



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
MAESTRÍA EN FINANZAS Y PROYECTOS  
CORPORATIVOS**

**“TRABAJO DE TITULACIÓN ESPECIAL”  
PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE MAGISTER EN FINANZAS  
Y PROYECTOS CORPORATIVOS**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA DE ELABORACIÓN DE JABÓN DE CACAO UBICADA  
EN LA PARROQUIA PEDRO J. MONTERO**

**AUTOR: ECON. MARTHA PIEDAD COELLO SAUHING**

**TUTOR: ECON. ISAURO VIVANCO HIDALGO, MSc.**

**GUAYAQUIL – ECUADOR**

**AGOSTO 2016**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN ESPECIAL		
<b>TÍTULO “ ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN DE JABÓN DE CACAO UBICADA EN LA PARROQUIA PEDRO J. MONTERO ”</b>		
	<b>REVISORES:</b>	
<b>INSTITUCIÓN:</b> Universidad de Guayaquil	<b>FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS</b>	
<b>CARRERA:</b> MAESTRÍA EN FINANZAS Y PROYECTOS CORPORATIVOS		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	<b>Nº DE PÁGS.:</b> 62	
<b>ÁREA TEMÁTICA:</b> FINANZAS Y PROYECTOS		
<b>PALABRAS CLAVES:</b> CREACIÓN DE EMPRESA, JABÓN DE CACAO, CUIDADO DE LA PIEL		
<p><b>RESUMEN:</b> Debido a los químicos dañinos utilizados por los pobladores del cantón Yaguachi para sus actividades agrícolas, a la falta de conocimiento de las normas de prevención a emplear en sus labores diarias y al elevado costo de productos para prevenir enfermedades en la piel, nos encontramos con un potencial problema para los pobladores del sector. Esto conlleva a que enfermedades en la piel sean recurrentes en los agricultores del sector, muchas veces, deben dejar de trabajar, representando una disminución en los ingresos de las familias.</p> <p>El presente trabajo trata sobre la creación de una empresa de Fabricación de Jabón de cacao en la Parroquia Pedro J. Montero.</p> <p>Este producto ayudará al cuidado de la piel en la población del sector, que está formada mayormente por agricultores.</p> <p>El objetivo es brindar a los pobladores del cantón Yaguachi una alternativa totalmente natural, con cualidades emolientes, suavizantes y a bajo costo, comparados con los jabones tradicionales, los cuales son elaborados a base de químicos.</p> <p>El análisis financiero muestra la viabilidad del proyecto en su parte económica, adicionalmente recalcamos que el aporte social es alto, así como también la contribución a la preservación del planeta, debido a que es un producto fabricado con ingredientes naturales.</p>		
<b>ADJUNTO PDF</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
<b>CONTACTO CON AUTOR:</b>	<b>Teléfono:</b> 0993849879	<b>E-mail:</b> martha.coello@gmail.com
<b>CONTACTO DE LA INSTITUCIÓN</b>	<b>Nombre:</b> Econ. Natalia Andrade	
	<b>Teléfono:</b> 2293052	

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de tutor de la egresada Econ. Martha Piedad Coello Sauhing, del Programa de Maestría en Finanzas y Proyectos Corporativos nombrado por el Decano de la Facultad de Ciencias Económicas CERTIFICO: que el estudio de caso del trabajo de titulación titulado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN DE JABÓN DE CACAO UBICADA EN LA PARROQUIA PEDRO J. MONTERO, en opción al grado académico de Magíster en Finanzas y Proyectos Corporativos, cumple con los requisitos académicos, científicos y formales que establece el Reglamento aprobado para tal efecto.

**Atentamente**

**Econ. Isauro Vivanco Hidalgo, MSc.**

**TUTOR**

Guayaquil, septiembre de 2016

## **DEDICATORIA**

A DIOS, por sus bendiciones, que me ha  
permitido llegar hasta aquí sin desmayar  
en ningún momento y enfrentar las  
adversidades.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios  
por haberme permitido llegar hasta este momento  
y poder culminar este reto en mi vida.  
A mi tutor Econ. Isauro Vivanco Hidalgo  
por su dirección hacia este nuevo logro profesional.  
A mis maestros que han formado parte de mi vida profesional.  
A mi esposo y mis hijos por su amor y apoyo incondicional.  
A ti madre mía, que con sacrificio y temple  
hiciste de mí una profesional, guiándome por el camino del éxito.

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

“La responsabilidad del contenido de este trabajo de titulación especial, me corresponden exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL”

---

Econ. Martha Piedad Coello Sauhing

## Tabla de contenido

Resumen.....	2
Summary .....	3
Introducción.....	4
Delimitación del problema.....	5
Formulación del problema.....	5
Justificación.....	5
Objeto de estudio.....	6
Campo de acción o de investigación:.....	6
Objetivo general.....	6
Objetivos específicos.....	6
La novedad científica.....	6
Capítulo I .....	7
MARCO TEÓRICO.....	7
1.1    Teorías Generales.....	7
1.2    Teorías Sustantivas.....	13
1.3    Referentes Empíricos .....	16
1.3.1    Jabonería ANISA .....	16
1.3.2    Los Jabones de mi Mujer (España).....	17
Capítulo II .....	18
MARCO METODOLÓGICO.....	18
2.1    Metodología .....	18
2.2    Métodos .....	18
2.3    Hipótesis.....	19
2.3.1    Variable dependiente – independiente las variables.....	19
2.4    Universo y muestra .....	19
2.4.1    TAMAÑO DE LA MUESTRA DE LA POBLACIÓN DE YAGUACHI:.....	19
2.5    CDIU – Operacionalización de variables.....	20
2.6    Gestión de datos .....	21
2.7    Criterios éticos de la investigación.....	21
Capítulo III .....	22
Resultados.....	22
3.1    Antecedentes de la unidad de análisis o población .....	22
3.2    Diagnostico o estudio de campo .....	24
3.3    Análisis de los precios .....	25
3.4    Inversión del proyecto.....	25

3.5	Inversión fija .....	25
3.6	Terrenos y edificios .....	26
3.7	Maquinarias y equipos .....	27
3.8	4 Otros activos.....	27
3.9	Depreciación de activos fijos.....	30
3.10	Amortización de activos diferidos .....	31
3.11	Capital de operación .....	31
3.12	Financiamiento.....	31
3.13	Amortización del préstamo .....	32
3.14	Costo de producción .....	32
	Material directo.....	32
	Mano de obra directa.....	33
	Costos indirectos de producción.....	33
3.15	Proyección de costos anuales .....	33
3.16	Gastos.....	33
3.17	Gastos administrativos - ventas .....	33
3.18	Gastos financieros.....	34
3.19	Proyección de gastos anuales .....	34
3.20	Proyección de la demanda .....	34
3.21	Proyección de ventas .....	35
3.22	Proyección del estado de resultados .....	36
3.23	Flujo de caja proyectado .....	37
3.24	Costo capital promedio ponderado .....	38
3.25	Evaluación Financiera.....	38
	Punto de Equilibrio.....	38
	Valor actual neto.....	40
	Tasa interna de retorno .....	40
	Periodo de Recuperación .....	40
	Capítulo IV .....	41
	DISCUSIÓN.....	41
4.1	Contrastación Empírica .....	41
4.2	Limitaciones .....	42
4.3	Líneas de Investigación .....	42
4.4	Aspectos Relevantes .....	42
	Capítulo V .....	43
	PROPUESTA .....	43

5.1	Justificación .....	43
5.2	Fundamentación .....	43
5.3	Análisis FODA .....	44
5.4	Cronograma.....	44
	Conclusiones y recomendaciones .....	45
	Bibliografía .....	47
	Anexos.....	48
	Anexo 1 Amortización del préstamo.....	49
	Anexo 2 Costos Indirectos de Producción.....	49
	Anexo 3 Proyección de Costos Anuales .....	50
	Anexo 4 Gastos Administrativo - Ventas.....	50
	Anexo 5 Proyección de Gastos Anuales .....	51
	Anexo 6 Encuestas .....	52

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cuadro CDIU .....	21
Tabla 2 Demanda estimada anual para los próximos 5 años .....	23
Tabla 3 Precios de la competencia directa.....	25
Tabla 4 Inversión Inicial.....	25
Tabla 5 Terrenos y construcciones .....	26
Tabla 6 Maquinarias .....	27
Tabla 7 Equipos Auxiliares .....	27
Tabla 8 Otros Activos.....	28
Tabla 9 Muebles y equipos de oficina .....	28
Tabla 10 Equipos de computación.....	29
Tabla 11 Útiles de oficina.....	29
Tabla 12 Equipos de protección para el personal .....	30
Tabla 13 Vehículos .....	30
Tabla 14 Depreciación de activos fijos.....	30
Tabla 15 Capital de Operación .....	31
Tabla 16 Financiamiento .....	32
Tabla 17 Materiales directos.....	32
Tabla 18 Mano de obra directa .....	33
Tabla 19 Gastos financieros .....	34
Tabla 20 Demanda Proyectada Anual .....	34
Tabla 21 Costo unitario del producto .....	35
Tabla 22 Demanda estimada anual para los próximos 5 años .....	35
Tabla 23 Proyección de ventas .....	36
Tabla 24 Estado de pérdidas y ganancias proyectado .....	36
Tabla 25 Flujo de caja proyectado.....	37
Tabla 26 Costo Capital Promedio Ponderado .....	38
Tabla 27 Punto de Equilibrio en dólares y unidades .....	39
Tabla 28 VAN y TIR del negocio .....	40
Tabla 29 Frecuencia del consumo del jabón .....	52
Tabla 30 Tipo de jabón que utilizan las personas.....	52
Tabla 31 Edades para utilizar el jabón.....	53
Tabla 32 Conocimiento de las personas de los beneficios del cacao .....	54
Tabla 33 Aceptación de comprar el jabón ECUA SOAP .....	54
Tabla 34 Precio escogido por las personas encuestadas.....	55
Tabla 35 Lugar de preferencia para adquirir el jabón ECUA SOAP .....	56

## INDICE DE FIGURA

Figura 1	Árbol de Problemas.....	5
Figura 2	Impuestos sobre ingreso, utilidades y ganancias de capital .....	20
Figura 3	Demanda estimada anual para los próximos 5 años.....	24
Figura 4	Punto de Equilibrio .....	39
Figura 5	Frecuencia del consumo del jabón .....	52
Figura 6	Tipo de jabón que utilizan las personas .....	53
Figura 7	Edades para utilizar el jabón .....	53
Figura 8	Conocimiento de las personas de los beneficios del cacao .....	54
Figura 9	Aceptación de comprar el jabón ECUA SOAP.....	55
Figura 10	Precio escogido por las personas encuestadas .....	55
Figura 11	Lugar de preferencia para adquirir el jabón ECUA SOAP .....	56

**Título:** ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN DE JABÓN DE CACAO UBICADA EN LA PARROQUIA PEDRO J. MONTERO

### **Resumen**

Debido a los químicos dañinos utilizados por los pobladores del cantón Yaguachi para sus actividades agrícolas, a la falta de conocimiento de las normas de prevención a emplear en sus labores diarias y al elevado costo de productos para prevenir enfermedades en la piel, nos encontramos con un potencial problema para los pobladores del sector. Esto conlleva a que enfermedades en la piel sean recurrentes en los agricultores del sector, muchas veces, deben dejar de trabajar, representando una disminución en los ingresos de las familias.

El presente trabajo trata sobre la creación de una empresa de Fabricación de Jabón de cacao en la Parroquia Pedro J. Montero.

Este producto ayudará al cuidado de la piel en la población del sector, que está formada mayormente por agricultores.

El objetivo es brindar a los pobladores del cantón Yaguachi una alternativa totalmente natural, con cualidades emolientes, suavizantes y a bajo costo, comparados con los jabones tradicionales, los cuales son elaborados a base de químicos.

La metodología empleada, y con la cual se desarrolló el presente análisis e investigación, fue la cuantitativa que implica recolección de datos y a través de patrones, es decir en base a la relación de las variables planteadas en la hipótesis, podremos llegar a lo deductivo.

El análisis financiero muestra la viabilidad del proyecto en su parte económica, adicionalmente recalcamos que el aporte social es alto, así como también la contribución a la preservación del planeta, debido a que es un producto fabricado con ingredientes naturales.

**Palabras clave:** Creación de Empresa, Jabón de Cacao, Cuidado de la piel.

## Summary

Because of the harmful chemicals used by the residents of Yaguachi due to their agricultural activities, lack of knowledge of prevention standards to use in their daily work and expensive products to prevent skin diseases, we have a potential problem to the skin of the population, this leads to skin diseases are recurring in farmers in the sector, many times, they must stop working, this represents a decrease in family incomes.

This paper deals with the creation of a cocoa soap manufacturing company which would be located at Pedro J. Montero, that is a parroquia of Yaguachi city.

This product will help the skin care to the population of the sector, which consists mostly of farmers.

The aim is to give residents a natural alternative, with emollient qualities, fabric softeners and at low cost, bought with traditional soaps, which are prepared from chemicals.

