



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

TEMA:

**Estudio de factibilidad para la producción, comercialización y
exportación de jabones artesanales de glicerina a los
Estados Unidos**

AUTORA:

Barrera Fernández de Córdova, Jocelyne

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de
INGENIERA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

TUTOR:

Ing. Jaime Antonio Santillán Pesantes

Guayaquil, Ecuador

10 de marzo de 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Barrera Fernández de Córdova, Jocelyne**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**.

TUTOR

f. _____
Ing. Jaime Antonio Santillán Pesantes

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____
Ing. Teresa Knezevich Pilay, Mgs.

Guayaquil, a los 10 días del mes de marzo del año 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Barrera Fernández de Córdova, Jocelyne**

DECLARO QUE:

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

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

Guayaquil, a los 10 días del mes de marzo del año 2017

LA AUTORA

f. _____
Barrera Fernández de Córdova, Jocelyne



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

AUTORIZACIÓN

Yo, **Barrera Fernández de Córdova, Jocelyne**

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

Guayaquil, a los 10 días del mes de marzo del año 2017

LA AUTORA:

f. _____
Barrera Fernández de Córdova, Jocelyne

AGRADECIMIENTO

A Dios, que en todo momento está conmigo y me ha permitido llegar hasta este momento de mi vida.

A mis padres, por ser grandes ejemplos de perseverancia y constancia, guiándome por el buen sendero de la vida siempre con muchísimo amor y paciencia. Todos mis logros, incluyendo este, se los debo a ustedes; gracias por su apoyo absoluto y brindarme lo mejor de este mundo.

A mi hermana Emily, que a pesar de la distancia, siempre ha sido mi mano derecha, me dio fuerza, palabras de aliento y por sobre todas las cosas su amor incondicional.

A mi abuelita Fanny, que siempre me acompañó en todos mis logros desde pequeña. Sé que hoy también estás junto a mi, viéndome cumplir un sueño más.

A mi tutor, Ing. Jaime Santillán, por creer en mí y compartir sus conocimientos con paciencia y motivación. Se ha ganado mi admiración y respeto; quedo en deuda con usted por todo su apoyo.

A mis amigos, que desde el colegio hemos sido compañeros y juntos nos hemos apoyado para realizar nuestros proyectos. Gracias por su ayuda y por los grandes momentos compartidos.

JOCELYNE BARRERA FERNÁNDEZ DE CÓRDOVA

DEDICATORIA

De manera especial a mi hermana Emily, mi buddy, que este trabajo sirva de inspiración para que ella también pueda cumplir sus metas universitarias, siendo el mejor regalo que le podemos dar a nuestros padres.

No importa la distancia que nos separe, cuando más me necesites siempre estaré para guiarte y ayudarte. Cuento los días para volver a estar juntas.

¡Te quiero tanto!

JOCELYNE BARRERA FERNÁNDEZ DE CÓRDOVA



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

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ing. Jaime Antonio Santillán Pesantes

TUTOR

f. _____

Ing. Teresa Knezevich Pilay, Mgs.

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

Ec. David Coello Cazar, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA



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

CALIFICACIÓN

f. _____

Ing. Jaime Antonio Santillán Pesantes

TUTOR

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	XIV
ABSTRACT	XV
INTRODUCCIÓN	16
Capítulo 1: Generalidades de la investigación	17
Antecedentes	17
Problema.....	18
Justificación	18
Contexto.....	19
Alcance	19
Objetivos	20
Capítulo 2: Marco conceptual	21
Bases conceptuales	21
Teorías del comercio internacional	24
Aspectos Legales.....	26
Requisitos de funcionamiento	26
Base metodológica	28
Capítulo 3: Administración y Planificación del Proyecto	31
Tipo de Empresa.....	31
Distribución de funciones y responsabilidades	32
Gobierno Corporativo.....	33
Plan Estratégico	33
Ejecución	41
Control del proyecto.....	42
Capítulo 4: Mercadeo y Comercialización	43
Análisis de mercado.....	43
Mercado de oferta.....	46
Mercado de demanda	48
Producto.....	56
Precio.....	57
Plaza.....	57
Zona de influencia del proyecto	58
Comercialización.....	58
Licencia Sanitaria.....	58
Aranceles, mecanismos y permisos de exportación	59

Incoterms	59
Capítulo 5: Aspectos Tecnológicos del Proyecto	61
Diseño o descripción del producto	61
Proceso de producción	61
Determinación de la capacidad de la planta	62
Diseño de la planta	63
Especificaciones	64
Clasificación de los tipos de equipos	64
Control de Calidad	65
Abastecimiento de materias primas	66
Capítulo 6: Evaluación Financiera del Proyecto	67
Estructuración financiera del proyecto	67
Política de cobros	68
Políticas de pagos.....	68
Depreciaciones de activos fijos	68
Gastos de mano de obra directa y administración	69
Resumen de costos y gastos	71
Detalle de las proyecciones de ingresos.....	72
Costo unitario.....	73
Flujo de caja.....	74
Estado de pérdidas y ganancias (Año 1)	76
Estado de pérdidas y ganancias proyectado	77
Punto de equilibrio	79
Índices financieros	80
Análisis del costo / beneficio	81
CONCLUSIONES	82
RECOMENDACIONES	83
REFERENCIAS	84

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1</i> – Ratios Financieros.....	24
<i>Tabla 2</i> – Diseño Metodológico	30
<i>Tabla 3</i> – Operacionalización de las variables.....	30
<i>Tabla 4</i> – Capacidad de producción efectiva	63
<i>Tabla 5</i> – Capacidad de producción máxima.....	63
<i>Tabla 6</i> – Costo de materia prima mensual.....	64
<i>Tabla 7</i> – Detalle de equipos.....	65
<i>Tabla 8</i> – Detalle de equipos de computación	65
<i>Tabla 9</i> – Especificaciones del jabón en barra.....	66
<i>Tabla 10</i> – Inversión Inicial.....	67
<i>Tabla 11</i> – Depreciación equipos de oficina.....	68
<i>Tabla 12</i> – Depreciación equipos de computación	69
<i>Tabla 13</i> – Detalle de materiales directos	69
<i>Tabla 14</i> – Inflación salarios Ecuador	70
<i>Tabla 15</i> – Mano de obra directa	71
<i>Tabla 16</i> – Gastos de administración	72
<i>Tabla 17</i> – Resumen de costos y gastos	81
<i>Tabla 18</i> – Detalle Capital de trabajo.....	63
<i>Tabla 19</i> – Detalle ventas proyectadas	63
<i>Tabla 20</i> – Costos Unitarios	63
<i>Tabla 21</i> – Flujo de Caja (Año 1)	63
<i>Tabla 22</i> – Flujo de caja proyectado.....	63

<i>Tabla 23</i> – Estado de pérdidas y ganancias.....	63
<i>Tabla 24</i> – Estado de resultados proyectado.....	63
<i>Tabla 25</i> – Balance General (Año 1)	63
<i>Tabla 26</i> – Balance General proyectado.....	63

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1</i> – Organigrama de la empresa.....	33
<i>Figura 2</i> – Especifique su género.....	50
<i>Figura 3</i> – Edad.....	50
<i>Figura 4</i> – ¿Estado civil?.....	51
<i>Figura 5</i> – ¿Tiene hijos?.....	51
<i>Figura 6</i> – ¿Cada cuánto usted compra jabones?.....	52
<i>Figura 7</i> – ¿Cuántos jabones consume mensualmente?.....	52
<i>Figura 8</i> – ¿Consume una marca específica de jabones?.....	53
<i>Figura 9</i> – Marca de jabones de su preferencia.....	53
<i>Figura 10</i> – ¿Qué es lo que más valora al momento de comprar un jabón?.....	54
<i>Figura 11</i> – ¿Qué tan atractivas encuentra las siguientes características en un jabón?.....	54
<i>Figura 12</i> – ¿Dónde compra los jabones?.....	55
<i>Figura 13</i> – ¿Qué ingredientes le gustaría tener en un jabón?.....	55
<i>Figura 14</i> – ¿Qué tipo de jabón prefiere?.....	56
<i>Figura 15</i> – ¿Ha probado jabones artesanales de glicerina?.....	56
<i>Figura 16</i> – ¿Se cambiaría de marca de jabón si éste le brindara beneficios para su salud?.....	57
<i>Figura 17</i> – Cadena logística.....	60
<i>Figura 18</i> – Diseño de la planta.....	65

RESUMEN

El propósito del presente trabajo es demostrar, por medio de un análisis integral, la factibilidad para producir barras de jabones artesanales de glicerina en Ecuador, para luego ser exportados a la ciudad de Orlando, Estados Unidos. Se ha dividido el trabajo en seis capítulos, utilizando la metodología analítica-descriptiva para estudiar los factores influyentes.

Primeramente, se ha realizado una investigación desde el descubrimiento de la glicerina hasta la situación actual, tanto en el Ecuador como en los Estados Unidos, seguido por el establecimiento de las bases conceptuales comerciales necesarias para respaldar el trabajo.

Posteriormente, se hizo un estudio de mercado de la oferta y demanda de jabones artesanales en la ciudad de Orlando. Se determinó la competencia directa e indirecta, preferencias, así como precios, por medio de encuestas y grupo focal.

En el capítulo técnico que estableció el proceso para la elaboración del producto, así como las cantidades requeridas de materia prima para producir cada jabón y las capacidades máximas que puede llegar a elaborar la empresa. Cabe recalcar que el proceso no incluye uso de maquinarias, puesto que se busca mantener la parte artesanal. A fin de que se establezca la manera más óptima de producirlos, exportarlos y poder ofertar jabones de excelente calidad a bajo costo.

Con la estructura financiera del proyecto se comprobó su rentabilidad por medio de la determinación de los costos y gastos, así como el financiamiento junto con proyecciones de ventas debidamente respaldadas. Por último, la comprobación del análisis de costo y beneficio se determinó por medio del resultado del 30% de la tasa interna de retorno, así como el valor actual neto de \$6.249,70 de los cinco años de duración de proyecto.

Palabras claves: factibilidad, jabones, glicerina, artesanal, exportación, comercio internacional.

ABSTRACT

This project aims to prove the feasibility to produce handmade glycerin soaps in Ecuador which will be exported for commercialization purposes to Orlando, United States. The current work has been divided into six chapters, using analytical-descriptive methodology in order to study influential factors.

Chapter one begins with the background research starting from the discovery of glycerin to its current situation in Ecuador and the United States, followed by conceptual bases required to support the project. A market study on the supply and demand of handmade soaps in the city of Orlando was carried out. Direct and indirect competition, consumer preferences, as well as prices were established through surveys and focus group.

In the technical chapter, the process for the elaboration of the product was established, as well as the required quantities of raw material to produce each soap unit and the maximum capacities that can be produced by the company. It is emphasized that the process does not include the use of machinery, since it is maintaining the handmade part. In this way, the most optimal way to produce, export and offer soaps of excellent quality at low cost has been selected.

The financial structure of the project proved its profitability through the analysis of costs and expenses, financing, and supported sales projections. Finally, the verification of the cost and benefit analysis was established through the 30% result obtained on the internal rate of return, as well as the net present value of \$6.249,79 on the five-year project duration.

Keywords: feasibility, soap, artisan, export, production, international commerce.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, los productos para la higiene personal contienen componentes químicos nocivos. Por esta razón, se propone volver a las bases naturales antiguas por medio de la oferta de jabones artesanales de glicerina, para así precautelar la salud de los seres humanos. Con la finalidad de comprobar su factibilidad, se realizará un estudio de mercado, estudio técnico y análisis financiero.

El Ecuador es conocido como un país exportador de productos artesanales tradicionales derivados de materias primas tales como: el cuero, paja toquilla y productos alimenticios como el cacao y banano. Por esta razón, se apuesta a la inversión en productos no tradicionales del sector farmacéutico-cosmético para de esta manera promover la explotación del sector farmacéutico-cosmético ecuatoriano de pequeñas y medianas empresas; para que su oferta tenga la oportunidad de llegar a mercados extranjeros.

El producto materia de análisis para este proyecto es el jabón artesanal de glicerina, con el valor agregado que le puede brindar al combinarlo con extractos naturales como los provenientes de plantas medicinales autóctonas de nuestra región como lo son la sábila, manzanilla, lavanda, entre otros. Por consiguiente, se aprovecharán los beneficios que generación tras generación han venido siendo utilizados para mejorar las necesidades sanitarias de la población, especialmente las relacionadas con afecciones cutáneas.

Capítulo 1

Generalidades de la investigación

Antecedentes

El jabón es un producto cuyo uso se remonta al siglo VI a.C. por los egipcios, griegos y romanos (Abud, 2004). Su nombre en inglés *soap* proviene de una antigua leyenda romana del Monte Sapo, donde se realizaban diferentes sacrificios animales y cuando llovía, la ceniza mezclada con la sangre de los animales llegaba hasta un río cercano donde las mujeres se bañaban y alegaban que los residuos mezclados hacían que el lavado sea más fácil (AGROIMSA, 2010). Con el paso de los años, el jabón, se ha convertido en un producto indispensable para la higiene personal de los seres humanos.

La mayoría de los jabones tienen como su principal componente la glicerina, compuesto que fue descubierto de forma accidental, ya que en Europa en el año 1783 mientras hervían aceite de oliva con óxido de plomo, produjeron una sustancia dulce que en esa época se la conocía como *alsüss*, la que actualmente se conoce como “glicerina” (Abud, 2004).

La glicerina puede ser extraída o sintetizada desde diferentes grasas, sean estas de origen animal o vegetal, por ejemplo: aceite de maíz, aceite de palma y aceite de coco. El precio de la glicerina va a depender del nivel de yodo que contenga. Mientras menos yodo contenga, más difícil de conseguir y más costoso será. El aceite de coco tiene un índice de yodo menor a 10 gramos, es por esto que la glicerina a base de aceite de coco es una de las más caras (AGROIMSA, 2010).

Actualmente, la elaboración de jabones ha cambiado radicalmente puesto que la mayoría están hechos con bases sintéticas para poder generar mayores reacciones tales como: espuma, acción antibacterial, dureza de la barra de jabón, entre otros.

Una encuesta sobre el uso de barras de jabón realizada a 24,000 habitantes en los Estados Unidos, desde febrero del 2010 a marzo del 2015, demostró que más del 80% de habitantes los utilizan en comparación con jabones líquidos (Statista, 2015). Según datos del Banco Mundial (2015) la población de Estados Unidos es de 321,4 millones de habitantes, lo que significa que casi 258 millones de personas consumen jabones en barra diariamente.

La facilidad para encontrar este producto ha aumentado, ya que está disponible en: supermercados, farmacias, tiendas, despensas, etc.; con una gran variedad de marcas tanto nacionales como internacionales que hacen que el mercado de limpieza corporal sea cada vez más competitivo.

Problema

Actualmente, los jabones de consumo diario contienen parabenos que sirven para extender el período de duración del jabón (OCU, 2014), así como sulfatos que son utilizados para producir burbujas (Zaikis, 2014). Inclusive, se comprobó que el triclosan utilizado en jabones antibacteriales hace que las bacterias se hagan resistentes a los antibióticos (Food and Drug Administration, 2016).

Esto está afectando a la salud de los seres humanos, generando alergias a la piel, por lo que se eligió la glicerina como componente base para la elaboración de los jabones propuestos en el presente proyecto. La glicerina es una sustancia que no tiene olor y se obtiene de grasas animales y vegetales. Es por esto que, la *Food and Drug Administration* (FDA) la ha clasificado en la categoría de *Generally Recognized as Safe* (GRAS) (Food and Drug Administration, 2016).

Justificación

Científica. Aportar valor agregado a un producto cosmético artesanal que beneficiará a aquellas personas con enfermedades cutáneas, alergias y que utilizan productos de origen natural. El jabón artesanal de glicerina, junto a las propiedades medicinales de ingredientes como la manzanilla, sábila y

lavanda, ayudarán a aliviar los síntomas relacionados a ese tipo de afecciones, así como dejar la piel suave y tersa.

Estudios de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria en España ha demostrado sus propiedades curativas en casos de inflamación y daño de la piel. Además, brinda al consumidor un gran poder antibacterial y antioxidante (Nordqvist, 2016).

Al ser un producto cosmético, su ingreso y comercialización a Estados Unidos no va a requerir la aprobación de la FDA. Sin embargo, va a ser regulado por este organismo ya que es un producto natural y sin químicos (*Food and Drug Administration*, 2016).

Social. Este trabajo cumple con la línea de investigación formativa de la carrera de Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, que corresponde a la identificación, estudio y análisis de sectores exportadores no tradicionales en el Ecuador y al análisis del macroentorno y microentorno socioeconómico y legal que rodea al empresario en el Ecuador, ya que se especificarán los requerimientos para poder establecer la empresa y los requerimientos para poder exportar a los Estados Unidos.

Se cumplirá con el objetivo número 10 del Plan Nacional del Buen Vivir (2013) referente al impulso de la transformación de la matriz productiva de los sectores prioritarios, entre los cuales está el sector químico-farmacéutico.

Contexto

El producto será elaborado en Guayaquil, Ecuador para luego ser exportado y comercializado en Orlando, Florida, Estados Unidos.

Alcance

Determinar la factibilidad de producción, comercialización y exportación de jabones artesanales de glicerina durante los próximos cinco

años para infantes y mujeres a partir de los quince años, en la ciudad de Orlando.

