiere, con oportunidades de trabajo, negocios, y buena calidad de vida.

La economía en la ciudad de Santiago de Chile demuestra un alto índice de buen estado socio-económico, el cual permite a los ciudadanos un buen vivir.

Uno de los factores que facilitan el auge de la economía es el turismo internacional. La ciudad simboliza un atractivo y es muy visitado por personas de distintas nacionalidades, atraídas por las bellezas naturales y por el rico patrimonio histórico y cultural que ostenta. La capital chilena posee un alto desarrollo económico, uno de los más elevados de Iberoamérica (EcuRed 2017).

Análisis de Macroentorno

El macroentorno está compuesto por todos aquellos factores demográficos, económicos, tecnológicos, políticos, legales, sociales, culturales y medioambientales que afectan al entorno de la empresa. Representa a todas las fuerzas externas y que no son controlables por la empresa (Torrelanca 2015).

Análisis Pest

Factor Político y Legal

Dentro de lo que al marco político se refiere, Sebastián Piñera es el actual presidente de la República de Chile desde marzo del año 2018, cuando asumió el mandato propuso cinco acuerdos de los cuales trataban sobre la niñez, la salud, la paz “Araucanía”, el desarrollo del país, y la seguridad pública. Dentro de las mismas propone la protección de la infancia, propuesta de vida que otorga una mejor calidad de vida a los niños para un mejor desarrollo, mejores escuelas, infanterías, parques de recreación, entre otros. Dentro del marco de la salud privada, mejoró los estatutos para mejor calidad de vida, y que la salud sea de fácil acceso para todos los habitantes chilenos, reformas fiscales para apoyar los emprendimientos, disminuir desempleos, y simplificar las creaciones de empresas nacionales.

Según Santander (2020), la vida política chilena es compartida por dos coaliciones, respectivamente de centro-izquierda y centro-derecha. Desde 1990, la

Nueva Mayoría (antigua Concertación) posee una ligera mayoría en el Senado y la Cámara de Diputados. Los principales partidos agrupados en la Nueva Mayoría son:

- El partido demócrata cristiano (PDC) se presenta como intermediario entre el comunismo y capitalismo.
- Partido por la Democracia (PPD) centro izquierdista, propone la democracia social y progresismo liberal.
- Partido Socialista (PS) centro-izquierda.

Factor Económico

Chile ha crecido de manera adecuada a lo largo de los últimos años en comparación con las demás economías latinoamericanas, debido a su economía abierta que le permite mitigar los efectos de un mercado volátil, de tal modo que pueda disminuir su pobreza.

En un contexto de agitación social, el crecimiento del PIB se redujo de 3,9% en 2018 a 1,1% en 2019. Las disrupciones en la actividad económica ocasionaron un repunte del desempleo, que pasó de 7,1% en diciembre de 2018 a 7,4% en diciembre de 2019. La protesta social dio lugar a un cambio en la composición del gasto público, menos dedicado a la promoción de la inversión y más al aumento del gasto social. Asimismo, llevó al gobierno a convocar a un referéndum constitucional, actualmente programado para el 25 de octubre de 2020 (Banco Mundial 2020).

Otro indicador que es de gran aporte para el factor económico de Chile, es la tasa de inflación, debido a que refleja el aumento de precios que esta ha tenido a lo largo de los años. La inflación anual de Chile se elevó a un máximo de casi cuatro años en febrero en medio de un repunte en los precios de los alimentos y las continuas caídas del peso. Los precios al consumidor crecieron un 3,9% frente al año 2019, informó el Instituto Nacional de Estadísticas el viernes, sobre el objetivo del 3% y es la cifra más alta desde julio de 2016. En enero, el índice avanzó 0,4%, por encima de la estimación media de un aumento de 0,2% de analistas encuestados por Bloomberg (Thomson 2020).

Cabe recalcar que Chile durante el periodo diciembre 2019 y enero de 2020, obtuvo tasas de desempleo del 7.8% incrementando un 0.8% en doce meses. Por el

otro lado, los desempleados tuvieron un aumento de 13,9% a 13,4%, que quiere decir que hubo menor cantidad de desempleados en el país.

El balance de riesgos se inclina a la baja debido a la incertidumbre en torno al impacto del COVID-19 y a la inestabilidad del contexto político interno. Chile está expuesto a precios del cobre menores a lo previsto y a una menor demanda de exportaciones que se extiende en el tiempo a consecuencia de la pandemia (Banco Mundial 2020). También se estima que debido a la prórroga la economía chilena tendrá un impacto fuerte al valor del cobre, la tasa de desempleo se verá afectada, pero economistas dictan que espera que la tasa diaria de ingreso no disminuya en picada debido a la estabilidad económica que Chile vive.

Factor Sociocultural

En las ciencias sociales, ya no constituye ninguna novedad reconocer la filiación conceptual de las herramientas analíticas que se agrupan alrededor del tema de la transición y la democracia como asuntos de la política. Sin embargo, influido por la experiencia chilena, probablemente sea necesario volver a mirar con un poco más de atención las teorías que reducen la visión de la política democrática a un esquema de acuerdos sobre procedimientos

técnicos o normativos (Salinas Figueredo 2015).

Durante 80 años, el Producto Interno Bruto (PIB) ha sido el estándar de comparación para el progreso económico de los países, pero limitar la medición del crecimiento y la competitividad sólo a indicadores económicos resulta en una perspectiva incompleta. Si se toman países de similar PIB per cápita, y se los compara respecto de cómo responden a las necesidades básicas, oportunidades y fundamentos del bienestar de sus ciudadanos, salen a la luz diferencias interesantes.(Deloitte 2015).

Chile abarca el puesto 39 en PIB per cápita entre ciento treinta y tres países registrados, pero esta medida no toma en cuenta el progreso social, y este índice fortalece un desempeño alto en comparación al ranking global.

Factor Tecnológico

Chile se mantiene como líder en adquisición de tecnología, como empresa, como persona natural. Las nuevas tecnologías y la transformación digital pueden ser

un gran aporte para mejorar la productividad y sustentabilidad del sector. Es necesario habilitar nuevos modelos de gestión y coordinación integrada de proyectos, que favorezcan nuevas formas de colaboración (Oyarzún 2019).

Chile lidera en América Latina la competitividad digital al ocupar el trigésimo séptimo puesto en el nuevo ránking mundial publicado por el Centro Mundial de Competitividad de la escuela de negocios IMD que evalúa a 63 economías en este campo, lideradas este año por Estados Unidos (EFE 2018).

El ambiente empresarial e innovador de Santiago alcanzó el reconocimiento mundial a través del nombre Chilecon Valle, que imita a Silicon Valley en California. Además, su fuerza laboral posee sólidos conocimientos y es capaz de retener el talento que genera gracias a las condiciones que ofrece. Si se tiene en cuenta el panorama global, Suiza, Singapur, Reino Unido, Estados Unidos y Suecia son los 5 países con mayor índice de talento, manteniéndose la tendencia europea de permanecer a la vanguardia con 16 países entre los primeros 25 del mundo (Universia Chile 2017).

Chile, como líder innovador en tecnología tienen pensado a futuro no tan lejano que las compañías extiendan su línea a automatización de trabajo y así abaratar sus costes, esto quiere decir que los industrializado sea manejado por una inteligencia artificial (IA), manejado por robots, como innovador, Chile está preparado para este cambio.

Cadena de valor de Michael Porter

La cadena de valor de Michael Porter trata sobre la importancia de las actividades a desarrollar para un producto o servicio dentro de la empresa productora de bienes, comprende todos los pasos que conlleva para finalizar el producto final, desde la de concepción hasta la distribución.

Actividades de soporte

Las actividades de soporte de Michael Porter son aquellas que son independientes del cliente, pero tienen un valor importante ya que sin ellas no se podría llevar a cabo la producción y comercialización del producto.

A. Infraestructura organizativa

La empresa SMILE TEETH.Ec se encuentra ubicada su matriz principal en el cantón de Durán, se decidió porque es considerado un sector industrial que permite el funcionamiento de maquinaria y comercialización de productos, es más económico para que una pequeña empresa pueda comenzar un proyecto. Además, cuenta con operarios capacitados para el funcionamiento adecuado de la maquinaria, y poseer los recursos financieros para ello.

B. Recursos Humanos

La empresa cuenta con departamento de Marketing y Ventas, departamento de Logística, y departamento de producción. Con esto, se fomenta la cultura organizacional dentro de cada uno de los departamentos para así fomentar la productividad.

C. Desarrollo tecnológico

Para aumentar la productividad de la empresa, se trabajó con Google Fóruns para realizar las encuestas y determinar los factores y necesidades del consumidor en la ciudad de Chile, luego cuenta con el sistema operativo de ECUAPASS para agilizar los documentos y tramites de exportación del producto. A demás, se utilizarán las red social para dar a conocer beneficios, información, promociones del producto para poder llegar a la mente del consumidor.

D. Abastecimiento

El abastecimiento de pastillas dentales se lo hará mediante la planta de operación con la que cuenta la empresa, que cuenta con el empaque, la impresión de la etiqueta, y embalaje del producto para la presentación final.

Actividades primarias

Son actividades enfocadas principalmente en el proceso mercantil dirigido al mercado exterior que es su consumidor final. La empresa SMILE TEETH.Ec cuenta con las siguientes actividades.

A. Logística Interna

Cuenta con la recepción o lugar de almacenamiento del producto como tal. Puede ser propia, o alquilada. Se dará con el proceso de etiquetado, empaque y embalaje para su destino final que sería el mercado exterior.

B. Operaciones

La empresa se dedica a la producción y exportación de productos orgánicos, gluten free y veganos como la pastilla dental, la cual será dirigida hacia el mercado de la ciudad de Santiago de Chile. La producción de las pastillas dentales está compuesta por una receta que cumpla con todas las necesidades para la salud dental, esta permitirá que el producto sea 100% legítimo y vaya acorde con lo que se ofrece en el mercado.

C. Logística de Salida

Al momento que el producto EcoBrush se encuentre vigente, la misma deberá tener la documentación adecuada para su libre comercialización dentro del país importador. Una vez con la documentación en regla, la misma deberá exigir la gestión de cobranzas y envíos de facturas hacia el importador con el objetivo de completar el proceso de compra.

D. Marketing y Ventas

Para la empresa SMILE TEETH.Ec su visión se encuentra en que pueda llegar a la mente del consumidor, y que sus clientes encuentren una solución a su salud bucal, al mismo tiempo que aporten con el cuidado del medio ambiente. Para esto, es indispensable un buen plan de marketing y uso de redes sociales para así atraer al consumidor mediante los beneficios que otorga EcoBrush. Además, las promociones, giveaway, y demás ofertas se darán por medio de la aplicación, Instagram, Facebook, y correo electrónico.

E. Servicio Postventa

Con el objetivo de obtener fidelidad con los clientes, SMILE TEETH.Ec ofrece un servicio de post venta con la finalidad de fidelizar a sus clientes de tal modo que pueda conocer cuáles son las sugerencias de las mismas con la finalidad de mejorar la calidad de producto o servicio.

Análisis de las 5 fuerzas de Porter

Este análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter está dirigido para que la empresa SMILE TEETH.Ec pueda planificar a futuro las condiciones adecuadas y prevenir a tiempo las amenazas y debilidades, asimismo, potencializando sus fortalezas y oportunidades.

El poder de negociación del cliente

Este campo se refiere a la presión que se puede ejercer por parte de los consumidores o usuarios al momento de adquirir o llegar a comprar el producto, este mismo puede ser adquirir por un menor precio, mejorar la presentación, que se especifique lo que se está consumiendo, estos parámetros pueden ser tomados como medidas para mejorar, e ir implementando en el negocio, para así mejorar el estatus, y llevar una buena relación con el cliente, lo cual lo hace más competitiva. Esto hace que el producto EcoBrush cumpla con todos los parámetros establecidos con respecto a lo orgánico, y biodegradable, ya que este tipo de consumidores suele ser muy estrictos ya que son altamente ecológicos y se preocupan del todo por la naturaleza y no causar más perjuicios que afecten al medio ambiente.

El poder del proveedor

Como toda empresa, la misma requiere de materia prima para fabricar el producto final, esto genera que exista una fuerte relación entre comprador-vendedor, en esta fuerza de Porter, se debe determinar si la relación es fuerte en relación a las demás, o débil, bajo los parámetros si existe acuerdo entre las partes para mejores precios, mejor tiempo de distribución, entre más factores, por el momento, la relación es fuerte por lo que es el único distribuidor en relación calidad-precio, además de que es difícil la obtención de la materia prima, no es muy frecuente, y se suele vender al por mayor, y no en menores cantidades como se lo va a requerir por el momento por el capital.

Los nuevos competidores entrantes

Según Komiya (2020), hace referencia a la entrada potencial a la industria de empresas que producen o venden el mismo tipo de producto.

Cuando las empresas pueden ingresar fácilmente a una industria, la intensidad de la competencia aumenta; sin embargo, ingresar a una industria no suele ser algo sencillo debido a la existencia de barreras de entrada.

Algunos ejemplos de estas barreras de entrada son:

- la necesidad de lograr rápidamente economías de escala.

- la necesidad de obtener tecnología y conocimiento especializado.
- la falta de experiencia.
- una fuerte lealtad de los consumidores hacia determinadas marcas.
- grandes necesidades de capital.
- falta de canales adecuados de distribución.
- políticas reguladoras gubernamentales.
- altos aranceles.
- la posesión de patentes.
- la saturación del mercado.

Se entiende que, al entrar en nuevos mercados, en la cual existen barreras de entrada que trata de medir qué tan difícil o fácil será para la empresa SMILE TEETH.Ec llevar a cabo su mercado, es un elemento importante que sirve para medir la rentabilidad del negocio.

SMILE TEETH.Ec como toda empresa va a tener un índice de dificultad para poder competir con las demás empresas, estas barreras de entrada se originan porque existen productos sustitutos para la higiene bucal, además, la competencia de productos nacionales en Chile, existe gran variedad de productos relacionados con la higiene bucal, para las prótesis, existen productos similares, que también son ecológicos, comercializados en Chile, en los cuales el consumidor prefiere los productos importados ya sea por su bajo costo, o buena calidad.

La amenaza de los productos sustitutos

Los productos sustitutos son aquellos que pueden ser consumidos en lugar de otros, su esencia principal, es satisfacer las necesidades del consumidor sin alterar su propósito final.

Este tipo de productos sustitutos limitan el potencial de las empresas, como tal, debido que la política de productos sustitutos busque otros bienes, productos o

servicios se puedan realizar de la misma manera, perjudicando a la empresa líder del mercado.

Un mercado en el cual existen productos sustitutos no es considerado frente al consumidor como atractivo, ya que es tomado como genérico. El producto EcoBrush, es otra línea que presenta nuevas alternativas no referenciadas para demostrar que se puede cuidar la salud dental, y cuidar del medio ambiente al mismo tiempo. Por el cual, si se va a fabricar otro producto “parecido”, va a ser bajo las mismas líneas de la marca, el cual la empresa tendrá un paso adelante por la constitución de la compañía.

¿Como prevenir la amenaza de los productos sustitutos?

Para mantener un distanciamiento con este tipo de productos dentro de la empresa, se deben tomar en cuenta ciertos aspectos que enriquecen a la competencia:

- Se debe priorizar el contexto económico que afecta a la empresa
- Se debe controlar los factores que producen el desarrollo y crecimiento de la empresa que ofrece dichos productos sustitutos, evaluar precios, su marketing, y sus consumidores.
- Saber reconocer, o prevenir los acontecimientos previos, esto se resuelve con un buen estudio tecnológico, para poder tener capacidad de reacción frente a las adversidades.
- Mejorar el funcionamiento del “Supply Chain”, para que así no exista malas referencias sobre la logística directa de la empresa con el consumidor.
- Aportar un valor añadido, para que esta misma se diferencie del resto de productos, y pueda resaltar dentro las demás ofertas de mercado.

La naturaleza de la rivalidad.

El grado de rivalidad en el mercado chileno es alto, debido a que existe una alta demanda de pasta dental convencional, de por sí, el consumidor tiene como predeterminado el uso de la pasta convencional, por lo tanto, los primeros meses can a ser complicados, hasta demostrar los beneficios que otorga el producto EcoBrush, mediante un buen plan de marketing.

La rivalidad aumenta en relación a la cantidad de competidores que estand entro del mercado, por esto, ante la rivalidad es conveniente:

- Mejorar el plan de marketing
- Mejorar la calidad del producto
- Disminuir costes fijos
- Realizar asociaciones con otras empresas
- Proporcionar un valor agregado
- Mejorar la experiencia del usuario

Análisis del Microentorno

El análisis FODA, es una herramienta muy utilizada en el mundo de los negocios para clasificar, distinguir, ordenar, las características de la compañía para así comprender la situación de la empresa, y prevenir errores a futuro de las situaciones que se suelen cometer sin estudio previo. La empresa SMILE TEETH.Ec considera analizar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para tener un perspectiva externa e interna de la compañía.