The methodology used, and which the present analysis and research developed was involved is the quantitative data collection through patterns.

The financial analysis shows the feasibility of the project in its economic part, further emphasize to the social contribution is high, as well as contributing to the preservation of the planet, because it is a product made from natural ingredients.

## Introducción

El Cantón Yaguachi se encuentra a 29 km. de Guayaquil, está asentada a 15 metros sobre el nivel del mar., su temperatura promedio es de 25°C. Y su población es de 60,958 habitantes, de acuerdo al INEC.

Este cantón del Ecuador es muy conocido por sus tradicionales ferias y en las peleas de gallo. La famosa romería dedicada a San Jacinto, Patrón de Yaguachi, es una de las singularidades que caracterizan a ésta importante población, dado que días antes del 16 de agosto de cada año concurren millares de peregrinos de todo el país para visitar la imagen del Santo representada por un antiguo lienzo.

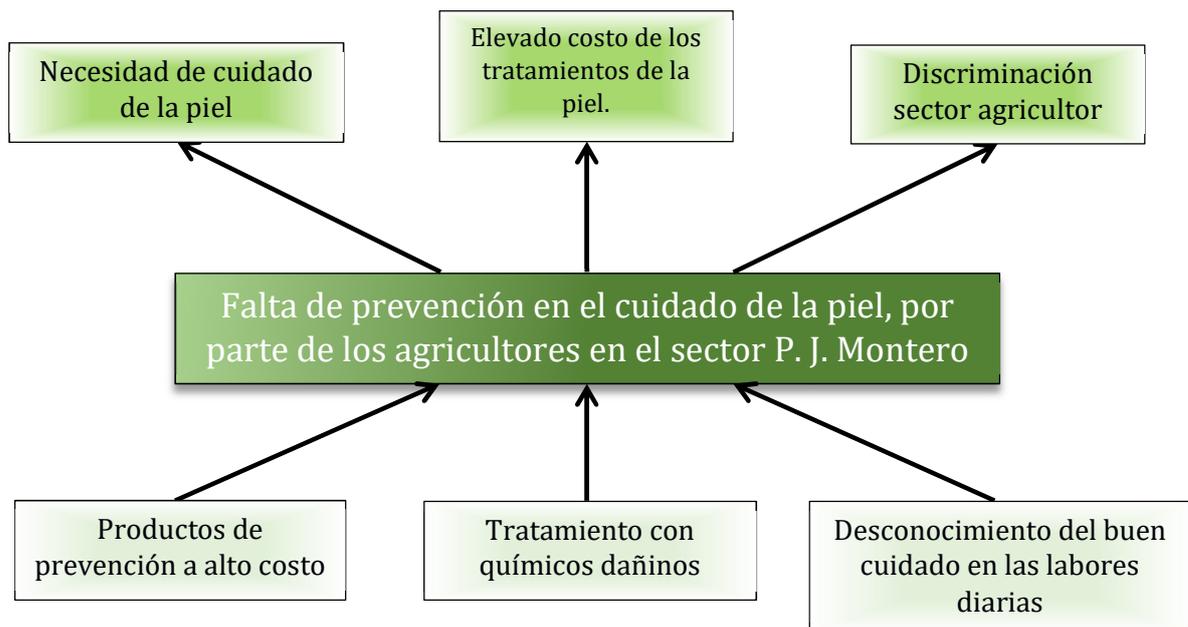
La parroquia Pedro J. Montero pertenece al cantón Yaguachi, se encuentra situada a la altura del kilómetro 28 de la vía Durán Tambo, con una población de 8.195 habitantes. Está integrada por recintos como: Buena Fe, San Juan, La Vileta, Playones 1, Playones 2, La Gloria entre otros.

El 16 de marzo de 1.892, fue parroquializada con el nombre de San Andrés de Boliche, por decreto ejecutivo, publicado en el Registro Oficial del 30 de marzo del mismo año en que se unió a los recintos Boliche, Angostura, Caimitos, Playones, Colombia, Payo y Mano de Tigre. Posteriormente, con el decreto No. 160 del 14 de junio de 1.939 se ratificó su condición.

En Pedro J. Montero se cosecha una diversidad de productos como: maíz, banano, cacao, soya, caña de azúcar, entre otros, que abastecen a algunos mercados de la sierra y costa del país. La denominación de esta parroquia es un tributo a Pedro Jacinto Montero Maridueña, político liberal y militar ecuatoriano, que acompañó en batallas al ex presidente Eloy Alfaro.

Se ha escogido a la parroquia Pedro J. Montero como lugar para el establecimiento de la empresa debido a su localización, bajos costos de las propiedades y con muy buenas rutas de acceso.

### Delimitación del problema



**Figura 1** Árbol de Problemas

Debido a los químicos dañinos utilizados por los pobladores de la zona para sus actividades agrícolas, a la falta de conocimiento de las normas de prevención a emplear en sus labores diarias y al elevado costo de los productos para prevenir enfermedades en la piel, nos encontramos con un potencial problema para los pobladores del sector de la zona. Esto conlleva a que las enfermedades en la piel sean recurrentes en los agricultores del sector, muchas veces, deben dejar de trabajar, representando esto una disminución en los ingresos de las familias.

### Formulación del problema

¿Es determinante la utilización de un jabón de cacao en el cuidado de la piel en los agricultores del cantón Yaguachi?

### Justificación

Por medio de este estudio se desea ofrecer un producto elaborado a base de cacao que permita mitigar los problemas dérmicos en la población a través de un jabón, el cual tiene propiedades antioxidantes y regenerativas que ayudaran a su población a mantener su piel sana.

Ante lo expuesto, se propone la creación de una empresa que fabrique el jabón de cacao, la cual estará localizada en la parroquia Pedro J Montero y se **comercialice a nivel cantonal, provincial, regional y nacional.**

### **Objeto de estudio**

Debido al incremento de enfermedades dérmicas en la población agrícola del país, en especial del cantón Yaguachi, se realiza el presente estudio enfocado en el análisis para la creación de una empresa, que producirá un jabón de cacao a bajo costo.

### **Campo de acción o de investigación:**

La creciente demanda de productos naturales que ayuden al ser humano a combatir problemas tópicos como el enrojecimiento de la piel, sarpullido o simplemente el cuidado estético ha llevado al estudio de los beneficios del cacao y a su vez el descubrimiento de sus propiedades medicinales.

### **Objetivo general**

Analizar la factibilidad de la creación de una empresa que produzca jabón de cacao, la cual estará localizada en la parroquia Pedro J. Montero del cantón Yaguachi.

### **Objetivos específicos**

- Medir la demanda potencial que tendría el producto en el sector de estudio.
- Establecer la rentabilidad que se obtendría con la implementación de esta empresa.
- Determinar la factibilidad financiera que permita la creación de la empresa.

### **La novedad científica**

Mediante la fabricación de un jabón elaborado únicamente con elementos naturales, se obtendrá un producto final biodegradable y de bajo costo que aportará al cuidado de la piel, así como al del medio ambiente y permitirá la inversión en este proyecto.

## **Capítulo I**

### **MARCO TEÓRICO**

El presente capítulo trata sobre las teorías Generales de como el comercio ha evolucionado a través del tiempo, desde ser practica para subsistencia hasta llegar a convertirse en un pilar fundamental para la evolución de la humanidad.

Expondremos conceptos fundamentales como el de MICROEMPRESA y como esto se practica en nuestro país.

Por último y no menos importante, veremos brevemente la historia del jabón y revisaremos el éxito de unas microempresas que han tenido éxito en este nicho de mercado.

#### **1.1 Teorías Generales**

##### **Historia Del Comercio:**

Los orígenes del comercio se remontan a finales del Neolítico, cuando se descubrió la agricultura. Al principio, la agricultura que se practicaba era una agricultura de subsistencia, donde las justas eran para la población dedicada a los asuntos agrícolas.

##### **Edad Antigua**

La Edad Antigua constituye un largo período histórico que se extiende desde el principio del mundo hasta la destrucción del Imperio Romano.

El origen del comercio se pierde en las nebulosidades de los siglos, pues reducido al acto del cambio directo, o sea del trueque de unas cosas por otras, se remonta a los tiempos bíblicos, porque los primeros hombres que poblaron la superficie terrestre, no pudiendo vivir en absoluto aislamiento para librarse de las fieras, ni bastarse a sí mismos para subvenir a sus necesidades, tuvieron que reunirse en familias para formar tribus y comerciar entre sí, permutando los productos del trabajo de cada uno por el producto del trabajo de cada semejante; pero si consideramos el comercio desde un punto de vista más amplio, o sea desde que varias personas se dedicaron exclusivamente a él, constituyendo la profesión de mercaderes, entonces su origen debe buscarse en las épocas posteriores al singular cataclismo conocido con el nombre de Diluvio Universal.

Sin duda, los pueblos antiguos traficaron unos con otros en mayor o menor grado, y el comercio surgió en todos ellos a la vez, por efecto de una serie de causas y concausas que

convirtieron este ejercicio en una necesidad indeclinable, sin que pueda atribuirse a ninguno en particular la gloria de haberle inventado o instituido.

No obstante, preciso se hace reconocer que por su espíritu mercantil o por la importancia de su tráfico, hubo algunos que se distinguieron sobre todos los demás de una manera extraordinaria, y bajo tal concepto merecen especial mención la India, el Egipto, la Fenicia, Cartago, Grecia y Roma.

### **Edad Media**

La invasión de los bárbaros destruyó el imperio romano y cambió la faz política del mundo, para el que se abrió un nuevo período histórico, en el que resultaron modificadas profundamente las leyes, las costumbres y las instituciones de los pueblos.

Entre las causas ocasionales de esta esencial variación, merecen citarse especialmente: la invasión de los bárbaros, la aparición del cristianismo, el régimen feudal, el sistema municipal y el influjo de las cruzadas.

1. La invasión de los Bárbaros, alanos, vándalos, godos, suevos, hunos, silingos, francos, borgoñones, lombardos y otras hordas que abandonaron las nebulosas regiones del Norte y Nordeste de Europa y Asia, donde vivían ignoradas, para desbordarse por las comarcas occidentales del mundo conocido en la antigüedad, llevando por doquier la ruina, la desolación y la muerte; pues en su ignorancia, brutalidad y fiereza, no conocían otro procedimiento que la violencia, otro recurso que el bandolerismo, ni otro derecho que la fuerza, y así es que con ellos imperó por mucho tiempo el caos, la anarquía y la barbarie, las cuales destruyeron de consuno la civilización, la industria y el comercio.

2. La aparición del Cristianismo, que había tenido lugar en el último período de la dominación romana, no ejerció al principio gran influencia en el orden económico, pues la corrupción, la herejía y otras causas determinantes del envilecimiento de la sociedad humana de aquella época detuvieron la propaganda de la doctrina evangélica, la cual constituía una nueva religión que necesitaba nuevos pueblos para poder extenderse, y como los encontró en los bárbaros, entre ellos tuvieron excelente acogida las máximas de Jesucristo, que proclama la dignidad del hombre, ensalzaban la dulzura carácter y santificaban el ejercicio del trabe consiguiéndose con su fiel observancia, elevar condición, domar su fiereza, despertar su civilización, purificar su vida, activar su industria y i mentar su comercio, el cual fue tomando notable incremento merced a los principios de igualdad y fraternidad que

promovieron la moralización asociación, a las construcciones de monasterios abadías que fomentaron las industrias, a las fiestas y solemnidades religiosas que hicieron renacer las ferias y mercados, y a las misiones y peregrinaciones que abrieron nuevos horizontes a la geografía y al tráfico.

3. El Régimen Feudal tuvo su origen en la barbarie, pues cuando los bárbaros invadieron los países romanos, se repartieron las tierras conquistadas, para lo cual los reyes concedieron grandes porciones a los jefes superiores, que se llamaron señores, y éstos a su vez cedieron pequeñas parcelas a sus afiliados inferiores, que se denominaron vasallos; recibiendo esta concesión el nombre de beneficio, que con el tiempo pudo transmitirse por herencia y se designó entonces con el de feudo. Así es que la mayor parte de la propiedad era feudal, y de este rasgo característico derivó el feudalismo, cuya institución formó una especie de jerarquía de índole militar, que se fundaba en el dominio de la propiedad territorial y que atribuía a cada noble el ejercicio de soberanía o jurisdicción en su respectivo señorío.

4. El Sistema Municipal debió su origen a la imperiosa necesidad que sintieron los reyes y los pueblos de disminuir el poder y de sacudir el yugo de los señores feudales, cuya autoridad y despotismo llegó a tan alto grado y ejerció tanta influencia, que desmembraba la soberanía real y esclavizaba la libertad popular.