Objetivos

General. Evaluar la factibilidad económica – financiera, productiva y de comercialización de jabones artesanales de glicerina en Orlando, Florida, Estados Unidos.

Específicos.

1. Establecer el diseño administrativo-legal de la empresa.
2. Investigar preferencias y requisitos del consumidor americano con respecto a los jabones de glicerina para establecer la mejor estrategia de comercio internacional.
3. Determinar la factibilidad económica y financiera del proyecto.

Capítulo 2

Marco conceptual

Bases conceptuales

Estudio de factibilidad. Para determinar la viabilidad de un proyecto, es necesario realizar un estudio de factibilidad, que proporcionará la información requerida para la toma de decisiones durante las diferentes etapas del proyecto ya sean estas con posibilidades tanto de éxito o fracaso para finalmente determinar si se deberá implementar.

El estudio de factibilidad permite la identificación de organismos de regulación y financiación para el proyecto, así como la aplicación de criterios de evaluación financieros, económicos, sociales y ambientales para poder tener los argumentos necesarios para la toma de decisión del proyecto (Miranda, 2005).

Según Valera (1997) existen tres componentes del estudio de factibilidad: estudio de mercado, estudio técnico y estudio financiero. El estudio de mercado servirá para determinar si hay o no demanda que justifique la ejecución de la producción del producto por un tiempo determinado. El estudio técnico por su lado se enfoca en proveer información para poder definir los costos operativos, logísticos y administrativos. Finalmente, el estudio financiero se lo realizará para poder pronosticar la rentabilidad potencial del proyecto mediante los diferentes ratios financieros.

Estudio de Mercado. El estudio de mercado ayudará a determinar con mayor claridad la demanda a quienes va a estar enfocado el producto con variables más determinantes como edad, género, ubicación y nivel de ingresos, así como también identificar a los competidores y proveedores. Esta información se la obtendrá mediante grupo focal, encuestas, entrevistas y observaciones.

En esta fase del estudio se analizarán todos los datos e información. Será de gran utilidad para determinar lo que está sucediendo en el mercado, las tendencias actuales, la opinión de los consumidores y si sus necesidades están siendo satisfechas con los productos ya existentes en el mercado.

Teorías como las 5 fuerzas de Porter serán aplicadas, en la cual se detallarán los competidores actuales de la industria, los proveedores, los nuevos participantes, empresas complementarias, los compradores y productos sustitutos. A su vez, el *Marketing Mix* establecerá el precio, producto, plaza y publicidad. Finalmente, el análisis FODA que está dividido en las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; todo esto será implementado como herramientas necesarias para la planeación estratégica.

Estudio técnico.

“Consiste en resolver las preguntas referentes a dónde, cuándo, cuanto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto” (Baca, 2001).

El estudio técnico es la fase de un estudio de factibilidad que se enfocará en establecer la manera más óptima de utilizar los recursos durante el proceso de producción y obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica del proyecto. Entre los recursos que serán analizados se pueden mencionar:

- Instalaciones
- Insumos
- Maquinarias
- Equipos y herramientas
- Talento humanos

El estudio técnico está dividido en tres etapas: Tamaño del proyecto, localización del proyecto y proceso productivo. El tamaño del proyecto usa como base de cálculo la posible demanda insatisfecha analizada y

cuantificada en el estudio de mercado. También se valorará el riesgo del proyecto y disponibilidad de insumos. Además, la localización del proyecto se analizará a través de las matrices de la macro y micro localización, que ayudará a elegir la zona pertinente logísticamente para establecer la producción y administración del proyecto. Finalmente, el proceso productivo se enfocará en la transformación de la materia prima a producto final y su análisis consistirá en un diseño sustentable de producción donde se identificarán los requerimientos técnicos como los energéticos que participarán en la transformación requerida.

Estudio Financiero. Según Anzil (2012) establece el estudio financiero como el análisis que hace una empresa para determinar si es sustentable, viable y rentable en el tiempo. También establece que para poder realizar este estudio se necesita información de variables tales como: ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estructura impositiva, entre otros.

En esta fase del estudio de factibilidad se establecerá la capacidad de financiación de la empresa, es decir cómo puede obtener capital. Estos pueden ser por medio de: préstamos bancarios, incorporación de nuevos socios, aportes de capital de los socios, ingresos netos por operaciones, créditos de proveedores, etc.

Para poder establecer la viabilidad financiera de un proyecto se utilizan diferentes ratios que pronostican una visión clara de la situación económica proyectada de la empresa. A continuación, en la **Tabla 1**, se muestran los ratios financieros utilizados en el análisis con sus respectivas fórmulas.

Tabla 1
Ratios Financieros

Ratios	Fórmula	¿Para qué sirve?
Rentabilidad Financiera	$\text{Beneficio Neto} \div \text{Patrimonio Neto}$	Calcula la tasa de beneficio para los recursos invertidos
Rentabilidad Económica	$\text{Beneficio Económico} \div \text{Activo Total}$	Determinar la eficiencia de una empresa
PER	$\text{Precio de Mercado por acción} \div \text{Beneficio Anual por acción}$	Indica la relación entre la cotización de la acción y su beneficio anual

Nota. Fuente Tomado de Federico Anzil (2012)

La rentabilidad financiera también conocida en inglés como *Return on Equity* (ROE) es la renta ofrecida a la financiación. Raimon Serrahima (2011) la establece como la ganancia a los fondos propios que se utilizaron en la financiación.

Por otro lado, la rentabilidad económica conocida en inglés como *Return on Assets*,(ROA) mide la eficiencia de una empresa independientemente de la fuente de los fondos, los costos de financiamiento y la política tributaria del país (Anzil, 2012). Finalmente, PER en inglés *Price Earnings Ratio*, permite medir el precio actual de una acción de la empresa en relación con la ganancia anual de la misma.

Teorías del comercio internacional

Hoy en día para poder determinar la viabilidad de un proyecto es mediante la teoría del desarrollo sustentable. Esta teoría se refiere a aquellos proyectos que son capaces de proveer las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para solventar sus propias necesidades (Mesino Rivero, 2010).

Ventaja Comparativa. David Ricardo enfocó esta teoría en la productividad de los países. Demostró que un país debería especializarse en los bienes y servicios que sean más fáciles y eficientes de producir, mediante menos recursos posibles, en comparación con aquellos que inclusive se necesitaría adquirir un bien del extranjero para que sea más eficiente. (Pecina, 2011) De esta manera hace más fácil la identificación de cada empresa o país en la actividad o industria a la que se especializa, generando una apertura de los mercados y obtener ganancias.

Lo único que no se especifica bien en esta teoría es lo que sucede con aquellos países que se especializan en la producción de un bien en más de un sector o industria.

Teoría de Heckscher-Ohlin. También conocida como la Teoría de Proporción de Factores, se basa en una mirada diferente a la de David Ricardo puesto que pone al capital al mismo nivel de importancia que el

trabajo, de esta manera Eli Heckscher y Bertil Ohlin crean un concepto de producción modernizado.

Estos economistas fijaron dos factores en su teoría: trabajo y capital, la cual establece según Pecina (2011), que entre más abundante es un factor, menor es su costo. Esto generará que países exporten los bienes los cuales sean más intensivos en ese factor.

Teoría del ciclo de vida. Esta teoría realizada por Raymond Vernon se enfoca netamente en el producto. Según un ensayo realizado por Pecina (2011), las empresas creían que era mejor mantener las plantas productivas cerca del mercado y del lugar de toma de decisiones. Raymond también estableció distintas etapas dentro del ciclo de vida del producto. Primero está la de introducción, la cual permite a las empresas aumentar el precio del producto debido a que el producto es nuevo. Conforme se va conociendo el producto pasa a la etapa de crecimiento lo cual incrementará la demanda. Posteriormente llega a la etapa de madurez, donde el producto se vuelve más estandarizado y habrá que tomar en cuenta los costos para la producción, puesto que el precio de venta no será el mismo que en la etapa de introducción que es cuando finalmente se llega a la etapa de declive del producto.

Teoría de Ronstadt. Esta teoría se basa en la perspectiva empresarial por medio de la unión de conceptos de varios pensadores, entre ellos Robert Ronstadt. Es un proceso en el cual el empresario está en constante cambio pues debe evaluar sus decisiones en tres áreas específicas que son: proyecto, empresario y ambiente. La evaluación se la realiza de forma integral en lugar de cada una individualmente, lo que hace que el empresario esté en constante análisis del negocio y no solo al inicio (Varela, 2001).

Este tipo de enfoque en el negocio es fundamental para poder estar al pendiente del rumbo que está tomando el negocio y poder tomar las decisiones en el momento exacto y así poder identificar cualquier problema desde que surge y no cuando es muy tarde. La teoría pone al empresario

como la pieza fundamental del negocio puesto que es el de las ideas y soluciones, así como innovaciones para poder llevar a la empresa a su siguiente etapa.

Aspectos Legales

El Plan Nacional del Buen Vivir del 2013 – 2017 es un proceso que da énfasis en la transformación económica y productiva a largo plazo por medio de doce objetivos. El presente proyecto va alineado con varios objetivos de este plan, entre ellos los objetivos número 8, 9 y 10.

El objetivo 8 reza textualmente: “Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible”. Por otro lado, el objetivo número 9 trata sobre garantizar el trabajo digno en todas sus formas. Finalmente, el objetivo número 10 impulsa la transformación de la matriz productiva mediante la exportación de productos transformados que tengan un valor agregado para obtener mayor ganancia y poder de mercado a nivel internacional.

El proyecto de investigación, al ser basado en un producto proveniente de materias primas naturales y reutilizables, garantizará un impacto mínimo en el medio ambiente para así crear consciencia en el consumo de productos nacionales de bases naturales. Conjuntamente, se busca el incentivo a la inversión y financiamiento en sectores no tradicionales como lo son el cosmético farmacéutico para poder crear una red de trabajo sostenible puesto que la materia prima será obtenida de pequeñas y medianas empresas locales para generar plazas de trabajo tanto a nivel productivo como administrativo.

Requisitos de funcionamiento

Existen varios requisitos para poder establecer la empresa legalmente y poder exportar productos hacia los Estados Unidos. Entre ellos se encuentran:

Registro Único de Contribuyentes RUC. De acuerdo al SRI (2015) “corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos”.

Patente de Propiedad Intelectual. Según el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) (2013), son los derechos que recibe un inventor a cambio de la divulgación de una invención que forme parte de cualquiera de los países miembros del Tratado de Cooperación en materia de Patentes. Esta patente tiene una duración de 20 años. Entre los requisitos se encuentran:

- Dibujos
- Memoria descriptiva
- Publicación internacional
- Tasa de mantenimiento.

Inscripción en el Registro Mercantil. Es necesario registrar el nombramiento de gerente o administrador designado para poder firmar de formar legal en nombre de la empresa. Para realizarlo se necesita:

- 3 Copias de la escritura de la empresa
- Pago de la patente municipal
- Exoneración del impuesto del 1 por mil de activos
- Publicación en la prensa del extracto de la escritura de constitución
- Certificado de afiliación a una de las cámaras de la producción.

Licencia Sanitaria. Debido a que los jabones serán de manufactura artesanal, se le permite según el Artículo 6 del Código de Salud, el uso único de una Licencia Sanitaria como documento reemplazante al Registro Sanitario. Para esto necesitará registrarse como artesano, a continuación, sus requisitos:

- Cédula de identidad y papeleta de votación

- Formulario de inscripción
- Cancelar el valor de 10 USD.

Patente Municipal. Es el permiso municipal para el funcionamiento de los negocios que se paga anualmente. En este caso al ser dentro de la ciudad de Guayaquil, será cancelado al Municipio de Guayaquil.

Base metodológica

El siguiente estudio tiene como objetivo la investigación de la industria de jabones artesanales y su aceptación en la ciudad de Orlando, Estados Unidos y como consiguiente determinar los procesos óptimos para comercializar este producto de manera masiva, logrando exportarlos sin perder su valor agregado.

El estudio de factibilidad buscará determinar cuáles son las variables más importantes que hace que el jabón artesanal sea atractivo en el mercado potencial, el modelo de negocio que se implementará, así como los métodos para poder promover e incentivar el consumo de este producto.

El método de la investigación será analítico-descriptivo, ya que el trabajo proporcionará información detallada sobre los jabones de glicerina y su situación actual en el mercado estadounidense. Por consiguiente, recalando principalmente los beneficios que ofrece el producto.

El enfoque de la investigación será mixto debido a que el proyecto requiere la elaboración de un análisis financiero el cual contará con información cuantitativa, que se podrá medir mediante los diferentes indicadores financieros existentes hasta la fecha. Por otro lado, la investigación también será cualitativa ya que se deberá determinar las materias primas necesarias para ofrecer un produce de calidad y manejar con cuidado el empaque, logo y colores para lograr la atracción de los consumidores en los Estados Unidos.

Para la recopilación de información, será de gran utilidad el contenido en libros, periódicos, patentes y normas técnicas; tanto físicos como

virtuales, mientras que las fuentes primarias serán obtenidas por medio de informes estadísticos, encuestas y grupos focales. Se realizarán entrevistas a expertos en el campo médico que validen los beneficios de este producto.

Tabla 2
Diseño metodológico

Objetivos Específicos	Método	Enfoque	Fuentes	Herramientas
Establecer el diseño administrativo-legal de la empresa.	Analítico Descriptivo	Cualitativo	Secundarias	Contenido en libros y páginas web
Investigar preferencias y requisitos del consumidor americano con respecto a los jabones de glicerina para establecer la mejor estrategia de comercio internacional.	Analítico Descriptivo	Mixto	Primarias y secundarias	Indicadores económicos, encuestas, grupo focal y entrevistas
Determinar la factibilidad económica y financiera del proyecto.	Analítico Descriptivo	Cuantitativo	Primarias	Ratios financieros y estadísticas

Tabla 3
Operacionalización de las variables

Variable	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
Teorías del comercio internacional	Estudio de las bases teóricas para la elaboración de nuestro proyecto	Principales pensadores de la economía	Contenido en libros y páginas web
Estudio de mercado	Analizar la acogida del producto por parte de los consumidores	Clientes potenciales, competencia, cantidad productos importados EEUU	Indicadores económicos, encuestas, grupo focal
Estudio técnico y financiero	Analizar método correcto para realizar el producto y distintas variables financieras que podrían afectar al proyecto	Formulación de estados financieros, flujos de efectivo, determinación de costos y precios	Entrevistas, ratios financieros

Las encuestas proporcionarán información que determinará qué es lo que busca el consumidor, sus preferencias en cuanto a esencias, cantidad de compra y especialmente cuánto está dispuesto a pagar por el producto

que se ofrece. Los resultados serán necesarios al momento de cuantificar las ventas en el capítulo de análisis financiero.

Para la investigación de mercado se ha definido como mercado meta a los bebés de hasta 5 años y a mujeres de entre 20 y 50 años que actualmente residen en la ciudad de Orlando, Florida en los Estados Unidos. Hasta el momento hay 16,781 bebés y 122,417 mujeres en la ciudad de Orlando, de las cuales 61,214 equivalen a mujeres entre las edades requeridas para el proyecto, según el U.S. Census Bureau (2016).

Capítulo 3

Administración y Planificación del Proyecto

Tipo de Empresa

Se ha decidido abrir una empresa de sociedad anónima, la cual se rige bajo el artículo 143 de la Ley de compañías. Estará conformada por Jocelyne Barrera y dos accionistas más bajo el nombre de BASOAP S.A.

Se necesitarán de mínimo dos personas para poder constituirse mediante escritura pública una sociedad anónima, la cual será inscrita en el Registro Mercantil con un monto mínimo de capital determinada por la Superintendencia de Compañías actualmente es de 800,00 USD (Cámara de Comercio de Quito, 2013).

La empresa será administrada por Jocelyne Barrera que será inscrita como Representante Legal de la empresa. A continuación, el organigrama de la empresa.

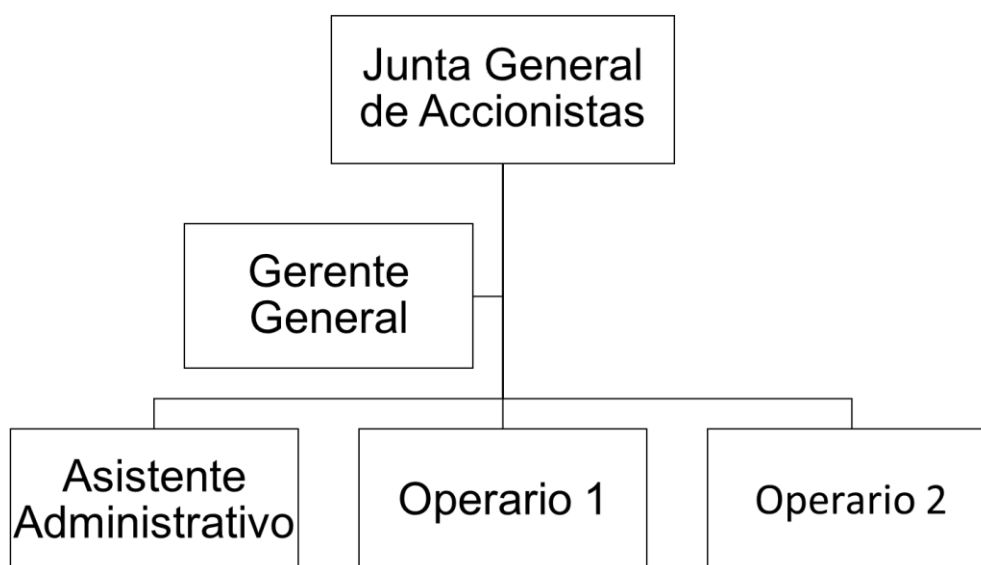


Figura 1: Organigrama de la empresa

Distribución de funciones y responsabilidades

Gerente General.