Fortalezas

- El producto EcoBrush es orgánico, es innovador, y no existe dentro del mercado latinoamericano.
- Es un negocio de una línea diferente que se puede potenciar.
- Producto 100% orgánico.
- Propone mejoras de salud dental.

Oportunidades

- Ecuador y Chile tienen acuerdos que permite el libre comercio entre dichas naciones.
- No se paga impuesto por un producto de salud dental para este caso con Chile.
- Plan de Marketing propuesto por redes sociales para mejorar el target al que se quiere llegar.

- Un mercado favorable para comercializar internacionalmente debido a sus políticas, economía, consumidor final.

Debilidades

- Bajo presupuesto para comenzar con una cobertura de toda la ciudad de Santiago de Chile.
- Ser principiantes en el nuevo mercado dirigido.
- Falta de personal capacitado para producción 100% orgánica.

Amenazas

- Falta de compromiso con los proveedores, entregas atrasadas.
- Falta de disponibilidad de la materia prima.
- Problema de ingreso del producto terminado debido a la pandemia actual (COVID-19).
- Posponer fechas establecidas bajo un cronograma estructurado que atrasen la entrega al distribuidor en Chile.

Estudio de Mercado

En el presente estudio se demuestra por medio de fuentes de información primario antes ya mencionadas como la entrevista a expertos en el tema, y encuestas dirigidas al mercado previsto.

Entrevista

Para una mejor explicación sobre el procedimiento de importación del producto EcoBrush, se optó de manera eficaz a una pequeña entrevista a la Ingeniera en Transporte y Logística, Karen Acosta, vive en Chile hace alrededor de 4 años, y ha estudiado el comportamiento del consumidor chileno, y sus carencias, por esto, como ya es de conocimiento público, el chileno promedio le gusta hacer basura, pero solo recicla el 10% de lo que consume.

A continuación, se presentará de manera escrita la entrevista, ya que fue por medio de una llamada telefónica:

Preguntas

- 1) ¿Considera un mercado atractivo, ecológico, y sano para la salud dental las pastillas dentales?

Me parece interesante, es un producto por el cual, nosotros los chilenos nos hemos visto muy distantes de nuestra realidad ecológica, siempre he tomado en cuenta las características de las personas al pasar de los tiempos, y el chileno promedio no tiene como incentivo reciclar, pero ojo, no lo hace inconsciente, lo hace porque no estamos educados de tal manera que nos ayudemos a nosotros mismos, y ayudemos por el mismo sentido a la tierra.

El chileno promedio le gusta consumir productos importados, y eso que conlleva, a dejar desechos plásticos, latas, cajas, envolturas que a la larga solo sirvieron para la presentación, con este producto, lo que se busca a largo plazo poder estar conscientes que somos los únicos responsables de mejorar la calidad de vida en este planeta, somos la única especie humana que no le favorece a la tierra, y no la cuidamos, espero aportar con mi granito de arena, que así se comienzan los grandes cambios.

2) ¿Qué beneficios cree usted de vender las pastillas dentro del mercado local para personas desde 10 años en adelante?

Después de varios análisis, se ha demostrado que la cantidad de flúor de una pasta dental orgánica contiene, es perjudicial para los seres humanos, al momento de consumir flúor por equivocación provoca fluorosis dental, dolor en la boca del estómago, y reflujo. Estos estudios rebotan que gran cantidad de niños se ven afectados ya que ellos no saben los problemas a largo plazo que se ven venir, entonces, desde los 10 años, es recomendable realizar cambios con la higiene bucal, por el cual, el adolescente ya es más consciente de los problemas, y no se anda tragando la pasta dental; otro problema que se dentro de una pasta dental convencional, es la decoloración que provoca la misma, tiende a perder el brillo y el color natural de los dientes, por eso toma un color amarillento, aunque muchas veces se parte con la premisa de que por tener los dientes amarillos, se los tiene sucios, todo lo contrario, pueden estar limpios, libre de caries, pero muchas personas se quejan y no les gusta el color amarillo en los dientes, entonces, se busca de manera prematura, evitar la decoloración de los dientes para a futuro tener una sonrisa vistosa. Otro problema que se ha presentado, es sobre el deterioro del metabolismo de la glucosa, en otras palabras, el cuerpo humano no es capaz de asimilar los carbohidratos ingeridos. daño cerebral y déficit de atención.

- 3) ¿Conoce usted algún tipo de producto relacionado a EcoBrush que esté vigente en el mercado?

A ver, existen marcas relacionadas, como las tabletas para limpiar las prótesis dentales, y existen bajo en importación las pastillas como tal, de Estados Unidos, pero de ahí, una empresa dedicada 100% a importar o producir pastillas dentales, desconozco los artesanos, pero de todos modos no es muy marketeado para la población. Me gusta la idea que es innovadora, en nuestro mercado me gusta que la iniciativa sea para un bien común, como la salud, y el bien de nuestra tierra, ya que, si es ecológica, es mucha mejor, en las encuestas se ve una gran acogida, y refleja que la mayoría son personas a las que estamos enfocadas, personas de todas las edades por salud.

Que un producto sea verde, quiere decir que detrás de ese producto vienen muchas asociaciones que luchan por el cambio climático, los problemas en la tierra, problemas de reciclaje que no se encuentran soluciones, entonces, estas pastillas para el mercado chileno, son muy favorables para aportar, incentivar, y apoyar todas esas fundaciones que luchan a diario por un planeta más verde, quien quita que Chile sea líder en anular el plástico radicalmente de las pastas dentales ya que es uno de los plásticos más difíciles de reciclar debido a su gran cantidad de mezclas que existen entre las mismas.

- 4) ¿Considera oportuna esta iniciativa de vender pastillas dentales orgánicas y ecofriendly al mercado local?

Me parece excelente, porque el chileno promedio genera dos veces más que cualquier persona alrededor de Latinoamérica, y para variar, no se recicla, no es consciente del daño como tal, pero es parte de la cultura chilena ver lo mal que se está haciendo, y recuperar nuestra libertad ambiental como le decimos acá, el hecho que el producto sea verde, otorga al consumidor chileno, reutilizar el frasco donde vienen las pastillas, y reusar para comprar más de nuestro producto, es como un círculo vicioso si es que la pegamos, esperamos tener una buena acogida como lo reflejan las encuestas, porque si no, sería algo completamente extraño que las encuestas no reflejen los resultados. Pero, a la final, queda que estamos aportando de la mano de los consumidores nuestro grano de arena al mundo y sus hermosos paisajes.

- 5) En base a su experiencia, que espera de la acogida del producto dentro de la ciudad de Santiago de Chile.

En base a mi experiencia laboral soy novata, ya que siempre trabaje para una empresa que se encarga de transporte y logística en Chile, soy Ecuatoriana, pero he vivido en Chile alrededor de 4 años, y como yo soy ingeniera, y ejerzo la profesión de importación de maquinaria pesada para construcción, mi fuerte ha sido por suerte la experiencia en Ecuador, y en Perú, que también viví, de que ha sido el comercio exterior, y me gusta enfocarme en las carencias y necesidades de la clientela donde me encuentre sin importar el país, es algo que disfruto y me gusta enfocarme los hábitos de consumo en las diferentes culturas en las que me encuentre.

Espero como todo negocio que surja por cuenta propia como espuma, dar lo mejor de mí, enfocarme 100% ya que es un emprendimiento nuevo, requiere de dedicación, dejando a un lado mi experiencia laboral, al consumidor chileno le gusta mucho las cosas que son nuevas, les atrae mucho todo lo que tiene que ver con productos verdes, le gusta que salga algo nuevo, y no sean vistos en otros mercados, en ese sentido son muy orgullosos, les gusta jugárselas, y si ven que les va bien, lo promocionan ellos mismos, es algo bueno que tienen como consumidor, no sienten recelo de dar información sobre un producto que les hace bien, existe una buena comunidad. Espero un 100% de acogida y llegar a la mente del consumidor que entienda que, así como las generaciones cambian, los bienes, productos o servicios también.

Encuesta

Por medio de la encuesta, se podrá reconocer los hábitos y conocimientos sobre el producto orgánico, y además, ecofriendly, un producto “verde”. Por el medio, se tratará de hacer un enfoque, y medir la capacidad de demanda del consumidor chileno, los hábitos de consumo para así llegar a satisfacer la demanda de la población de la ciudad de Santiago de Chile.

1. ¿Cuál es su género?

Del 100% de la población encuestada, con un 55% de la población es mujer, y el resto con un 45% abarca la población masculina.

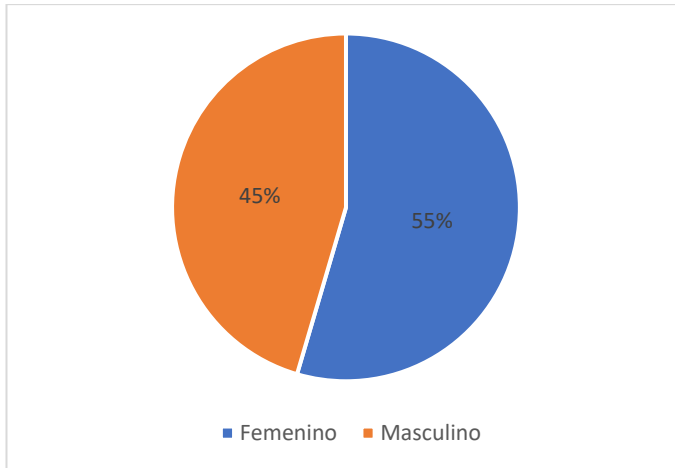


Figura 1: Resultado del género de los resultados
Elaboracion: Google Forms

2. ¿En cuál de los siguientes rangos se encuentra su edad?

Del 100% de la población encuestada, las personas menores de edad representan un 26%, adolescentes mayores entre 18 y 29 años cuenta con un 18%, que es razonable ya que ellos son los que pueden incentivar a sus padres a cambiar los hábitos de consumo, personas entre 30 y 39 años, personas independientes económicamente un 25%, por otro lado personas entre 40 y 49 años fueron las personas más interesadas en rellenar encuestas sobre salud dental, higiene, y cuidado al medio ambiente, y mayores a 50 años se encuentra un 16% del total de la población.

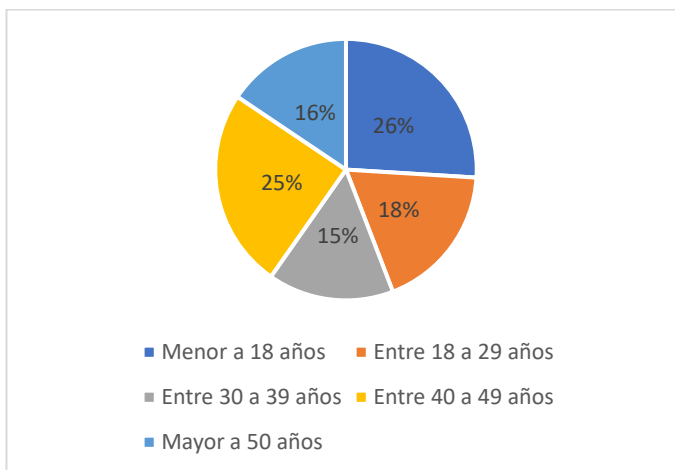


Figura 2: Rango de Edad de los encuestados
Elaboración: Google Forms

3. ¿Considera que mantiene una buena higiene bucal?

Un total de 34% contestó que, si consideraba una buena higiene bucal, y por el otro lado, no consideraban tener una buena higiene bucal, por la misma se preguntó, y muchas personas confundían el hecho de tener dientes amarillos con no tener salud bucal, otras personas respondieron que no sienten que su pasta tradicional les deja un buen aliento de boca.

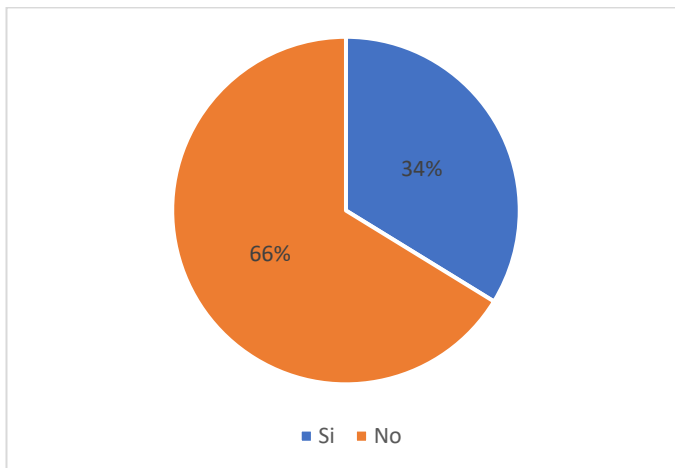


Figura 3: Higiene bucal de los encuestados
Elaboración: Google Forms

4. Con que frecuencia usted se lava los dientes?

La población encuestada demostró que solo el 15% de la muestra, se lava los dientes una vez al día, el 32%, se lava los dientes dos veces al día, y el 54% de las personas en la población encuestada, se lava los dientes tres veces al día.

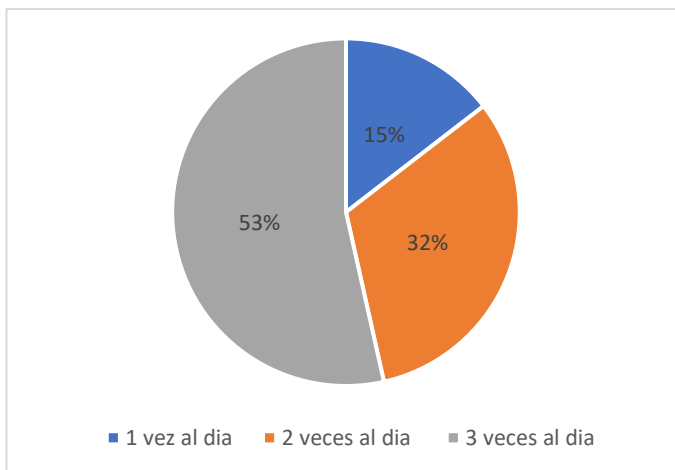


Figura 4: Frecuencia de cepillado dental
Elaboración: Google Forms

5. Tiene sensibilidad dental?

Un total del 50% votaron que sí, con un total de 194 votos, y la otra mitad que corresponde a 191 personas, votaron que no tienen sensibilidad dental.

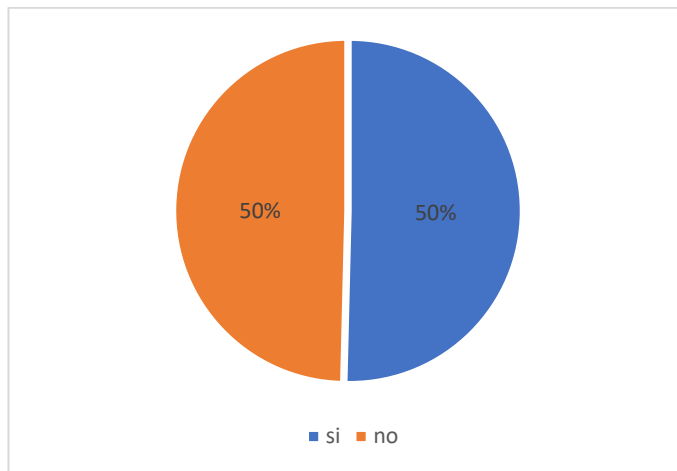


Figura 5: Sensibilidad dental
Elaboración: Google Forms

6. ¿Conoce sobre las pastillas dentales orgánicas?

Del 100% de la población, solo el 42% de las personas conocen por reseñas, páginas web como Amazon que han visto los productos, el otro 58% no tienen conocimiento sobre las pastillas dentales orgánicas.

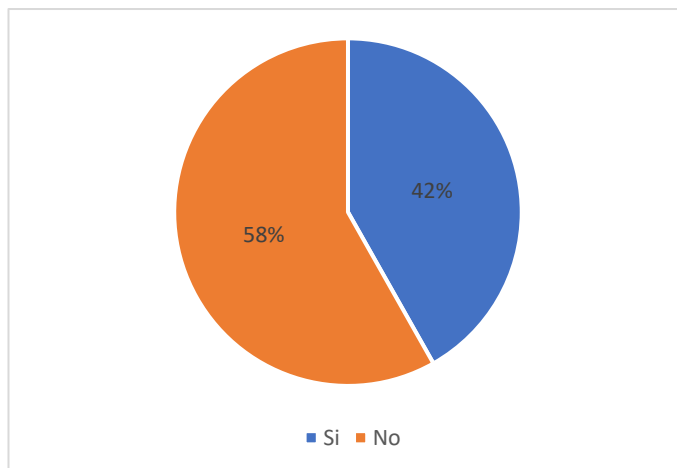


Figura 6: Conocimiento sobre pastillas dentales
Elaboración: Google Forms

7. ¿Sabe los beneficios que otorga utilizar pastillas dentales organicas, para su higiene bucal, y para el medio ambiente?