5. El influjo de las Cruzadas en el desarrollo del comercio internacional fue verdaderamente notable, pues cuando Gregorio VII concibió el proyecto de conquistar lugares al amparo de la Cruz, y el Concilio de Clermont determinó ejecutarlo levantando una Cruzada., se formó un considerable ejército compuesto de cristianos de todas las naciones europeas, que guiados por su ardiente fe debían atravesar Alemania y Grecia, para entrar en el Asia Menor y apoderarse de la Tierra Santa a fin de arrebatarse el Santo Sepulcro al poder de la morisma; pero aunque en esta expedición bélico religiosa realizada a principios del siglo XI, y en las demás que le sucedieron hasta fines del siglo XIII no se consiguió lo que se perseguía, por estrellarse el ardor heroico y la constancia admirable de los guerreros cruzados contra el tesón decidido y el vigor indomable de las fuerzas musulmanas, en cambio se operó a causa de este grandioso acontecimiento una modificación tan profunda en el orden social, que bastó por sí sola para cambiar las condiciones económicas de los pueblos y para abrir a las transacciones mercantiles horizontes dilatados.

## Edad Moderna

La historia mercantil de la Edad Moderna abraza un período de tres siglos, que está comprendido entre el descubrimiento de América y la revolución de Francia, durante el cual la industria, la navegación y el comercio adquirieron extraordinario impulso, a la vez que las costumbres, las instituciones y las leyes experimentaron importante transformación.

Los hechos que principalmente determinaron esta notable evolución en el modo de ser de los pueblos y que tanto influyeron en sus destinos, fueron: la conquista de América, el descubrimiento de la India, la aparición del protestantismo y la formación de los grandes Estados.

1. La conquista de América fue sin duda el hecho más culminante que se registra en los anales históricos del mundo, por la poderosa trascendencia que, en momentos críticos, tuvo en todos los órdenes de la vida intelectual, moral, social y política de los pueblos. La más importante de las exploraciones que tanto enriquecieron las ciencias geográficas y tanto mejoraron las instituciones económicas, corresponde por derecho indiscutible al inmortal Cristóbal Colón, quien con un genio superior a su siglo y guiado por la luz brillante de una inspiración feliz se puso al servicio de los Reyes Católicos, y ayudado por éstos salió del pequeño puerto de Palos el día 3 de agosto de 1492, con tres carabelas tripuladas por ciento veinte hombres, y volvió al año siguiente con la inmarcesible gloria de ser el descubridor de un nuevo mundo, injustamente llamado América.

2. El descubrimiento de la India se debió al célebre navegante portugués Vasco de Gama, quien con una flota de tres buques tripulados por sesenta hombres en total, se hizo a la vela en Lisboa el año 1497, y navegando por el que entonces se consideraba inmenso cuanto misterioso mar que bañaba las costas occidentales del continente africano, logró doblar el cabo de las Tormentas, llamado después de Buena Esperanza, arribó al litoral de Mozambique, exploró el Océano Indico y desembarcó en la bahía de Calicut, dejando con ello descubierto el derrotero de las Indias Orientales, y volviendo a la capital lusitana dos años después de su salida de ella. Le siguió Magallanes, marino portugués al servicio de España, que con cinco buques zarpó de Sevilla en 1519; tocó en las islas Filipinas, donde le mataron los indígenas; continuaron la expedición sus compañeros, quienes perdieron cuatro naves, y al cabo de tres años entró la Victoria en el puerto de Sanlúcar, con la fortuna de ser la primera embarcación que dio la vuelta alrededor del mundo.

3. La aparición del protestantismo tuvo lugar en el siglo XVI, y fue debida al presbítero alemán Martín Lutero, quien al observar la corrupción que existía en Roma sintió un horror profundo contra Italia, y comenzando por atacar aquellos abusos, concluyó por combatir todos los dogmas católicos. Esta herejía tuvo una grande y súbita resonancia en toda Alemania, donde después de sufrir numerosas variaciones llegó a formar muchas sectas, que si bien estaban disconformes entre sí, convenían todas en un solo punto, cuál era el de protestar contra la autoridad de la Iglesia, derivándose de aquí el nombre de protestantismo, el cual fue un hecho vulgar que adquirió extraordinarias proporciones por la situación excepcional y la predisposición favorable en que se encontraba Europa en el momento de aparecer.

4. La formación de los Grandes Estados fue la resultante de una labor política continuada por muy dilatado tiempo; pues si bien es cierto que los bárbaros se distribuyeron los territorios invadidos, fundando varias monarquías; que sus reyes premiaron a los guerreros concediéndoles muchas tierras y que los nobles ejercieron soberanía en sus respectivos feudos, con lo cual resultó la propiedad territorial diseminada en numerosos estados, principados y señoríos, que constituían en su conjunto una variedad excesiva de poderes coexistentes, aislados y opuestos, también es verdad que esta misma multiplicación de organismos suscitó tan frecuentes luchas, rivalidades y arrogancias, que tuvieron en jaque a los monarcas, quienes deseando afirmar su autoridad y extender su soberanía, comenzaron por ir debilitando poco a poco la preponderancia de los nobles hasta llegar a destruir por completo el régimen del feudalismo, y acabaron por llegar a anexionarse los estados de los más débiles, con-siguiendo, al fin, por el empleo de estos procedimientos bélicos, aunado al sistema de los vínculos matrimoniales, consolidar sus dinastías, ensanchar sus dominios y formar grandes naciones.

### **Edad Contemporánea**

Extiéndase la Edad Contemporánea desde la Revolución Francesa hasta la fecha presente, que comprende el siglo XIX, llamado de las luces por los notabilísimos progresos realizados en el campo de las ciencias, las letras, las leyes, las artes, las industrias y todos los ramos de la sabiduría humana. En este período histórico de la producción enorme y del consumo asombroso, de la actividad del tráfico y de la rapidez del transporte, de los tratados mercantiles y de las exposiciones universales, porque tienen su reinado indiscutible la electricidad y el vapor, el aparato y la máquina, el libro y el periódico; desenvuélvase de

una manera extraordinaria todas las instituciones políticas y sociales, jurídicas y económicas, particulares y públicas, y adquieren desarrollos colosales la industria y el comercio, la navegación y el derecho, el crédito y la banca.

Los sucesos más importantes que influyeron en el movimiento industrial y mercantil, a la vez que en el progreso de todas las instituciones y costumbres, fueron: la Revolución de Francia, las Guerras de Napoleón, la Emancipación de América y los Progresos Científicos.

1. La Revolución de Francia fue el acontecimiento político de mayor trascendencia que se registra en los anales históricos del mundo después del descubrimiento del continente americano, porque dicha revolución se hizo en favor de los derechos del hombre, y dado este carácter social, alcanzó una resonancia universal.

2. Las Guerras de Napoleón fueron tan numerosas y terribles, tan generales y extensivas, que durante varios años tuvieron en constante alarma a todas las naciones europeas y en continua movilidad a considerables ejércitos; por ellas, la sangre corrió en muchos y copiosos regueros por las ciudades y los campos de diversos territorios, la industria soportó las paralizaciones y languideces propias de los recelos y de los espantos que infundían las invasiones de las tropas enemigas, y el comercio experimentó los perjuicios y quebrantos consiguientes a la intranquilidad y la inseguridad que reinaba en los transportes de géneros.

3. La emancipación de América fue uno de los sucesos que más influyeron para menguar el poder político y colonial de España, a la vez que para aumentar la industria y el comercio de aquellos pueblos descubiertos por Colón; porque al romper sus lazos con la metrópoli y formar estados independientes, quedaron abolidos los pactos exclusivistas que impedían el desarrollo económico del nuevo continente, y se fundaron bajo regímenes liberales las instituciones diversas que se requieren para la vida normal de las naciones modernas.

4. Los Progresos Científicos fueron antes, son ahora y serán siempre, factores importantísimos del bienestar de la sociedad humana en todos los órdenes morales y materiales, porque las ideas luminosas y las investigaciones felices reciben generalmente una aplicación práctica que suelen aprovechar el derecho y el trabajo, perfeccionando la legislación mercantil y mejorando la industria universal.

La característica del siglo XIX está representada por el adelanto de las ciencias en general y de las físicas en particular, razón por la cual pudiera concretarse todavía más este punto diciendo que la época contemporánea es la del va flor y de la electricidad.

Los principales pueblos comerciantes de la Edad Contemporánea, son: Inglaterra, Alemania, Estados Unidos y Francia. (Alvaro Helgera Garcia, 2006).

## **1.2 Teorías Sustantivas**

### **MICROEMPRESA**

Una microempresa puede ser definida como una asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos variables y gastos de fabricación”. (Edgar Monteros, 2005)

El concepto permite conocer el significado de microempresa en forma general, para Edgar Monteros es la conjugación de recursos que se operan de manera organizada, para elaborar productos o servicios.

### **Antecedentes de la microempresa en el Ecuador**

Con el propósito de impulsar y fomentar el desarrollo del sector micro empresarial del Ecuador, en el 2004 se constituyó una instancia de alto nivel para establecer las políticas que permitan la organización, fortalecimiento y crecimiento de las microempresas y sus organizaciones gremiales, la cual fue creada según decreto N° 2086 del Registro Oficial N° 430 del 28 de septiembre del 2004, bajo el Art 1, denominada “Consejo Nacional de la Microempresa –CONMICRO, con sede en la ciudad de Quito, con patrimonio y fondos propios, como organismo coordinador , promotor y facilitador de las actividades de la microempresa del país. (Registro Oficial, 2004)

Este antecedente de organización empresarial permite conocer que el país impulsa la creación de microempresas y que en la actualidad su viabilidad y concepción se marca en el respaldo de organismos nacionales e internacionales con base legal.

### **Importancia de la microempresa**

La microempresa es importante porque:

- Contribuye al desarrollo económico social y productivo del país
- Combate a la pobreza
- Es un empleo de bajo costo
- Democratización del mercado de bienes y servicios
- Ahorro interno canalizado hacia la inversión productiva
- Fortalecimiento del sistema democrático y la gobernabilidad
- Origen del Sector Informal de la Economía

Permitiendo de esta forma conocer que el desarrollo de microempresas no solo genera un beneficio particular sino un beneficio colectivo para el entorno donde se desarrolla, además contribuye con las políticas de desarrollo del buen vivir.

### **Objetivos de la Microempresa**

- Objetivo de Comercialización: La microempresa debe ser capaz de crear un cliente que constituya un soporte fundamental para su producción y mantenimiento.
- Objetivo de Innovación: Debe ser capaz de innovar, de lo contrario la competencia lo dejará relegada.
- Objetivo sobre Recursos Humanos. - Debe determinar objetivos relacionados con el suministro, empleo y desarrollo de los recursos humanos.
- Objetivo de Productividad. - Debe emplearse adecuadamente los recursos y la productividad debe crear para que la microempresa sobreviva.
- Objetivo relacionado con las Dimensiones Sociales de la Microempresa.- Debe afrontar responsabilidades sociales por cuanto existe en la sociedad y la comunidad, hasta el punto que asume su propia influencia sobre el ambiente.
- Objetivo de Supervivencia. -Le permite obtener de la actividad productiva o de servicios, los ingresos para la realización de sus gastos básicos y mantener siempre un capital mínimo necesario para la reposición de materias primas, mano de obra y gastos de fabricación para la elaboración de los productos
- Objetivos de Crecimiento. -Los resultados de la actividad productiva de la microempresa, permite a sus dueños ir fortaleciendo y creciendo en sus negocios y se refleja en mayores ingresos, mayor rotación de inventarios, mayor demanda de sus productos y consecuentemente mejores niveles de ganancias.

- Objetivo de rentabilidad. -Obtener ganancias es la acción de la mini organización, se logra si se fortalece las áreas de resultados, los mismos que dependerán de las estratégicas de cada microempresa (Edgar Monteros, 2005)

Todos estos objetivos permiten que una organización microempresarial crezca, se desarrolle y se posicione en el medio con estrategias que busquen el comercio justo, el respeto de las leyes jurídicas y tributarias, la optimización de recursos y maximización de utilidades en beneficio particular y colectivo. Además, que la microempresa busque un progreso de sus actividades tanto administrativas como operativas, que se plantee metas en pro de la innovación, satisfacción de necesidades, y competencia leal, que sus ganancias sean gestionadas para su mejora continua, y que cada día busque su perfeccionamiento en pro del cliente, empleados y colectividad.

La historia del jabón se remonta a la antigüedad, se han encontrado documentos que mencionan el uso de muchos materiales jabonosos y agentes limpiadores, aunque no eran verdaderos jabones sino productos realizados únicamente con cenizas de corteza de árbol.

Los egipcios utilizaban un producto jabonoso que consistía de una mezcla de agua, aceites y ceras vegetales o animales, fórmula que fue utilizada también por los griegos y los romanos.

Hacia el año 600 el profeta Jeremías proclamó que el detergente compuesto por agua y cenizas de madera y de betarraga, era particularmente eficaz.

Las teorías de Galeno fueron fundamentales a fines de la edad media, él fue el primero que facilitó las noticias del uso del jabón como medio curativo, de efecto emoliente y para la fácil eliminación de la suciedad del cuerpo. En ese tiempo el jabón se fabricaba a base de grasa, con lejía de ceniza y cal.