- Coordinar el correcto uso de los recursos dentro de la empresa.
- Compartir con el resto de empleados los objetivos y prioridades de la empresa.
- Realizar evaluaciones trimestrales de los puestos de trabajo.
- Mantener buena relación con los clientes y proveedores.
- Establecer planes estratégicos para cumplir metas a corto y largo plazo.
- Aplicar pautas establecidas por la Junta General de Accionistas.
- Supervisión de gestión financiera.
- Diseñar manual operativo.
- Coordinación de labores con los operarios.
- Evaluar los resultados del producto final, si está o no apto para su comercialización.
- Estar actualizado en acuerdos y tratados comerciales internacionales.

Contador. (Servicios Prestados)

- Llevar libros contables.
- Ingresar todos los movimientos contables dentro del software que utilice la empresa.
- Elaborar cheques para pago de empleados y proveedores.
- Registrar facturas recibidas de los proveedores.
- Realizar pagos básicos y declaraciones de IVA.

Asistente Administrativo.

- Coordinar los pedidos y pagos a los proveedores.
- Redactar y recibir correspondencia.
- Entrega de cheques correspondientes a salarios
- Tramitar depósitos bancarios.
- Cobranzas.

Gobierno Corporativo

La Junta General de Accionistas es el órgano máximo dentro de la empresa, puesto que deberá determinar decisiones claras para el buen posicionamiento de la empresa en la sociedad.

El gerente general tiene el deber de ejecutor o administrador de la empresa, de acuerdo a las políticas dictadas por la ley y la junta general de accionistas. Deberá establecer las estrategias para poder cumplir con la misión y visión establecida por la Junta General de Accionistas.

Plan Estratégico

Misión. Ofrecer variedad de productos cosméticos naturales, que cumpla con todos los estándares de calidad establecidos para brindar cuidado en la salud de la piel a distintos lugares del mundo.

Visión. Ganar reconocimiento en los mercados internacionales ofreciendo un producto artesanal para el cuidado de la piel de excelente calidad.

Objetivos.

Objetivo General. Ofrecer un producto artesanal ecuatoriano de excelente calidad que logre satisfacer las necesidades de la población.

Objetivos Específicos.

- Lograr una participación del mercado del 25% para el 2019.
- Duplicar las ventas de jabones para el segundo año.
- Obtener una rentabilidad anual del 25% a partir del tercer año.

Análisis FODA.

Fortalezas.

- Producto de calidad 100% natural con propiedades benéficas para la salud de la piel.

- Producto artesanal orgánico y libre de químicos.
- Empaque de cartón reciclado para el cuidado del medio ambiente.
- Elaboración del producto permite la reutilización de residuos.
- Pocos competidores en el mercado estadounidense de jabones artesanales de glicerina.
- Apertura a proveedores nacionales de materia prima.
- Beneficio del 0% de impuesto a la renta durante los primeros cinco años.

Oportunidades.

- Apoyo financiero por parte del gobierno ecuatoriano al ser un producto que apoya al cambio de la matriz productiva.
- Incremento de la demanda de productos de belleza y cuidado personal en los Estados Unidos para el 2017 (Euromonitor International, 2013).
- Utilización de redes sociales desde el Ecuador para poder promover el consumo y conocimiento del producto.

Debilidades.

- Poca experiencia en la industria de jabones.
- Capital limitado.

Amenazas.

- Competidores con años de reconocimiento en el mercado y producción a mayor escala.
- Incertidumbre en cuanto a las nuevas disposiciones empresariales por el electo Presidente de los Estados Unidos, Donald Trump.

Análisis 5 fuerzas de Porter.

Poder de negociación de los compradores. El producto que se ofrecerá va dirigido a infantes y mujeres a partir de los 15 años de edad, que deseen un producto de bases naturales que beneficie la salud de su piel.

Al momento existe una infinidad de productos para el cuidado personal, sin embargo, el producto ofrecido tendrá un precio el cual limitará

el acceso al mismo. Es por esto que se fija como mercado meta a personas de clase social entre media alta a alta. Esto brindará a los compradores un mayor poder de negociación; sin embargo, al momento no existe en el mercado la oferta de jabones artesanales de glicerina en el mercado estadounidense que cuenten con las debidas regulaciones. De esta manera, se contrarresta el poder de negociación de los compradores brindando una ventaja a la empresa.

Poder de negociación de los proveedores. Para poder producir los jabones, la empresa necesita de los siguientes materiales:

- Barras de glicerina blanca
- Alcohol
- Aceites esenciales

Como estrategia se ha definido que la empresa tendrá más de un proveedor para los insumos necesarios para la producción de los jabones artesanales de glicerina y de esta manera evitar que los proveedores tengan el poder de negociación.

Al momento se pueden conseguir barras de glicerina en cualquier laboratorio químico. El proveedor principal será Distribuidora Domínguez, empresa que ofrece materias primas para industrias de alta calidad. Aquí se obtendrán las barras de glicerina y alcohol y la empresa INASA INDUSTRIAL se encargará de brindar los aceites esenciales. Otro de los proveedores necesarios será el del papel envoltorio para el empaque de los jabones en barra.

Amenaza de productos entrantes. Entre las barreras de entrada que la empresa tendrá que enfrentar serán:

Economías de escala. Hoy en día los jabones en barra de grandes marcas se ven beneficiadas debido a los procesos de industrialización adoptados, que a su vez les ofrecen una disminución en sus costos unitarios, permitiéndoles vender a precios competitivos. Si bien es cierto, el producto que se ofrece será elaborado artesanalmente y competirá

indirectamente, ya que las características son diferentes. Se buscará producir la mayor cantidad de producto sin perder la esencia natural y artesanal que los caracteriza.

Acceso a canales de distribución. En los Estados Unidos, los grandes supermercados tales como Walmart y Publix están elaborando sus propias marcas de productos, además debido al volumen de producto demandado por las mismas. Por consiguiente, se buscará entrar al mercado mediante tiendas especializadas en ofertar productos de origen natural.

Amenaza de productos sustitutos. Existen diversos productos sustitutos que podrían afectar el consumo de jabón líquido y jabones de sosa caustica. El jabón de sosa caustica contiene hidróxido sódico, que según Austin Peay State University (2016), es una sustancia altamente corrosiva, por lo cual es un jabón fuerte y cuya manipulación debe ser con extrema cautela.

El jabón líquido además de brindar comodidad y mayor medición al momento de usarlo, permite que la persona no entre en contacto con cualquier bacteria que pudiese quedar en el jabón en barra debido al tipo de envase que contiene el producto (Blog de Farmacia, 2014).

Los jabones de sosa, también conocidos comúnmente como jabones de aceite, están hechos a base de ácido graso que bien puede ser animal o vegetal y con hidróxido de sodio. Estos jabones en barra tienen una mayor dureza y por tanto una mayor duración.

Rivalidad entre competidores.

Competidores directos. Entre las marcas principales se encuentra C.O. Bigelow, Anthropologie, A Wild Soap Bar (AWSB) y Poppy Soap.

C.O. Bigelow es una empresa que se denomina como boticario, establecida en 1838 (C.O. Bigelow, s.f.). Están ubicados en Nueva York y tienen su tienda en la Sexta Avenida. Se definen como una empresa hoesta, genuina y confiable. Venden una variedad de productos para el cuidado

personal, entre ellos: jabones en barra y líquidos, maquillaje, cremas, perfumes, perfumes, entre otras.

Anisa Jabón es una empresa ubicada en Ecuador que fabrica netamente jabones artesanales para consumo nacional, aunque también cuentan con la opción de envío a diferentes países, entre ellos Estados Unidos. Inició en 2011, con la finalidad de ofrecer un producto que es “una pieza única creada como oda a la piel” (Anisa Jabón, 2011).

Poppy Soap es una marca de productos naturales elaborados artesanalmente en pequeñas cantidades. Están ubicados en San Luis Obispo, California y ofrecen productos orgánicos y con empaque reciclable y reusable. Entre los productos que ofrece, cabe mencionar: jabones orgánicos de glicerina, pomada para labios y esencias para aromaterapia.

Competidores indirectos. Según la página web Statista (2016), entre las marcas de jabones más utilizadas en los Estados Unidos se encuentran: Dove, con 114.23 millones de consumidores, siguiéndole Dial con 58.55 millones y finalmente Irish Spring con 50.97 millones de consumidores.

Dove es una marca que ofrece diferentes tipos de productos para la higiene personal de tanto hombres como mujeres tales como: shampoos, desodorantes, jabones en barra y jabones líquidos. Han logrado expandir su marca alrededor del mundo, logrando ser identificados simplemente con el logo de su marca (Dove, 2016).

Dial es una marca que ofrece jabones corporales en distintas presentaciones, ya sean líquidas, de espuma o en barra. A su vez ofrecen gel antibacterial y lociones. Tienen productos para todas las gamas y así poder satisfacer la demanda, entre ellos: hombres, mujeres, niños y especialmente una gama para aquellos con problemas de acné. Su página web permite conocer los productos con las distintas esencias que ofrece (Dial Corporation, 2016).

Irish Spring es una marca de higiene personal que forma parte de la compañía Colgate-Palmolive. Al principio fue comercializada como sólo para

hombres y, con el tiempo, ha llegado a ser utilizada por mujeres también. Ofrecen jabones líquidos y en barra, así como exfoliantes. Ellos tienen como ventaja el ser el primer jabón con poder desodorizante, lo cual atrae a muchos consumidores diariamente. (Colgate-Palmolive, 2016).

Análisis PESTAL.

Análisis Político. El Ecuador entre el año 1996 hasta el 2007, vivió un período de gran inestabilidad política cambiando al Presidente de la República cada dos años. Esto se dio desde la Presidencia del Ab. Abdalá Bucaram Ortiz, que fue sucedido por el Presidente del Congreso de ese entonces, Dr. Fabián Alarcón Rivera; Dr. Jamil Mahuad Witt, reemplazado por su Vicepresidente Dr. Gustavo Noboa Bejarano; y Lucio Gutiérrez Borbúa, reemplazado también por su Vicepresidente Dr. Alfredo Palacios González.

Desde el año 2007 en el que el Eco. Rafael Correa Delgado es electo Presidente de la República, el Ecuador ha gozado de estabilidad política. Actualmente se estamos en periodo pre electoral con una variedad muy grande de candidatos de diferentes partidos, estratos sociales, así como niveles de educación.

El gobierno actual ha prestado su apoyo a productores ecuatorianos en el cambio de la matriz productiva. Esto debido a que a nivel mundial el país es conocido como un proveedor de materias primas para el resto de país y a su vez como importador de productos terminados de otros países algunos de los cuales son basados en nuestras propias materias primas.

Se han definido cuatro ejes para la transformación de la matriz productiva, según la SENPLADES (2012):

1. Diversificación productiva basada en el desarrollo de industrias estratégicas-refinería, astillero, petroquímica, metalurgia y siderúrgica y en el establecimiento de nuevas actividades productivas-maricultura, biocombustibles, productos forestales de madera que amplíen la oferta de productos ecuatorianos y reduzcan la dependencia del país.

2. Agregación de valor en la producción existente mediante la incorporación de tecnología y conocimiento en los actuales procesos productivos de biotecnología (bioquímica y biomedicina), servicios ambientales y energías renovables.

3. Sustitución selectiva de importaciones con bienes y servicios que ya producimos actualmente y que seríamos capaces de sustituir en el corto plazo: industria farmacéutica, tecnología (software, hardware y servicios informáticos) y metalmecánica.

4. Fomento a las exportaciones de productos nuevos, provenientes de actores nuevos -particularmente de la economía popular y solidaria-, o que incluyan mayor valor agregado -alimentos frescos y procesados, confecciones y calzado, turismo-. Con el fomento a las exportaciones buscamos también diversificar y ampliar los destinos internacionales de nuestros productos.

Análisis Económico. El Ecuador, durante el gobierno de Jamil Mahuad, inició su proceso de dolarización en el año. Si bien es cierto esta decisión económica nos ayudó a controlar la inflación, planificar a largo plazo, atraer la inversión extranjera, no es menos cierto que impide a los gobiernos devaluar la moneda para hacer más competitivas las exportaciones

Entre los factores económicos de mayor impacto en la crisis actual, tenemos la caída del precio del petróleo, y la apreciación del dólar, factores que han afectado al presupuesto actual, el PIB, la balanza comercial, la inflación, el poder de compra de los consumidores, entre otros.

Hasta agosto del 2016 el Ecuador ha obtenido la clasificación “B” por parte de Fitch Ratings, con una mirada negativa hacia el país. Esto afectará la solvencia crediticia del país al momento de emitir bonos, así como hacer préstamos a diferentes entidades y países.

De acuerdo al Banco Central del Ecuador (2016), la tasa de inflación a diciembre del 2016 llegó al 1.12%. El año anterior, en la misma fecha, el

Ecuador tuvo una inflación del 3.38%, esto significa que ha bajado considerablemente.

El salario básico unificado del Ecuador para el año 2017 se estableció en \$375 dólares americanos, según Diario El Telégrafo, (2016). Esto ha significado un incremento para los ecuatorianos, aumentando así su capacidad de compra.

Según datos obtenidos de Trade Map, las importaciones de jabones al Ecuador alcanzaron en el año 2015 un total de \$79,704 millones de dólares, importando 59,927 de toneladas de jabones en el 2015.

El SRI (2016) estableció la devolución de hasta 2 puntos del IVA a todos los consumos realizados por personas naturales por dinero electrónico. Además, de acuerdo a la Ley Solidaria y de Corresponsabilidad Ciudadana por los daños causados por el terremoto de abril del 2016, se aplicó el aumento del porcentaje del IVA del 12% al 14%.

Según datos reportados por el Fondo Monetario Internacional (2017), se prevee que para el año 2017 existirá un crecimiento en la economía del Ecuador, llegando a un -2,7%. Según la CEPAL y el Banco Mundial el Ecuador cerrará el 2017 con un crecimiento positivo del 0,3% y 0,7% respectivamente.

Social. Según el INEC (2016), “Ecuador registró en junio 2016 una tasa de desempleo del 5,3% a nivel nacional”. De acuerdo a su análisis, este aún se mantiene estable en comparación a las de los años anteriores.

El nivel de pobreza a marzo del 2016 ha incrementado al del 24,12% al 25,35%, es decir un aumento del 1,23% según INEC (2016). El informe también indica los niveles en las principales ciudades del país como lo son Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala y Ambato. En todas estas ciudades ha habido un incremento en los niveles de pobreza, algunos casos de más del 2%.

Tecnológico. De acuerdo a una encuesta realizada por el (INEC, 2013), a nivel nacional al menos 43,6% de la población utilizan

computadoras. Esta cifra va en ascenso en comparación con años anteriores. Al mismo tiempo provincias como Pichincha y Azuay son las que más utilizan computadoras, así como mayor acceso a internet en comparación al resto de la población.

Ambiental. En Ecuador, el Ministerio de Medio Ambiente regula y garantiza un modelo sustentable de desarrollo ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.

El Ecuador también ha desarrollado políticas básicas ambientales, en las cuales establece como principio fundamental, promover el desarrollo sostenible a nivel tanto económico como ambiental. De la misma manera el permitir la regeneración natural de los ecosistemas pero que a la vez satisfaciendo las necesidades de las generaciones tanto presentes como futuras (Ministerio del Ambiente, 2012).

Ejecución

Este proceso involucrará a todos los integrantes de la empresa, desde los obreros hasta el gerente general. Puesto que se necesita de los conocimientos del área de producción para ofrecer un producto de calidad, los conocimientos del área de comercio exterior al momento que se exporte el producto para no transgredir ninguna ley tanto nacional como internacional, así como la guía constante del gerente.

Para la ejecución del trabajo, el contador necesitará de una computadora con el software contable Contasol, así como un escritorio y carpetas para poder almacenar la información física de manera ordenada.

En el área de producción, se necesitará principalmente de la materia prima para realizar los jabones artesanales de glicerina. A su vez, se necesitará de la maquinaria necesaria para transformar la materia prima en jabón, así como lo necesario para el proceso de empaquetado. Cabe mencionar que cada uno de los empleados contará con elementos vitales

para mantener su seguridad dentro del lugar de trabajo. Esto incluye: guantes, mandiles y mascarillas.

El área de logística requerirá de una computadora con acceso a internet, así como programas para comunicación internacional tales como Skype y correo electrónico. Adicionalmente, necesitará de un teléfono con línea convencional para permitir comunicación a nivel nacional.

Control del proyecto

En esta etapa del proyecto se garantizará que se está ejecutando de acuerdo a los objetivos planteados anteriormente.

En el área de producción se realizará el control de tipo aprobado – reprobado. El jefe de producción será el encargado de revisar los jabones elaborados diariamente, para de esta manera asegurar la calidad de nuestra producción de acuerdo a los parámetros establecidos. De ser reprobado el producto, no podrá continuar al siguiente paso que es el empaquetado. En caso de suceder un percance cuya decisión no pueda ser tomada por el jefe de producción, se notificará al gerente para poder realizar la decisión pertinente.