En esta muestra, es muy importante reconocer que el 23% de la población encuestada reconoce los beneficios al momento de adquirir un producto como tal, por

otro lado, los consumidores no conocen los beneficios de la pasta dental orgánica en pastillas, y sus beneficios tanto como en la salud, y la naturaleza.

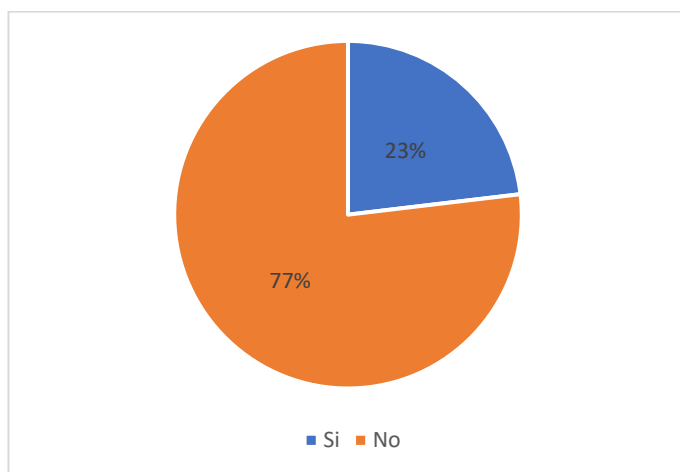


Figura 7: Conocimiento sobre los beneficios de las pastillas
Elaboración: Google Forms

8. Marque los beneficios que usted conoce sobre utilizar este tipo de productos.

Dentro de este literal, se pudo tomar en cuenta de manera independiente como tal, en la cual los resultados fueron solo el 38% del 100% conocía que el producto EcoBrush ayuda la mejora del medio ambiente a reducir desechos plásticos, el 22% de 100% sabía que el producto EcoBrush no contiene flúor que perjudica al blanqueamiento dental, 16% supo que era más sano que una pasta tradicional; 25% de las personas marcaron que era más económico a largo plazo; el 20% tenía en cuenta que es mejor para la prevención de caries; el 52%, que fue lo que la población encuestada sabía que el bicarbonato de sodio se utiliza como blanqueador dental, el 36% de los encuestados supo que previene enfermedades en las encías; y el 29% sabía que un producto natural y orgánico ayuda a reforzar las encías.

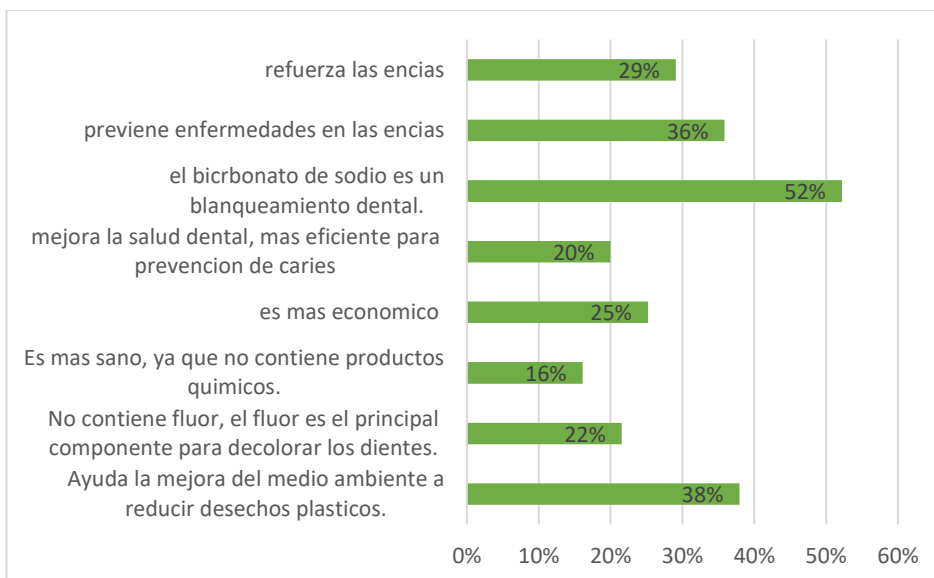


Figura 8: Beneficios de las pastillas dentales
Elaboración: Google Forms

9. ¿Usted considera importante la idea que el producto sea ecofriendly y orgánico?

Un 69% de la población voto que es muy considerable que el producto sea ecofriendly o “verde”, el otro 31% no considera importante que el producto sea ecofriendly, simplemente que le sirva para mejorar su salud dental.

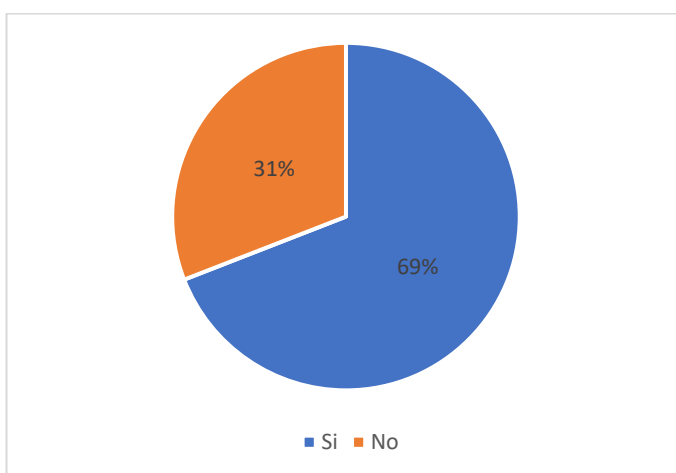


Figura 9: importancia para el consumidor que sea ecofriendly
Elaboración: Google Forms

10. ¿Considera que existen productos "orgánicos, biodegradables" que satisfagan sus necesidades de higiene bucal?

En las encuestas, un total del 72% de la población, considera que pueden existir productos organicos, y que a su vez sean biodegradables, ya que van de la mano por

su proposito como un producto verde, y una combinacion de uso diario como de primera necesidad para salud dental lo hace mucho mejor, por otro lado, el 28% considera irrelevante que sea organico y biodegradable con tal de que les proporcione una solucion distinta al cuidado bucal.

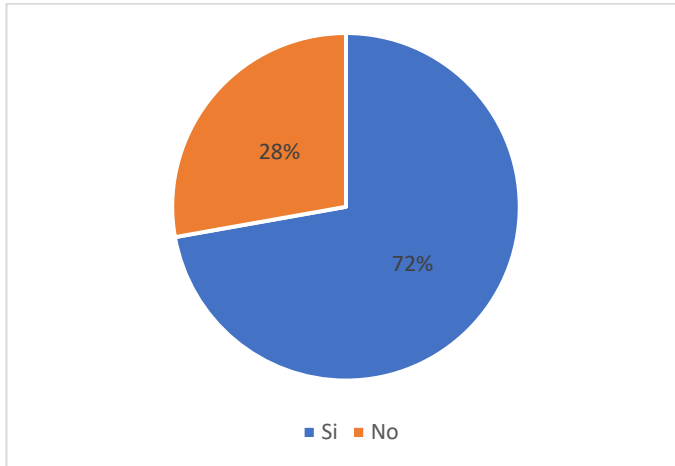


Figura 10: Satisfacción del consumidor sobre un producto orgánico
Elaboración: Google Forms

11. ¿En que lugar le gustaria adquirir el producto EcoBrush?

El mayor porcentaje de las preferencias al momento de adquirir el producto fueron con un total de 51% como mayoritario en las farmacias, viene seguido de un 30% los supermercados, en las gasolineras con un 16%, y en las tiendas locales solo un 4%, un buen programa de distribucion para abastecer con las necesidades de los consumidores.

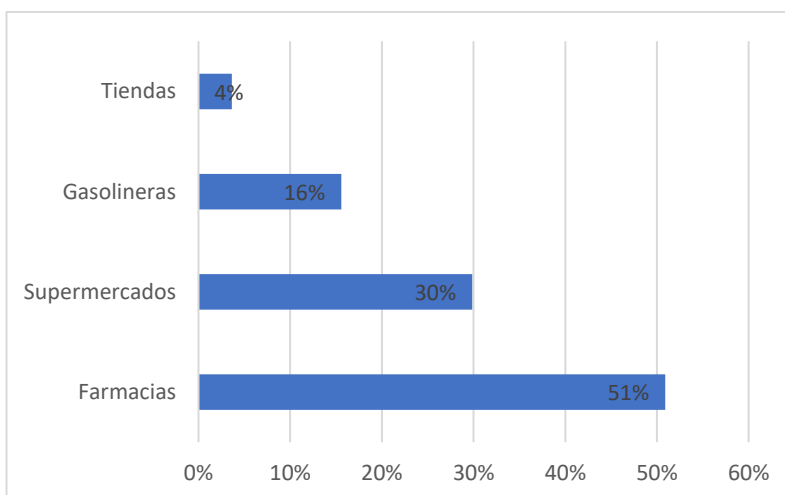


Figura 11: Preferencia del consumidor al momento de adquirir el producto
Elaboración: Google Forms

12. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer mayor información sobre "EcoBrush"?

La mayoría como era de esperar, prefieren por redes sociales, abarca con un 58% del total de los encuestados, y esto permite hacer llegar de manera más directa al consumidor información sobre el producto, y los beneficios que posee. Seguido de un 27% con adquisición de información vía correo electrónico, 9% prefieren también cortes comerciales, y 3% para periódicos, y para que salgan en todas las plataformas antes mencionadas.

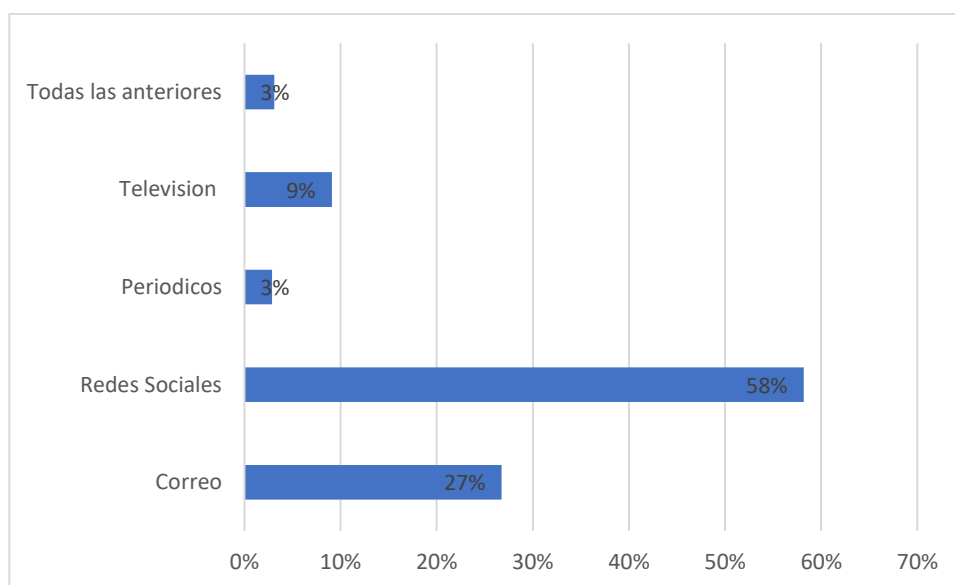


Figura 12: Medio de comunicación de preferencia
Elaboración: Google Forms

13. ¿Por qué razón no consumiría un producto "Orgánico"?

Un total de 22% eligió que no le gustan los productos orgánicos, o no considera que sea 100% cierto, 25% de la población encuestada no se lo ha propuesto comenzar a consumir productos orgánicos, y el 53% está dispuesto a consumir productos orgánicos

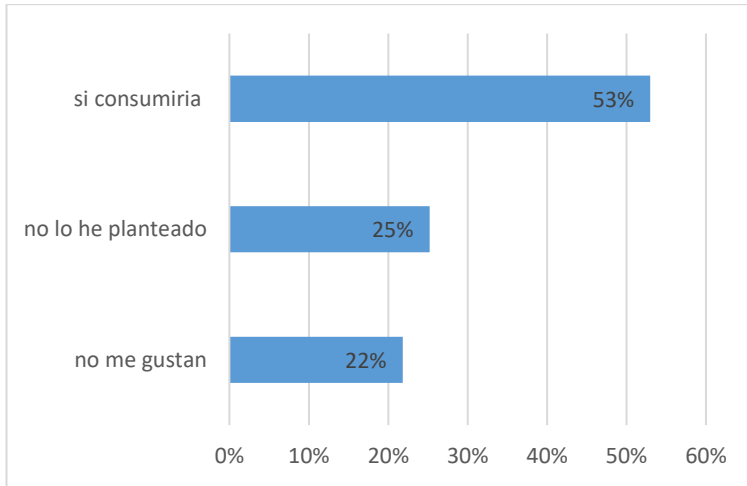


Figura 13: Consumo de productos orgánicos
Elaboración: Google Forms

14. ¿Cuánto dinero está dispuesto a pagar por el producto EcoBrush de 180 pastillas?

Una gran parte de la población está dispuesta a cancelar un valor entre los \$5 y \$10 representando un total del 69%, lo sigue el rango entre \$11 y \$15 con un 24% del total de la encuestados, y con solo el 7% personas están dispuestas a pagar entre \$16 y \$20.

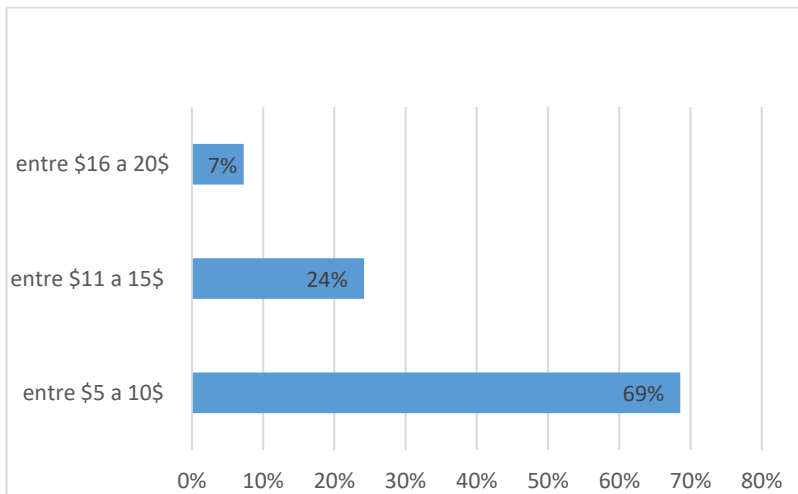


Figura 14: Disponibilidad a pagar por parte del consumidor
Elaboración: Google Forms

Capítulo IV:

Descripción General de la Empresa y mercado meta

Razón social

SMILE TEETH.Ec es una empresa dedicada a la producción de pastas dentales orgánicas, ecofriendly, para la disminución de desechos plásticos, para la mejoría del medio ambiente. El producto EcoBrush, es 100% natural, por el cual es una mejora para la salud dental, y mejor presentación dental. Se encuentra ubicada en el Cantón de Duran, en la vía Principal km1.5 Duran-Tambo por detrás de la empresa ACMANSA.

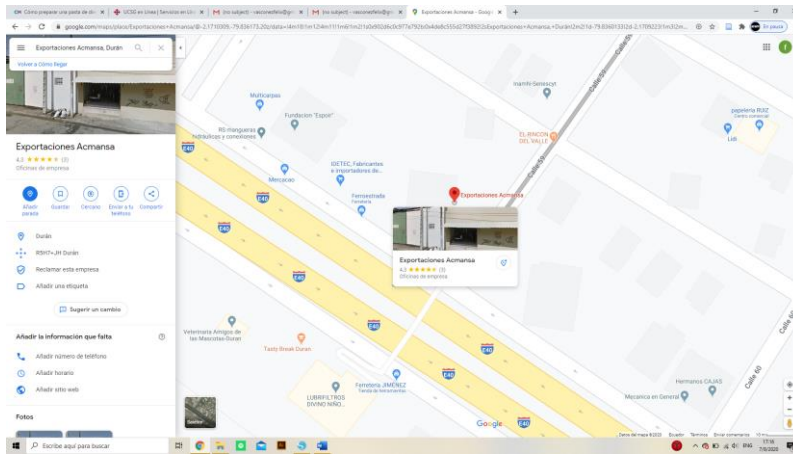


Figura 15: Ubicación de la planta SMILE TEETH.Ec

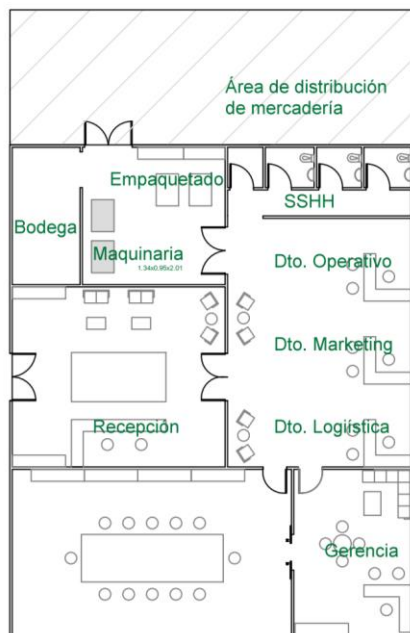


Figura 16: Plano de distribución de la empresa

Registro Único Contribuyente

El registro único contribuyente o también conocido como (RUC) corresponde a un número para poder identificar o distinguir a personas naturales o entidades que realicen actividades comerciales para el pago de impuestos, y la obtención del RUC no tiene costo adicional ya que es gratuito.