La producción del jabón fue muy común en España e Italia, en la ciudad italiana de Savona se originó una leyenda del siglo VII que cuenta que el jabón fue inventado por la esposa de un marinero, al calentar una solución de sosa (carbonato de sodio) con aceite de oliva. Del nombre de esta ciudad proviene la palabra francesa “savon” (jabón). (el libro de jabones, Editorial Albatros, 2004).

En los últimos tiempos una polémica se ha desatado sobre el uso del jabón. Hay quienes señalan al jabón industrializado como dañino para la piel y para el medio ambiente.

Para la Universidad de California, los productos que usamos para la higiene personal contienen triclosan, el cual es un agente antibacteriano y fungicida de gran poder que puede afectar a nuestra función muscular y cardíaca, así como provocar la interrupción de la hormona reproductiva. (Edgar, 2005)

De acuerdo con (Scientific America):

“Lo que sí sabemos es que la influencia de estas toallitas y bálsamos no termina en las manos, sino que se extiende de ahí va a los drenajes y sale a la sociedad.

¿Qué pasa cuando los jabones antibacteriales y la espuma va por el drenaje? Para descubrirlo, un grupo de científicos recientemente hizo desagües artificiales obstruidos con bacterias y después los sometieron a dosis bajas y altas de triclosán. El triclosán mata a las bacterias “débiles” pero favorece a la tolerancia de las especies de bacterias que se alimenta de triclosán. El triclosán también podría favorecer el tipo de bacterias que son resistentes a los antibióticos orales utilizados en hospitales.” (Scientific American, 2011).

Una de las principales enfermedades que aqueja a los agricultores a nivel mundial está relacionada al cuidado de la piel, el Eczema alérgico (Seguridad y Salud en la agricultura, Oficina Internacional del Trabajo, 2000)

### **1.3 Referentes Empíricos**

En la investigación se pudieron encontrar algunas empresas pequeñas con éxito que han efectuado emprendimientos en la elaboración de jabones para el cuidado de la piel, entre estas podemos mencionar a:

#### **1.3.1 Jabonería ANISA**

El proyecto de esta empresa tal como lo indica su página web (ANISA JABON , 2011), empezó en 2011 de una gestora empresarial que vio una oportunidad de emprendimiento, conoció la manera en que los jabones se elaboraban antiguamente. Experimento mediante el proceso y la obtención del resultado en su piel, la elaboración de jabones de todos los aromas y colores en cada rincón. Creó la marca y nació un colectivo que apreció la diferencia.

Dentro de su sitio web, podemos apreciar que esta empresa comercializa una variedad de jabones con diferentes aromas, que ayudan al cuidado de la piel, dentro de la cual utiliza nutritivos aceites vegetales, los texturizamos con cereales, hierbas, flores, puré de frutas, les damos color con arcillas u óxidos minerales, semillas, y los aromatizamos con los más puros aceites esenciales y perfumes especialmente formulados para cuidar la piel.

En la variedad de productos encontramos el CHOCO FUDGE que es implementado con la materia prima del cacao que a su vez le sirve de antioxidante en la aplicación en el cuerpo, la misión de esta empresa es ofrecer productos que cuiden la piel, utilizando aceites de calidad comestible, dar color con especias, hojas y óxidos (compuestos naturales cosméticos), y aromatizamos con los mejores aceites esenciales y fragancias de grado cosmético.

### **1.3.2 Los Jabones de mi Mujer (España)**

Esta empresa situada en España (Los jabones de mi mujer , 2016), realiza jabones con manteca de cacao, dentro de las cuales determina algunas propiedades que ayudan al cuidado de la piel, en las cuales podemos mencionar:

- La manteca de cacao tiene propiedades que la hacen única contra el envejecimiento cutáneo. Además, contiene propiedad Anti-inflamatoria y muy nutritiva.
- Manteca es rica en sustancias antioxidantes, propiedades humectantes y emolientes. Por ser un excelente humectante, es fácilmente absorbida por la piel. Tiene además la propiedad de regenerar la fibra capilar dejándola suave y flexible.
- La manteca de cacao tiene una función anti-inflamatoria, analgésica y contra el envejecimiento.
- Además, es rica en polifenoles, que son unos pigmentos naturales con actividad antioxidante.
- La manteca de cacao previene el envejecimiento celular.

Las empresas que han tenido éxito en la producción de jabones de cacao que hemos podido observar, tiene como común objetivo el cuidado de la piel en el sector determinado e investigado por sus principales funcionarios, estos casos nos sirve de ejemplo para la implementación del presente proyecto en la parroquia Pedro J. Montero.

## Capítulo II

### MARCO METODOLÓGICO

#### 2.1 Metodología

La metodología que utilizaremos, y con la cual se desarrolló el presente análisis e investigación es la cuantitativa, que implica recolección de datos a través de patrones, es decir en base a la relación de las variables planteadas en la hipótesis, podremos llegar a lo deductivo.

(Bernal, 2010) Nos menciona que la metodología cuantitativa:

Se fundamenta en la medición de características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva. Este método tiende a generalizar y normalizar resultados.

Entre las técnicas de recolección de la información en la metodología cuantitativa, podemos mencionar: las encuestas, análisis de contenido, inventarios, pruebas estadísticas, observaciones sistemáticas. Dentro de esta metodología la investigación puede enfocarse en los aspectos observables susceptibles de cuantificación, y utilizar las herramientas estadísticas para el análisis de los datos.

Ante estos conceptos podemos recalcar que la metodología a aplicar en la presente investigación, será en base al análisis de las encuestas realizadas de acuerdo al segmento que nos enfocamos, en el cual desarrollaremos la investigación cuantitativa que implica recolección de datos y a través de patrones, es decir la relación de las variables planteadas en la hipótesis podremos llegar a lo deductivo.

#### 2.2 Métodos

Según, (Tamayo, 2003), la manera de aplicar el método de la investigación se procesa de acuerdo a las teorías que se obtienen y se desarrollaran en la elaboración del trabajo metodológico y así se obtiene como resultado el objetivo que se plantea en este caso la creación de la empresa para la elaboración del jabón del cacao.

Para el filósofo inglés (Bacon, 1620), las etapas del método científico son la observación (que permite analizar un fenómeno según se aparece ante la realidad); la

inducción (para distinguir los principios particulares de cada una de las situaciones observadas). La aplicación en la presente investigación se desarrollará de esta forma para poder evaluar de mejor manera las principales causas y ver si es factible la aplicación de este proyecto.

### **2.3 Hipótesis**

La creación de una empresa para la elaboración de Jabón de Cacao en la parroquia Pedro J. Montero del cantón Yaguachi es factible financieramente.

#### **2.3.1 Variable dependiente – independiente las variables**

Para el presente estudio, se determinan como variable dependiente los ingresos que se generen por la venta de cada unidad de jabón y como variable independiente será el medir la demanda para el producto, la rentabilidad que obtendremos y el determinar la factibilidad financiera para la creación de la empresa.

Variable Dependiente. – Los ingresos que se generen por la venta del producto en el cantón Yaguachi.

Variable Independiente. – Medir la demanda potencial para el consumo del producto, la rentabilidad que obtendremos y el poder determinar la factibilidad financiera para la creación de la empresa.

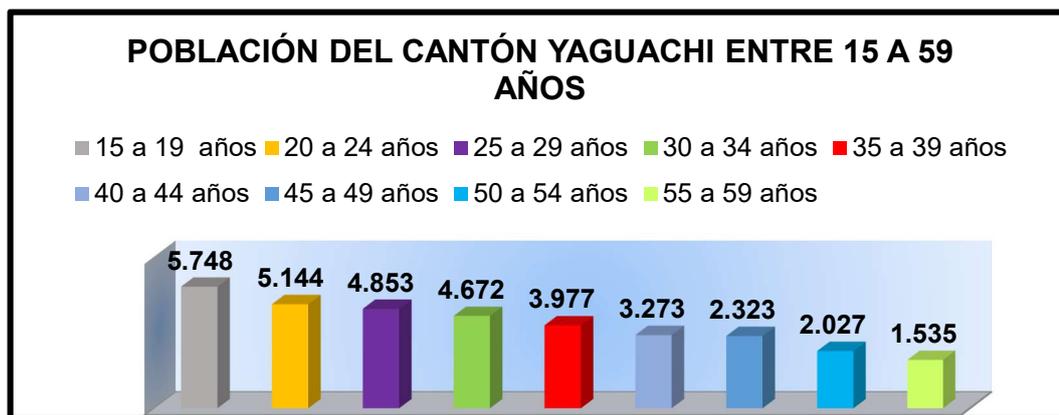
### **2.4 Universo y muestra**

Se realizó una investigación de campo para comprobar la aceptación del producto en el cantón Yaguachi, lugar en donde estará ubicada la empresa ECUA SOAP.

Se establece un rango de edad entre 15 a 59 años para los habitantes del cantón Yaguachi a quienes se les realizará la encuesta, tomando como referencia los datos de la población proporcionados por el INEC.

#### **2.4.1 TAMAÑO DE LA MUESTRA DE LA POBLACIÓN DE YAGUACHI:**

Se realizó otra encuesta enfocada a la aceptación del producto en los habitantes del cantón Yaguachi, al que pertenece la parroquia Pedro J. Montero.



**Figura 2 Impuestos sobre ingreso, utilidades y ganancias de capital**

**Fuente:** INEC Censo 2010<sup>1</sup>

**Elaborado por:** Autora

Para definir el tamaño de la muestra se ha tomado un rango de edades entre 15 a 59 años (35.109 hombres y mujeres) según datos del INEC y se ha aplicado la siguiente fórmula:

$$n = \frac{PQ \times N}{(N-1) \times \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

**PQ**= constante de la varianza población

**N**= tamaño de la población

**E**= error máximo admisible

**K**= coeficiente de corrección del error (2)

$$n = \frac{0.25 \times 35109}{(35109-1) \times \frac{0.05^2}{2^2} + 0.25}$$

**n= 395**

Se llega a la conclusión de encuestar a 400 personas, aunque el resultado de la muestra fue 395, se decidió redondear la muestra a 400 para saber si el producto del jabón tendrá la acogida esperada en el mercado de los jabones del Cantón Yaguachi.

## 2.5 CDIU – Operacionalización de variables

Ya determinadas las variables del presente proyecto, se procederá a la operacionalización de las mismas de la siguiente manera:

**Tabla 1 Cuadro CDIU**

<b>Categorías</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Instrumentos</b>	<b>Unidad de Análisis</b>
➤ Mercado	Distribución	Fuerzas competitivas de Porter	Habitantes del cantón Yaguachi
➤ Oferta y Demanda	Análisis Oferta y Demanda	FODA Encuestas	
➤ Producto	Bienes y servicios	Plan de Marketing	

Fuente: Investigación  
Elaborado por: Autora

## **2.6 Gestión de datos**

Todos los datos recolectados fueron ingresados, procesados y graficados usando Microsoft Excel 2016.

## **2.7 Criterios éticos de la investigación**

La sustentación de este proyecto se aplica bajo las normas éticas y principios del siglo de conductas, mediante las cuales enlazadas con los valores primordiales de la investigación nos llevarán al desarrollo del producto de manera eficaz y eficiente.

## Capítulo III

### Resultados

#### 3.1 Antecedentes de la unidad de análisis o población

Se mostrará el análisis de las encuestas realizadas en el Cantón Yaguachi que servirá para obtener información si el jabón tendrá la aceptación esperada en el mercado.

##### 3.1.1 Análisis de las encuestas realizadas en el cantón Yaguachi

Se realizó encuestas en la población del Cantón Yaguachi para saber si el jabón ECUA SOAP tendrá la acogida esperada en el mercado de los jabones.

Las encuestas contienen preguntas abiertas y cerradas, además de preguntas de escala. A continuación, se presentan los análisis de las preguntas de la encuesta con sus respectivas tablas y gráficos.

Una vez tabulados los datos obtuvimos los siguientes puntos relevantes:

- Todas las personas encuestadas compran jabón para su aseo personal al menos una vez al mes.
- Las personas encuestadas en su mayoría utilizan jabón de tocador.
- De acuerdo a la encuesta realizada, el jabón puede ser utilizado por una persona de cualquier edad.
- El 65% de las personas desconocen de los beneficios de usar un jabón de cacao
- El 90% de las personas encuestadas están de acuerdo en comprar un jabón de cacao, el cual ayude al cuidado de su piel.
- El público está dispuesto a pagar no más de 2,25 USD por un jabón de cacao.
- La mayoría de las personas adquieren el jabón para el aseo personal en supermercados y farmacias.

Lo anteriormente expuesto nos garantiza que el proyecto de establecer una empresa de fabricación de jabón de cacao será factible financieramente y con una proyección de crecimiento muy alentadora.