Cabe recalcar que cada uno de estos controles será bajo la forma cuantitativa. En el área administrativa, se realizará un control post operacional, que se realiza una vez concluida la operación. En este caso se hará cuenta de cuántas han sido las ganancias del mes, en cuanto a artículos vendidos, pérdidas en producción y cuánto ha sido el costo para la empresa.

Una vez obtenidos los resultados mensuales, el gerente será el encargado de evaluar la gravedad de cada uno y buscar posibles soluciones. Finalmente, una vez aplicadas las correcciones necesarias, se hará un proceso de retroalimentación para poder medir las nuevas acciones efectuadas.

Capítulo 4

Mercadeo y Comercialización

Análisis de mercado

Según (AQ Professional Learning, S.L. y Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife, 2014) “Se trata de un lugar físico especializado en las actividades de vender y comprar productos”. Se la realiza para obtener información del consumidor, como sus necesidades, hábitos de compra, deseos, localización, etc., así como la cantidad de productos parecidos que ya se ofrecen, la cantidad de demandantes, niveles de precios y los diferentes canales de distribución. La información se la obtendrá por medio de un grupo focal y encuestas realizadas a personas que formen parte del mercado meta.

Grupo Focal. Según (Gerza, 2012) es una técnica en la cual se reúne a varias personas, a las cuales se les realiza una serie de preguntas sobre el tema de investigación en una entrevista para conocer mejor a las personas y las tendencias actuales. Normalmente un grupo focal es entre ocho o diez participantes y son preguntas con contenido cualitativo.

Para esta investigación se reunirá a diez personas, entre ellas mujeres sin hijos y mujeres con infantes de la ciudad de Orlando, Estados Unidos divididas de la siguiente manera:

- 5 mujeres sin hijos
 - 2 en sus 20's
 - 2 en sus 30's
 - 1 en sus 40's
- 5 mujeres con hijos pequeños
 - 2 con bebés recién nacidos
 - 2 con bebés de 3 años
 - 1 con bebé de 5 años

A las personas anteriormente mencionadas se les realizará una entrevista, de una hora de duración aproximadamente. Entre los temas a tratar:

- ¿Qué tipo de jabón consume?
- ¿Qué factores busca usted al momento de comprar un jabón?
- ¿Cada cuánto y dónde realiza la compra de este tipo de producto?
- ¿Qué hace para cuidar de su piel?
- ¿Cuáles son sus esencias favoritas?
- ¿Ha probado anteriormente los jabones artesanales de glicerina?
- ¿Consumiría este tipo de producto?

Encuesta. Las encuestas fueron realizadas a 384 hombres y mujeres de clase social media alta y alta, de 15 años en adelante que vivan actualmente en la ciudad de Orlando, Estados Unidos.

Para determinar el número de encuestas necesarias para el trabajo, se utilizó la página web Netquest que para realizar el cálculo de la muestra necesita de las siguientes variables:

- Tamaño del universo
- Heterogeneidad
- Margen de error
- Nivel de confianza

Según US Census Bureau (2016) el total de infantes y mujeres a partir de los 15 años en la ciudad de Orlando, Estados Unidos es de 129,829. Este dato será utilizado como tamaño del universo, que significa el número de personas que componen la población que se estudiará.

Para heterogeneidad, que es la diversidad del universo, se utilizará el 50% con un 5% de margen de error. Ya que queremos que haya un alto nivel de confianza en la información recopilada, se establecerá el nivel de confianza del 95%.

Según Bernal (2006), al conocer el tamaño de la población se debe usar la siguiente fórmula de muestreo aleatorio simple:

$$n = \frac{S^2}{\frac{\varepsilon^2}{Z^2} + \frac{S^2}{N}}$$

Donde:

n = tamaño necesario de la muestra.

Z² = margen de confiabilidad.

S = desviación estándar.

ε = margen de error.

N = tamaño de la población.

$$= \frac{0,5^2}{\frac{0,05^2}{1,96^2} + \frac{0,5^2}{129,829}}$$

Una vez ingresada la información anteriormente mencionada, el resultado de la muestra es de 384 personas a encuestar.

Las encuestas fueron realizadas a través de Google Forms y los resultados de las encuestas se sistematizaron a través de un documento de google docs realizado por la misma página web.

Preguntas elaboradas.

1. Especifique su género
2. ¿Qué edad tiene?
3. Elija su estado civil

4. ¿Tiene hijos?
5. ¿Cada cuánto usted compra jabones?
6. ¿Cuántos jabones consume mensualmente?
7. ¿Consume una marca específica de jabones?
8. Seleccione la marca de su preferencia
9. ¿Qué es lo que más valora al momento de comprar un jabón?
10. ¿Qué tan atractivas encuentra las siguientes características en un jabón? [Ingredientes Naturales, Aroma, color, precio, diseño, marca]
11. ¿Dónde compra los jabones?
12. ¿Qué ingredientes le gustaría tener en un jabón?
13. ¿Qué tipo de jabón prefiere?
14. ¿Ha probado jabones artesanales de glicerina?
15. ¿Se cambiaría de marca de jabón si éste le brindara beneficios para su salud?

Mercado de oferta

En este punto de la investigación se identificarán a los competidores, tanto directos como indirectos de los jabones artesanales de glicerina en el mercado estadounidense. Se estudiarán los aspectos diferenciadores de su oferta tales como calidad, políticas de precio y ventajas competitivas.

También se mencionarán estrategias tanto de distribución y producción de cada uno de los competidores, así como los medios con los cuales trabajan que cuenta equipamiento, tecnología, alianzas, etc.

Según TradeMap (2015), los Estados Unidos importaron un total de 201.025.000 USD que equivalen a 98,255 toneladas de jabones, de los cuales la mayoría proviene de países como Canadá, China e Inglaterra. Lamentablemente, la información no proporciona de cuanto se refiere a jabones de glicerina artesanal.

Competidores Directos. Según el blogger Torreblanca (2014), son aquellos que ofrecen al mercado un producto similar al nuestro y con la misma capacidad de satisfacer la misma necesidad.

Entre las marcas que compiten directamente con nuestro producto se encuentran: C.O. Bigelow, Anisa Jabón y Poppy Soap.

C.O. Bigelow. Es una marca estadounidense que ha posicionado su marca para vender a diferentes segmentos del mercado como lo son hombres, mujeres e infantes. Sus jabones en barra son en presentación de 100g, con un precio que varía entre 4 USD y 18 USD, dependiendo del aceite esencial utilizado en cada jabón.

Anisa Jabón. Sus jabones son artesanales y veganos ecuatorianos, con un precio de venta por unidad es de 6.50 USD, con tiempo de envío de uno a tres días a nivel nacional. Venden por medio de su página web, así como pequeñas boutiques y spas en ciudades como Guayaquil, Quito, Cuenca y Ambato. Para envíos internacionales se lo realiza mediante el servicio de Correos del Ecuador y es el cliente quien deberá cancelar los impuestos, tasas o aranceles. Indican que el tiempo óptimo de uso es de 6 meses, puesto que pasado este tiempo el aroma puede empezar a disminuir. Anteriormente se mencionó que el producto es elaborado en el Ecuador, lo cual lo ubica como competencia directa al tratarse de un producto altamente similar solo que con una producción menor.

Poppy Soap. Sus jabones son orgánicos y cuyo precio individual es de 12.50 USD y ofrecen sets de tres jabones a 32 USD y la colección de nueve jabones a 85 USD. Esta empresa se destaca por ofrecer cursos para hacer jabones artesanales a un precio de 129 USD. Además, por cada barra de jabón que vendan, donarán el 5% a los refugios de mujeres en Estados Unidos.

Competidores indirectos. Según el blogger Torreblanca (2014), estos son aquellos que satisfacen las necesidades del mercado con un producto sustituto, normalmente son los más difíciles de detectar.

Anteriormente se mencionaron las marcas Dove, Dial y Irish Spring. Cada una tiene un mercado meta diferente así como productos diferentes a los que ofrece el presente proyecto.

Mercado de demanda

Según (Urbina, 2011) “Se entiende como demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”.

A continuación, los resultados del estudio de campo realizado mediante grupo focal y encuestas.

Resultados del grupo focal. Entre los resultados del grupo focal se pudo apreciar que la mayoría consume jabones de tipo hidratante y con buen aroma. Los factores más mencionados al momento de comprar jabones fueron el tipo de ingredientes que contenía, para que tipo de piel y qué tan natural son. Las mujeres que son madres indicaron que para ellas buscaban jabones humectantes y de buen aroma, mientras que para sus bebés buscaban jabones neutros y apropiados para la edad de sus hijos pero que se les dificultaba el encontrar este tipo de jabones naturales.

Las del grupo de madres realizaban sus compras cada 15 días en supermercados como Walmart y Publix. Las del grupo de mujeres sin hijos compraban en los que les quedaba más cerca que era CVS o donde realicen compras rápidas como Publix cada dos semanas.

La mayoría de mujeres mencionaron un largo proceso de cuidado facial que incluían el uso de: jabones, tónicos, cremas humectantes y bloqueador solar. El proceso era un poco más corto en aquellas con hijos debido a que mencionaron la necesidad de salir rápido al trabajo y aprovechar su tiempo libre al máximo para atender a sus hijos. Las mujeres que ya eran de mayor edad incluían el uso de cremas antiarrugas.

Entre las esencias favoritas mencionadas fueron: lavanda, eucalipto, manzanilla y chocolate. A su vez, muy pocas consumían este tipo de productos puesto que no han tenido la posibilidad de tener acceso a este producto a un precio razonable, puesto que la mayoría se conseguía por internet a precios de envío muy altos y no confiaban en la veracidad de su calidad. Al ser un producto que se aplica directamente al rostro,

mencionaron el miedo de que la calidad del producto vaya a generar alguna reacción a su piel y a la de sus hijos. Con estas respuestas se puede concluir la aceptación del producto siempre y cuando se afirme y compruebe la calidad de los productos utilizados.

Resultados de la encuesta.

Especifique su género (395 responses)

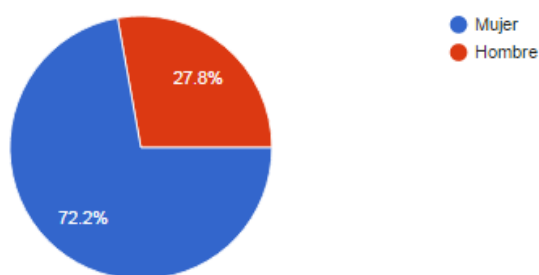


Figura 2: Obtenido mediante encuesta vía Google Forms.

De las 395 encuestas realizadas en la ciudad de Orlando, Florida, Estados Unidos un 72.2% fueron mujeres y un 27.8% hombres; lo que equivale a 286 mujeres y 109 hombres. Se puede confirmar la idea de que la venta de los jabones artesanales de glicerina en barra sea enfocada hacia el mercado femenino.

¿Qué edad tiene? (389 responses)

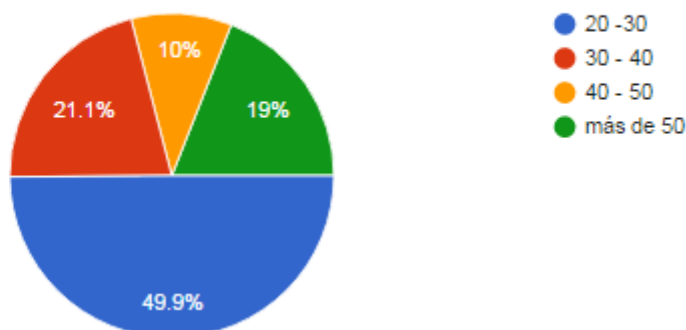


Figura 3: Obtenido mediante encuesta vía Google Forms.

Las personas de 20 a 30 años fueron las que más respondieron la encuesta, equivalen a 194 encuestados. Siguiéndole se encuentran aquellas personas entre 30 y 40 años con un 21.1% que equivale a 83 encuestados. En último lugar fueron aquellos entre los 40 y 50 años de edad que equivalen a un 10%. Se puede determinar que nuestro producto debe ir dirigido a las personas entre los 30 y 40 años.

Elija su estado civil (396 responses)

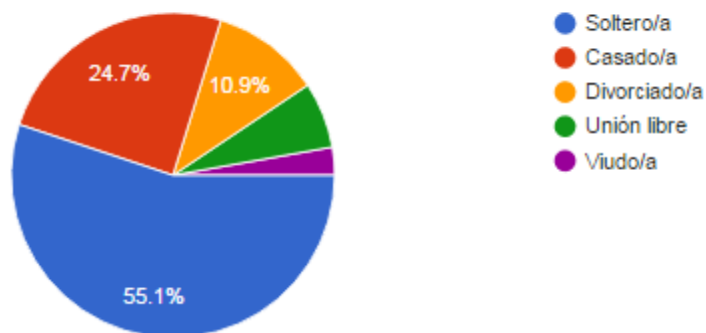


Figura 4: Obtenido mediante encuesta vía Google Forms.

La mayoría de personas encuestadas eran solteras, siguiéndole por los casados. Esto no va a influir al momento de comprar el producto debido a que es un producto de consumo general y masivo, El cual no va a depender del estado civil del consumidor.

¿Tiene hijos? (393 responses)

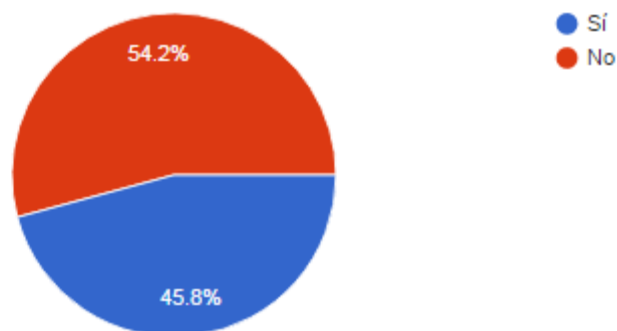


Figura 5: Obtenido mediante encuesta vía Google Forms.

De las 393 personas encuestadas 213 personas no tenían hijos. Esto nos sirve como guía puesto que se tiene pensado el ofrecer un producto el cual desde recién nacidos lo puedan utilizar. Al saber que en esta ciudad la mayoría no tiene hijos nos permite tener una idea de cuánto sería el consumo de jabones en cada hogar.

¿Cada cuanto usted compra jabones? (392 responses)

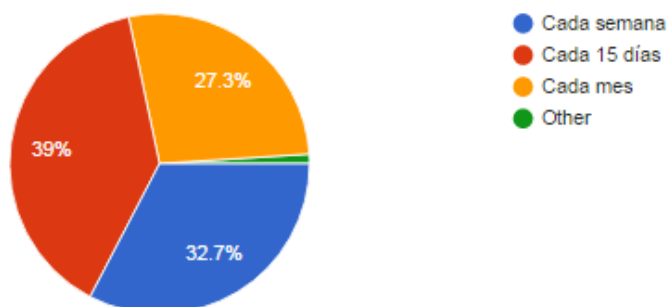


Figura 6: Obtenido mediante encuesta vía Google Forms.

Al momento de la encuesta 153 personas respondieron que compraban jabones cada 15 días y 128 personas respondieron que compran cada semana. Esto permite entender el patrón de compra de este producto, indicando que es un producto de uso constante y recurrente, del cual se repite la compra en cada visita al supermercado.

¿Cuántos jabones consume mensualmente? (394 responses)

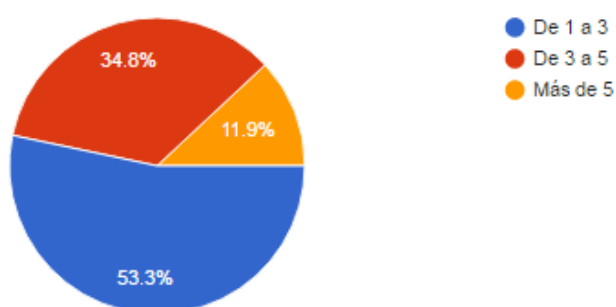


Figura 7: Obtenido mediante encuesta vía Google Forms.

Esta pregunta va ligada a la pregunta del estado civil, ya que al ser la mayoría solteros y al comprar mensualmente de uno a tres jabones debemos enfocar nuestro mercado meta a aquellas personas que vivan en familias numerosas, de preferencia casados puesto que va a aumentar el

consumo del mismo. Se lo puedo percibir ya que le sigue el consumo de 3 a 5 jabones mensuales, al igual que aquellos que están casados y viven en familia.

¿Consumes una marca específica de jabones? (389 responses)

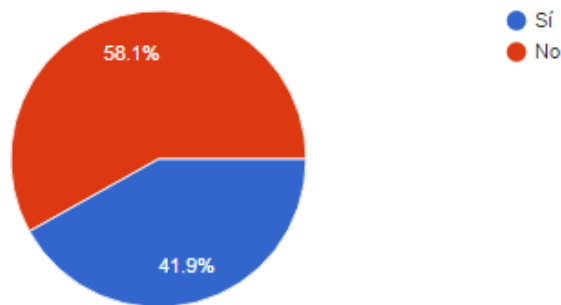


Figura 8: Obtenido mediante encuesta vía Google Forms.

De los 389 encuestados, 226 personas respondieron que no consumían una marca específica de jabones. Esto significa que hay la posibilidad de que los consumidores se desprendan de su marca habitual de jabones, permitiendo el consumo de una nueva marca.