Actividad Comercial

Producción en el sector ecuatoriano para la exportación en el mercado chileno.

Tipo de empresa

Para efectos de esta investigación, el autor de la tesis considera oportuno mencionar y hacer énfasis que la empresa como tal, está constituida de manera Unipersonal de Responsabilidad Limitada, por ende, la Ley ecuatoriana dispone que toda participación del representante legal no tiene dependencia de la persona natural por lo tanto el patrimonio de la misma se encuentra separado. El dueño será Gerente-Propietario y la empresa podrá realizar comercio o actividades mercantiles.

Considerando lo anterior, y para efectos de este trabajo de titulación el autor considera oportuno mencionar que para la elaboración de pastillas dentales orgánicas existirá un solo accionista como tal para tomar decisiones, dirigir a los empleados, administre y controle gestiones empresariales para abaratar costos. Como único socio será denominado líder de la junta General, y se dará por escrito en un acta bajo su firma o tutela toda acción ejercida o ejecutada por el único responsable.

Misión

La empresa SMILE TEETH.Ec tiene como compromiso dar un aporte a la salud dental, haciendo énfasis en el aporte medioambiental, solo así, reduciendo desechos tóxicos para el medio ambiente.

Ofrecer un producto de alta calidad/precio, para promover al consumidor a comprar productos orgánicos, ofreciendo mejorías en la salud dental, a base de productos orgánicos con tendencia a blanquear, limpiar, proteger y cuidar la salud dental.

Visión

Mejorar la salud dental de los consumidores, ofreciendo productos orgánicos, que permitan a los usuarios aportar con el cuidado medioambiental, siendo líderes globales con tendencia al aporte ecológico.

Descripción del producto

El producto EcoBrush, es 100% ecológico. Consta con un envase de cartón, el cual es reutilizable, aporta a eliminar los desechos plásticos de la pasta convencional, y el producto, como tal, es presentado por medio de pastillas circulares, y su uso se basa en colocarse la pastilla en la boca, con cierta cantidad de agua, y se diluye dentro de la boca y comienza hacer su función de pasta bucal, su procedimiento es exactamente el mismo de una pasta dental convencional. Este producto es recomendable su frecuencia con una totalidad de dos veces al día, ya que estudios informan que tiene una mejor concentración de beneficios que supera a un cepillado frecuente de tres veces al día, su proporción de dos veces alcanza y supera a una pasta de dientes tradicional.

La formulación de las pastillas dentales fue elaborada en conjunto con el Ingeniero químico de la provincia de Santa Elena, Denis Rodríguez, responsable de que estas pastillas sean posibles de fabricar en el territorio ecuatoriano. Estas pastillas contarán con una patente ante el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales en el Ecuador con el registro de la marca.



Figura 17: Empaque e impresión del producto EcoBrush

Registro de la Marca

El registro de la marca es importante para el nombre del producto/marca para así privatizar de terceros el nombre EcoBrush, quiere decir que no pueda ser utilizado en ningún producto que no sea de la marca SMILE TEETH.Ec durante un lapso de 10 años.

Logo



Figura 18: Logo de la empresa SMILE TEETH.Ec

El logo comercial de SMILE TEETH.Ec consta con un color verde, que representa el aporte ecológico de la compañía, una figura dental que representa el cuidado los beneficios que otorga utilizar el producto EcoBrush. Biodegradable, reutilizable, económico, y sin duda alguna, presenta mejoras a la salud, ya que no contiene flúor.

Lema comercial

“Mejora la sonrisa del medio ambiente”.

Constitución de la empresa

1. Reserva de nombre TEETH SMILE.Ec ante la Superintendencia de Compañía.

Trámite mediante el cual las personas naturales o personas jurídicas pueden reservar una denominación para constitución de compañías, cambio de denominación, cambio de domicilio de compañía extranjera, transformación, fusión o escisión, a través del portal web institucional; así como, para ampliar

la vigencia, editar, ceder o eliminar reservas aprobadas (Superintendencia de Compañías, valores y seguros 2020).

2. Apertura de cuenta integral de capital, dentro de los requerimientos esta poseer como mínimo \$400 como compañía limitada.

Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar (Congreso Nacional de la Republica del Ecuador 1999).

3. Elevación de la escritura publica

Se requiere de un notario público en el cual se rectifique el nombre de la empresa TEETH SMILE.Ec como única y la verificación de la cuenta integral de capital.

4. Aprobación del Estatuto

La Superintendencia de Compañías deberá revisar y aprobar una vez verificada la escritura pública de la empresa.

5. Publica de un diario

6. Obtención del RUC

“Permite al contribuyente realizar la inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) de personas jurídicas civiles y comerciales, mediante la presentación de requisitos en las ventanillas de atención de los centros de atención Servicio de Rentas Internas a nivel nacional” (Servicio de Rentas Internas 2020).

Requisitos Obligatorios:

- Cédula de identidad y/o ciudadanía o pasaporte (original).
- Certificado de votación o certificado de presentación (original).
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente (planilla de servicios básicos).
- Formulario RUC 01-A.
- Escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil.
- Nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Requisitos Especiales:
- Carta de autorización simple, en caso de realizar el trámite con un tercero autorizado.

7. Sacar número patronal IESS

“Trámite orientado a entregar una clave de acceso del portal de servicios al empleador, para que realice el registro de novedades de sus trabajadores y las actualizaciones de información de la empresa”(Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social 2020).

Requisitos Obligatorios:

- Cédula de Identidad
- Formulario de solicitud de clave patronal
- Nombramiento liquidador
- Acuerdo de uso de la información
- Nombramiento de representante legal
- Registro único de contribuyentes (RUC)

Requisitos Especiales:

- Código de identificación para extranjeros

8. Solicitar Matrícula de Comercio

La Matrícula de Comercio es el registro donde se encuentran todas las personas naturales y sociedades que ejercen comercio. Según Dirección Nacional de Registro de Datos Públicos (2019) los pasos para solicitar dicha matrícula son:

- Dirigir por escrito a uno de los jueces de lo civil la petición para que éste autorice la inscripción en el registro de la matrícula de comercio en la oficina de registro del cantón correspondiente;
- El usuario presentará al Registrador de la respectiva jurisdicción cantonal, el Oficio que autoriza la Matrícula de Comercio suscrito por el juez competente;
- Si los socios o accionistas fueren personas naturales o jurídicas extranjeras residentes en el Ecuador deberán presentar el RUC o el documento que emita el Servicio de Rentas Internas cuando se trate de aquellas personas naturales extranjeras residentes o no en Ecuador y sociedades extranjeras no domiciliadas en el país y que de acuerdo a la normativa tributaria vigente no tengan establecimiento permanente en Ecuador que, no estén enmarcados en los casos previstos en los numerales 1 y 3 de la Circular No. NAC-DGECCGC 12-00011; y,
- Dos ejemplares certificados del proceso judicial en el que se aprobó la matrícula de comercio.

9. Obtención de permisos municipales

Solicitar patente municipal

Según Municipalidad de Guayaquil (2019), los requerimientos para ejercer dentro de la comercio dentro de la ciudad de Guayaquil son:

- Certificado provisional o definitivo emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil por cada uno de los

establecimientos que la persona natural o jurídica posea dentro del Cantón Guayaquil.

- La última actualización del Registro Único de Contribuyentes (RUC). Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica solicitante. Sólo en el caso de inicio de actividades, las personas jurídicas deberán presentar la Escritura de Constitución correspondiente, así como el nombramiento del representante legal (vigente) y la cédula de ciudadanía y certificado de votación del mismo.
- Las personas naturales deberán presentar copia de la cédula de ciudadanía y del certificado de votación.
- Declaración del Impuesto a la Renta y, a las personas no obligadas a declarar este impuesto, las declaraciones del Impuesto al Valor Agregado, del último ejercicio económico exigible. Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica.
- Formulario "Solicitud para Registro de Patente Municipal" (No es necesario comprar la Tasa de Trámite Municipal para el pago de Patente, ya que este valor se recaudará con la liquidación de dicho impuesto).
- Sólo en el caso de que la persona natural o jurídica ejerza el comercio en varios cantones, deberá presentar el desglose de ingresos por cantón firmado por un contador.
- Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio deberá presentar su fotocopia de cédula de ciudadanía y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio.

Solicitar permiso de funcionamiento

Según GAD Municipal de Guayaquil (2019), presenta un extenuante lista acerca de los requisitos previos para el funcionamiento lícito del proyecto que se ejerce, estas medidas son:

- Cédula de ciudadanía y certificado de votación del Propietario, Responsable Técnico y Proyectista.
- Pasaporte vigente, en caso de que el solicitante sea extranjero
- Carta de autorización para construir proporcionada por el propietario; en caso de haber ingresado el solicitante como "Autorizado".
- Poder notariado proporcionado por el propietario; en caso de haber ingresado al solicitante como "Apoderado".
- Carta Notariada de responsabilidad civil por actos de dominio; cuando el solicitante es posesionario del predio.
- Planos arquitectónicos a ser aprobados, tenerlos en archivo de AutoCAD.
- Resumen del Registro del Empleador.
- Escritura pública de adquisición del predio o carta de autorización para construcción en terreno ajeno, otorgada por el dueño, en caso de que el solicitante no fuese el propietario del solar, o contrato de arrendamiento para el caso de terrenos municipales. Este requisito no será exigible en áreas de ocupación informal sometidas a procesos de legalización de la tenencia, donde bastará un certificado de responsabilidad civil por acto de dominio.
- Documento de sustento de excepción en planos; en caso de haber marcado alguna excepción a la norma en el ingreso de la solicitud.

Solicitar certificado otorgado por el cuerpo de bomberos

Según Gestión de Riesgos, Seguridad y Salud Ocupacional (2018), para obtener la tasa de servicio contra incendios otorgada Benemérito Cuerpo de Bomberos, comúnmente conocida como permiso de funcionamiento de Bomberos, las personas jurídicas que incluyen las organizaciones sociales deben presentar los siguientes requisitos:

- Si el trámite lo realiza personalmente quien es representante legal de la organización, debe presentar copia de cédula de identidad. En el caso de que lo realice otra persona deberá adjuntar una autorización por escrito simple, con copia de cédula de quien autoriza y de la persona autorizada.
- Copia completa y actualizada del Registro Único de Contribuyentes (RUC) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
- En caso de ser persona jurídica se debe adjuntar copia del Nombramiento vigente de la persona que es Representante Legal.
- Copia de Consulta de Uso de Suelo otorgada por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil.
- Copia del último pago del Impuesto Predial con la dirección del establecimiento.
- Original y copia de la Calificación Artesanal en caso de ser artesano.
- Cuando se realiza comercialización de gas de uso doméstico, adjuntar autorización de la Agencia de Regulación y Control de Hidrocarburiífero, Control Anual y el informe de Factibilidad.
- En caso de realizar venta de reparación de armas se debe adjuntar autorización del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas.

10. Inscripción de la compañía

Con toda la documentación estrictamente recopilada se debe ir al registro mercantil del Cantón Guayas, donde fue constituida la empresa TEETH SMILE.Ec de tal modo que se inscriba la sociedad.

11. Junta General de Accionistas

Realizar junta con los socios mediante la cual se determinarán los representantes de la compañía según se hayan definido por los estatutos de la empresa.

Mercado de Oferta

El estudio de mercado conforme al mercado internacional, va sustentado bajo una partida arancelaria regida por el Sistema Armonizado, que es, en teoría la institución encargada de clasificar las mercancías mediante la asignación de códigos de 6 dígitos el cual aumentarán dependiendo de los acuerdos o tratados entre las naciones que estarán formando parte del comercio exterior.

La denominación de la sección, el capítulo, la partida, y subpartida arancelaria permitirá reconocer la demanda que posee Ecuador para satisfacer las necesidades internacionales. Con estas partidas arancelarias, se facilita a la clasificación del artículo para detectar de manera más eficaz los impuestos y aranceles al país al que se va a exportar el producto.

Sección VI: Productos de la Industrias Químicas o de las Industrias Conexas

Capítulo 33: Aceites esenciales y resinoideos; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética.

La partida y subpartida 33.06 equivale a la preparación para la higiene bucal o dental, incluidos en polvos y cremas para la adherencia de las dentaduras, hilo utilizado para la limpieza de los espacios interdentes, acondicionado para su venta al por menor al usuario.

En la tabla se puede visualizar a nivel mundial, los mejores exportadores de productos dentales hacia el país de Chile, y como se puede ver en la tabla, el país con mejores exportaciones durante un periodo de 5 años, es México con USD \$590.369 partiendo desde el año 2015 hasta el 2019.

Tabla 1
Países mayores exportadores al país chileno

Código del producto	Países	Periodo (miles de USD)				
		2015	2016	2017	2018	2019
33,06,10	México	109.466	111.523	111.832	126.744	130.804
	Argentina	107.286	112.401	104.297	105.282	97.475
	Estados Unidos	108.662	91.071	105.734	96.680	97.447
	Francia	67.488	70.359	66.611	77.517	87.316
	España	44.430	46.259	58.895	68.927	67.118
	Total	437.332	431.613	447.369	475.150	480.160

Nota: Listado de los países exportadores del producto seleccionado según la partida 33.06.10. Fuente: TradeMap (2019)

Mercado de Demanda

Definir los principales consumidores de la partida arancelaria o de las pastillas dentales es de suma importancia para así poder desarrollar un plan de marketing, y poder reconocer la demanda estimada por parte del consumidor, a parte que permite a la institución reconocer los precios, y el poder de adquisición dirigida en la ciudad de Chile.

Tabla 2
Listado de países importadores del producto mencionado

Código del producto	Países	Periodo (miles de USD)				
		2015	2016	2017	2018	2019
33,06,10	Estados Unidos	4.809	4.909	6.830	12.241	14.895
	Bolivia	11.037	10.819	12.184	13.050	13.082
	Perú	14.103	1.618	14.186	13.513	12.590
	Brasil	4.219	4.615	5.300	8.554	10.499
	Argentina	9.769	10.097	13.739	12.290	9.139
	Total	43.937	32.058	52.239	59.648	60.205

Nota: Listado de los países más importadores del producto seleccionado según la partida arancelaria 33.06.10. Fuente: TradeMap (2019)

En la tabla se puede presenciar que el país con más importaciones sobre el producto relacionado son países de América latina, y Estados Unidos, el que lidera es Bolivia con un total de USD \$60.172 en importaciones de un producto chileno.

Comercialización y Ventas

SMILE TEETH.Ec tiene como principio de comercialización en el mercado internacional con orientación a la ciudad de Santiago de Chile. La empresa cuenta con una capacidad operativa de 357 envases en un día, que a la semana representa 2.500 unidades, al mes 10.000 envases y al año sería un total de 120.000 unidades. Contando con una estimación de demanda del 35% de la población que está dispuesta a adquirir el producto.

La cantidad de habitantes reconocidos como potenciales consumidores del producto EcoBrush, es debido a su frecuencia de consumo diario de 2 veces al día, el cepillado dental. Yendo desde un grupo en específico hasta trabajar en la mente del consumidor y demostrar que su uso frecuente de dos veces diarias es suficiente con las pastillas EcoBrush para conseguir una higiene adecuada.

Gestiones de exportación

Tener conocimientos previos del presente estudio permitirá abaratar costes de logística, y también del proceso exportable, para así agilizar los trámites de la misma.

Datos de la exportación

Como todo producto para la exportación se necesita cumplir una serie de requerimientos previos asignados en la Declaración Aduanera de Exportación vía del ECUAPASS.