Para establecer la demanda esperada de la venta de los jabones se ha tomado los siguientes factores:

- El porcentaje de aceptación del jabón exfoliante a base de cacao es del 90% según los resultados de las encuestas y la participación estimada de nuestro producto en el mercado será del 15% ya que estamos en la etapa de introducción y no podemos competir con otras marcas reconocidas ya que ellos ofrecen un jabón común a un precio bajo, el de nosotros tiene un valor agregado y va destinado para personas que les gusta cuidar su piel y que estén dispuestas a pagar un poco más, aunque por lo general en nuestra cultura las personas lo que prefieren es menos precio en los productos.
- La demanda de nuestro producto es calculada en base a la población total del cantón Yaguachi, en donde habitan 51,720 (INEC, 2016) personas entre hombres y mujeres de edades entre 5 a 69 años. Quien para nosotros son los usuarios potenciales.
- 51,720 personas es el número que representa al mercado meta de nuestro producto ya que todos consumen jabones para su aseo personal.
- Se estima que el jabón dure un mes y que el uso que se le dará será diario.

$$51,720 \times 90\% \times 18\% = 8,379$$

- Dando como resultado 8,379
- Para saber cuánto se producirá al año, sólo se multiplica por los 12 meses

$$8,379 \times 12 = 100,548$$

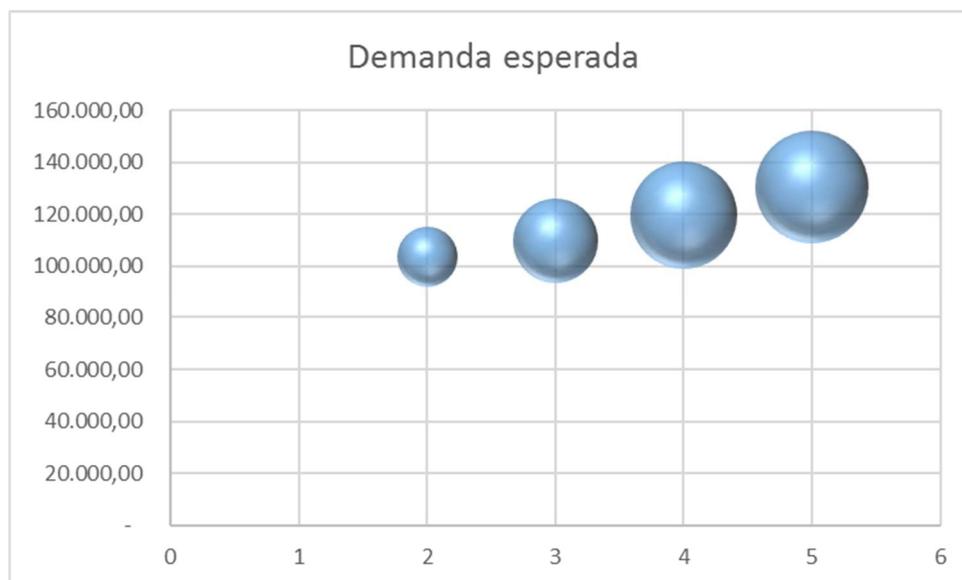
- Se producirán 100,548 unidades de jabón al año. Este cálculo se lo destina para el primer año. A partir del segundo año se estima un incremento del 3% en la producción, para el tercer año un 6% y para los siguientes años en un 9%.

**Tabla 2 Demanda estimada anual para los próximos 5 años**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda esperada	100.548,00	103.564,44	109.778,31	119.658,35	130.427,61
Incremento	-	3.016	6.214	9.880	10.769

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora



**Figura 3 Demanda estimada anual para los próximos 5 años**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora

### 3.2 Diagnostico o estudio de campo

El jabón de tocador por ser un producto dirigido exclusivamente al cuidado de la piel, se convierte en un artículo importante para las personas que buscan obtener un cambio en la textura de su piel, prevenir el uso de químicos dañinos o simplemente desean mantenerla suave y tersa.

En la actualidad, el consumo de esta clase de productos es muy dinámico ya que se ha creado conciencia en la población sobre la importancia de mantener una piel cuidadosamente conservada, lo que ha favorecido que la demanda de estos productos crezca de forma significativa.

El mercado comprendido por todos los canales de comercialización en este caso escogimos farmacias y supermercados como:

- Farmacias Génesis y Cruz Azul
- Tiendas Industriales Asociadas (TIA)
- Tenderos locales
- Tiendas de productos naturales

### 3.3 Análisis de los precios

Por medio de una investigación de campo en farmacias, supermercados y centros de belleza de la ciudad de Yaguachi, se ha observado los precios de la competencia como se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla 3 Precios de la competencia directa**

NOMBRE DEL PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	PRECIO
BASSA	Jabón de 90gr	\$1,80
MISTY	Jabón de 120gr	\$1,60
NINACURO	Jabón de 130gr	\$1,46

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora

El precio será establecido en base a la calidad del producto y a los beneficios que este ofrece, no alejándose de la referencia que se tiene con los precios de la competencia y estableciendo una margen de rentabilidad justo.

### 3.4 Inversión del proyecto

Se debe realizar un estudio para saber que se necesita para la creación de la pequeña empresa ECUA SOAP, esto determinará la inversión inicial para la puesta en marcha.

La inversión inicial se ha dividido en dos grupos: inversión fija que corresponden a terrenos y construcciones, equipos y maquinarias, vehículos, gastos de constitución y el otro que corresponde al capital de operación que se necesitará para el primer mes de funcionamiento de la empresa.

**Tabla 4 Inversión Inicial**

DESCRIPCION	VALOR	PARTICIPACION
	(en dólares)	(%)
INVERSION FIJA	73.248,90	72%
CAPITAL DE OPERACIÓN	28.479,27	28%
<b>TOTAL</b>	<b>101.728,17</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora

### 3.5 Inversión fija

La inversión fija corresponde a todos los activos fijos y diferidos que se han planteado para la puesta en marcha de la pequeña empresa, entre ellos están los terrenos y

construcciones, maquinarias y equipos que se van a utilizar para el proceso de producción, y otros activos necesarios para su funcionamiento.

**Tabla No. 5: Inversión Fija**

Descripción	Valor	Porcentaje
	(dólares)	(%)
TERRENOS Y CONSTRUCCIONES	17.190,00	23%
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	27.958,00	38%
OTROS ACTIVOS	28.100,90	38%
<b>TOTAL</b>	<b>73.248,90</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora

A continuación, se realiza el desglose de los activos fijos y diferidos requeridos antes de comenzar las operaciones del proyecto

### 3.6 Terrenos y edificios

Como primer punto tenemos a los terrenos y edificios que se necesitará para la puesta en marcha de la pequeña empresa. El terreno se encuentra en la entrada de la parroquia Pedro J. Montero con una dimensión de 100 mts<sup>2</sup>, a un valor total de \$7.000.

Para el cálculo de la construcción de la infraestructura se ha tomado los valores de referencia que da la Cámara de la Construcción de Guayaquil.

**Tabla 5 Terrenos y construcciones**

CONCEPTO	CANTIDAD	V.UNIT	VALOR TOTAL
	(m2)	(dólares)	(dólares)
Terrenos	178	70	12.460,00
Construcciones:			
Fabrica/bodega	70	50	3.500,00
Edificios Administrativos	20	50	1.000,00
Baños	10	23	230
-	0	0	0
		<b>TOTAL</b>	<b>17.190,00</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora

### 3.7 Maquinarias y equipos

En este rubro se detallan las maquinarias y equipos que se necesitarán para el proceso de producción del jabón. Estos valores oscilan los \$21,000.

**Tabla 6 Maquinarias**

Descripción	Cantidad (Unidad)	V. Unitario (dólares)	V.Total (dólares)
<b>TRANSFORMACION DE LA MATERIA PRIMA</b>		7.000	7.000
Caldera de Saponificación	1		
Paila de Acero Inoxidable	1		
tanque de Almacenamiento	1		
Tanque de recubrimiento PVC	1		
Tanque Secado	1		
<b>MODULO DE MEZCLA</b>		8.500	8.500
Máquina mezclador jabon	1		
Máquina Duplex plodder (extrusora) para Jabón:	1		
<b>MODULO DE ACABADO</b>		8.500	8.500
Máquina corte de barra para jabón	1		
Máquina troqueladora	1		
<b>TOTAL</b>		<b>24.000</b>	<b>24.000</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora

**Tabla 7 Equipos Auxiliares**

Descripción	Cantidad (Unidad)	V. Unitario (dólares)	V. Total (dólares)
- Generador eléctrico	1	3.358	3.358
- Cisterna	1	250	250
- Sistema de control eléctrico	1	350	350
<b>TOTAL</b>			<b>3.958</b>
	SUMAN	Equipos y Maquinarias	24.000
<b>TOTAL</b>			<b>27.958</b>
5% de gastos de instalación y montaje			1.200
<b>TOTAL</b>			<b>25.200</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora

### 3.8 4 Otros activos

Incluye activos como muebles y equipos de oficina, útiles de oficina, vehículos (se comprará camioneta semi-nueva), equipos de protección personal necesarios para la seguridad de los operarios. Adicional los activos diferidos que son los gastos que se realizan

para la constitución de la empresa, entre ellas desarrollo marcas y patentes, obtención de registro sanitario necesario para poder comercializar el producto y demás gastos necesarios.

**Tabla 8 Otros Activos**

Denominación	Valor
Muebles y Equipos de Oficina	1.909,00
Equipos de computación	2.800,00
Útiles de oficina	164,7
Equipos de protección personal	27,2
Constitución de la Sociedad	800
Desarrollo de marcas y patentes	1.200,00
Obtención de registro sanitario	1.200,00
Gastos de estudio del Proyecto	800
Vehículos	18.000,00
Instalaciones Generales	1.200,00
<b>TOTAL</b>	<b>28.100,90</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora

A continuación, se detalla de forma específica los muebles y equipos que se van a utilizar, los útiles de oficina, el equipo de protección para el personal, equipos de computación y vehículos de la empresa

**Tabla 9 Muebles y equipos de oficina**

Descripción	Cantidad (Unidad)	V.Unitario (dólares)	V. Total (dólares)
Escritorio tipo ejecutivo	3	170	510
Sillón giratorio ejecutivo	1	100	100
Sillas secretarias	1	75	75
Silla plástica	2	8	16
Archivador Metálico 4 cajones	1	60	60
Archivador Metálico 2 cajones	1	70	70
Teléfono	1	30	30
Sumadora	1	45	45
Máquina calculadora	1	3	3
Acondicionador de aire	2	500	1000
		<b>TOTAL</b>	<b>1.909</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora

Para empezar las actividades ECUA SOAP planea invertir \$ 1.909 en la compra de muebles para oficina necesarios para todos los departamentos de la empresa

**Tabla 10 Equipos de computación**

COMPUTADORAS		
UNIDADES	P.U.	TOTAL
5	460	2.300,00
IMPRESORAS		
UNIDADES	P.U.	TOTAL
1	500,00	500,00
TOTAL		\$2.800,00

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora

Se realizará una nueva adquisición de computadoras e impresoras por un valor de \$2.800 en el cuarto año debido a que los equipos de computación se deprecian en un lapso de tres años.

**Tabla 11 Útiles de oficina**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P.U.	TOTAL
Resmas de papel	6	4	24
Rollito	6	1	6
Marcadores permanentes (cajas)	1	4,5	4,5
Bolígrafos (cajas)	2	3,6	7,2
Lápices (cajas)	2	3	6
marcadores acrílico	3	0,6	1,8
Resaltadores (cajas)	2	3	6
Clips (cajas)	6	0,8	4,8
Perforadora	6	3	18
Grapadora	6	3	18
Tijeras	6	0,8	4,8
Carpetas colgantes	60	0,4	24
Lex	30	1,2	36
Goma en barra	6	0,6	3,6
<b>TOTAL REQUERIDO</b>			<b>164,7</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora

**Tabla 12 Equipos de protección para el personal**

Descripción	Cantidad	Precio u.	Costo total
Mascarillas	10	0,05	0,5
Guantes	10	0,07	0,7
Gorros	10	0,1	1
Mandiles	10	2,5	25
<b>TOTAL</b>			<b>27,2</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora

En la Tabla No. 11 y 12 se muestran los instrumentos indispensables y necesarios que permiten al personal realizar las tareas laborales de una manera eficaz.

**Tabla 13 Vehículos**

DETALLE	AÑO 2012
Luv-Dmax doble cabina	15.000,00

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** Autora

Se pretende adquirir una camioneta semi nueva que servirá como herramienta de trabajo para comprar material y sobre todo para comercializar y distribuir el jabón al Cantón Yaguachi.