Seleccione la marca de su preferencia (374 responses)

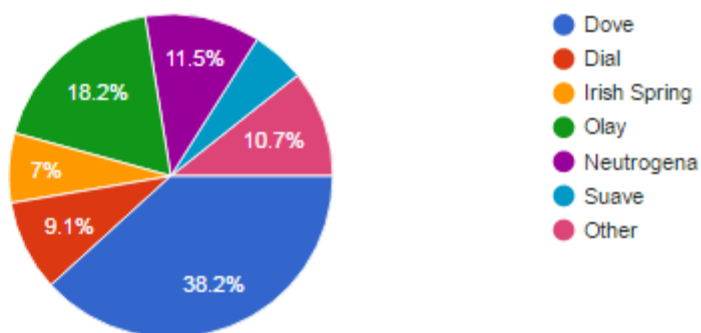


Figura 9: Obtenido mediante encuesta vía Google Forms.

En los Estados Unidos existe una extensa variedad de marcas de jabones, en este caso la mayoría de personas respondió que Dove era de su preferencia. Esto significa que buscan un jabón hidratante y neutro. A su

vez, indirectamente demuestran que están dispuestos a pagar un valor mayor por un producto de calidad y que lleve beneficios para la piel.

¿Qué es lo que más valora al momento de comprar un jabón? (396 respuestas)

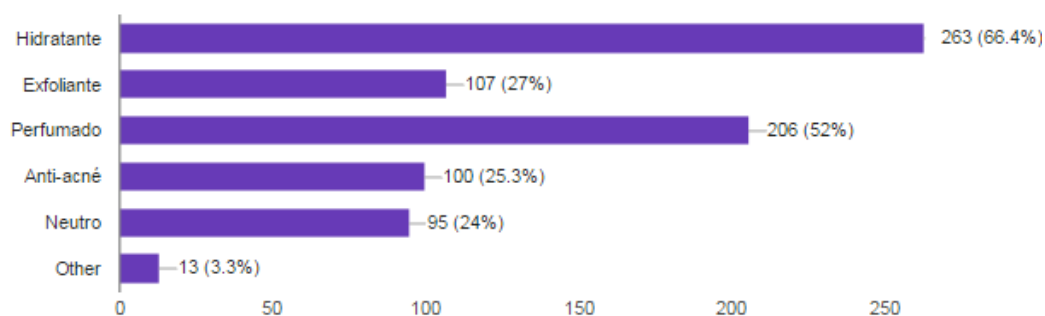


Figura 10: Obtenido mediante encuesta vía Google Forms.

La mayoría busca un jabón hidratante y perfumado, que a su vez sea neutro. Esto va acorde a lo que ofrece el presente proyecto, significando de por sí una aceptación al mismo al momento de introducir el producto al mercado.

¿Qué tan atractivas encuentra las siguientes características en un jabón?

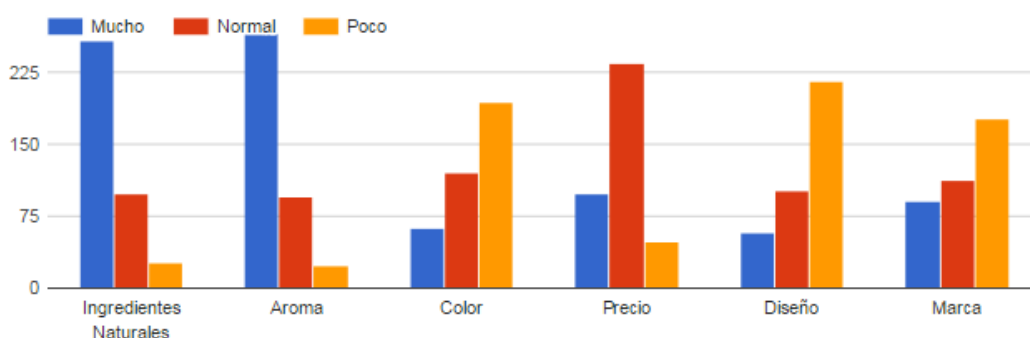


Figura 11: Obtenido mediante encuesta vía Google Forms.

En la Figura 11 se puede encontrar que la mayoría de personas busca como prioridad al momento de comprar jabones que contengan ingredientes naturales, así como un excelente aroma. De manera secundaria se encuentran factores tales como: color, precio, diseño y marca. Debido a esto

es que se decidió enfocar el producto a aquellos de clase social media a alta.

¿Dónde compra los jabones? (391 responses)

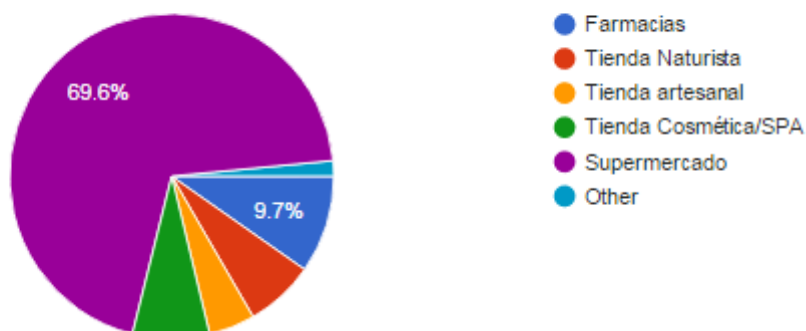


Figura 12: Obtenido mediante encuesta vía Google Forms.

La mayoría de personas compra este producto en los supermercados, dificultando un poco el acceso de los jabones artesanales de glicerina. Esto se debe a que los supermercados requieren cantidades muy altas y a precios más bajos. Por el momento se ha decidido vender en tiendas naturistas y artesanales debido a que los requerimientos son mucho más accesibles a nuestra empresa recién formada.

¿Qué ingredientes le gustaría tener en un jabón? (393 responses)

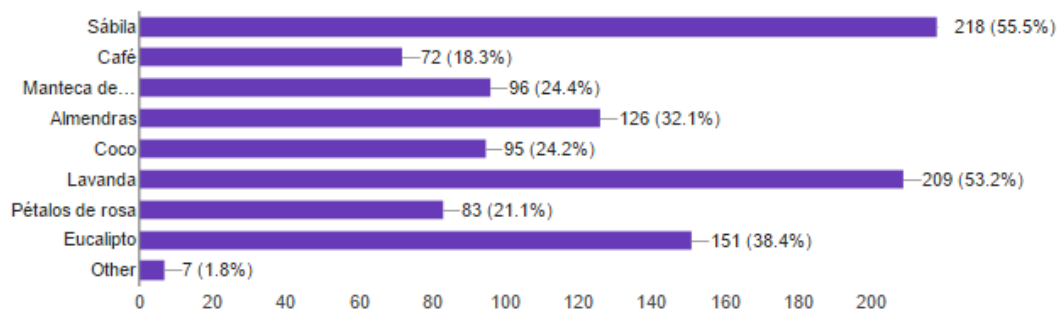


Figura 13: Obtenido mediante encuesta vía Google Forms.

Entre los aromas e ingredientes que la mayoría de encuestados prefieren se encuentra la sábila, lavanda, eucalipto y finalmente almendras. Con esta información se pueden definir cuáles serán los ingredientes y aromas que se ofrecerán para satisfacer al mercado.

¿Qué tipo de jabón prefiere? (387 responses)

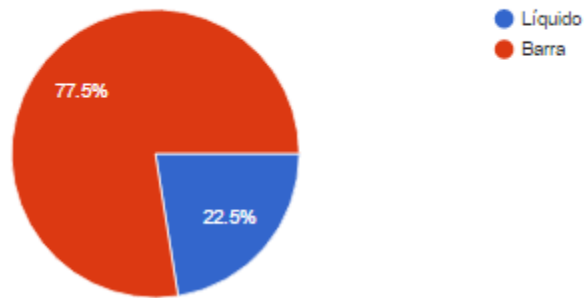


Figura 14: Obtenido mediante encuesta vía Google Forms.

De los 387 encuestados, 300 afirmaron que prefieren los jabones en barra, de esta manera significa que nuestro producto está dentro de las preferencias de los consumidores de la ciudad de Orlando.

¿Ha probado jabones artesanales de glicerina? (394 responses)

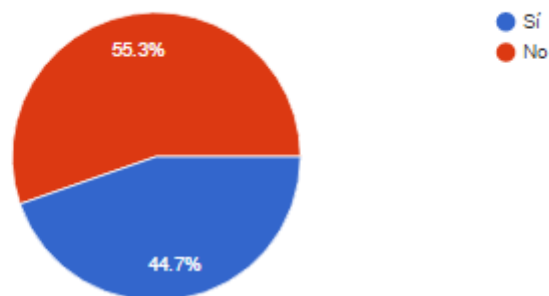


Figura 15: Obtenido mediante encuesta vía Google Forms.

Se puede constatar que el conocimiento de los jabones artesanales de glicerina en el mercado es positivo ya que un 44.7% admitió que si lo ha consumido antes.

¿Se cambiaría de marca de jabón si éste le brindara beneficios para su salud?
(394 responses)

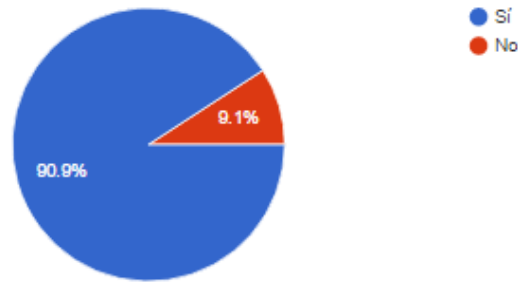


Figura 16: Obtenido mediante encuesta vía Google Forms.

Con esta respuesta se entiende que con un buen plan de marketing se puede dar a conocer cuáles son los beneficios de los jabones artesanales de glicerina existe la posibilidad de que se cambien a la marca del presente proyecto o marcas relacionadas. Esto debido a que el 90.0% respondió que se cambiaría de jabón si éste le brindara beneficios a su salud.

Producto

La empresa ofrecerá jabones artesanales de glicerina en barra, a base de aceite oliva junto con una variedad de aceites esenciales. Al ser un jabón artesanal, se garantizará el cuidado de cada uno de los detalles al momento de la elaboración de cada uno.

El producto será 100% natural, orgánico y vegano, de esta manera personas con pieles sensibles podrán utilizarlo sin ningún problema. El producto ofrecerá propiedades tales como suavidad y excelente aroma a la piel.

La empresa ofrecerá una variedad de combinaciones de esencias naturales para cautivar no solo a la piel sino también el olfato de todos aquellos que lo utilicen. A continuación, algunas de sus combinaciones:

- Jabón de glicerina de miel y manzanilla.
- Jabón de glicerina con lavanda y avena.
- Jabón de glicerina de aloe con esencia de eucalipto y menta.

El jabón será transparente, de textura dura y biodegradable, con un peso de 100g. Cada uno de los jabones contendrá un ingrediente fresco y natural extra para destacar y lograr una diferencia de los jabones de glicerina de la competencia. La marca del jabón será “Nymph’s Touch”, cuya traducción en español es Toque de Ninfa. Con este nombre se busca resaltar el toque delicado y de belleza de nuestros jabones.

Precio

El producto será vendido los dos primeros años a \$3,70 por cada barra de jabón. De esta manera se podrá solventar no solo su producción sino también la ganancia de los distribuidores y costos de importación de los mismos. Este precio se ha determinado debido a que los jabones de 100 gramos de características similares en los Estados Unidos se venden en un rango entre \$8,50 y \$12,00. El precio para los tres años restantes se lo determinó con un incremento del 0,14% que es la variación del Índice de Precios al Productor. Es un incremento de casi un centavo puesto que el costo unitario es bajo y permite el mantener el precio.

Plaza

El producto será exportado a la ciudad de Orlando, Estados Unidos, por lo cual será comercializado en lugares clave, donde la gente vaya de manera regular a realizar sus compras de productos para limpieza corporal. Debido a que el número de jabones requeridos por estas empresas por lo general son muy altos, en comparación a los que podría producir la empresa en un principio, se ha decidido empezar en locales igualmente conocidos. Entre los que se puede mencionar:

- Bath & Body Works
- The Body Shop
- Origins

Zona de influencia del proyecto

La planta de producción estará ubicada en el centro de la ciudad de Guayaquil, Ecuador; específicamente en las calles Padre Solano y Carchi, cerca de la Avenida 9 de octubre. Se ha elegido esta ubicación puesto que está cerca tanto de los proveedores, así como del puerto de embarcación.

Una vez que los productos lleguen a los Estados Unidos, su comercialización se realizará en la ciudad de Orlando, Florida, debido a que la persona encargada de la distribución está ubicada en esta ciudad.

Comercialización

En esta etapa del proyecto se muestra el flujo desde la fábrica al cliente en los Estados Unidos. El producto deberá ser entregado en el lugar y momento indicado para poder acaparar un mayor mercado, por eso se ha realizado la siguiente cadena logística:

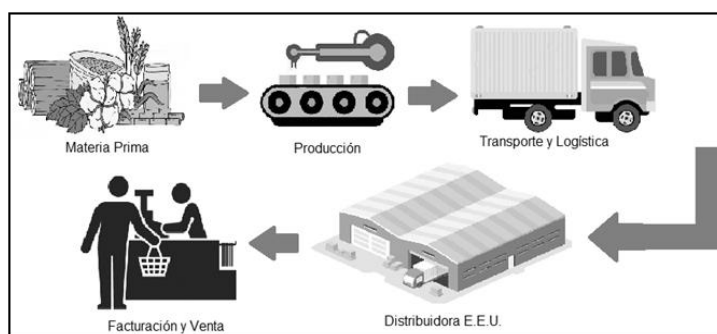


Figura 17: Cadena logística

Licencia Sanitaria

El Ministerio de Salud Pública por medio de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia otorga un certificado de registro sanitario puesto que es obligación que todo producto higiénico cuento con el mismo. El certificado de registro sanitario será emitido a nombre del titular de la empresa.

Aranceles, mecanismos y permisos de exportación

Registro de exportador. Para poder exportar es necesario obtener el certificado de firma digital o TOKEN, otorgado por el Banco Central o Security Data y también registrarse como exportador en Ecuapass, en el portal web de la aduana del Ecuador.

La partida arancelaria para el producto del presente proyecto es 3401.11.00.00 que se especifica “jabón, productos y preparaciones orgánicos tenso activos, en barras, panes, trozos o piezas troqueladas o moldeadas, y papel, guata, fieltro y tela sin tejer, impregnados, recubiertos o revestidos de jabón o de detergentes: Se excluyen los jabones de uso medicinal” (Ecuapass, 2010).

Según la Aduana del Ecuador (2012) para poder exportar el producto será necesario realizar una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema online Ecuapass. Entre los datos necesarios para la declaración se encuentran:

- Datos del exportador
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso y datos relacionados a la mercancía.

Además, se necesitarán documentos digitales para acompañar a la DAE, que serán:

- Factura comercial original
- Certificado de origen.

Incoterms

Según la Cámara de Comercio Internacional (2010), son reglas reconocidas mundialmente que se aplican en los contratos de compraventa nacionales e internacionales. El que se usará en el presente proyecto será

para transporte marítimo: FOB (Franco a Bordo), el cual requiere que el exportador deje la mercadería sobre el buque del puerto de salida, lo que significa que solamente se tomará en cuenta el flete de la fábrica hasta el puerto de salida de la ciudad de Guayaquil. Desde el momento que la mercadería es entregada en el puerto, cualquier riesgo de pérdida o daño pasa a cuenta del comprador.

Capítulo 5

Aspectos Tecnológicos del Proyecto

Diseño o descripción del producto

Los jabones artesanales de glicerina tendrán como ingrediente principal el aceite de oliva en su fabricación, pues según McDaniel (2002) contiene vitamina E, es antioxidante, hidratante y no va a bloquear las funciones naturales de la piel. A su vez formarán una barra de jabón con textura fuerte y sólida con una espuma leve y natural.

Las medidas de las barras de jabón serán de 9cm de largo, 5cm de ancho y 2 cm de grosor cada uno. Cada jabón tendrá un peso de 100 gramos. A continuación, se mencionarán las combinaciones de jabones junto a sus propiedades:

Jabón de glicerina de lavanda y avena. Perfecta para todo tipo de piel, especialmente piel grasa. De acción antiséptica y relajante, así como regenerador cutáneo y rejuvenecedor. Excelente para gente con piel sensible, con dermatitis y acné.

Jabón de glicerina con miel y manzanilla. Muy hidratante, ideal para personas de todas las edades, incluyendo niños. De acción astringente para personas con piel grasa y acné, así como excelente para personas con piel seca. Efecto antiséptico, cicatrizante y relajante.

Jabón de glicerina de aloe con esencia de eucalipto y menta. Para todo tipo de piel, excepto niños. Anticelulítico y bactericida, ideal para piel grasa y acné por sus propiedades anti inflamatorias. Excelente para pieles manchadas y dañadas además de un aroma de frescura y limpieza.

Proceso de producción

Para poder elaborar un jabón artesanal de glicerina, se deberán seguir los siguientes pasos:

1. Cortar las barras de glicerina blanca en cubos de aproximadamente una pulgada por lado.
2. Poner los cubos de glicerina en la olla y llevar a baño maría hasta que se derrita por completo, evitando que la glicerina hierva, caso contrario el producto final tendrá burbujas.
3. Pasar la mezcla a un envase de vidrio resistente al calor y agregar los aceites esenciales y colorante vegetal. Mezclar para que se incorpore todo.
4. Poner toda la mezcla en los moldes de silicón cuadrados y rociar alcohol para evitar que se haga burbujas mientras se endurece.
5. Esperar treinta minutos para poder desmoldar y cortar con las medidas ya mencionadas anteriormente.