- Exportadora: SMILE TEETH.Ec
- Producto: Pastillas dentales orgánicas
- Partida arancelaria: 33.06.10
- Empaque primario: caja de cartón (8 cm largo x8 cm ancho x5 cm alto)
- Empaque secundario: caja de cartón corrugado con medidas de (42 cm x 27 cm x 31 cm), dentro de la caja se colocará un extractor de humedad.
- Incoterm: FOB (Free on Board)
- Destino de la carga: San Antonio-Santiago de Chile

Documentación

La documentación que se necesita para dar respaldo a la DAE (Declaración Aduanera de Exportación) según la Secretaria Nacional de Aduanas del Ecuador en la factura se detalla lo siguiente:

- Factura comercial proporcionada por el exportador
- Lista de empaque (peso, tamaño y cantidad)
- Certificado de origen proporcionado por MIPRO
- Certificado sanitario de exportación proporcionado por ARCSA
- Certificado de calidad
- Conocimiento de embarque proporcionado por una naviera
- Póliza de seguro obtenida a través de una compañía de seguro

Medio de pago

El método de pago seleccionado en esta actividad se realizará por medio de una carta de crédito ya que es el método de pago más conveniente para ambas partes debido al respaldo, seguridad y confianza que pueda otorgar una institución financiera, con esto, la institución financiera emite una carta de crédito certificando que el importador dispone de los fondos necesarios para la adquisición de los productos importados. La transferencia solo se efectiviza cuando la mercadería ha llegado su destino y ha existido acuerdo previo entre ambas partes.

Incoterm

Para la exportación de EcoBrush, es necesario para agilizar el comercio y seguir con las reglas establecidas por el libre comercio en Chile y su manera de realizar negocios, se ha elegido el incoterm FOB como la mejor opción. Debido a la experiencia y la manera de trabajar en Chile, el exportador tiene la responsabilidad de entregar la mercadería en el puerto, montado en el buque, y luego todos los costos y responsabilidades pasan al importador.

El exportador no tiene la obligación de contratar la naviera que va a transportar la mercadería, ni la póliza de seguro, este corresponde responsabilidad y expensas del comprador, mas, sin embargo, el exportador puede facilitar información al importador para agilizar los procesos.

Puerto de destino

La ciudad donde se comercializará el producto es en el puerto de San Antonio, ubicada en Valparaíso, siendo uno de los puertos más emblemáticos de la ciudad y del Pacífico Sur, a 100 km de Santiago de Chile con un total de 274 hectáreas.

Transporte, entrega y disponibilidad

La empresa SMILE TEETH.Ec exportará una cantidad de 120.000 envases de manera anual en presentaciones de 180 pastillas con un total de 90 gramos por unidad. Una exportación de carga general debido a su fácil manipulación. Las cajas contarán en la base con 24 unidades y de alto serán 6 unidades que da una totalidad de 120 frascos dentro del empaque.

Con estos cálculos presentados serán necesarios al transcurso del año exportar alrededor de 1.333 unidades para poder abastecer las necesidades de los consumidores en la ciudad de Santiago.

Con lo antes mencionado, el incoterm FOB tiene la disponibilidad de hacer un seguimiento en tiempo real de donde se encuentre su mercadería, y estimación de llegada de la misma.

Requisitos para Exportar

La empresa SMILE TEETH.Ec, es una empresa dedicada 100% a la producción de pastillas dentales en el mercado local, con comercialización en el exterior. Esto quiere decir que la empresa tiene convenios con el comercio exterior, por lo mismo debe cumplir con una cantidad de requisitos mínimos para ejercer la exportación, para esto, la empresa SMILE TEETH.Ec ha sido vinculada con el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, mejor conocido como la SENA que tiene como objetivo principal controlar, facilitar y agilizar documentación la entrada o salida de bienes, productos o servicios.

La exportación es la actividad que permite la salida de bienes, servicios o productos de un país en específico, con la idea de aumentar la comercialización y unificar fronteras.

Según Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2017), estos son los requisitos solicitados para una debida exportación:

Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

Paso 1

- Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:
- Banco Central del Ecuador
- Security Data

Paso 2

- Registrarse en el portal de ECUAPASS

Aquí se podrá:

- Actualizar base de datos
- Crear usuario y contraseña
- Aceptar las políticas de uso
- Registrar firma electrónica

Organigrama de la empresa

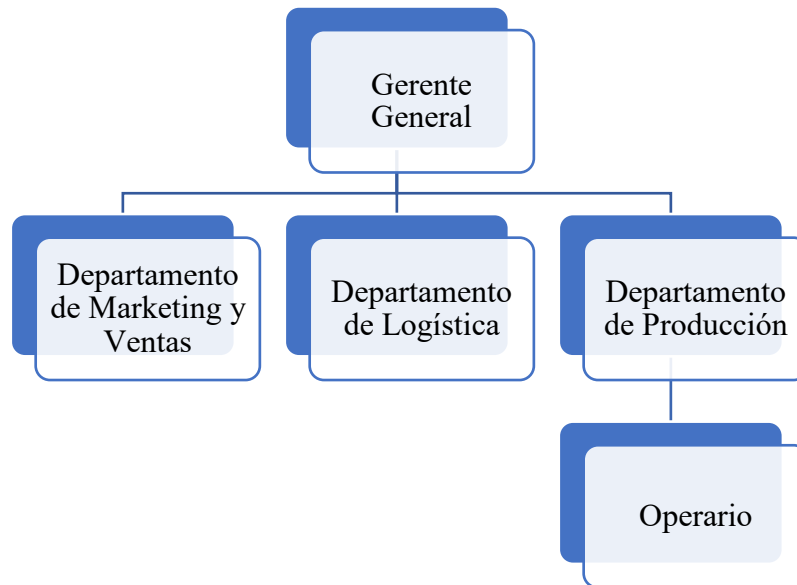


Figura 19: Organigrama de la empresa

La empresa SMILE TEETH.Ec tendrá como representantes de manera vertical por orden de jerárquico dependiendo de su desarrollo y función dentro de la empresa, cabe recalcar que como es una empresa de carácter responsabilidad limitada, no se podrá llevar a cabo sin un consenso de la junta directiva de accionistas. Esta empresa está constituida por una cabeza que viene a representar el Gerente General, encargado de administrar y analizar estados financieros, luego está constituido por dos departamentos en la cual está el departamento de Logística encargado de la comercialización del producto hasta su punto final, encargado de los trámites aduaneros, y el otro departamento de marketing y ventas, encargados de la publicidad y de la proyección de las ventas con el comercio exterior, y al final viene un departamento que es el de la producción de la materia prima, en el producto final.

Distribución de funciones y responsabilidades

Gerente-Propietario es el representante legal de la institución, es el encargado de dirigir, planificar y manejar la empresa en decisiones administrativas.

Departamento de Marketing es el encargado de realizar un análisis o proyecciones de mercados, promoción y manejar mediante objetivos las ventas y

postventas. Encargado también de todas las redes sociales para divulgar información y beneficios de los productos lanzados al mercado,

Departamento de Logística, encargado del proceso de la exportación, y documentos de logística y todo lo relacionado con los trámites aduaneros desde conseguir el contacto, hasta que se descargue la mercadería en los pallets de carga.

Hábitos de consumo

Dentro de los hábitos de consumo, se considera que los clientes son de consumo habitual debido a su frecuencia, ya que es de carácter de primera de necesidad como lo es la salud dental, un uso frecuente de 3 veces diarias en promedio las personas se lavan los dientes, con el producto ofrecido al público, EcoBrush, se busca que el consumidor reemplace la pasta de dientes convencional, y su frecuencia de 3 veces diarias, con EcoBrush, propone una solución de satisfacer las necesidades en lo que a higiene bucal se refiere de un uso frecuente de dos veces, y estudios demuestran que esta frecuencia es mucho mejor que su habitual ya que los componentes son específicos, y el uso en pastillas es más dirigido al cuidado bucal y el hecho de no existir desperdicios lo hace más eficiente al momento de su uso.

Estimación de la demanda

La estimación de demanda será con los cálculos siguientes de a cantidad de habitantes que residen en Chile, con una suma de 7'014.702 personas de todas las edades, y el cálculo se da conforme a los resultados de las encuestas realizadas, de ese total se tomara como referencia una 32% de uso frecuente de 2 veces diarias su lavado bucal, entonces será un total de 2'244.704 de habitantes que se lavan la boca dos veces al día, pero eso no es todo, se debe tomar en cuenta la cantidad de personas que están dispuestas a comprar el producto que es un total de 53% que arroja un valor significativo de 1'189.693 de personas que están dispuestas a comprar un producto innovador para la higiene bucal, teniendo en cuenta este factor, se debe considerar las personas dispuestas a pagar una totalidad entre USD \$5 - \$10, que según las encuestas, es un total del 69% que eligieron el menor valor. Este da como resultado una totalidad de 820.888 habitantes que sería nuestra estimación de demanda, previa.

Como todo estudio de mercado, no es recomendable en productos nuevos tener la necesidad de acatar al 100% de la demanda, más bien, es importante reconocer el

presupuesto, y capacidad operativa para poder surgir en un negocio, para esto, se ha seleccionado un margen del 35% debido a la frecuencia de cepillado dental de la encuesta para poder tener una introducción aceptable dentro del mercado.

Capítulo 5

Estudio técnico

Objetivo

Este capítulo tiene como objetivo detallar el estudio técnico de la fabricación de las pastillas dentales orgánicas en el Cantón de Durán, para determinar la factibilidad de comercio con el proveedor para así decretar conveniencias de las partes. Con esto se puede concluir los métodos de ubicación, tiempo de entrega y transporte a conveniencia hacia el mercado destino.

Pastillas Dentales

EcoBrush pertenece a la línea de pasta dental tradicional, pero contiene un factor diferenciador que su presentación será en pastillas que viene en cajas eco degradables que ayudan al medio ambiente, además, que son pastillas orgánicas, libres de gluten, y veganas. Como factor que permite su uso frecuente trata sobre que con este producto no existen desperdicios al momento de un enjuague bucal.

Los ingredientes de esta pastilla dental que la hacen orgánica, y permite su uso para rangos de cualquier edad son:

- Xilitol: Es un edulcorante para la mezcla, contiene grandes beneficios como reforzamiento de sistema inmunológico, aumenta la cantidad de glóbulos blancos. Aumenta la densidad ósea.
- Eritritol: Es un endulzante no calórico, baja el nivel de salinidad del producto final.
- Extracto de Menta o planta de Menta: Le da el sabor a la pasta dental.
- Bicarbonato de Sodio: Fundamental para la higiene y blanqueamiento dental (sirve para bajar de peso) contiene un sin número de beneficios medicinales.
- Fosfato de Calcio: Sirve como fuente de Calcio para prevenir la Osteoporosis.
- Sodio C14-16 Olefin Sulfato: Su función específica es hacer espumante al momento de combinarse con el agua del enjuague y fricción con los dientes.
- Dióxido de Silicio: Tiene la misma función que un desengrasante, tal cual con los dientes para eliminar el sarro o residuos de los alimentos en los dientes.

Beneficios

El uso frecuente de este producto otorga gran cantidad de beneficios tanto como para la salud, salud bucal, y medio ambiente. Dentro de este proceso se encuentran beneficios tales como:

- Ayuda la mejora del medio ambiente a reducir desechos plásticos.
- No contiene flúor, el flúor es el principal componente para decolorar los dientes.
- Es más sano, ya que no contiene productos químicos.
- Es más económico a largo plazo.
- Mejora la salud dental, más eficiente para prevención de caries
- El bicarbonato de sodio es un blanqueamiento dental.
- Previene enfermedades en las encías
- Refuerza las encías
- Previene APNEA
- Previene la acidez estomacal.
- No existen desechos, ni residuos
- Es apto para toda persona con sensibilidad dental
- Practico para viajar.
- No es líquido.

Ciclo de Producción

Proceso de producción

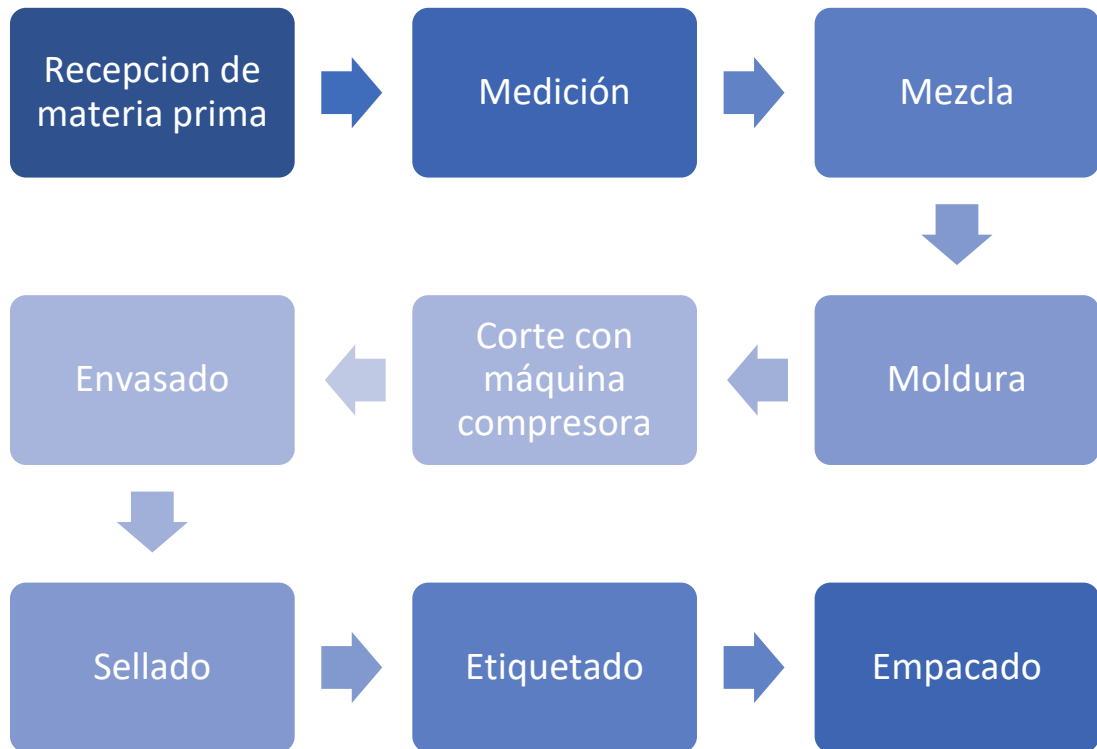


Figura 20: Proceso de Producción

Descripción de Etapa del Proceso de Producción

La empresa SMILE TEETH.Ec producirá pastillas dentales orgánicas, veganas y libres de gluten. La fabricación de este producto consiste en obtener toda la materia prima, luego de tener todos los productos proceder a la medición de la misma de manera individual ya que no todos los componentes contienen la misma cantidad. Para el siguiente paso, se procede a realizar la mezcla entre las mismas para formar la masa de la pasta dental y luego se corta de tal manera que quede en forma de pastillas.

Una vez que las pastillas estén listas, el siguiente paso es envasarlas en su presentación de cartón que contiene un total de 180 pastillas en presentación principal, luego de eso viene la parte del sellado que es donde la caja se cierra y queda para que el consumidor reconozca el producto es de primera mano, y finalmente el etiquetado que va a ser impreso para demostrar que la empresa SMILE TEETH.Ec es 100% eco amigable.

El procedimiento del empaqueo va a ser por medio de cajas con las medidas (42 x 27 x 31) en las cuales entran un total de 120 unidades de envases, como empaque secundario, al ser un producto que es necesario que no contenga humedad, se ha optado por poner bolsas que absorban la humedad dentro de la caja en las cuales están guardadas las pastillas dentales, para así poder tener la mejor calidad de producto en cuanto llegue a su consumidor final.

Esto permite al consumidor que reconozca que su producto es certificado, y no ha sido manipulado hasta la fecha, con esto, los clientes procederán abrir el envase y poder consumir el producto.

Cantidad de materia prima para la elaboración de una caja de 180 pastillas.

Para la fabricación del producto EcoBrush cada pastilla pesa 0.5 gramos o 500 mg, esto quiere decir que el envase de peso neto es equivalente a 90 gramos. En datos porcentuales por pastilla viene representado de la siguiente manera:

Tabla 3

Materia prima

Materia Prima	Porcentaje para formar pastilla dental
Xilitol	7%
Eritritol	3%
Extracto de Menta	18%
Bicarbonato de Sodio	27%
Fosfato de Calcio	2%
Sodio C14-16 olefin Sulfato	35%
Dióxido de silicio	8%

Todos estos componentes forman una unidad de pastilla dental, lo que quiere decir que se encuentra dentro de los parámetros de sanidad y control para una buena higiene bucal.

Capacidad Operativa

Luego de realizar varios estudios de producción, la empresa SMILE TEETH.Ec queda demostrado que la capacidad operativa de la planta es de 900 kilos al mes. Las pastillas dentales se elaboran entre 4 trabajadores que trabajan 8 horas diarias, los siete días a la semana. Esa capacidad de producción se ve reflejada en los

costes de producción, y son tomados en cuenta como factores que, como mano de obra, materia prima, entre otros.