### 3.9 Depreciación de activos fijos

Se realizará la depreciación en forma lineal, por lo tanto, los activos se depreciarán cada año como corresponda. Los muebles de oficina y maquinarias serán depreciados en diez años, los equipos de computación en tres años, los vehículos en cinco años y el edificio será depreciado en veinte años

**Tabla 14 Depreciación de activos fijos**

CONCEPTO	AÑOS						V.RESIDUAL
	0	1	2	3	4	5	
Muebles Oficina	1.909,00	190,90	190,90	190,90	190,90	190,90	954,50
Equipos Computacion	2.800,00	933,33	933,33	933,33	4.370,00	1.456,67	2.913,33
Vehiculos	15.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	-
Maquinarias	48.000,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	24.000,00
Edificio	4.730,00	236,50	236,50	236,50	236,50	236,50	3.547,50
<b>TOTAL</b>	<b>72.439,00</b>	<b>9.160,73</b>	<b>9.160,73</b>	<b>9.160,73</b>	<b>12.597,40</b>	<b>9.684,07</b>	<b>31.415,33</b>

**Fuente y Elaboración:** Autora

### 3.10 Amortización de activos diferidos

Está conformado por el tiempo y monto en el cual los activos diferidos se revalorizan, la recuperación será mediante valores iguales durante los diez primeros años. A continuación, se muestra como serán amortizados los activos diferidos.

CONCEPTO	AÑOS						V.RESIDUAL
	0	1	2	3	4	5	
Gastos de Constitucion	800,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	400,00
Gastos de Instalacion	1.200,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	600,00
Gastos de Estudio	800,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	400,00

**Tabla No. 27: Amortización de activos diferidos**

Fuente y Elaboración: Autora

### 3.11 Capital de operación

El capital de operación también conocido como capital de trabajo, corresponde al dinero en efectivo que se necesita para cubrir los costos y gastos de los dos primeros meses operativos de la empresa.

**Tabla 15 Capital de Operación**

Descripción	Tiempo (Meses)	Valor (dólares)
Materiales Directos	3	13.825
Mano de obra Directa	3	2.093
Costos indirectos	3	3.664
Gastos de Administración Generales	3	5.107
Gastos de Comercialización	3	3.790
	<b>SUMAN</b>	<b>28.479</b>

Fuente y Elaboración: Autora

### 3.12 Financiamiento

El monto requerido para la inversión inicial es de \$101,728.17, los cuales se financiarán con recursos propios y de terceros. El 60% se financiará con recursos propios con la aportación de 3 accionistas, cada uno aportando en partes iguales. El 40% de la inversión será financiada a través de terceros, es decir un préstamo bancario al Banco PACIFICO.

**Tabla 16 Financiamiento**

FINANCIAMIENTO		
RECURSOS PROPIOS	61.036,90	60%
PRÉSTAMOS	40.691,27	40%
<b>TOTAL</b>	<b>101.728,17</b>	<b>100</b>

Fuente y Elaboración: Autora

### 3.13 Amortización del préstamo

El monto del crédito es de 40.691,27 con pagos semestrales con una tasa del 11% anual a 5 años plazo. Como se puede apreciar en el siguiente cuadro.

Prestamo	<b>40.691,27</b>	
Tasa	<b>11%</b>	
Plazo	<b>5 años</b>	
Periodos	<b>10</b>	semestres
cuota	<b>\$-5.398,42</b>	

Fuente y Elaboración: Autora

### 3.14 Costo de producción

El costo de producción lo conforman la materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación. Es el costo que resulta de elaborar el jabón. A continuación, se detallan cada uno de estos rubros.

#### Material directo

Es la materia prima que se necesitará para elaborar el producto, la materia prima principal serán el mucílago, testa y cáscara del cacao, estos costos varían de acuerdo a la demanda de tal modo que si las demandas aumentan los costos aumentan y viceversa.

**Tabla 17 Materiales directos**

Denominación	Porcentaje (%)	Cantidad (gr.)	V. Unitario (dólares)	V. Total (dólares)
Jabón de glicerina	66	40	0,008	0,32
Colágeno	1	1	0,006	0,006
Aroma de chocolate	1	1	0,004	0,004
Residuos del cacao	20	20	0,002	0,04
Crema Neutra	7	7	0,02	0,14
Cocoa	5	5	0,008	0,04
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>0,34</b>	<b>0,55</b>

Fuente y Elaboración: Autores

### Mano de obra directa

Se contará con tres personas calificadas para que trabajen directamente en la elaboración del jabón, estas personas contarán con capacitación constante y así obtendrán el conocimiento adecuado para el buen manejo de las maquinarias.

**Tabla 18 Mano de obra directa**

Denominación	# Trabajadores	Sueldo Individual	13ro	14to	Sueldo Anual	Vacaciones	Patronal	Fondo de Reserva	Total
Calificados*	3	366	1.098	1.098	6.588	183	1.600,9	365,9	8.371,9

Fuente y Elaboración: Autora

### Costos indirectos de producción

Son los costos indirectos que intervienen en el proceso de producción, no influyen directamente en la elaboración del producto. (Anexo 2)

#### 3.15 Proyección de costos anuales

Los costos de producción tienen dos características muy importantes. La primera característica es que para producir nuestro jabón hay que gastar; esto significa generar un costo. La segunda característica es que los costos deberían ser mantenidos tan bajos como sea posible y eliminados los innecesarios. A continuación, se muestra la tabla de los costos anuales proyectados a 5 años, se ha escogido la inflación de agosto de 2015 el 4,16% para el primer año, lo cual irá incrementando en un 0,10% para los siguientes cinco años. En el Anexo No. 2 se detallan los costos mensuales. (Anexo 3)

#### 3.16 Gastos

Dentro de los gastos de una empresa están los de administración, los de ventas y los financieros. Los gastos son valores fijos que se tienen que cubrir sin estar relacionados con las ventas. Los gastos no generan ningún tipo de utilidad para la empresa.

#### 3.17 Gastos administrativos - ventas

Son todos aquellos gastos como sueldos del personal, depreciaciones y amortizaciones, servicios básicos, etc. Son los gastos relacionados a la comercialización y distribución del producto, tales como publicidad, sueldos del personal del departamento de ventas, combustible, depreciación del vehículo. (Anexo 4)

### 3.18 Gastos financieros

Corresponden a los intereses generados por el préstamo realizado al Banco PACIFICO durante el plazo de cinco años, cuyo total es de \$10,632.

**Tabla 19 Gastos financieros**

AÑOS	CARGA
OPERACIÓN	ANUAL
1	3.532
2	2.929
3	2.258
4	1.512
5	681
<b>TOTAL</b>	<b>10.912</b>

Fuente y Elaboración: Autora

### 3.19 Proyección de gastos anuales

Los gastos administrativos y de ventas han sido proyectados a cinco años, tomando en cuenta la inflación de diciembre de 2015 de 4,16% para el primer año, y para los siguientes años se realiza un incremento del 0,10%. (Anexo 5)

### 3.20 Proyección de la demanda

Como se mencionó en el capítulo anterior, la demanda de nuestro producto es calculada en base a la población total del cantón Yaguachi, en donde habitan 51,720 (INEC, 2016) personas entre hombres y mujeres de edades entre 5 a 69 años. Quien para nosotros son los usuarios potenciales. Se decidió establecer un incremento en la demanda del 3% en el segundo año y 10% para el 3ro 6%, 4to y 5to año 9%. Se va a satisfacer a un 25% de la demanda ya que no tenemos la capacidad productiva suficiente para satisfacer al 90% de la población que indicó que si estaría dispuesto a utilizar el jabón de cacao. Esta demanda servirá para diagnosticar las ventas que realizará la empresa ECUA SOAP.

**Tabla 20 Demanda Proyectada Anual**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda esperada	100.548,00	103.564,44	109.778,31	119.658,35	130.427,61
Incremento	-	3.016	6.214	9.880	10.769

Fuente y Elaboración: Autora

### 3.21 Proyección de ventas

Para realizar la proyección de Ventas se tomaron en cuenta, la demanda proyectada y el precio de venta unitario que se obtiene de la suma de los costos más los gastos y un margen de rentabilidad. En la siguiente tabla se muestra el costo unitario del producto

**Tabla 21 Costo unitario del producto**

DESCRIPCION	VALOR EN DOLARES
COSTO DE PRODUCCION	77.887,07
GASTO DE VENTAS	12.160,63
GASTOS ADM. GENERALES	19.024,63
GASTOS FINANCIEROS	4.302,22
TOTAL	113.374,55
PRODUCCION	100.548,00
C.U.P	1,13

**P. Unitario (C.U.P + 30%)**

1,47

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autora

A éste costo unitario (no incluye depreciaciones ni amortizaciones) se le ha aumentado un 30% de margen de rentabilidad el cual define al precio unitario de venta en \$1,47 a los clientes que son los distribuidores del producto. Y ellos a su vez podrán que vender el jabón a un precio establecido de \$ 2,10.

**Tabla 22 Demanda estimada anual para los próximos 5 años**

Ventas Anuales	P. Unitario (C.U.P + 30%)	Ventas Totales USD
100.548	1,47	147.386,91

**Fuente y Elaboración:** Autora

Las ventas son el 50% contado y el otro 50% a 30 días plazo, el cobro se ve reflejado en el anexo No. 3 donde se detallan las ventas mensuales con su respectiva forma de cobro.

A continuación, se detallan las proyecciones de ventas para los siguientes cinco años, tomando la inflación al productor del 4,06% que es reflejado por el INEC. A ésta inflación se le ha realizado un incremento anual iguala la demanda, es decir 3% para el segundo año, 6% para el tercer año y 9% para el cuarto y quinto año. Pensando que los años a venir se puedan tornar desalentadores.

**Tabla 23 Proyección de ventas**

<b>INCREMENTO</b>	-	4,09%	4,15%	4,45%	4,54%
<b>VENTAS/AÑO</b>	1ro	2do	3ro	4to	5to
UNIDADES	100.548,00	103.564,44	109.778,31	119.658,35	130.427,61
P.UNITARIO	1,47	1,51	1,57	1,64	1,72
<b>TOTAL</b>	<b>147.386,91</b>	<b>156.362,77</b>	<b>172.622,94</b>	<b>196.532,08</b>	<b>223.945,55</b>

Fuente y Elaboración: Autora

### 3.22 Proyección del estado de resultados

Después de establecer la inversión, costos, gastos y ventas, se realizó el estado de resultados, en el cual se reflejan los ingresos y gastos dando como resultado la utilidad del ejercicio. Esta proyección se realizó a cinco años.

Como se puede observar en la siguiente tabla existe una utilidad que se va incrementando a nivel que pasan los años, para lo cual se llega a la conclusión que es una empresa que va a lograr incrementar sus utilidades y no generará pérdida.

**Tabla 24 Estado de pérdidas y ganancias proyectado**

<b>RUBRO / AÑO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>VENTAS NETAS</b>	<b>147.386,91</b>	<b>156.362,77</b>	<b>172.622,94</b>	<b>196.532,08</b>	<b>223.945,55</b>
(-) COSTO DE PRODUCCION	80.523,57	83.953,88	85.144,69	86.400,49	87.725,51
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>66.863,34</b>	<b>72.408,90</b>	<b>87.478,24</b>	<b>110.131,58</b>	<b>136.220,04</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS	28.185,36	30.523,76	31.455,19	35.886,19	34.034,82
GASTOS DE VENTAS	15.160,63	16.172,32	16.877,44	17.630,17	18.434,11
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>23.517,35</b>	<b>25.712,81</b>	<b>39.145,62</b>	<b>56.615,22</b>	<b>83.751,10</b>
GATOS FINANCIEROS	4.302	3.568	2.751	1.842	830
<b>UTILIDAD LIQUIDA</b>	<b>19.215,13</b>	<b>22.144,65</b>	<b>36.394,47</b>	<b>54.773,45</b>	<b>82.921,47</b>
UTILIDAD 15% TRABAJADORE	2.882,27	3.321,70	5.459,17	8.216,02	12.438,22
<b>UTILIDADES ANTES DE IMPUE</b>	<b>16.332,86</b>	<b>18.822,95</b>	<b>30.935,30</b>	<b>46.557,43</b>	<b>70.483,25</b>
IMP RENTA 22%	3.593,23	4.141,05	6.805,77	10.242,63	15.506,32
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>12.739,63</b>	<b>14.681,90</b>	<b>24.129,54</b>	<b>36.314,79</b>	<b>54.976,94</b>

Fuente y Elaboración: Autora

### 3.23 Flujo de caja proyectado

El flujo de caja fue proyectado a cinco años, refleja los ingresos proyectados para la pequeña empresa ECUASOAP traídos a valor presente, por medio del flujo se obtiene el VAN, el cual tiene que ser mayor a cero. También permitirá conocer la TIR del negocio y del inversionista, que es la rentabilidad que refleja tanto el negocio como la rentabilidad que recibirá el inversionista por invertir su dinero en el proyecto.