Una vez que se han elaborado los jabones, pasarán a la línea de empaquetado. En este proceso se empaquetarán los jabones en film de plástico transparente y finalmente se agregan las etiquetas hechas a base de cartón reciclado que contarán con el logo de la empresa, ingredientes y registro sanitario.

Determinación de la capacidad de la planta

Se contará con 1 operario en el área de producción, el cual se encargará de la elaboración de los jabones y del empaquetado de los mismos. Se trabajará con el mínimo de inventario, por lo que trabajará media jornada diaria de lunes a viernes.

En la **Tabla 5** se determinan cuántos jabones se elaborarán por hora, diario, mensual y anual. El proceso de elaboración es sencillo y al tener varios moldes se hace más rápida la elaboración. A su vez, en la **Tabla 6**, de muestra la producción en su máxima capacidad y si el obrero trabajara las 8 horas diarias.

Tabla 4
Capacidad de producción efectiva

Año	Anual	Mensual	Diaria	Hora
1	12.672	1056	48	12
2	13.728	1144	52	13
3	16.896	1408	64	16
4	17.952	1496	68	17
5	20.064	1672	76	19

Tabla 5
Capacidad de producción máxima

Año	Anual	Mensual	Diaria	Hora
1	26.400	2200	100	25
2	28.512	2376	108	27
3	30.624	2552	116	29
4	32.736	2728	124	31
5	34.848	2904	132	33

Diseño de la planta

Se alquilará una locación la cual estará dividida en dos ambientes, una para área administrativa y otra para producción. El propósito será de estar al tanto de la producción actual y las necesidades que se tenga en la planta, por consiguiente, habrá mejor comunicación y desempeño administrativo.

El área administrativa contará con una oficina para el gerente general y otra para reuniones ya sea entre los jefes de área y el gerente o para la junta de accionistas. El resto del espacio contará con escritorios, asientos y archivadores para las demás áreas de trabajo como financiero, logístico y ventas.

El área de producción contará con espacios para la producción de los jabones y otro para el empaquetado del mismo. Contará con una bodega para almacenar los productos terminados y materias primas, así como estanterías con las herramientas necesarias. El espacio deberá contar con amplias ventanas para ventilación del ambiente y evitar enfermedades de los operarios. Esta área también contará con una oficina dedicada al control de

calidad de los productos terminados, así como un baño específicamente para los obreros de esta sección.

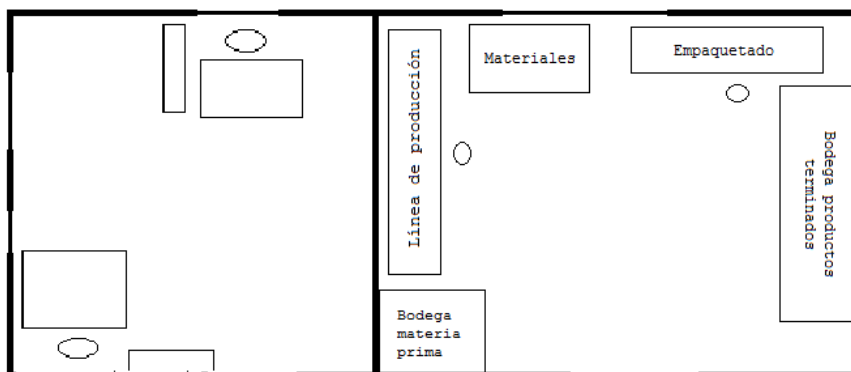


Figura 18: Diseño de la planta

Especificaciones

Materia prima. En la **Tabla 6** se exponen las medidas y cantidades necesarias para elaborar una barra de jabón artesanal de glicerina. Los ingredientes serán diversos debido a que se ofrecerán diferentes presentaciones.

Tabla 6

Detalle de costo de materia prima mensual

CANTIDAD	PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
272	GLICERINA	\$3,90	\$1.059,27
1	ACEITE ESENCIAL LAVANDA	\$30,00	\$30,00
1	ACEITE ESENCIAL MENTA	\$30,00	\$30,00
1	ACEITE ESENCIAL MANZANILLA	\$30,00	\$30,00
TOTAL MENSUAL			\$1.149,27

Clasificación de los tipos de equipos

No se necesitan equipos especiales para la elaboración de los jabones, pero sí de una cocineta eléctrica que es suficiente para lograr derretir la glicerina. A su vez se necesitarán materiales para la elaboración de los jabones, los cuales se muestran en la **Tabla 8** y **Tabla 9** a continuación:

Tabla 7
Detalle de equipos

CANTIDAD	PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Teléfono	\$ 55,26	\$ 55,26
1	A/C	\$ 559,00	\$ 559,00
3	Escritorio	\$ 55,26	\$ 165,78
3	Sillas	\$ 60,53	\$ 181,59
1	Cocineta Eléctrica	\$ 52,30	\$ 52,30
1	Balanza Digital	\$ 43,00	\$ 43,00
2	Archivador	\$ 79,00	\$ 158,00
TOTAL			\$ 1.214,93

Tabla 8
Detalle de equipos de computación

CANTIDAD	PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	IMPRESORA	\$344,74	\$344,74
2	COMPUTADORAS	\$428,07	\$856,14
TOTAL			\$1.200,88

Control de Calidad

Producto. De acuerdo a la normativa INEN 839 sobre agentes tenso activos: jabón en barra para uso doméstico, los requisitos generales para este producto son:

- Su textura debe ser firme y homogénea.
- No dejar olor, color o residuos en los objetos lavados.
- No contener ingredientes tóxicos para los seres humanos.
- Debe producir espuma durante el lavado.

Además, el jabón en barra deberá cumplir con las especificaciones mostradas en la **Tabla 9**:

Tabla 9**Especificaciones del jabón en barra**

REQUISITOS	UNIDAD	GENUINO		SÓLIDO		COMPUESTO		MÉTODO DE ENSAYO
		Mín.	Máx.	Mín.	Máx.	Mín.	Máx.	
Humedad y materia volátil	% (m/m)		30%		35%		38%	INEN 818
Grasa total	% (m/m)	62%		55%		40%		INEN 823
Cloruros	% (m/m)		1%		1%		3%	INEN 819
Alcalinidad libre	% (m/m)		0,2		0,2		0,30%	INEN 821
Acidez libre (como ácido oleico)	% (m/m)		0,5		-		-	INEN 822
Materia insoluble en agua	% (m/m)		2%		2%		15%	INEN 816
Materia insoluble en alcohol	% (m/m)		2%		15%		20%	INEN 817
Materia insaponificada e insaponificable	% (m/m)		2%		2%		2%	INEN 824
Ácidos resínicos	% (m/m)		15%		20%		20%	INEN 825

Nota. Tomado de Instituto Ecuatoriano de Normalización (2014).

Empaque. Según la normativa INEN 839 (1982), cada empaque de cartón deberá contener la razón social del fabricante y marca comercial, la denominación del producto, identificación del lote, masa neta de ácidos grasos en gramos, norma INEN de referencia, número de registro sanitario, dirección del fabricante, ciudad y país.

Abastecimiento de materias primas

Programación de abastecimiento. Se realizará un contrato con los proveedores en el cual se detallarán montos para que se realicen abastecimientos periódicos cada 15 días de las materias primas. De esta manera, se evitarán faltas de materiales que conlleve a atrasos en la producción y sobretodo manejaremos una producción con el mínimo de inventario (lean manufacturing) con el objeto de optimizar costos. Entre los materiales más importantes se encuentra la glicerina y los aceites esenciales puesto que son indispensables para la producción de los jabones en barra.

Capítulo 6

Evaluación Financiera del Proyecto

Estructuración financiera del proyecto

Como requerimiento total para la inversión inicial se ha determinado el valor de \$12.430,35, el cual ha obtenido contabilizando costos para una producción equivalente a dos meses además de la adquisición de materiales y equipos para la producción, detallados en la **Tabla 10**. Este monto será cubierto por tres accionistas, que deberán aportar \$4.143,35 individualmente.

Tabla 10
Inversión Inicial

Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Unit. Total	Total
CAPITAL DE TRABAJO (2 meses)				\$ 7.712,69
MUEBLES Y EQUIPOS DE TRABAJO				\$ 1.856,23
Teléfono	1	\$ 55,26	\$ 55,26	
A/C	2	\$ 559,00	\$ 1.118,00	
Escritorio	3	\$ 55,26	\$ 165,78	
Sillas	3	\$ 60,53	\$ 181,59	
Cocineta Eléctrica	2	\$ 67,30	\$ 134,60	
Balanza Digital	1	\$ 43,00	\$ 43,00	
Archivador	2	\$ 79,00	\$ 158,00	
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				\$ 1.200,88
Impresora Multifunción	1	\$ 345	\$ 345	
Computadora de Escritorio	2	\$ 428	\$ 856	
MATERIALES DIRECTOS				\$ 130,55
Paletas Silicón	1	\$ 0,70	\$ 0,70	
Taza Medidora Pyrex	2	\$ 22,99	\$ 45,98	
Cortador Manga de Madera	1	\$ 3,63	\$ 3,63	
Caja Guantes Latex (100 unid.)	1	\$ 8,00	\$ 8,00	
Gotero	1	\$ 2,24	\$ 2,24	
Molde Rectangular	6	\$ 10,00	\$ 60,00	
Pistola de Silicón	1	\$ 10,00	\$ 10,00	
Gastos de Adecuación e Instalación		420	420	\$ 420,00
Gastos de Constitución		\$ 1.110	\$ 1.110	\$ 1.110,00
TOTAL INVERSIÓN INICIAL				\$ 12.430,35

Política de cobros

Al ser una venta internacional se recibirá un anticipo del 25% del costo de la mercadería vía transferencia bancaria para realizar la producción del mismo bajo pedido. El 75% restante se lo cobraría 20 días después de su arribo al puerto en la ciudad de Miami, Florida, Estados Unidos.

Políticas de pagos

Las fechas establecidas para el pago a los proveedores serían los días martes y jueves de 8h30 a 12h00 los días 15 y 30 de cada mes. En caso de que estas fechas sean días festivos el pago se realizará al día siguiente. No se extenderá el tiempo de pago a los proveedores puesto que es necesaria mantener una relación de negocios en la cual la responsabilidad y compromiso sean los principales valores.

Depreciaciones de activos fijos

En la **Tabla 7** y **Tabla 8** se menciona con detalla la lista de equipos de oficina con sus respectivos costos. A continuación, en la **Tabla 11** y **Tabla 12** se muestra la depreciación de los equipos:

Tabla 11

Depreciación equipos de oficina

AÑO	VALOR ADQUISICIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR EN LIBROS
0	\$ 1.214,93		
1		\$ 121,49	\$ 121,49
2		\$ 121,49	\$ 242,99
3		\$ 121,49	\$ 364,48
4		\$ 121,49	\$ 485,97
5		\$ 121,49	\$ 607,47
6		\$ 121,49	\$ 728,96
7		\$ 121,49	\$ 850,45
8		\$ 121,49	\$ 971,94
9		\$ 121,49	\$ 1.093,44
10		\$ 121,49	\$ 1.214,93

Tabla 12*Depreciación equipos de computación*

AÑO	VALOR ADQUISICIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR EN LIBROS
0	\$ 1.200,88		
1		\$ 400,29	\$ 400,29
2		\$ 400,29	\$ 800,59
3		\$ 400,29	\$ 1.200,88

Además de la glicerina y aceites esenciales mencionados anteriormente en la **Tabla 6**, se necesitan utensilios para poder medir cantidades y darle forma. A continuación, en la **Tabla 13** se detalla lista de materiales directos:

Tabla 13*Detalle de materiales directos*

CANTIDAD	PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Paletas Silicón	\$ 0,70	\$ 0,70
2	Taza Medidora Pyrex	\$ 22,99	\$ 45,98
1	Cortador Manga de Madera	\$ 3,63	\$ 3,63
1	Caja Guantes Latex (100 unid.)	\$ 8,00	\$ 8,00
1	Gotero	\$ 2,24	\$ 2,24
5	Molde Rectangular	\$ 10,00	\$ 50,00
1	Pistola de Silicón	\$ 10,00	\$ 10,00
TOTAL			\$ 120,55

Gastos de mano de obra directa y administración

Se han establecido sueldos básicos para la secretaria y el obrero. Para determinar el incremento anual, se utilizó como base el sueldo de los últimos 17 años. A continuación, en la **Tabla 14**, se muestra el cálculo.

Tabla 14*Inflación salarios Ecuador*

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
\$56,65	\$ 85,65	\$104,88	\$138,00	\$144,00	\$ 150,00	\$ 160,00	\$170,00	\$200,00	\$218,00	\$ 240,00	\$ 264,00	\$ 292,00	\$ 318,00	\$ 340,00	\$ 354,00	\$ 366,00	\$ 375,00
	51,19%	22,45%	31,58%	4,35%	4,17%	6,67%	6,25%	17,65%	9,00%	10,09%	10,00%	10,61%	8,90%	6,92%	4,12%	3,39%	2,46%
12,34%																	

Tabla 15*Mano de obra directa*

EMPLEADO	Salario	Base Imponible	F. de Reserva	Ap. Personal	NETO A RECIBIR	Ap. Patronal	13ER. SUELDO	14° SUELDO	Vacaciones	TOTAL COSTO EMPLEADO MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Producción	\$187,50	\$187,50	\$15,63	\$17,72	\$185,41	\$20,91	\$15,63	\$31,25	\$7,81	\$278,72	\$3.344,63	\$3.757,37	\$4.221,04	\$4.741,93	\$5.327,11
Producción	\$187,50	\$187,50	\$15,63	\$17,72	\$185,41	\$20,91	\$15,63	\$31,25	\$7,81	\$278,72	\$3.344,63	\$3.757,37	\$4.221,04	\$4.741,93	\$5.327,11
TOTAL	\$187,50	\$187,50	\$15,63	\$17,72	\$185,41	\$20,91	\$15,63	\$31,25	\$7,81	\$557,44	\$6.689,25	\$7.514,73	\$8.442,08	\$9.483,87	\$10.654,22

Tabla 16*Gastos de Administración*

EMPLEADO	Salario	Base Imponible	F. de Reserva	Ap. Personal	NETO A RECIBIR	Ap. Patronal	13ER. SUELDO	14° SUELDO	Vacaciones	TOTAL COSTO EMPLEADO MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Gerente Gen.	\$600,00	\$600,00	\$50,00	\$56,70	\$593,30	\$66,90	\$50,00	\$31,25	\$25,00	\$823,15	\$9.877,80	\$11.096,76	\$12.466,15	\$14.004,53	\$15.732,74	
Asistente Adm.	\$375,00	\$375,00	\$31,25	\$35,44	\$370,81	\$41,81	\$31,25	\$31,25	\$15,63	\$526,19	\$6.314,25	\$7.093,46	\$7.968,82	\$8.952,20	\$10.056,94	
TOTAL	\$975,00	\$975,00	\$81,25	\$92,14	\$964,11	\$108,71	\$81,25	\$62,50	\$40,63	\$1.349,34	\$16.192,05	\$18.190,22	\$20.434,97	\$22.956,73	\$25.789,69	
										TOTAL TODO	\$1.906,78	\$22.881,30	\$25.704,95	\$28.877,05	\$32.440,60	\$36.443,90

Resumen de costos y gastos

Tabla 17

Resumen de costos y gastos

COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Variables	\$12.883,25	\$15.059,14	\$16.898,65	\$18.763,29	\$20.615,20
Materiales Directos	\$130,55	\$130,55	\$130,55	\$130,55	\$130,55
Depreciaciones	\$771,54	\$771,54	\$771,54	\$771,54	\$771,54
Servicios Prestados	\$340,00	\$340,00	\$340,00	\$340,00	\$340,00
GASTOS					
Constitución	\$1.110,00	\$ -	\$ -		
Sueldos	\$22.881,30	\$25.704,95	\$28.877,05	\$32.440,60	\$36.443,90
Servicios Básicos	\$2.881,08	\$2.967,51	\$2.529,47		
Arriendo	\$9.600,00	\$10.560,00	\$11.616,00		
TOTAL	\$50.597,72	\$55.533,69	\$61.163,26	\$52.445,98	\$58.301,20

Tabla 18

Detalle capital de trabajo (2 meses)

Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Unit. Total	Total
CAPITAL DE TRABAJO (2 meses)				\$ 7.996,00
MUEBLES Y EQUIPOS DE TRABAJO				\$ 1.856,23
Teléfono	1	\$ 55,26	\$ 55,26	
A/C	2	\$ 559,00	\$ 1.118,00	
Escritorio	3	\$ 55,26	\$ 165,78	
Sillas	3	\$ 60,53	\$ 181,59	
Cocineta Eléctrica	2	\$ 67,30	\$ 134,60	
Balanza Digital	1	\$ 43,00	\$ 43,00	
Archivador	2	\$ 79,00	\$ 158,00	
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				\$ 1.200,88
Impresora Multifunción	1	\$ 345	\$ 345	
Computadora de Escritorio	2	\$ 428	\$ 856	
MATERIALES DIRECTOS				\$ 130,55
Paletas Silicón	1	\$ 0,70	\$ 0,70	
Taza Medidora Pyrex	2	\$ 22,99	\$ 45,98	
Cortador Manga de Madera	1	\$ 3,63	\$ 3,63	
Caja Guantes Latex (100 unid.)	1	\$ 8,00	\$ 8,00	
Gotero	1	\$ 2,24	\$ 2,24	
Molde Rectangular	6	\$ 10,00	\$ 60,00	
Pistola de Silicón	1	\$ 10,00	\$ 10,00	
Gastos de Adecuación e Instalación		420	420	\$ 420,00
Gastos de Constitución		\$ 1.110	\$ 1.110	\$ 1.110,00
TOTAL INVERSIÓN INICIAL				\$ 12.713,66

Detalle de las proyecciones de ingresos

Tabla 19

Detalle de ventas proyectadas

Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Producción (unidades)	13.728	15.840	17.952	20.064	22.176
Ventas (unidades)	13.150	14.912	16.910	19.176	21.746
Precio unitario	\$3,70	\$3,70	\$3,71	\$3,71	\$3,72
INGRESO	\$48.655,00	\$55.174,77	\$62.655,78	\$71.151,13	\$80.798,34
Inventario Final (unidades)	578	928	1.042	888	430
Costo total unitario	\$0,94	\$0,95	\$0,94	\$0,94	\$0,93
Inventario Final	\$542,43	\$882,16	\$980,56	\$830,15	\$399,80

Se han determinado las proyecciones de ventas de acuerdo a los feriados en los Estados Unidos, ya que en esas fechas son cuando los americanos aprovechan los descuentos y compran en mayores cantidades. En meses bajos se ha determinado la venta de 1000 unidades, mientras que en el mes de febrero por ser día de San Valentín se estableció un aumento a 1.500 unidades.