Para producir un lote de 10.000 frascos se debe tomar en cuenta la cantidad de gramos que contiene un envase (90 gramos) y se procede a una multiplicación de 10.000 frascos X 90 (gramos c/frasco) equivale a 900.000 gramos, transformado en Kilogramos el equivalente a 900 Kilos de pastillas que se estima producir durante todo el mes.

Estos valores se ven reflejados en la siguiente tabla, partiendo de la premisa de su capacidad operativa de 900 kilos al mes, entonces, para producir dicha cantidad se requiere de la siguiente información para los costes de materia prima:

Tabla 4

Precio de componentes expresado en USD\$ el KG

Componentes	Cantidad (KILOS)	Precio (x Kilo)	Total (\$)
Xilitol	63	\$ 22,20	\$ 1.398,60
Eritritol	27	\$ 20,58	\$ 555,66
Extracto de Menta	162	\$ 11,38	\$ 1.843,56
Bicarbonato de Sodio	243	\$ 35,19	\$ 8.551,17
Fosfato de Calcio	18	\$ 600,00	\$ 10.800,00
Sodio C14-16 olefin Sulfato	315	\$ 2,30	\$ 724,50
Dióxido de silicio	72	\$ 2,85	\$ 205,20
TOTALES	900		\$ 24.078,69

Para fabricar un total de 900 Kilos mensuales, el coste tiene un equivalente a USD \$24.078,69 solo en la producción del producto EcoBrush.

Cada pastilla tendría un valor de USD \$0.01677 al coste, es decir, que cada frasco que contiene 180 pastillas tiene un equivalente de USD \$3.02 incluido la mano de obra, de este valor, la empresa SMILE TEETH.Ec considera un margen de utilidad del 70%, con lo que el precio del mercado sería P.V.P \$5.13 (no incluye IVA).

Proceso de Abastecimiento

Para la correcta administración de recursos, la empresa SMILE TEETH.Ec considera que el rol del proceso de abastecimiento debe ser plasmado de tal manera que signifique ahorros, productividad, y eficiencia al momento de fabricar los

productos, para esto, la empresa ha optado por indagar más a fondo los precios de mercado para reconocer a conveniencia cuales son los mejores precios que representen calidad/precio para la adquisición de la materia prima.

Certificados de Calidad y Sanidad

Para el Servicio Ecuatoriano de Normalización, el certificado de autenticidad, o conformidad, es un documento que se entrega a todas las empresas productoras, y requieren de un certificado de que cumplen con los requisitos previos informados del producto, o los productos que se oferta en el mercado. Con este documento se garantiza los requisitos establecidos por las normas nacionales, internacionales, y estatutos técnicos. Con el fin de atribuir mejoras de calidad de producción nacional para que pueda competir en el territorio nacional, y luego tener un salto internacional.

A demás, que está dirigido este certificado a las personas productoras, a la industria ecuatoriana, sector público y privado en el territorio ecuatoriano.

Este documento es de suma importancia para la empresa debido a que otorga la importancia de ofrecer lo que se muestra, con esto, el consumidor se sentirá más relacionado a su necesidad de higiene, este documento facilitará la credibilidad de la marca, del producto, por lo que, cuando a salud, cosas orgánicas, veganas, y libres de gluten se refiere, sus consumidores son sumamente estrictos. Le da la importancia, y el prestigio que se merece la empresa SMILE TEETH.Ec

Este documento está conformado por 4 partes principales en las que tratan sobre la identificación del solicitante, segundo, el alcance de la certificación solicitada, tercero, sobre la información del fabricante o productor, y cuarto, sobre el compromiso del solicitante/fabricante. Este trámite puede ser presencial o vía online, y su coste va proporcional a su requerimiento.

Según Agencia Nacional de Regulación, Control y Seguridad Sanitaria ARCSA (2016) los requisitos para un control de registro sanitario son:

- Todos los documentos solicitados deberán ser presentados en idioma castellano.
- En caso de documentos que estén en otro idioma, deberán acompañarse de su traducción oficial y estar debidamente legalizados o apostillados en el país de origen.

- Todos los documentos que se adjunten de manera física deberán estar correctamente identificados y enumerados

Procedimiento

El solicitante deberá ingresar, únicamente por medio de la Ventanilla Única Ecuatoriana, la Solicitud para el Certificado de Requerimiento o No Registro Sanitario/Notificación Sanitaria, para su análisis y emisión por parte de la Agencia Nacional de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria–ARCSA, Dr. Leopoldo Izquieta Pérez, siguiendo el proceso detallado a continuación:

1. Llenar la solicitud del Certificado de Requerimiento o No del Registro Sanitario/Notificación Sanitaria para Productos sujetos a Control y Vigilancia Sanitaria.

2. A la Solicitud se deberá adjuntar (Archivos Escaneados en Formato PDF), documentación donde conste la siguiente información:

- Nombre del producto;
- Número CAS (Chemical Abstracts Service) del producto (cuando aplique);
- Descripción del producto;
- Fórmula de composición (cuali-cuantitativa);
- Especificaciones del producto;
- Uso del producto;
- Condiciones de almacenamiento;
- Línea de Producción;
- Periodo de vida útil;
- Proceso de elaboración del producto terminado, donde se evidencie el uso como materia prima (cuando aplique);
- Instrucciones de uso;
- Población que va dirigido su producto;
- Presentación comercial;
- Firmas de responsabilidad.

El o los documentos que la información antes detallada, será emitido o elaborado únicamente por el fabricante del producto.

3. Una vez que el usuario ingrese la solicitud, la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria-ARCSA, Dr. Leopoldo Izquieta Pérez, realizará el análisis de toda la documentación adjunta. Sino existen observaciones se emitirá el Certificado de requiere no requiere en el término de 15 días laborables contados a partir de la recepción de la solicitud.
4. En caso de existir observaciones por parte de la Agencia, estas deberán ser corregidas por el solicitante en el término de treinta (30) días, tomando en cuenta que solo se podrá realizar dos rectificaciones a la solicitud inicial, caso contrario se dará por cancelado dicho proceso.
5. El Certificado de Requiere no requiere no tiene costo y su vigencia será de 12 meses, a partir de su emisión.

Capítulo VI

Estudio Financiero

Este capítulo hace referencia al plan de análisis financiero que demuestra la factibilidad económica de la empresa SMILE TEETH.Ec, el cual son datos disponibles para la obtención de la rentabilidad del proyecto.

Inversión Inicial

La inversión inicial es aquella, compuesta por los activos, y consta con la capacidad de endeudamiento para constituir la empresa SMILE TEETH.Ec. Existen prioridades que como inversionista se deben tomar en cuenta, dentro de la siguiente tabla, se detallan las prioridades de la empresa:

Tabla 5

Inversión Inicial de la empresa SMILE TEETH.Ec

Inversión Inicial	
Inv. Fija	\$ 184,859.96
Gastos Preoperativos	\$ 13,440.00
Capital de Trabajo	\$ 32,270.53
TOTAL	\$ 230,570.49

Se puede apreciar que la cantidad de \$184.895,96 se da, con los valores de activos operacionales mas la suma de activos de gestión. Por otro lado, los gastos pre operativos es la suma de todos los valores de permisos de funcionamiento para la constitución de la compañía. La empresa cuenta con un capital propio de \$130.000,00

Activos Fijos

Los activos fijos son una parte fundamental para operar dentro de la empresa, son todos aquellos bienes que permiten trabajar de manera eficiente un trabajo, con mejor comodidad, y que pertenezcan a la empresa. Todos estos bienes poseen vida útil y conllevan una depreciación dependiendo del activo al que se refiera.

Tabla 6:
Depreciación de Activos

Activos de Gestión	Valor Total	Vida Útil	V. Residual	Depreciación
Computadores e Impresoras	\$ 2.800,00	3	\$ 700,00	\$ 700,00
Proyector	\$ 48,00	3	\$112,00	\$ 112,00
Routers de Internet	\$ 14,04	3	\$3,51	\$ 3,51
Teléfonos	\$168,00	10	\$42,00	\$ 12,60
Mesa de Trabajo Acero Inoxidable	\$3.136,00	10	\$ 784,00	\$ 828,11
Aires Acondicionados	\$1.836,80	10	\$ 459,20	\$ 956,22
Archivadores	\$672,00	\$459,20	\$ 168,00	\$ 1.800,44
Escritorios	\$443,52	\$459,20	\$110,88	\$ 3.597,37
Silla Ejecutiva	\$ 487,20	\$459,20	\$121,80	\$ 7.182,14
TOTAL ACTIVOS DE GESTIÓN	\$ 10.005,56		\$ 2.501,39	\$ 2.612,44

Activos Diferidos

Se entiende por activos diferidos a aquellos valores cancelados por anticipado, todos estos permisos, certificados y controles deben ser previamente cancelados para cumplimiento de la empresa. Entre estos valores, se encuentran: permisos, registros sanitarios, patentes, certificaciones, controles, como se puede apreciar en la tabla.

Tabla 7
Gastos Preoperativos

Gastos	
Instalaciones y Adecuaciones	\$ 13.440,00
TOTAL	\$ 13.440,00

Costo de Venta

La compañía cuenta con un costo de venta predeterminado en función a sus costes de producción, en este rubro es considerado la mano de obra, materia prima, y costes indirectos de fabricación.

Tabla 8:
Materia Prima

INGREDIENTES	TIPO DE MATERIAL	CANTIDAD	MEDIDAS	C/U US\$	TOTAL
Xilitiol	Materia Prima	6,30	Gramos	0,02	0,14
Eritriol	Materia Prima	2,70	Gramos	0,02	0,06
Extracto de menta	Materia Prima	16,20	Gramos	0,01	0,18
Bicarbonato de Sodio	Materia Prima	24,30	Gramos	0,04	0,86
Fosfato de calcio	Materia Prima	1,80	Gramos	0,60	1,08
Sodio C14-16 olefin sulfato	Materia Prima	31,50	Gramos	0,00	0,07
Dioxido de silicio	Materia Prima	7,20	Gramos	0,00	0,02
Caja unitaria	Empaque	1,00	Unidades	0,03	0,03
Envase de vidrio	Empaque	1,00	Unidades	0,05	0,05
Tapa de metal	Empaque	1,00	Unidades	0,05	0,05
Etiqueta frontal	Empaque	1,00	Unidades	0,02	0,02
Etiqueta trasera	Empaque	1,00	Unidades	0,02	0,02
Strech film	Empaque	0,10	Metros	0,25	0,03
Caja de 10 unidades	Empaque	0,10	Unidades	0,03	0,00
TOTAL COSTO DE PRODUCTO					\$2,60

Tabla 9:

Tabla de Mano de Obra

Cargo	# de personas	Sueldo base	Sueldo Base			Vacaciones	Aporte pat+IECE	F.R.	Total
			Total	13ero	14to				
Operarios	4	\$450,00	\$1.800,00	\$150,00	\$133,33	\$75,00	\$218,70	\$2.377,03	
Jefe de Producción	1	\$1.200,00	1.200,00	\$100,00	\$33,33	\$50,00	\$145,80	\$1.529,13	
								\$3.906,17	

Tabla 10:

Costos Indirectos

AÑOS		1
Cartones	\$	7.200,00
Pallets	\$	276,19
TOTAL	\$	7.476,19
<hr/>		
Depreciación		1
	\$	7.714,08
Total Cif	\$	15.190,27

Como resultado se obtiene un costo de venta de USD \$ 2.60 incluido la mano de obra, cabe recalcar que el coste de venta sin mano de obra es de USD \$2.41

Gastos Administrativos y de Ventas

Sueldos y Salarios

Dentro de este rubro, dentro de lo que a salario básico se refiere impuesto por el Ministerio de Trabajo es de \$399, la empresa SMILE TEEETH.Ec tiene como sueldo a sus operarios presentado en la siguiente tabla durante el primer año.

Tabla 11:
Nómina de Empleados

Cargo	# de personas	Sueldo base	Sueldo Base Total	8.33%	\$33.33	4.17%	12.15%	8.33%	Total
				13ero	14to	Vacaciones	Aporte pat+IECE	F.R.	
Gerente General	1	\$2,000.00	\$2,000.00	\$166.67	\$33.33	\$83.33	\$243.00		\$2,526.33
Jefe Administrativo	1	\$1,000.00	\$1,000.00	\$83.33	\$33.33	\$41.67	\$121.50		\$1,279.83
Jefe de Exportación	1	\$1,200.00	\$1,200.00	\$100.00	\$33.33	\$50.00	\$145.80		\$1,529.13
Secretaria	1	\$650.00	\$650.00	\$54.17	\$33.33	\$27.08	\$78.98		\$843.56
Cajera	1	\$500.00	\$500.00	\$41.67	\$33.33	\$20.83	\$60.75		\$656.58
									\$5,335.30

Tabla 12:

Gastos Servicios Básicos

Gastos Admin.	MENSUAL
Suministros de Oficina	\$120.00
Electricidad	\$ 336.00
Agua	\$ 33.60
Telefono	\$ 46.00
Internet	\$ 112.00
Total	\$ 647.60

Nomina de gastos para operar dentro de la empresa de manera adecuada

Durante el segundo año va a existir un incremento de los sueldos debido a su inflación, un promedio entre los últimos 10 años arroja un valor de 2.23% para los siguientes años. A continuación, se presentan los valores previamente indicados.

Tabla 13:

Nómina de Sueldos y Salarios con Inflación

Cargo	# de personas	Sueldo base	Inflación 2.23%		8.33%	\$34.08	4.17%	12.15%	8.33%	Total
			Sueldo Base	Total	13ero	14to	Vacaciones	Aporte pat+IECE	F.R.	
Gerente General	1	\$2,044.52	\$2,044.52		\$170.38	\$34.08	\$85.19	\$248.41	\$170.38	\$2,752.95
Jefe Administrativo	1	\$1,022.26	\$1,022.26		\$85.19	\$34.08	\$42.59	\$124.20	\$85.19	\$1,393.51
Jefe de Exportación	1	\$1,226.71	\$1,226.71		\$102.23	\$34.08	\$51.11	\$149.05	\$102.23	\$1,665.40
Secretaria	1	\$664.47	\$664.47		\$55.37	\$34.08	\$27.69	\$80.73	\$55.37	\$917.71
Cajera	1	\$511.13	\$511.13		\$42.59	\$34.08	\$21.30	\$62.10	\$42.59	\$713.79

\$5,811.85

Tabla 14:

Costes EXW

Costos EXW	2 veces al año
Servicios Aduaneros	\$ 392.00
Gastos Portuarios	\$ 130.00
Inpección PAN + Personal	\$ 330.00
Transporte	\$ 350.00
Aforo	\$ 250.00
Total	\$ 1,452.00

Son costes que el exportador asume la carga de pagar al momento de enviar la mercadería hasta su destino que es el puerto marítimo.

Tabla 15:

Gastos de Marketing

	TOTAL				
AÑOS	1	2	3	4	5
PUBLICIDAD	\$4,800.00	\$4,800.00	\$4,800.00	\$4,800.00	\$4,800.00

Plan Financiero

Para el correcto funcionamiento de producción y exportación del producto EcoBrush, se necesitará capital de trabajo para poder activar factores económicos, para esto, la empresa cuenta con capital propio que es un total de USD\$ 130.000,00, equivalente al 57% de la Inversión Inicial, el 47% restante se solicitará un préstamo bancario en la Institución Financiera Nacional (USD \$100.000,00) a una tasa nominal del 12% a un periodo de 60 meses.

Tabla 16:

Financiamiento

Inv Inicial	\$230,570.49
(-) Capital Propio	\$130,000.00
<i>Requerimiento Financiero</i>	<i>\$100,570.49</i>
Préstamo	\$100,000.00

A continuación, tabla de amortización resumida otorgada por la Institución Financiera:

Tabla 17:

Resumen de Tabla de Amortización

Periodo	1	2	3	4	5
Gasto Financiero					
ERI	\$11,164.31	\$9,194.84	\$6,975.60	\$4,474.89	\$1,657.04
Deuda por pagar					
ESF	\$15,529.02	\$17,498.49	\$19,717.74	\$22,218.44	\$25,036.30

Proyecciones de Ventas

Tabla 18:

Proyecciones de Ventas a 5 años

	AÑOS				
	1	2	3	4	5
\$2.41	\$2.46	\$2.52	\$2.57	\$2.63	
\$0.19	\$0.20	\$0.20	\$0.21	\$0.21	
120,000	128,431	137,454	147,111	157,447	
\$312,104.28	\$341,467.76	\$373,592.88	\$408,740.55	\$447,196.44	

Estos son los flujos, el primer valor correspondiente a \$2.41 es el valor del coste de producto, el segundo valor corresponde a CIF, y el tercer valor es la cantidad de unidades a producir para venta.