**Tabla 25 Flujo de caja proyectado**

AÑOS	0	1	2	3	4	5
INGRESOS OPERATIVOS						
VENTA A CONTADO		141.245,79	149.847,66	165.430,31	188.343,24	214.614,48
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		141.245,79	149.847,66	165.430,31	188.343,24	214.614,48
EGRESOS OPERATIVOS						
INVERSION INICIAL	101.728,17					
INVERSION FIJA	73.248,90					
CAPITAL OPERACIÓN (3 meses)	28.479,27					
COMPRA EQ. COMPUTACION						
GASTOS						
COSTOS DE PRODUCCION		80.523,57	83.953,88	85.144,69	86.400,49	87.725,51
GASTOS ADMINISTRATIVOS		28.185,36	30.523,76	31.455,19	35.886,19	34.034,82
GASTOS DE VENTAS		15.160,63	16.172,32	16.877,44	17.630,17	18.434,11
PARTICIPACION TRABAJADORES		2.882,27	3.321,70	5.459,17	8.216,02	12.438,22
IMPUESTO RENTA		3.593,23	4.141,05	6.805,77	10.242,63	15.506,32
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	101.728,17	130.345,06	138.112,71	145.742,26	158.375,50	168.138,98
FLUJO OPERATIVO	-101.728,17	10.900,73	11.734,95	19.688,06	29.967,73	46.475,50
INGRESOS NO OPERATIVOS						
AMORTIZACION		9.160,73	9.160,73	9.160,73	12.597,40	9.684,07
PRESTAMOS	40.691,27					
VALOR RESIDUAL						31.415,33
TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS	40.691,27	9.160,73	9.160,73	9.160,73	12.597,40	41.099,40
EGRESOS NO OPERATIVOS						
INVERSIONES						
PAGO DE CAPITAL	-	6.494,62	7.228,68	8.045,70	8.955,06	9.967,21
PAGO DE INTERES		4.302	3.568	2.751	1.842	830
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS		10.796,84	10.796,84	10.796,84	10.796,84	10.796,84
FLUJO NETO NO OPERATIVO	40.691,27	-1.636,11	-1.636,11	-1.636,11	1.800,56	30.302,56
FLUJO NETO	-61.036,90	9.264,62	10.098,84	18.051,95	31.768,30	76.778,06
SALDO ANTERIOR		-61.036,90	-51.772,28	-41.673,43	-23.621,48	8.146,81
PERIODO DE RECUPERACION	-61.036,90	-51.772,28	-41.673,43	-23.621,48	8.146,81	84.924,88

**Fuente y elaboración:** Autora

De los resultados obtenidos en el flujo de caja proyectado se realizará la evaluación económica y financiera del proyecto, por medio de los indicadores financieros como el VAN y TIR, para luego concluir con un análisis de la factibilidad del proyecto.

### 3.24 Costo capital promedio ponderado

El costo capital promedio ponderado es aquella rentabilidad que el accionista exige por invertir sus recursos en el proyecto, renunciando a un uso alternativo de estos, ya que podría invertirlos en otros proyectos. “El PPCC, simplemente representa el costo promedio de cada unidad monetaria de financiamiento, sin importar su fuente”.

Para el cálculo del costo de capital promedio ponderado, primero se debe calcular el costo de la deuda que en este caso se utiliza el 11% que cobra el banco como tasa activa. Luego se calcula el costo del capital, para ello se ha escogido la rentabilidad que genera si se invierte en la compra de acciones de Industrias Ales en la Bolsa de Valores, para ello se ha escogido datos históricos desde el año 2008 hasta el 2012, como se muestra en el Anexo No.4, porque analizando es la que ofrece mayor rentabilidad anual.

#### Fórmula:

$$\text{CCPP} = \% \text{ Deuda } (k_d (1-t)) + \% \text{ Capital propio } (k_e)$$

$$\text{CCPP} = 0,40 (0,11(1-0,25)) + 0,60 (0,15)$$

$$\text{CCPP} = 0,123 = 12,3\%$$

**Tabla 26 Costo Capital Promedio Ponderado**

DENOMINACIÓN	MONTO	PORCENTAJE	COSTO	C.C.P.P.
Capital ajeno	40.691,27	40%	8,25%	3,30%
Capital propio	61.036,90	60%	15%	9%
<b>TOTAL</b>	<b>139.074,79</b>	<b>100%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>12,30%</b>

Fuente y elaboración: Autora

### 3.25 Evaluación Financiera

#### Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio establece la cantidad de unidades que se deben vender para ni ganar ni perder, si se vende por debajo de estas unidades se obtendría pérdida. En base al punto de equilibrio, el departamento de ventas realiza las estrategias necesarias para vender más de estas unidades.

Este análisis se lo utiliza para la toma de decisiones en cuanto a planeación y presupuestos. Se realiza el punto de equilibrio en dólares y en unidades para los próximos cinco años.

Tabla 27 Punto de Equilibrio en dólares y unidades

COSTOS VARIABLES					
DESCRIPCION	1er Año	2do Año	3er Año	4to Año	5to Año
Materia Prima	55.301,40	57.657,24	57.712,54	57.767,84	57.823,14
Empaque	5.027,40	5.241,57	5.470,10	5.714,07	5.974,63
Cajas	335,16	349,44	364,67	380,94	398,31
<b>TOTAL</b>	<b>60.663,96</b>	<b>63.248,24</b>	<b>63.547,31</b>	<b>63.862,85</b>	<b>64.196,08</b>
COSTOS FIJOS					
Mano de Obra Directa	10.567,88	11.018,08	11.487,45	11.976,81	12.487,02
Costos Indirectos	11.203,19	11.680,44	12.189,71	12.733,37	13.314,01
Gastos Adm y Ventas	43.345,99	46.696,09	48.332,63	53.516,36	52.468,93
Gastos Financieros	4.302,22	3.568,16	2.751,14	1.841,78	829,63
<b>TOTAL</b>	<b>69.419,28</b>	<b>72.962,77</b>	<b>74.760,93</b>	<b>80.068,32</b>	<b>79.099,60</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>130.083,24</b>	<b>136.211,01</b>	<b>138.308,24</b>	<b>143.931,17</b>	<b>143.295,68</b>
Ingreso Anual	147.386,91	156.362,77	172.622,94	196.532,08	223.945,55
P.V.P	1,47	1,47	1,47	1,47	1,47
Costo unitario Variable	0,60	0,63	0,63	0,64	0,64
<b>P.E. en dolares</b>	<b>117.979,07</b>	<b>127.809,93</b>	<b>131.426,94</b>	<b>141.288,89</b>	<b>140.138,59</b>
<b>P.E. Unidades</b>	<b>80.485,84</b>	<b>87.192,50</b>	<b>89.660,04</b>	<b>96.387,91</b>	<b>95.603,16</b>

<b>Punto Equilibrio Unidades</b>	80.485,84
<b>Costo Variable Total</b>	48.559,79
<b>Punto Equilibrio Dolares</b>	117.979,07

Fuente y Elaboración: Autora

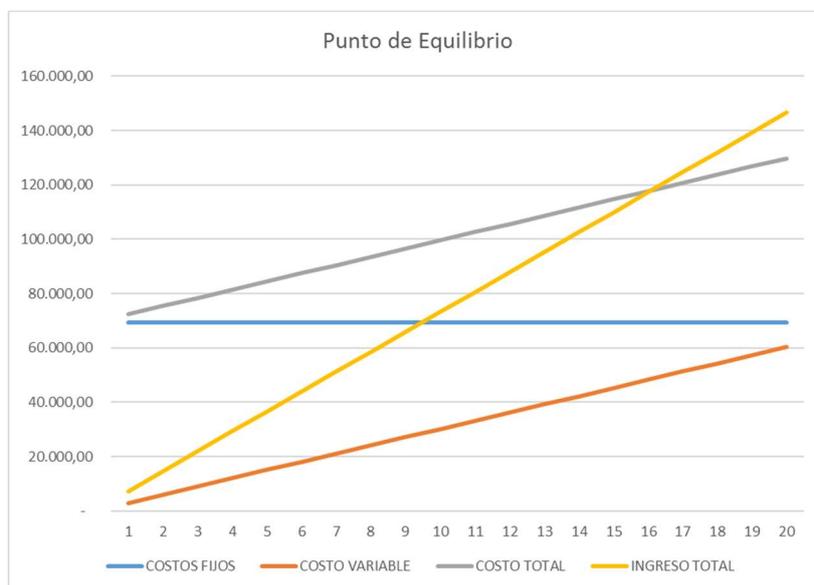


Figura 4 Punto de Equilibrio

Fuente y elaboración: Autora

El resultado determina que como mínimo se deben vender 80.485,84 unidades de jabón en el primer año para mantener la empresa en equilibrio, los demás años irán

incrementando conforme incrementen los costos y los ingresos, cabe recalcar que la empresa ECUA SOAP debe tomar esta referencia como mínima para no perder, lo cual no es recomendable por obvias razones de que una empresa se la creó con fin de obtener un beneficio económico.

### Valor actual neto

Mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá el proyecto para determinar si luego de descontar la inversión inicial nos quedaría alguna ganancia, si el resultado es positivo el proyecto es viable. Como podemos observar el VAN del proyecto es \$ 31.890,10 por lo tanto muestra que es viable.

### Tasa interna de retorno

“La TIR se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente de los flujos de efectivo esperados de un proyecto sea igual que el monto inicial invertido”. La TIR del negocio se la obtuvo de los flujos operacionales y la TIR del inversionista de los flujos netos de los siguientes cinco años.

Como se puede observar la tasa de descuento o costo capital promedio ponderado es menor a la tasa interna de retorno, por lo tanto, el proyecto es rentable.

**Tabla 28 VAN y TIR del negocio**

Tasa Pasiva Referencial	12%
VAN	\$31.890,10
TIR	25,1396%

Fuente y elaboración: Autora

### Periodo de Recuperación

Basados en el “Flujo de Caja Proyectado” podemos determinar que en el cuarto año recuperaremos la inversión realizada, con un saldo positivo acumulado de 8.146,81.

## Capítulo IV

### DISCUSIÓN

#### 4.1 Contratación Empírica

Al cabo de esta investigación se encontró que este jabón llega a ser un gran aliado contra el envejecimiento celular, debido a las propiedades antioxidantes de la manteca de cacao y el cacao puro capaces de luchar contra los rayos solares y las diferentes bacterias que se encuentran en el sector agrícola. Además, sus cualidades emolientes y suavizantes lo hacen ideal para aplicarlo sobre las zonas más secas y desnutridas.

El jabón ECUA SOAP tendrá aceptación en el cantón Yaguachi, dado que los beneficios que otorga son muchos, el precio al que se lo ofrece es muy accesible para la población y por ser un producto elaborado con ingredientes naturales, en este caso, el cacao.

Nuestro producto no compite con los jabones de tocador, debido a que no está compuesto de químicos. En el mercado local hemos encontrado jabones artesanales que se distribuyen bajo pedido, como es el caso de ANISA. Para comparar el producto con el de la competencia se establece que los jabones que son elaborados a base de ingredientes naturales sin alto nivel de químicos serían los más apropiados, por obvias razones no competimos con los jabones de tocador ya que contienen elementos químicos.

Los jabones son consumidos en la actualidad en forma masiva y su tendencia está en alza. Podemos nombrar tres amplios sectores grandes consumidores de jabones:

- Hogar,
- Empresa (spas, oficinas, centros comerciales)
- Salud (clínicas y hospitales, centros de salud, consultorios)

Se solicitaron opiniones acerca del producto, empezamos por los hogares de la familia más cercana al autor de este trabajo de investigación, luego a los amigos para determinar la aceptación que iba a tener el jabón, luego se pasó a las encuestas. En las encuestas que se realizaron en el cantón ya guachi, que es donde se localizara el producto. Luego de tabular la muestra se obtuvo un resultado totalmente favorable.

El análisis de la demanda se logró mediante la recopilación de las fuentes primarias y las fuentes secundarias. Las fuentes primarias se obtuvieron por medio de contacto directo con el consumidor e intermediarios, para lo cual se aplicaron encuestas.

## 4.2 Limitaciones

Los habitantes de la zona no tienen información sobre los beneficios de los jabones naturales, por ende, se debe realizar una correcta y extensiva socialización del producto. Así también, el poco conocimiento del cuidado de la piel impidió realizar una encuesta más especializada, aun cuando fue efectiva para determinar la factibilidad, no se pudo obtener información más detallada.

## 4.3 Líneas de Investigación

El proyecto que ha sido elaborado e investigado se ajusta a las líneas de investigación de la facultad de economía de la universidad de Guayaquil (IEEP, Facultad de Economía, Universidad de Guayaquil, 2016), las cuales son:

- Economía y desarrollo local y regional
- Transformaciones de la matriz productiva

Con la implementación de esta empresa, se abrirán nuevos estudios de esencias, que darán apertura a la producción de la variedad de jabones con productos que ayuden al cuidado de la piel con ingredientes naturales, no tan solo para consumo del sector agrícola, sino para la apertura del mercado.

Es importante destacar que este proyecto se encuentra dentro de los lineamientos y estándares de investigación contemplados en la teoría y diversidad económica de la facultad de la universidad, además ayudará al desarrollo económico local y regional del estudio de mercado que se realizó.