En los meses de marzo y abril debido a que empieza la primavera y la gente disfruta de los buenos aromas y sale de la época de frío se ha establecido una venta de 1.400 unidades. En el mes de mayo es día de la madre y los ciudadanos normalmente se reúnen con abuelas, madres, hijos y la entrega de regalos de uso femenino tales como perfumes, jabones, velas aromáticas, etc. es muy utilizado; por consiguiente, se ha determinado una venta de 1.850 unidades.

En los meses de junio y julio al entrar ya en el verano, en el cual la gente se ducha más debido a los calores extremos en la ciudad de Orlando, Estados Unidos se ha estableció una venta de 1.600 jabones. Finalmente, en los meses de noviembre y navidad, debido a las festividades de Día de Acción de Gracias y navidad, se establecieron ventas de 1.300 y 2.300 unidades respectivamente.

Para los años restantes se ha determinado un incremento del 0,20% en las ventas puesto que se pretende abarcar ese porcentaje del mercado meta que es de 129.829 habitantes. El incremento equivalente a 260 barras de jabones con respecto al año anterior. Al ser un producto para la higiene personal de consumo masivo se puede determinar este incremento anual en las ventas, así como poco a poco ganar reconocimiento en el mercado, lo que generará incremento en los pedidos por parte de los distribuidores.

Costo unitario

Al calcular el costo total unitario que incurre la empresa al producir cada jabón, se debió determinar primero los costos variables y los costos fijos. Los costos variables son los detallados en la **Tabla 5**, que es toda la materia prima. Para la proyección de los próximos 5 años se tomó el valor del Índice de Precios al Productor (IPP) a diciembre del 2016 de 0,14 como porcentaje para el incremento de costos tales como: materia prima, materiales directos, etc. En la **Tabla 20** se muestran los costos unitarios para la producción de barras de jabones artesanales de glicerina para los próximos 5 años:

Tabla 20

Detalle de costo unitario

COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$0,94	\$0,95	\$0,94	\$0,94	\$0,93
COSTO TOTAL UNITARIO	\$0,94	\$0,95	\$0,94	\$0,94	\$0,93

Flujo de caja

Tabla 21

Flujo de Caja (Año 1)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic
INGRESOS												
Unidades vendidas	800	1.250	950	950	1.200	950	1.200	1.200	950	950	1.300	1.450
Precio de venta	\$3,70	\$3,70	\$3,70	\$3,70	\$3,70	\$3,70	\$3,70	\$3,70	\$3,70	\$3,70	\$3,70	\$3,70
Saldo Inicial	\$7.996,00	\$6.794,98	\$7.258,96	\$6.612,94	\$5.966,92	\$6.245,90	\$5.599,89	\$5.878,87	\$6.157,85	\$5.511,83	\$4.865,81	\$5.514,79
Total Ingresos	\$10.956,00	\$11.419,98	\$10.773,96	\$10.127,94	\$10.406,92	\$9.760,90	\$10.039,89	\$10.318,87	\$9.672,85	\$9.026,83	\$9.675,81	\$10.879,79
EGRESOS												
Servicios básicos	\$240,09	\$240,09	\$240,09	\$240,09	\$240,09	\$240,09	\$240,09	\$240,09	\$240,09	\$240,09	\$240,09	\$240,09
Sueldos	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78
Alquiler Oficina	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00
Flete	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00
Compra MP y MD	\$1.204,15	\$1.204,15	\$1.204,15	\$1.204,15	\$1.204,15	\$1.204,15	\$1.204,15	\$1.204,15	\$1.204,15	\$1.204,15	\$1.204,15	\$1.204,15
Total Gastos	\$4.161,02	\$4.161,02	\$4.161,02	\$4.161,02	\$4.161,02	\$4.161,02	\$4.161,02	\$4.161,02	\$4.161,02	\$4.161,02	\$4.161,02	\$4.161,02
(=) Utilidad Oper.	\$6.794,98	\$7.258,96	\$6.612,94	\$5.966,92	\$6.245,90	\$5.599,89	\$5.878,87	\$6.157,85	\$5.511,83	\$4.865,81	\$5.514,79	\$6.718,77

Tabla 22*Flujo de caja proyectado*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<i>INGRESOS</i>					
Unidades vendidas	13.150	16.266	19.382	22.498	25.614
Precio de venta	\$3,70	\$3,70	\$3,71	\$3,71	\$3,72
Saldo Inicial	\$7.996,00	\$6.718,77	\$12.360,44	\$24.001,74	\$40.639,03
Total Ingresos	\$56.651,00	\$66.902,58	\$84.173,46	\$107.476,43	\$135.807,88
<i>EGRESOS</i>					
Servicios básicos	\$2.881,08	\$2.967,51	\$2.529,47	\$2.605,36	\$2.683,48
Sueldos	\$22.881,30	\$25.704,95	\$28.877,05	\$32.440,60	\$36.443,90
Alquiler Oficina	\$9.600,00	\$10.560,00	\$11.616,00	\$12.777,60	\$14.055,36
Flete	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00
Compra MP y MD	\$14.449,85	\$15.189,69	\$17.029,20	\$18.893,84	\$20.615,20
Total Gastos	\$49.932,23	\$54.542,15	\$60.171,72	\$66.837,40	\$73.917,95
(=) Utilidad Oper.	\$6.718,77	\$12.360,44	\$24.001,74	\$40.639,03	\$61.889,93

Estado de pérdidas y ganancias (Año 1)

Tabla 23

Detalle Estado de Pérdidas y Ganancias

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic
Ventas	\$2.960,00	\$4.625,00	\$3.515,00	\$3.515,00	\$4.440,00	\$3.515,00	\$4.440,00	\$4.440,00	\$3.515,00	\$3.515,00	\$4.810,00	\$5.365,00
(-) Costo de Venta	\$750,77	\$1.173,08	\$891,54	\$891,54	\$1.126,16	\$891,54	\$1.126,16	\$1.126,16	\$891,54	\$891,54	\$1.220,00	\$1.360,77
Utilidad Bruta	\$2.209,23	\$3.451,92	\$2.623,46	\$2.623,46	\$3.313,84	\$2.623,46	\$3.313,84	\$3.313,84	\$2.623,46	\$2.623,46	\$3.590,00	\$4.004,23
(-) Gastos Operativos												
Sueldos	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78
Servicios Básicos	\$240,09	\$240,09	\$240,09	\$240,09	\$240,09	\$240,09	\$240,09	\$240,09	\$240,09	\$240,09	\$240,09	\$240,09
Arriendo	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00
(-) Depreciaciones	-\$64,29	-\$64,29	-\$64,29	-\$64,29	-\$64,29	-\$64,29	-\$64,29	-\$64,29	-\$64,29	-\$64,29	-\$64,29	-\$64,29
Utilidad Operacional	-\$673,34	\$569,35	-\$259,11	-\$259,11	\$431,27	-\$259,11	\$431,27	\$431,27	-\$259,11	-\$259,11	\$707,43	\$1.121,66
(-) 15% Part. Trabajadores	-\$101,00	\$85,40	-\$38,87	-\$38,87	\$64,69	-\$38,87	\$64,69	\$64,69	-\$38,87	-\$38,87	\$106,11	\$168,25
Utilidad Antes de IR	-\$572,34	\$483,95	-\$220,25	-\$220,25	\$366,58	-\$220,25	\$366,58	\$366,58	-\$220,25	-\$220,25	\$601,31	\$953,41
(-) 22% Imp Renta (2014)	-\$125,92	\$106,47	-\$48,45	-\$48,45	\$80,65	-\$48,45	\$80,65	\$80,65	-\$48,45	-\$48,45	\$132,29	\$209,75
Exoneración	-\$125,92	\$106,47	-\$48,45	-\$48,45	\$80,65	-\$48,45	\$80,65	\$80,65	-\$48,45	-\$48,45	\$132,29	\$209,75
Utilidad Antes de Res.	-\$572,34	\$483,95	-\$220,25	-\$220,25	\$366,58	-\$220,25	\$366,58	\$366,58	-\$220,25	-\$220,25	\$601,31	\$953,41
(-) 10% Reserva Legal	-\$57,23	\$48,39	-\$22,02	-\$22,02	\$36,66	-\$22,02	\$36,66	\$36,66	-\$22,02	-\$22,02	\$60,13	\$95,34
Utilidad Neta	-\$515,11	\$435,55	-\$198,22	-\$198,22	\$329,92	-\$198,22	\$329,92	\$329,92	-\$198,22	-\$198,22	\$541,18	\$858,07
(+) Depreciaciones	\$64,29	\$64,29	\$64,29	\$64,29	\$64,29	\$64,29	\$64,29	\$64,29	\$64,29	\$64,29	\$64,29	\$64,29
Flujo neto de efectivo	-\$450,81	\$499,85	-\$133,93	-\$133,93	\$394,22	-\$133,93	\$394,22	\$394,22	-\$133,93	-\$133,93	\$605,48	\$922,36

Estado de pérdidas y ganancias proyectado

Tabla 24

Detalle de Estado de Resultados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$48.655,00	\$60.183,82	\$71.813,03	\$83.474,68	\$95.168,85
(-) Costo de Venta	\$12.340,82	\$15.464,04	\$18.244,54	\$21.039,21	\$23.810,84
Utilidad Bruta	\$36.314,18	\$44.719,78	\$53.568,48	\$62.435,48	\$71.358,01
(-) Gastos Operativos					
Sueldos	\$22.881,30	\$25.704,95	\$28.877,05	\$32.440,60	\$36.443,90
Servicios Básicos	\$2.881,08	\$2.967,51	\$2.529,47	\$2.605,36	\$2.683,48
Arriendo	\$9.600,00	\$10.560,00	\$11.616,00	\$12.777,60	\$14.055,36
(-) Depreciaciones	-\$771,54	-\$771,54	-\$771,54	-\$771,54	-\$771,54
Utilidad Operacional	\$1.723,34	\$6.258,86	\$11.317,50	\$15.383,45	\$18.946,81
(-) 15% Part. Trabajadores	\$258,50	\$938,83	\$1.697,63	\$2.307,52	\$2.842,02
Utilidad Antes de IR	\$1.464,84	\$5.320,03	\$9.619,88	\$13.075,94	\$16.104,79
(-) 22% Imp Renta (2014)	\$322,26	\$1.170,41	\$2.116,37	\$2.876,71	\$3.543,05
Exoneración	\$322,26	\$1.170,41	\$2.116,37	\$2.876,71	\$3.543,05
Utilidad Antes de Res.	\$1.464,84	\$5.320,03	\$9.619,88	\$13.075,94	\$16.104,79
(-) 10% Reserva Legal	\$146,48	\$532,00	\$961,99	\$1.307,59	\$1.610,48
Utilidad Neta	\$1.318,36	\$4.788,02	\$8.657,89	\$11.768,34	\$14.494,31
(+) Depreciaciones	\$771,54	\$771,54	\$771,54	\$771,54	\$771,54
Flujo neto de efectivo	\$2.089,89	\$5.559,56	\$9.429,43	\$12.539,88	\$15.265,85

Tabla 25
Balance general año 1

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.
ACTIVOS												
Activos Corrientes												
Efectivo	\$7.996,00	\$6.794,98	\$7.258,96	\$6.612,94	\$5.966,92	\$6.245,90	\$5.599,89	\$5.878,87	\$6.157,85	\$5.511,83	\$4.865,81	\$5.514,79
Inventario	\$322,83	-\$99,48	\$182,06	\$182,06	-\$52,55	\$182,06	-\$52,55	-\$52,55	\$182,06	\$182,06	-\$146,40	-\$287,17
Arriendos Prepagados	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00	\$800,00
Total Activos Corrientes	\$9.118,83	\$7.495,50	\$8.241,02	\$7.595,01	\$6.714,37	\$7.227,97	\$6.347,33	\$6.626,31	\$7.139,91	\$6.493,89	\$5.519,41	\$6.027,62
Activos Fijos												
Muebles de oficina	\$1.856,23	\$1.856,23	\$1.856,23	\$1.856,23	\$1.856,23	\$1.856,23	\$1.856,23	\$1.856,23	\$1.856,23	\$1.856,23	\$1.856,23	\$1.856,23
Equipos de Oficina	\$1.200,88	\$1.200,88	\$1.200,88	\$1.200,88	\$1.200,88	\$1.200,88	\$1.200,88	\$1.200,88	\$1.200,88	\$1.200,88	\$1.200,88	\$1.200,88
(-) Dep. Acum. A/F	\$64,29	\$64,29	\$64,29	\$64,29	\$64,29	\$64,29	\$64,29	\$64,29	\$64,29	\$64,29	\$64,29	\$64,29
Total Activos Fijos	\$2.992,82	\$2.992,82	\$2.992,82	\$2.992,82	\$2.992,82	\$2.992,82	\$2.992,82	\$2.992,82	\$2.992,82	\$2.992,82	\$2.992,82	\$2.992,82
Activos Diferidos												
Gastos de Constitución	\$1.110,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Total Activos Diferidos	\$1.110,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Total ACTIVOS	\$13.221,65	\$10.488,32	\$11.233,84	\$10.587,82	\$9.707,18	\$10.220,78	\$9.340,15	\$9.619,13	\$10.132,72	\$9.486,70	\$8.512,22	\$9.020,43
PASIVOS												
Pasivos Corto Plazo												
Sueldos por pagar	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78	\$1.906,78
Servicios Básicos por Pagar	\$240,09	\$240,09	\$240,09	\$240,09	\$240,09	\$240,09	\$240,09	\$240,09	\$240,09	\$240,09	\$240,09	\$240,09
15% a trabajadores por pagar	-\$101,00	\$85,40	-\$38,87	-\$38,87	\$64,69	-\$38,87	\$64,69	\$64,69	-\$38,87	-\$38,87	\$106,11	\$168,25
22% Impuesto a la Renta	-\$125,92	\$106,47	-\$48,45	-\$48,45	\$80,65	-\$48,45	\$80,65	\$80,65	-\$48,45	-\$48,45	\$132,29	\$209,75
Exoneración												
Total Pasivos Corto Plazo	\$1.919,95	\$2.338,74	\$2.059,54	\$2.059,54	\$2.292,20	\$2.059,54	\$2.292,20	\$2.292,20	\$2.059,54	\$2.059,54	\$2.385,27	\$2.524,86
Total PASIVOS	\$1.919,95	\$2.338,74	\$2.059,54	\$2.059,54	\$2.292,20	\$2.059,54	\$2.292,20	\$2.292,20	\$2.059,54	\$2.059,54	\$2.385,27	\$2.524,86
Patrimonio												
Capital Social	\$11.874,04	\$7.665,64	\$9.394,54	\$8.748,52	\$7.048,40	\$8.381,48	\$6.681,36	\$6.960,34	\$8.293,42	\$7.647,41	\$5.525,64	\$5.542,16
Utilidad	-\$515,11	\$435,55	-\$198,22	-\$198,22	\$329,92	-\$198,22	\$329,92	\$329,92	-\$198,22	-\$198,22	\$541,18	\$858,07
10% reserva legal	-\$57,23	\$48,39	-\$22,02	-\$22,02	\$36,66	-\$22,02	\$36,66	\$36,66	-\$22,02	-\$22,02	\$60,13	\$95,34
Total Patrimonio	\$11.301,70	\$8.149,58	\$9.174,30	\$8.528,28	\$7.414,98	\$8.161,24	\$7.047,94	\$7.326,92	\$8.073,18	\$7.427,16	\$6.126,96	\$6.495,57
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$13.221,65	\$10.488,32	\$11.233,84	\$10.587,82	\$9.707,18	\$10.220,78	\$9.340,15	\$9.619,13	\$10.132,72	\$9.486,70	\$8.512,22	\$9.020,43