Se estima que exista un incremento del 7.03% en la cantidad de unidades producidas debido a su crecimiento poblacional, crecimiento del mercado, dato relacionados a consumo per Cápita de pasta dental.

Evolución de PVP

Tabla 19:

Evolución de Precio de Venta

		AÑOS				
	1	2	3	4	5	
	\$5.81	\$5.94	\$6.07	\$6.21	\$6.34	
	120,000	128,431	137,454	147,111	157,447	
	\$697,200.00	\$762,794.17	\$834,557.47	\$913,072.75	\$998,978.16	

Tabla 20:

Políticas de Cobro

VENTAS A CRÉDITO (CXC)					
AÑOS	1	2	3	4	5
CRÉDITO					
O	\$34,860.00	\$38,139.71	\$41,727.87	\$45,653.64	\$49,948.91

La política establecida por la empresa SMILE TEETH.Ec con su importador serán, el 60% al contado de manera menusal, y el 40% será a crédito.

Tabla 21:
Flujo de Caja

Periodo	Flujo Financiero					
	0	1	2	3	4	5
Act. De Operación						
UAIT		\$ 198.155,38	\$ 257.109,07	\$ 295.366,47	\$ 337.541,83	\$ 384.019,04
(-) Part. De trabajadores			\$ (29.723,31)	\$ (38.566,36)	\$ (44.304,97)	\$ (50.631,27)
(-) Imp. A la renta			\$ (42.108,02)	\$ (54.635,68)	\$ (62.765,37)	\$ (71.727,64)
(+)Depreciación Operacional	\$ 7.714,08	\$ 7.714,08	\$ 7.714,08	\$ 7.714,08	\$ 7.714,08	\$ 7.714,08
(+)Depreciación Administrativa	\$ 1.321,27	\$ 1.321,27	\$ 1.321,27	\$ 1.321,27	\$ 1.321,27	\$ 1.321,27
(-)Ventas a crédito	\$ (34.860,00)	\$ (38.139,71)	\$ (41.727,87)	\$ (45.653,64)	\$ (49.948,91)	\$ (49.948,91)
(+)Cobro de ventas a crédito		\$ 34.860,00	\$ 38.139,71	\$ 41.727,87	\$ 45.653,64	\$ 45.653,64
Act. De Inversión						
(-)Inversión Fija	\$ (184.859,96)					
Act. De Financiamiento						
Capital Propio	\$ 130.000,00					
Préstamo Bancario	\$ 100.000,00	\$ (15.529,02)	\$ (17.498,49)	\$ (19.717,74)	\$ (22.218,44)	\$ (25.036,30)
Flujo Neto	\$ 45.140,04	\$ 156.801,71	\$ 173.534,90	\$ 187.893,88	\$ 213.362,63	\$ 241.363,91
Flujo Acumulado	\$ 45.140,04	\$ 201.941,75	\$ 375.476,64	\$ 563.370,52	\$ 776.733,16	\$ 1.018.097,06

Tabla 22:*Estado de Pérdidas y Ganancias*

Años	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 697,200.00	\$ 762,794.17	\$ 834,557.47	\$ 913,072.75	\$ 998,978.16
(-)Costo vta	\$ (378,750.24)	\$ (408,252.06)	\$ (442,149.29)	\$ (479,121.30)	\$ (519,457.15)
Utilidad Bruta	\$ 318,449.76	\$ 354,542.10	\$ 392,408.18	\$ 433,951.45	\$ 479,521.01
(-) Gastos Admin.	\$ (90,890.07)	\$ (83,438.19)	\$ (85,266.12)	\$ (87,134.73)	\$ (89,044.94)
(-) Gastos vta.	\$ (4,800.00)	\$ (4,800.00)	\$ (4,800.00)	\$ (4,800.00)	\$ (4,800.00)
Utilidad Op.	\$ 222,759.69	\$ 266,303.91	\$ 302,342.07	\$ 342,016.72	\$ 385,676.08
(-) Gastos Preop.	\$ (13,440.00)				
(-) Gastos Finan.	\$ (11,164.31)	\$ (9,194.84)	\$ (6,975.60)	\$ (4,474.89)	\$ (1,657.04)
UAIT	\$ 198,155.38	\$ 257,109.07	\$ 295,366.47	\$ 337,541.83	\$ 384,019.04
-15% Part. De trabajadores	\$ (29,723.31)	\$ (38,566.36)	\$ (44,304.97)	\$ (50,631.27)	\$ (57,602.86)
Utilidad Gravable	\$ 168,432.07	\$ 218,542.71	\$ 251,061.50	\$ 286,910.56	\$ 326,416.18
-25% Impto. A la renta	\$ (42,108.02)	\$ (54,635.68)	\$ (62,765.37)	\$ (71,727.64)	\$ (81,604.05)
Utilidad Neta	\$ 126,324.05	\$ 163,907.03	\$ 188,296.12	\$ 215,182.92	\$ 244,812.14

Tabla 23:
Balance General proyectado

PERIODOS	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS						
ACT. CORRIENTES						
EFFECTIVO	\$ 45.140,04	\$ 201.941,75	\$ 375.476,64	\$ 563.370,52	\$ 776.733,16	\$ 1.018.097,06
CTAS POR COBRAR		\$ 34.860,00	\$ 38.139,71	\$ 41.727,87	\$ 45.653,64	\$ 49.948,91
INVENTARIO						
TOTAL ACT. CORRIENTES	\$ 45.140,04	\$ 236.801,75	\$ 413.616,35	\$ 605.098,40	\$ 822.386,79	\$ 1.068.045,97
ACT. NO CORRIENTE						
Edificio	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00
Maquina para cortar pastillas DPP140	\$ 6.854,40	\$ 6.854,40	\$ 6.854,40	\$ 6.854,40	\$ 6.854,40	\$ 6.854,40
Terreno	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00
Camión	\$ 28.000,00	\$ 28.000,00	\$ 28.000,00	\$ 28.000,00	\$ 28.000,00	\$ 28.000,00
DEPRECIACIÓN ACUMULADA OPERATIVA		\$ (7.714,08)	\$ (15.428,16)	\$ (23.142,24)	\$ (30.856,32)	\$ (38.570,40)
Computadores e Impresoras	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00
Proyector	\$ 448,00	\$ 448,00	\$ 448,00	\$ 448,00	\$ 448,00	\$ 448,00
Routers de Internet	\$ 14,04	\$ 14,04	\$ 14,04	\$ 14,04	\$ 14,04	\$ 14,04
Teléfonos	\$ 168,00	\$ 168,00	\$ 168,00	\$ 168,00	\$ 168,00	\$ 168,00
Mesas de Acero Inoxidable	\$ 3.136,00	\$ 3.136,00	\$ 3.136,00	\$ 3.136,00	\$ 3.136,00	\$ 3.136,00
Aires Acondicionados	\$ 1.836,80	\$ 1.836,80	\$ 1.836,80	\$ 1.836,80	\$ 1.836,80	\$ 1.836,80
Archivadores	\$ 672,00	\$ 672,00	\$ 672,00	\$ 672,00	\$ 672,00	\$ 672,00
Escritorios	\$ 443,52	\$ 443,52	\$ 443,52	\$ 443,52	\$ 443,52	\$ 443,52
Silla Ejecutiva	\$ 487,20	\$ 487,20	\$ 487,20	\$ 487,20	\$ 487,20	\$ 487,20
DEPRECIACIÓN ACUMULADA GESTIÓN		\$ (1.321,27)	\$ (2.642,55)	\$ (3.963,82)	\$ (5.285,10)	\$ (6.606,37)
TOTAL ACT NO CORRIENTES	\$ 184.859,96	\$ 175.824,61	\$ 166.789,25	\$ 157.753,90	\$ 148.718,54	\$ 139.683,19
TOTAL ACTIVOS	\$ 230.000,00	\$ 412.626,35	\$ 580.405,60	\$ 762.852,29	\$ 971.105,34	\$ 1.207.729,16
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
CTAS POR PAGAR						
DOC.POR PAGAR CORTO PLAZO	\$ 15.529,02	\$ 17.498,49	\$ 19.717,74	\$ 22.218,44	\$ 25.036,30	\$ -
PART. TRAB. POR PAGAR		\$ 29.723,31	\$ 38.566,36	\$ 44.304,97	\$ 50.631,27	\$ 57.602,86
IMP A LA RTA. POR PAGAR		\$ 42.108,02	\$ 54.635,68	\$ 62.765,37	\$ 71.727,64	\$ 81.604,05
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 15.529,02	\$ 89.329,82	\$ 112.919,78	\$ 129.288,79	\$ 147.395,21	\$ 139.206,90
PASIVO NO CORRIENTE						
DEUDA A LARGO PLAZO	\$ 84.470,98	\$ 66.972,48	\$ 47.254,74	\$ 25.036,30	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$ 84.470,98	\$ 66.972,48	\$ 47.254,74	\$ 25.036,30	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO	\$ 100.000,00	\$ 156.302,30	\$ 160.174,52	\$ 154.325,09	\$ 147.395,21	\$ 139.206,90
PATRIMONIO						
CAPITAL	\$ 130.000,00	\$ 130.000,00	\$ 130.000,00	\$ 130.000,00	\$ 130.000,00	\$ 130.000,00
UTILIDADES RETENIDAS		\$ 126.324,05	\$ 290.231,08	\$ 478.527,21	\$ 693.710,12	\$ 938.522,26
TOTAL PATRIMONIO	\$ 130.000,00	\$ 256.324,05	\$ 420.231,08	\$ 608.527,21	\$ 823.710,12	\$ 1.068.522,26
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 230.000,00	\$ 412.626,35	\$ 580.405,60	\$ 762.852,29	\$ 971.105,34	\$ 1.207.729,16

Punto de equilibrio

Tabla 24:

Costos Fijos

COSTOS FIJOS		
MO	\$	46,874.00
Depreciación	\$	7,714.08
G.Adm	\$	92,181.24
G. Financ.	\$	11,164.31
Publicidad	\$	4,800.00
	\$	162,733.63

Tabla 25:

Costos Variables

COSTOS VARIABLES		
Material Directo	\$	312,104.28
CIF	\$	7,476.19
	\$	319,580.47

Tabla 26:

Elementos del Punto de Equilibrio

Unidades vendidas	120,000
	\$
Cv unitario	2.66
	\$
PRECIO	5.81

La formula para el PE es la resta entre el pvp con el cv, dividido por la cantidad de CF.

Tabla 27:

Punto de Equilibrio

PE	51714	UNIDADES X AÑO
	4309	UNIDADES MENSUALES

Índices Financieros

Para determinar la factibilidad del proyecto es importante determinar los siguientes indicadores financieros.

Tabla 28:
Ratios financieros

RATIOS DE RENTABILIDAD						
RATIOS	FÓRMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ROA	UT.NETA / ACTIVOS	30.51%	28.20%	24.67%	22.16%	20.28%
ROE	UT NETA / PATRIMONIO	49.12%	38.96%	30.93%	26.13%	22.92%
ROI	UT NETA / CAPITAL	96.54%	125.45%	144.21%	164.89%	187.68%
ROS	UT NETA / VENTAS	18.00%	21.38%	22.46%	23.48%	24.42%
LIQ. CORRIENTE	ACT. CORRIENTE/P. CORRIENTE	2.66	3.68	4.70	5.61	7.71
P.ÁCIDA	(ACT. CORRIENTE - INVENTARIO)/ P. CORRIENTE	2.66	3.68	4.70	5.61	7.71

- La responsabilidad del Índice Financiero ROA significa la eficiencia para conseguir utilidad por medio de sus activos.
- El índice financiero ROE indica la capacidad de retorno o utilidad que obtiene la empresa SMILE TEETH.Ec en relación a su patrimonio.
- El índice ROI indica las utilidades en relación a la cantidad Marketing invertido.
- El índice financiero ROS indica el índice de productividad, se conoce como la rentabilidad de las ventas.
- Liquidez Corriente mide la capacidad de cumplir sus obligaciones en relación a las deudas que pueden ser cubiertas por los activos corrientes de la empresa.
- La prueba acida se refiere a determinar si existe inconvenientes en deudas a corto plazo, pero en esta índice queda demostrado que para la empresa no existe problema enfrentar las deudas debido a su resultado el ser mayor a 1.

TIR

La TIR es la tasa interna de retorno que demuestra la rentabilidad en porcentajes que es característico para verificar la factibilidad económica de la inversión. Dentro de los ratios en relación a la inversión, se puede determinar que el

proyecto es altamente rentable, con una tasa interna de retorno de 66.46%, lo que demuestra que el proyecto es viable, y se debería de invertir en la misma.

Costo Promedio Ponderado de Capital

Es la tasa de descuento utilizada para determinar la factibilidad de un proyecto cuando dentro de la inversion se adquiere una inversion extra como financiamiento externo. El WACC de la inversion es 23.91%.

TIR VS WACC

Un proyecto es deducido rentable economicamente cuando la tasa interna de retorno (TIR) es mayor a la tasa minima requerida (WACC). Tir 66.46% VS WACC 23.91%

Se puede notar que la diferencia entre las mismas es de superior el TIR que determina muy rentable el proyecto porque supera el WACC.

VAN

Para obtener el valor actual neto se considera los flujos de ejerctivo desde el año 0, hasta la proyeccion del quinto año. Se consider rentable l proyecto cuand el VAN es superior a 1, el de SMILE TEETH.Ec es un total de \$166.277.

Payback

El retorno de la inversion se recupera en segundo año, donde ya se dan flujos positivos, PRI= 1.40.

Analisis de Escenarios

Para el presente estudio de proyecto, se consdieraron dos flujos, dos escenarios, por un lado se obtiene el lado optimista, y el pesimista, la diferencia radica en la diferencia de produccion vendidas.

Dentro del escenario optimista existe una proudccion y venta de 10.000 unidades que van a ser exportadas debido a aceptacion y características del producto que refleja buenas resultados en la tabla.

Dentro del escenario pesimista se plantean vender para comercializar 6.000 unidades mensuales, una disminucion del 40% de la capacidad operativa debido a factores externos que retrasan el payback hasta un cuarto año.

Conclusiones

El proyecto de SMILE TEETH.Ec de comercializar pastillas dentales orgánicas hacia la ciudad de Santiago de Chile, a continuación, las conclusiones del presente estudio basados en los objetivos de la titulación.

En relación al primer objetivo de definir una investigación teórica, conceptual, legal, y metodológica, se realizaron buenos resultados debido al método de investigación empleado en este trabajo de titulación, a pesar de presentarse adversidades, pero a la final se pudieron encontrar resultados óptimos. Se aplicaron estudios, técnicas de mercado internacional para llevar a cabo los objetivos. Se establecieron medidas como bases legales para establecer nacional como internacionalmente el mercado, con la certeza de que se trabaje de manera eficiente y eficaz.

El segundo objetivo se desarrolla un estudio de entorno, en cuales se utilizan medidas micro y macro para conocer fortalezas internas y externas de la compañía, para conocer el mercado al que se va dirigido y sus necesidades dentro de las mismas. Se conocen en este objetivo datos culturales, socioeconómico, político, legal y tecnológico. Se realizó un estudio de mercado de la estimación de la demanda y conocer más a fondo el mercado al que es dirigido.

El tercer objetivo se trata sobre determinar la factibilidad financiera y demostrar si el resultado del trabajo de titulación es factible, un estudio financiero sobre los costes, los ingresos, y los egresos de la compañía. Y se puede deducir que el proyecto es rentable debido a su gran acogida e innovación de presentación en la pasta dental tradicional aportando con el cuidado del medio ambiente.

Dado que la tasa interna de retorno (TIR) es mayor que la tasa de descuento con financiamiento externo (WACC), podemos concluir que el proyecto es rentable, atractiva y una gran alternativa de inversión. para inversionistas que desean incrementar su patrimonio.

En el caso se que ocurra el escenario pesimista no se recomienda invertir en el proyecto ya que la tasa interna de retorno es menor a la tasa mínima requerida por el accionista, lo que haría no atractivo al proyecto para un inversionista.

Recomendaciones

Acorde a lo investigado en el proyecto se recomienda que:

- Inyectar solvencia económica para mejor desenvolvimiento de tareas dentro de la empresa.
- Es difícil trabajar bajo los supuestos de la pandemia, se debe hacer un estudio previo con proyecciones muy cercanas a la realidad de la economía.
- En caso de realizar un emprendimiento, debe llevar consigo innovación en el producto, y ofrecer calidad, antes que cantidad.
- Estar en constante reglamento y cambios frente a las certificaciones.
- Siempre diversificar el dinero, es 100% real que se debe dar el 100% en cada proyecto, pero no es recomendable depender de solo uno.