Tabla 26*Balance General proyectado*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS					
Activos Corrientes					
Efectivo	\$33.758,38	\$35.391,23	\$43.766,96	\$59.047,71	\$79.766,41
Inventario	\$542,43	\$882,16	\$980,56	\$830,15	\$399,80
Arrendos Prepagados	\$9.600,00	\$10.560,00	\$11.616,00	\$12.777,60	\$14.055,36
Total Activos Corrientes	\$43.900,81	\$46.833,39	\$56.363,52	\$72.655,46	\$94.221,57
Activos Fijos					
Muebles de oficina	\$1.856,23	\$1.856,23	\$1.856,23	\$1.856,23	\$1.856,23
Equipos de Oficina	\$1.200,88	\$1.200,88	\$1.200,88	\$1.200,88	\$1.200,88
(-) Dep. Acum. A/F	\$771,54	\$771,54	\$771,54	\$771,54	\$771,54
Total Activos Fijos	\$2.285,57	\$2.285,57	\$2.285,57	\$2.285,57	\$2.285,57
Activos Diferidos					
Gastos de Constitución	\$1.110,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Total Activos Diferidos	\$1.110,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Total ACTIVOS	\$47.296,38	\$49.118,96	\$58.649,09	\$74.941,03	\$96.507,14
PASIVOS					
Pasivos Corto Plazo					
Sueldos por pagar	\$22.881,30	\$25.704,95	\$28.877,05	\$32.440,60	\$36.443,90
Servicios Básicos por Pagar	\$2.881,08	\$2.967,51	\$2.529,47	\$2.605,36	\$2.683,48
15% a trabajadores por pagar	\$258,50	\$938,83	\$1.697,63	\$2.307,52	\$2.842,02
22% Impuesto a la Renta	\$322,26	\$1.170,41	\$2.116,37	\$2.876,71	\$3.543,05
Exoneración	\$322,26	\$1.170,41	\$2.116,37	\$2.876,71	\$3.543,05
Total Pasivos Corto Plazo	\$26.020,88	\$29.611,29	\$33.104,15	\$37.353,48	\$41.969,41
Total PASIVOS	\$26.020,88	\$29.611,29	\$33.104,15	\$37.353,48	\$41.969,41
Patrimonio					
Capital Social	\$19.810,66	\$14.187,64	\$15.925,06	\$24.511,61	\$38.432,95
Utilidad	\$1.318,36	\$4.788,02	\$8.657,89	\$11.768,34	\$14.494,31
10% reserva legal	\$146,48	\$532,00	\$961,99	\$1.307,59	\$1.610,48
Total Patrimonio	\$21.275,50	\$19.507,67	\$25.544,94	\$37.587,55	\$54.537,74
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$47.296,38	\$49.118,96	\$58.649,09	\$74.941,03	\$96.507,14

Punto de equilibrio

- **Unidades (Año 1)**

$$\text{P.E.} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Unidades Producidas}}$$

$$(\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables})$$

$$\text{P.E.} = \frac{\$7.996,00 \times 13728}{(13150,00 - 1.073,60)}$$

$$\text{P.E.} = 9.089,56 \text{ unidades}$$

- **Ventas (Año 1)**

$$\text{P.E.} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - (\text{Costos Variables} \div \text{Ventas Totales})}$$

$$\text{P.E.} = \$7.995,92 \text{ dólares americanos}$$

$$\text{TIR} = 39\%$$

$$\text{VAN} = \$13.962,88$$

$$\text{Payback Period} = \text{Año 3, mes 3}$$

Índices financieros

$$\text{Razón Corriente} = \text{Activo Corriente} \div \text{Pasivo Corriente}$$

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1,69	1,58	1,70	1,70	1,70

$$\text{Prueba Ácida} = (\text{Activo Corriente} - \text{Inventario}) \div \text{Pasivo Corriente}$$

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1,67	1,55	1,67	1,68	1,69

$$\text{Capital de Trabajo Neto} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$17.879,93	\$17.222,10	\$23.259,37	\$35.301,97	\$52.252,17

ROE = Utilidad Neta ÷ Patrimonio

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
6%	25%	34%	31%	27%

ROA = Utilidad Neta ÷ Activos

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
3%	10%	15%	16%	15%

Apalancamiento = Deuda Total ÷ Capital Contable

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$0,64	\$0,90	\$0,80	\$0,52	\$0,33

Análisis del costo / beneficio

Para poder sacar el Valor Actual Neto (VAN) es necesario traer los valores del flujo neto de efectivo a valor presente. Para calcular TMAR se utilizaron los valores de riesgo país del Ecuador que a febrero del 2017 es 6,17%, la inflación 0,90 y la tasa pasiva de la banca 5,07% que da un total de 12,21%. El resultado es \$13.962,88 que al ser positivo indica que se obtendrán retornos mayores a lo que se invirtió inicialmente \$12,430,35.

Por otro lado, la Tasa Interna de Retorno (TIR) permitirá entender que tan conveniente es el presente proyecto. A mayor TIR, más deseable será la inversión. En este caso, se ha obtenido a un resultado del 39% que está dentro de los parámetros optimistas, más que nada debido a que se está vendiendo e incrementando las ventas en una misma ciudad. Generando ganancias anuales razonables desde los cinco mil dólares en el año dos a los \$15.000 en el año cinco, debido a todo el trabajo implementado para su realización.

El pasivo corriente indicará cuantos activos la empresa tiene para cubrir los gastos a corto plazo como lo son sueldos, arriendos, etc. En este caso, por cada dólar de deuda que tiene la empresa se tiene \$1,70 para pagarlo. La prueba ácida permite medir la liquidez de la empresa, indicando que por cada dólar la empresa contará con 1,60 para pagar sus pasivos.

CONCLUSIONES

Luego de analizar todos los factores se puede concluir que al invertir \$12.430,35 los indicadores de retorno muestran la rentabilidad del proyecto, mientras que los resultados y análisis de mercado confirman la factibilidad y aceptación del mismo. Se ofrece un producto con beneficios para la piel de los consumidores y que aumentará el conocimiento internacionalmente de productos artesanales ecuatorianos, que puede llegar a posicionarse entre los más conocidos actualmente.

La situación del país motiva a que los ciudadanos busquemos nuevas ideas fuera del mercado Sudamericano. Permitirá sacar adelante proyectos innovadores de pequeña escala, pero con muchas probabilidades de desarrollarse y crecer para competir con productos de la región.

En el estudio de mercado realizado se pudo confirmar a la ciudad de Orlando como mercado potencial para las barras de jabón artesanales de glicerina. Debido a que un 90,9% de los encuestados mencionó el cambiarse de producto de ser ofrecido, permitiendo así la apertura a corto plazo a otras grandes ciudades dentro de los Estados Unidos o inclusive un aumento de variedad de jabones que se ofrecen para el consumo.

El jabón artesanal de glicerina tiene la posibilidad de ser industrializado debido a que con el paso del tiempo va aumentando de necesidad de consumir productos naturales y sin químicos dañinos para la piel de las personas. Será esencial el dar a conocer los beneficios de este producto para que tenga participación dentro del mercado y llegar a competir con grandes marcas mencionadas previamente en el trabajo.

Se aprovechará la ayuda que ofrecen entidades como ProEcuador, cuyo trabajo principal es el de promover internacionalmente los productos ecuatorianos tanto tradicionales como no tradicionales. Por consiguiente, dando paso a una apertura de mercado ya no solo en los Estados Unidos, sino en países europeos.

RECOMENDACIONES

Entre las recomendaciones pertinentes para que el presente proyecto pueda ponerse en marcha, se mencionan las siguientes:

- Aprovechar la ayuda por parte de instituciones públicas como ProEcuador para promoción de los productos no tradicionales ecuatorianos en el mercado internacional.
- Llegado el momento en el cual la producción necesite aumentar, se puede recurrir a instituciones financieras privadas para lograr el capital necesario para una producción mayor a la proyectada.
- La empresa se pretende constituir mediante Sociedad Anónima, por consiguiente, la apertura de la empresa al mercado bursátil permitirá obtener mayor financiamiento por medio de venta de acciones.
- Buscar expandirse mediante página web a otras ciudades dentro del territorio estadounidense.
- Una vez que el producto tenga una buena acogida se pueden realizar nuevos estudios de mercado para la aportación de nuevas combinaciones de esencias para jabones en barra.
- Continuar produciendo masivamente sin perder la parte artesanal, que a largo plazo puede llegar a generar trabajo para los ecuatorianos.

REFERENCIAS

- Abud, L. y. (2004). *El libro de jabones*. Buenos Aires: Albatros.
- Aduana del Ecuador. (Diciembre de 2012). *SENAE*. Obtenido de https://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action
- AGROIMSA. (2010). Obtenido de http://palma.aceitescomestibles.com/index.php?option=com_taxonomy&tag=jab%C3%B3n&view=blogtags
- Anisa Jabón. (2011). *Anisa Jabón*. Obtenido de <http://www.anisajabon.com/nosotros-contacto/>
- Anzil, F. (17 de Enero de 2012). *Zona Económica*. Obtenido de <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- AQ Professional Learning, S.L. y Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife. (2014). *Creación Empresas*. Obtenido de <http://www.creacionempresas.com/plan-de-viabilidad/que-es-un-plan-de-empresa-viabilidad/analisis-del-mercado>
- Austin Peay State University. (06 de junio de 2016). *Curiosoando.com*. Obtenido de <https://curiosoando.com/que-es-el-jabon-de-sosa>
- Banco Central del Ecuador. (31 de Diciembre de 2016). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>
- Banco Mundial*. (2015). Obtenido de <http://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?locations=US>
- Bernal, A. (2006). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: Pearson.
- Blog de Farmacia. (2014). Obtenido de <http://www.blogdefarmacia.com/ventajas-de-usar-jabones-liquidados-para-las-manos/>
- C.O. Bigelow. (s.f.). *C.O. Bigelow*. Obtenido de <http://www.bigelowchemists.com/>
- Cámara de Comercio de Quito. (17 de junio de 2013). *Derecho Ecuador*. Obtenido de <http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derechos-ocietario/2013/05/14/sociedad-anonima>
- Cámara de Comercio Internacional. (2010). *International Chamber of Commerce*. Obtenido de <http://www.iccwbo.org/products-and-services/trade-facilitation/incoterms-2010/>
- Colgate-Palmolive. (2016). Obtenido de <http://www.irishspring.com/home>
- Dial Corporation. (2016). Obtenido de <http://www.dialsoap.com/>
- Diario El Telégrafo. (19 de diciembre de 2016). *Eltelegrafo.com.ec*. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/usd375-sera-el-nuevo-salario-para-2017>
- Diario El Universo. (10 de enero de 2017). *El Universo*.

Dove. (2016). Obtenido de <http://www.dove.com.es/es/Productos/default.aspx>

Ecuapass. (23 de julio de 2010). *Aduana del Ecuador*. Obtenido de http://ecuapass.aduana.gob.ec/ipt_server/ipt_flex/ipt_arancel.jsp

Euromonitor International. (2013). Obtenido de http://www.euromonitor.com/medialibrary/PDF/Book_CA_2014.pdf

Food and Drug Administration. (02 de Septiembre de 2016). Obtenido de <http://www.fda.gov/ForConsumers/ConsumerUpdates/ucm205999.htm>

Food and Drug Administration. (01 de Abril de 2016). Obtenido de <http://www.accessdata.fda.gov/scripts/cdrh/cfdocs/cfcfr/CFRSearch.cfm?fr=176.210&SearchTerm=glycerin>

Gerza. (2012). Obtenido de http://www.gerza.com/tecnicas_grupo/todas_tecnicas/grupos_focales.html

IEPI. (Agosto de 2013). *Propiedad Intelectual*. Obtenido de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/patentes/>

INEC. (2013). Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf

INEN. (1982). *Law Resource*. Obtenido de <https://law.resource.org/pub/ec/ibr/ec.nte.0839.1982.pdf>

McDaniel, R. S. (15 de septiembre de 2002). *Jabones Esenciales*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books/about/JABONES_ESENCIALES_Color.html?id=72lpZUsLBU4C

Ministerio del Ambiente. (2012). Obtenido de https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjmh_uChLbQAhVI5iYKHf6pCOYQFggsMAM&url=http%3A%2F%2Fwww.ambiente.gob.ec%2Fwp-content%2Fuploads%2Fdownloads%2F2015%2F06%2FTexto-Unificado-de-Legislacion-Secundaria-

Ministerio del Trabajo. (diciembre de 2015).

Ministerio del Trabajo. (diciembre de 2015). *Ministerio del Trabajo*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/usd-366-sera-el-salario-basico-que-regira-en-el-2016/>

OCU. (17 de Noviembre de 2014). *OCU*. Obtenido de <https://www.ocu.org/salud/cuidado-piel/noticias/parabenos-cosmeticos>

Pecina, M. (2011). *Clusters y Competitividad*.

Presidencia del Ecuador. (2013). *Presidencia del Ecuador*. Obtenido de <http://www.presidencia.gob.ec/la-revolucionciudadana-le-entrego-estabilidad-politica-al-pais/>

ProEcuador. (2015). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>

- Reciclar. (2010). Obtenido de <https://reciclar.com.ec/vender-recicladados-clasificacion-de-papel-carton-plastico-chatarra-vidrio-medio-ambiente-ecuador.php?tablajb=vender&p=4&t=Venta-de-Carton&>
- Serrahima, R. (26 de noviembre de 2010). *Raimon Serrahima*. Obtenido de <https://raimon.serrahima.com/interpretando-el-van-y-la-tir/>
- Serrahima, R. (24 de Marzo de 2011). Obtenido de <https://raimon.serrahima.com/la-rentabilidad-financiera-roe-concepto-y-calculo/>
- SRI. (2015). *SRI*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>
- SRI. (10 de Mayo de 2016). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/detalle?idnoticia=314&marquesina=1>
- Statista. (2015). *Statista*. Obtenido de <https://www.statista.com/statistics/285765/usage-of-bar-soap-in-the-us-trend/>
- Statista. (2016). Obtenido de <https://www.statista.com/statistics/275244/us-households-most-used-brands-of-bar-soap/>
- Torreblanca, F. (25 de marzo de 2014). *Francisco Torreblanca*. Obtenido de <http://franciscotorreblanca.es/diferenciar-competidores-directos-e-indirectos/>
- TradeMap. (2015). *ITC*. Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=1|842|||340119|||6|1|1|1|1|3|2|1|1
- Urbina, G. B. (24 de junio de 2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Obtenido de <http://proyectos-ittla.blogspot.com/2011/06/33-analisis-de-la-demanda.html>
- US Census Bureau. (2016). *Suburbanstats*. Obtenido de <https://suburbanstats.org/population/florida/how-many-people-live-in-orlando>
- Valencia, W. A. (2011). *Manual de Proyectos para el Sector Público*. Lima: El Saber Editores.
- Varela, R. (2001). *Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas*. Bogotá: Prentice Hall.
- Zaikis, E. (01 de Mayo de 2014). *Healthy Women*. Obtenido de <http://www.healthywomen.org/content/blog-entry/whats-hiding-your-soap-four-toxic-ingredients-avoid>



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Barrera Fernández de Córdova, Jocelyne**, con C.C: # **0924319510** autora del trabajo de titulación: **Estudio de factibilidad para la producción, comercialización y exportación de jabones artesanales de glicerina a los Estados Unidos** previo a la obtención del título de **Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

Guayaquil, **10 de marzo de 2017**

f. _____

Nombre: **Barrera Fernández de Córdova, Jocelyne**

C.C: **0924319510**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Estudio de factibilidad para la producción, comercialización y exportación de jabones artesanales de glicerina a los Estados Unidos		
AUTOR(ES)	Barrera Fernández de Córdova, Jocelyne		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. Jaime Antonio Santillán Pesantes		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Comercio y Finanzas Internacionales		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	10 de marzo de 2017	No. DE PÁGINAS:	88
ÁREAS TEMÁTICAS:	Exportación, comercialización, marketing		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	factibilidad, jabones, glicerina, artesanal, exportación, comercio internacional		
RESUMEN/ABSTRACT: El propósito del presente trabajo es demostrar, por medio de un análisis integral, la factibilidad para producir barras de jabones artesanales de glicerina en Ecuador, para luego ser exportados a la ciudad de Orlando, Estados Unidos. Primeramente, se ha realizado una investigación desde el descubrimiento de la glicerina hasta la situación actual, tanto en el Ecuador como en los Estados Unidos, seguido por el establecimiento de las bases conceptuales comerciales necesarias para respaldar el trabajo. Posteriormente, se hizo un estudio de mercado de la oferta y demanda de jabones artesanales en la ciudad de Orlando. Se determinó la competencia directa e indirecta, preferencias, así como precios, por medio de encuestas y grupo focal. En el capítulo técnico que estableció el proceso para la elaboración del producto, así como las cantidades requeridas de materia prima para producir cada jabón y las capacidades máximas que pueden llegar a elaborar la empresa. Cabe recalcar que el proceso no incluye uso de maquinarias, puesto que se busca mantener la parte artesanal. A fin de que se establezca la manera más óptima de producirlos, exportarlos y poder ofertar jabones de excelente calidad a bajo costo. Con la estructura financiera del proyecto se comprobó su rentabilidad por medio de la determinación de los costos y gastos, así como el financiamiento junto con proyecciones de ventas debidamente respaldadas. Por último, la comprobación del análisis de costo y beneficio se determinó por medio del resultado del 30% de la tasa interna de retorno, así como el valor actual neto de \$6.249,70 de los cinco años de duración de proyecto.			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4- 2164461	E-mail: jocee_barrera@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: David Coello Cazar		
	Teléfono: +593-4- 2209207		
	E-mail: david.coello@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):			