Referencias

- Aduanas, Servicio Nacional de. 2019. «Aduanas mantiene operatividad y fiscalización en fronteras con plan de contingencia». *aduana*. Recuperado 23 de junio de 2020 (<http://www.aduana.cl/aduanas-mantiene-operatividad-y-fiscalizacion-en-fronteras-con-plan-de/aduana/2019-08-01/134023.html>).
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Seguridad Sanitaria (ARCSA). 2016. «Certificado de Requerimiento o No de Registro Sanitario / Notificación Sanitaria Obligatoria – Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria». Recuperado 18 de agosto de 2020 (<https://www.controlsanitario.gob.ec/certificado-de-requerimiento-o-no-de-registro-sanitario-notificacion-sanitaria-obligatoria-2/>).
- Alan Neill, David. 2018. «Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica».
- Álvarez, Santiago García. 2016. «Programa de cooperación a favor de Ecuador». 93.
- Arteaga, Sandra. 2019. «Guerra contra el plástico: esta pasta de dientes en pastilla evita el uso de tubos contaminantes». *ComputerHoy*. Recuperado 15 de junio de 2020 (<https://computerhoy.com/noticias/life/guerra-plastico-pasta-dientes-pastilla-evita-uso-tubos-contaminantes-548923>).
- Arzadun Paula. 2020. «Microeconomía».
- Asociación Gremial de Industriales del Plástico de Chile. 2019. «¿Cuánto contribuimos a la contaminación por plástico en Chile?» *Desafío Tierra*. Recuperado 15 de junio de 2020 (https://www.futuro360.com/desafiotierra/plastico/contaminacion-plastico-chile_20190921/).
- Asturias Corporación Universitaria. 2018. «Teorías de la Ventaja Absoluta y la Ventaja Comparativa».
- Banco Mundial. 2020. «Chile Panorama general». *World Bank*. Recuperado 18 de junio de 2020 (<https://www.bancomundial.org/es/country/chile/overview>).

- Bermeo Reyes, Jose. 2012. «Importancia del uso de dentífricos para infantes en la facultad piloto de odontología periodo 2011.» Universidad de Guayaquil facultad piloto de odontología.
- Cacuengo Cruz Sandra. 2019. «“El Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea y su incidencia en la economía ecuatoriana. Periodo 2014 – 2018”».
- Congreso Nacional de la Republica del Ecuador. 1999. *Ley de Comañías*.
- Cuidemos El Planeta. 2018. «Línea VerdeCeuta». Recuperado 17 de junio de 2020 (<http://www.lineaverdeceutatrace.com/lv/consejos-ambientales/contaminantes/Que-es-la-contaminacion-ambiental.asp>).
- Dávila, Javiera. 2019. «Cómo se clasifican los segmentos socioeconómicos en Chile». *Marketing 4 Ecommerce - Tu revista de marketing online para e-commerce*. Recuperado 18 de junio de 2020 (<https://marketing4ecommerce.cl/como-se-clasifican-segmentos-socioeconomicos-en-chile/>).
- Deloitte. 2015. «Índice de Progreso Social». *Deloitte Chile*. Recuperado 19 de junio de 2020 (<https://www2.deloitte.com/cl/es/pages/about-deloitte/articles/social-progress-index.html>).
- Diaz, Jeniffer Yajaira Ángeles. 2019. «Las exportaciones netas y su impacto en el crecimiento económico peruano periodo 2005-2010». 69.
- Dirección Nacional de Registro de Datos Públicos. 2019. «Inscripción de Actas Mercantiles».
- Durán-Napolitano, Doris, Patricia Moya-Rivera, Josefina Aubert-Valderrama, Angélica Becerra-Reus, Andrea Lara-Lüer, y María José Monsalves-Villalobos. 2016. «Oral Health perception in elderly from districts with extreme development in Chile». *CES Odontología* 29(1):05-12.
- EcuRed. 2017. «Santiago de Chile - EcuRed». Recuperado 18 de junio de 2020 (https://www.ecured.cu/Santiago_de_Chile).
- EFE. 2018. «Chile lidera ranking de competitividad digital en América Latina». *Cooperativa.cl*. Recuperado 19 de junio de 2020

(<https://www.cooperativa.cl/noticias/tecnologia/estudios/chile-lidera-ranking-de-competitividad-digital-en-america-latina/2018-06-19/120656.html>).

Ferreira, Gabriele. 2016. «Qué es payback y cómo calcularlo». *Destino Negocio*. Recuperado 17 de junio de 2020 (<https://destinonegocio.com/economia/enterate-que-es-payback-y-como-calcularlo/>).

GAD Municipal de Guayaquil. 2019. «Páginas - Ingreso de solicitud de Registro de Construcción». Recuperado 10 de junio de 2020 (<https://guayaquil.gob.ec/#¿Nombre?>).

García, Ivan. 2017. «¿Qué es exportación? | Significado de exportación | Glosario». *Economía Simple*. Recuperado (<https://www.economiasimple.net/glosario/exportacion>).


Gestión de Riesgos, Seguridad y Salud Ocupacional. 2018. «¿Cuáles son los requisitos para obtener el permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos?» *Guía OSC*. Recuperado 23 de junio de 2020 (<https://guiaosc.org/cuales-son-los-requisitos-para-obtener-el-permiso-de-funcionamiento-del-cuerpo-de-bomberos/>).

Guía de Conocimientos de Gestión de proyectos. 2019. «Alcance de un proyecto: definición y factores de impacto | EAE». Recuperado 18 de junio de 2020 (<https://retos-operaciones-logistica.eae.es/alcance-de-un-proyecto-definicion-y-factores-de-impacto/>).

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. 2020. «Clave patronal de acceso al portal IESS | Ecuador - Guía Oficial de Trámites y Servicios». Recuperado 10 de junio de 2020 (<https://www.gob.ec/iess/tramites/clave-patronal-acceso-al-portal-iess>).

Internacional. 2017. «Significado de Reciclaje - Qué es, Definición y Concepto». Recuperado 17 de junio de 2020 (<https://designificados.com/reciclaje/>).

- Komiya, Alberto. 2020. «Las 5 fuerzas de Porter: definición, características y estrategias». *Crece Negocios*. Recuperado 5 de julio de 2020 (<https://www.crecenegocios.com/fuerzas-de-porter/>).
- La Cooperativa. 2019. «El 74 % de los mayores de 15 años tiene caries en Chile - Cooperativa.cl». Recuperado 23 de junio de 2020 (<https://www.cooperativa.cl/noticias/pais/salud/el-74-de-los-mayores-de-15-anos-tiene-caries-en-chile/2019-03-20/114635.html>).
- La Parva. 2019. «En Chile casi un 55% de la población tiene caries». *Clinica La Parva - Santiago, Chile*. Recuperado 23 de junio de 2020 (<https://www.clinicalaparva.cl/en-chile-casi-un-55-de-la-poblacion-tiene-caries/>).
- La Tercera. 2018. «En Chile el 62 por ciento de los niños mayores de 12 años tiene caries». *La Tercera*. Recuperado 23 de junio de 2020 (<https://www.latercera.com/tendencias/noticia/chile-62-ciento-los-ninos-mayores-12-anos-caries/249847/>).
- López, Víctor. 2019. «Ventaja competitiva: ¿qué es y cómo cultivarla? ejemplos prácticos». *Rock Content*. Recuperado (<https://rockcontent.com/es/blog/ventaja-competitiva/>).
- Lozano, Mario. 2016. «¿Qué son los tratados de libre comercio?» *BLOG | UTEL*. Recuperado 17 de junio de 2020 (<https://www.utel.edu.mx/blog/menu-profesional/facultad-de-economia-y-administracion/que-son-los-tratados-de-libre-comercio/>).
- Mata Solís, Luis. 2019. «Profundidad o alcance de los estudios cuantitativos». *Investigalia*. Recuperado 18 de junio de 2020 (<https://investigaliacr.com/investigacion/profundidad-o-alcance-de-los-estudios-cuantitativos/>).
- Ministerio de Chile. 2003. *Reglamento del sistema nacional de control de cosméticos*.
- Ministerio de Salud Pública. 2017. «Normativa sanitaria para productos cosméticos, Productos De Higiene».

- MIPRO. 2018. «MIPRO estimula en feria internacional Expoagro 2011 prácticas agro productivas de calidad». *Ecuador Informado*. Recuperado 23 de junio de 2020 (<http://ecuadorinformado.news/mipro-estimula-en-feria-internacional-expoagro-2011-prcticas-agroproductivas-de-calidad/>).
- Municipalidad de Guayaquil. 2019. «Páginas - Cómo obtengo una Solicitud para Registro de Patente». Recuperado 10 de junio de 2020 ([https://guayaquil.gob.ec/# ¿Nombre?](https://guayaquil.gob.ec/#¿Nombre?)).
- Ospina, Gissela. 2019. «¿Qué es el Análisis del Entorno y Cómo se Realiza? ». *TU ECONOMÍA FÁCIL*. Recuperado 18 de junio de 2020 (<https://tueconomiafacil.com/que-es-analisis-del-entorno-como-se-realiza/>).
- Oyarzún, Verónica. 2019. «Cómo se mueve Chile hacia el desarrollo tecnológico en la construcción – Construye2025». Recuperado 19 de junio de 2020 (<https://construye2025.cl/2019/09/27/como-se-mueve-chile-hacia-el-desarrollo-tecnologico-en-la-construccion/>).
- Parraga, Arturo. 2018. «Significado de Orgánico». *Significados*. Recuperado 17 de junio de 2020 (<https://www.significados.com/organico/>).
- Peiró, Rosario. 2017. «Análisis PEST - Definición, qué es y concepto». *Economipedia*. Recuperado (<https://economipedia.com/definiciones/analisis-pest.html>).
- Pérez Porto, Julián. 2017. «Definición de FODA — Definicion.de». *Definición.de*. Recuperado 17 de junio de 2020 (<https://definicion.de/foda/>).
- Policonomics. 2019. «Teoría ricardiana del comercio | Policonomics». Recuperado 15 de junio de 2020 (<https://policonomics.com/es/teoria-ricardiana-comercio/>).
- Puigdollers, Marcus. 2019. «Estrategia de diferenciación comercial: ¿cuáles son sus 4 tipos?» Recuperado (<https://blog.enzymeadvisinggroup.com/estrategia-de-diferenciacion>).
- Quintana, Carlos. 2020. «Ventaja competitiva: definición, tipos, estrategias y ejemplos». *Oberlo*. Recuperado (<https://cl.oberlo.com/blog/ventaja-competitiva>).

- Salinas Figueredo, Darío. 2015. «La democracia en Chile».
- Santa Cruz, Enrique. 2017. «Fundamentos financieros: el valor actual neto (VAN)». Recuperado 17 de junio de 2020 (<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/fundamentos-financieros-el-valor-actual-neto-van/>).
- Santander. 2020. «Cifras del comercio exterior en Chile - Santandertrade.com». Recuperado 18 de junio de 2020 (https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/chile/cifras-comercio-exterior?&actualiser_id_banque=oui&id_banque=0&memoriser_choix=memoriser).
- Santos, José Luís Guedes dos. 2015. «Investigación de métodos mixtos en América latina: iniciativas y oportunidades de expansión». *Texto & Contexto - Enfermagem* 29.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. 2017. «Plan Nacional de Desarrollo».
- Sepúlveda, Paulina. 2019. «Chile ya supera los 19 millones de habitantes». *La Tercera*. Recuperado 18 de junio de 2020 (<https://www.latercera.com/que-pasa/noticia/chile-supera-los-19-millones-de-habitantes/728000/>).
- Servicio de Rentas Internas. 2020. «Inscripción del Registro Único de Contribuyente (RUC) para persona jurídica privada (civiles y comerciales) | Ecuador - Guía Oficial de Trámites y Servicios». Recuperado 10 de junio de 2020 (<https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-juridica-privada-civiles-comerciales>).
- Servicio Ecuatoriano de Normalización. 2013. «RTE INEN 093 - Servicio Ecuatoriano de Normalización». *studylib.es*. Recuperado 23 de junio de 2020 (<https://studylib.es/doc/6348315/rte-inen-093---servicio-ecuatoriano-de-normalización>).

- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. 2017. «Para Exportar – Servicio Nacional de Aduana del Ecuador». Recuperado 10 de junio de 2020 (<https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>).
- SICE. 1997. «SICE - Inversión - Ecuador - Ley de comercio exterior e inversiones». Recuperado 23 de junio de 2020 (http://www.sice.oas.org/Investment/NatLeg/Ecu/Ec1297_s.asp).
- Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales. 2017. «Acuerdo de Complementación Económica Chile – Ecuador». *SUBREI*. Recuperado 23 de junio de 2020 (<https://www.subrei.gob.cl/2017/06/acuerdo-de-complementacion-economica-chile-ecuador-2/>).
- Superintendencia de Compañías, valores y seguros. 2020. «Reserva de denominaciones para constitución de compañías, fusión, escisión, cambio de denominación, transformación y cambio de domicilio a territorio ecuatoriano | Ecuador - Guía Oficial de Trámites y Servicios». Recuperado 10 de junio de 2020 (<https://www.gob.ec/scvs/tramites/reserva-denominaciones-constitucion-companias-fusion-escision-cambio-denominacion-trasformacion-cambio-domicilio-territorio-ecuadoriano>).
- SurveyMonkey. 2020. «¿Qué es la investigación no experimental?» *SurveyMonkey*. Recuperado 18 de junio de 2020 (<https://es.surveymonkey.com/mp/que-es-la-investigacion-no-experimental/>).
- Thomson, Eduardo. 2020. «La inflación en febrero sube 0,4%, llega a 3,9% en 12 meses y el dólar vuelve a dispararse». *pauta*. Recuperado 18 de junio de 2020 (<https://www.pauta.cl/economia/bloomberg/la-inflacion-anual-se-encumbra-al-mayor-nivel-en-cuatro-anos-segun-ine>).
- Torrelanca, Francisco. 2015. «Qué es el macroentorno y su papel en la estrategia de marketing». Recuperado 18 de junio de 2020 (<https://franciscotorreblanca.es/que-es-el-macroentorno/>).
- Torres, Matias. 2020. «Tasa Interna de Retorno (TIR): definición, cálculo y ejemplos». *Rankia*. Recuperado (<https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos>).

TradeMap. 2019a. «Listado de los países exportadores de Chile».

TradeMap. 2019b. «Listado de los Países más importadores de Chile».

Universia Chile. 2017. «Chile es el país más preparado de América Latina para afrontar cambios tecnológicos». *Noticias Universia Chile*. Recuperado 19 de junio de 2020 (<https://noticias.universia.cl/educacion/noticia/2017/05/18/1152445/chile-pais-preparado-america-latina-afrontar-cambios-tecnologicos.html>).

Vargas, María. 2019. «Metodología de la Investigación: Marco Metodológico». *Metodología de la Investigación*. Recuperado 17 de junio de 2020 (<http://uftmetodologia.blogspot.com/2019/09/marco-metodologico.html>).



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Vásconez Acosta, Félix Andrés**, con C.C: # **0924056773** autor del trabajo de titulación: Estudio de la factibilidad para la producción y exportación de pastillas dentales orgánicas a Santiago de Chile, previo a la obtención del título de (Licenciado 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, 10 de agosto del 2020

Félix Vásconez A.

Vasconez Acosta, Félix Andrés

C.C: 0924056773



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Estudio de la factibilidad para la producción y exportación de pastillas dentales orgánicas a Santiago de Chile.		
AUTOR(ES)	Vásconez Acosta Félix Andrés		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Layana Ruiz, Javier Francisco		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades empresariales		
CARRERA:	Comercio y Finanzas Internacionales		
TITULO OBTENIDO:	Licenciado en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	10 de agosto del 2020	No.DE PÁGINAS:	98
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comercio Exterior, Finanzas, Marketing		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	<i>Orgánico, Biodegradable, Pastilla, Pasta Dental, Emprendimiento</i>		

RESUMEN/ABSTRACT:

El presente estudio de titulación presenta la factibilidad económica de producir para exportar pastillas dentales a la ciudad de Santiago de Chile. Se presenta una solución de reciclaje en relación a la cantidad de desechos de plástico que existe en la actualidad y la presentación biodegradable, orgánica, libre de gluten y sin residuos es un potencial para comenzar aportando a la naturaleza y su entorno. Basado en estudios de micro y macro entorno se determina la demanda de mercado por medio de entrevistas, encuestas que faciliten el consumo y el tipo de consumidor al que se quiere llegar.

El presente estudio determina la factibilidad de manera positiva para comenzar nuevas vías de emprendimiento y de reactivar la economía frente a la situación dada como la pandemia, promoción de empleos, emprendimientos y vías alternas a consumir un producto aportando al mundo.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0987456463	E-mail: vasconezfelix@gmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Ing. Mónica Echeverría Bucheli, Mgs.	
	Teléfono: PBX: 043804600 o call center: 2222024, 2222025 ext. 5021, 5129	
	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):	