## 4.4 Aspectos Relevantes

El proyecto para la factibilidad de la creación de una empresa que produzca jabón de cacao, junto a otras mencionadas en el referente empírico del presente estudio, tienen como fin aportar al cuidado de la piel del consumidor, a través de esencias naturales que son beneficiosas, además que contienen propiedades capaces de luchar contra los riesgos que afectan a la piel. Dentro de los principales beneficios podemos mencionar:

- Humecta y suaviza la piel, suaviza las arrugas, calma la piel irritada, reduce la inflamación y mejora la circulación
- Contiene antioxidantes que luchan contra los radicales libres, que causan el envejecimiento.

## Capítulo V

### PROPUESTA

Se propone la creación de la Empresa ECUASOAP, cuyo giro del negocio es la producción de jabón de cacao, la cual ayudará al desarrollo económico de la población, dando apertura a fuentes de trabajo, así como también al cuidado de la piel en las diferentes familias del sector, ayudando al buen vivir de las familias.

#### 5.1 Justificación

El mercado es atractivo aun cuando existen productos muy bien posicionados, la necesidad de implementar este proyecto se refleja también en el mercado al que buscamos introducirnos que es el de los productos no tradicionales, esto lo alcanzaremos con la implementación de una empresa que elabora jabón de cacao.

La implementación de este proyecto también responde a la encuesta en la pregunta # 5, en la que los encuestados se pronuncian y dice el 90 % que, si compraría el jabón de ECUASOAP, el cual es elaborado a base de cacao.

#### 5.2 Fundamentación

Los proyectos están integrados al proceso de Planificación que consiste en la toma de decisiones anticipadas de lo que debe ser hecho para alcanzar lo que se desea en el futuro.

Los Proyectos son instrumentos de la Planificación. Para nuestro caso, los proyectos se refieren a operaciones de inversión, que consumen recursos y generan beneficios durante un período de tiempo. Se constituyen en los instrumentos de la planificación económica más cercanos a la realidad.

Proyecto de inversión es un instrumento de planificación para la inversión, que incluye un conjunto de antecedentes económicos que permitan juzgar de una manera cualitativa y cuantitativa las ventajas y desventajas de asignar recursos a una determinada iniciativa en forma eficiente, rentable y segura.

### 5.3 Análisis FODA

Estudiaremos nuestras fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para estar en condiciones de competencia frente a otros productores de jabones sustitutivos.

FORTALEZAS	• Canales de Distribucion
	• Higiene y Seguridad en los procesos
	• Capacitación continua
DEBILIDADES	• Producto Desconocido
	• Introduccion en el mercado
	• Una nueva cultura de consumo
OPORTUNIDADES	• Distribucion directa a los canales
	• Consientizacion en el cuidado de la piel
	• Ampliar el mercado a nivel provincial
AMENAZAS	• Competencia
	• Politicas Estatales

Fuente y elaboración: Autora

### 5.4 Cronograma

ACTIVIDADES	MESES																			
	1				2				3				4				5			
	SEMANAS																			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Estudio del Proyecto	■	■	■	■																
Contratacion del Personal											■	■	■	■	■	■				
Capacitacion Tecnica y Evaluacion															■	■	■	■	■	■
Construccion de Planta y Bodega					■	■	■	■	■	■	■	■								
Compra e implementacion de Maquinaria									■	■	■	■	■	■	■	■				
Diseño de Estrategias de Marketing									■	■	■	■	■	■	■	■				
Incorporar Distribuidores															■	■	■	■	■	■
Puesta en Marcha																	■	■	■	■

## Conclusiones y recomendaciones

### Conclusiones

➤ La producción del cacao es una de las principales actividades en el Ecuador, del cual se puede obtener beneficios rentables tanto en la parte económica como en su uso, pero lamentablemente por la falta de conocimiento no ha sido aprovechado en su totalidad, es por esto que el presente proyecto ha planteado la creación de una empresa que utiliza los residuos del cacao para procesarlos y elaborar un jabón.

➤ En vista de la demanda insatisfecha que resulta de la investigación de mercado que se realizó, se puede llegar a la conclusión en la pregunta No. 9 de las encuestas, que la mayoría de los encuestados con un porcentaje del 67% desean productos que cuiden su piel mas no que les afecte y es por este motivo que están dispuestas a consumir el jabón ECUA SOAP que es un jabón con ingredientes naturales que les proporciona beneficios que la competencia no lo hace

➤ Mediante un estudio de mercado, se conoció que los habitantes del Cantón Yaguachi están dispuestos a consumir este producto a un precio justo de \$2,25 a cambio de todos los beneficios que van a recibir a cambio, es por esto que el segmento que la empresa ofertará será de clase media alta.

➤ Se establecieron estrategias adecuadas para la introducción del producto, como descuentos por volúmenes de compras, promociones por temporadas, canales de distribución con gran acogida como supermercados y farmacias, innovación y diseño del producto en especial porque es un producto con un valor agregado, que es exfoliante, lo que permite retirar las células muertas de la piel. Todas estas estrategias permitirán cumplir las metas que se han planteado en cuanto al plan de marketing respecta.

➤ La inversión inicial de ECUA SOAP es grande sin embargo la mayor parte del capital está sometida a terceros mediante un préstamo bancario a cinco años con lo que se espera recuperar el capital en un tiempo menor a cinco años gracias a la gran acogida que tendrá el jabón según las encuestas realizadas que logrando que existan ventas exitosas.

➤ Luego de haber ejecutado el estudio financiero se concluye que el proyecto es rentable ya que el valor actual neto muestra un resultado de \$ 31,239.67, una tasa interna de retorno del 30,3921%, mientras que la tasa de oportunidad o costo de capital promedio ponderado es de 12,30%.

## Recomendaciones

- Una vez puesta en marcha la empresa ECUA SOAP S.A se debe realizar una encuesta al consumidor para conocer el grado de satisfacción de nuestro producto ofertado, aceptando sus comentarios, críticas y sugerencias las mismas que ayudaran al mejoramiento continuo del producto.
- Realizar las negociaciones necesarias para buscar acuerdos con los productores de cacao con el fin de bajar costos para la elaboración del producto; utilizando al máximo el “mucilago; testa y la cáscara” que son residuos del cacao lo cual generaría un aumento del capital.
- En el proceso productivo determinar un sistema de elaboración de jabón más económico y de fácil acceso, obteniendo mayor rentabilidad al ser uso de la mano de obra no calificada que permite reducir costos sin utilizar la mano de obra calificada con la adquisición de maquinaria especializada.
- Se debe priorizar la publicidad y marketing en la etapa de crecimiento de la empresa ECUA SOAP mediante volantes, prensa y revistas llegando así a captar la mente del consumidor en el momento de la compra del producto.
- Para el buen funcionamiento de la empresa ECUA SOAP se debe implantar reglamentos internos, en base a un sistema de políticas regidas por valores y normas que ayudaran a desarrollar una estrategia al personal en los diferentes departamentos que conforman la organización de la empresa.
- La ubicación geográfica de la empresa, juega un papel importante en el momento de trasladar la materia prima a la empresa de esta forma se reduciría costos de transporte y tiempo.
- La empresa ECUA SOAP debe cumplir con la reglamentación legal y los impuestos a los que se está obligada, para su buen funcionamiento y actividad comercial.
- El personal encargado de las ventas, debe tener la experiencia necesaria para concretar la compra del producto; siempre informándole al consumidor las cualidades que lo hace diferente de la competencia. Además, el manejo de la contabilidad de la empresa ECUA SOAP; debe ser manejada por personal capacitado y por normas de seguridad se deberá contratar una empresa auditora externa cada año, para constatar el buen manejo de los recursos con la que cuenta la empresa.

## Bibliografía

- ANISA JABON . (2011). Obtenido de <http://www.anisajabon.com>
- Bacon, F. (1620). *Novum Organum*. Inglaterra.
- Bernal. (2010).
- Edgar, M. (13 de agosto de 2005). *Gestion Microempresarial*. Ibarra.
- INEC. (2016). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- Los jabones de mi mujer* . (2016). Obtenido de <http://www.losjabonesdemimujer.com>
- Scientific America. (s.f.).
- Scientific American. (5 de julio de 2011).
- Seguridad y Salud en la agricultura, Oficina Internacional del Trabajo. (2000).
- Tamayo. (2003).

# Anexos

**Anexo 1 Amortización del préstamo**

PERIODO	CAPITAL	INTERÉS	DIVIDENDO	SALDO
<b>0</b>				<b>40.691,27</b>
1	3.160,40	2.238,02	-5.398,42	37.530,87
2	3.334,22	2.064,20	-5.398,42	34.196,64
3	3.517,60	1.880,82	-5.398,42	30.679,04
4	3.711,07	1.687,35	-5.398,42	26.967,97
5	3.915,18	1.483,24	-5.398,42	23.052,79
6	4.130,52	1.267,90	-5.398,42	18.922,27
7	4.357,69	1.040,72	-5.398,42	14.564,58
8	4.597,37	801,05	-5.398,42	9.967,21
9	4.850,22	548,20	-5.398,42	5.116,99
10	5.116,99	281,43	-5.398,42	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>40.691,27</b>	<b>13.292,93</b>	<b>-53.984,19</b>	

Fuente y Elaboración: Autora

**Anexo 2 Costos Indirectos de Producción**

A. manode Obra Indirecta								
Denominacion	No.	Sueldo Individual (Dolares)	13ro	14to	Sueldo Anual	Vacacion	Patrola 12,15	Total
Ayudane de Bodega	1,00	366,00	366,00	366,00	4.392,00	183,00	533,63	5.840,63
<b>SUMAN</b>								<b>5.840,63</b>
B. Materiales Indirectos								
Denominacion	Cantidad (Unidad)	Costo Unitario (Unidad)						
cajas	4.189,50	0,08						335,16
empaque	100.548,00	0,05						5.027,40
<b>SUMAN</b>								<b>5.362,56</b>
C. Depreciacion y Amortización								
Denominacion	Costos (dólares)	Vida Útil (Años)						
Construcciones	4.730,00	20,00						236,50
Maquinas y Equipos	24.000,00	10,00						2.400,00
<b>SUMAN</b>								<b>2.636,50</b>
D. Suministro Anual								
Denominacion	Costos	Valor Unitario (Dolares)						
Energia Electrica (kw)	1.500,00	0,08						120,00
Agua potable (m3)	1.000,00	0,12						120,00
<b>SUMAN</b>								<b>240,00</b>
E. Reparacion y Mantenimiento								
Denominacion	Valor	%						
Edif. Y. Construccion	4.730,00	0,02						94,60
Maq. Y Equipos	24.000,00	0,02						480,00
<b>SUMAN</b>								<b>574,60</b>
<b>TOTAL</b>								<b>14.654,29</b>

Fuente y Elaboración: Autora

### Anexo 3 Proyección de Costos Anuales

INCREMENTO	4,16%	4,26%	4,36%	4,46%	4,56%
RUBRO	PRIMER AÑO	SEGUNDO AÑO	TERCER AÑO	CUARTO AÑO	QUINTO AÑO
MATERIA PRIMA	55.301,40	57.657,24	57.712,54	57.767,84	57.823,14
Costo	55.301,40	57.657,24	57.712,54	57.767,84	57.823,14
MANO DE OBRA DIRECTA	10.567,88	11.018,08	11.487,45	11.976,81	12.487,02
Sueldo	6.588,00	6.868,65	7.168,12	7.487,82	7.829,26
Aporte Patronal (12,15%)	1.600,88	1.669,08	1.741,85	1.819,54	1.902,51
Decimo (13ro/14to)	2.196,00	2.289,55	2.389,37	2.495,94	2.609,75
Vacaciones	183,00	190,80	199,11	208,00	217,48
Fondos de Reserva		381,44	381,80	382,17	382,54
COSTOS INDIRECTOS	11.203,19	11.680,44	12.189,71	12.733,37	13.314,01
Cajas	335,16	349,44	364,67	380,94	398,31
Empaques	5.027,40	5.241,57	5.470,10	5.714,07	5.974,63
Ayudante Bodega	5.840,63	6.089,44	6.354,94	6.638,37	6.941,08
DEPRECIACION	2.636,50	2.748,81	2.868,66	2.996,61	3.133,25
Depreciacion y amortizacion	2.636,50	2.748,81	2.868,66	2.996,61	3.133,25
SUMINISTROS Y SERVICIOS	240,00	250,22	261,13	272,78	285,22
Suministro Anual	240,00	250,22	261,13	272,78	285,22
REPARACION Y MANTENIMIENTO	574,60	599,08	625,20	653,08	682,86
Reparacion y mantenimiento	574,60	599,08	625,20	653,08	682,86
<b>TOTAL</b>	<b>80.523,57</b>	<b>83.953,88</b>	<b>85.144,69</b>	<b>86.400,49</b>	<b>87.725,51</b>

Fuente y Elaboración: Autora

### Anexo 4 Gastos Administrativo - Ventas

DENOMINACION	No.	Sueldo (Dolares)	13ro	14to	Sueldo Anual	Vacación	Patronal 12,15%	TOTAL
<b>A. PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>								
Contabilidad (Tercerizada)	1	300,00	-	-	3.600,00	-	-	3.600,00
-	1	-	-	-	-	-	-	-
Jefe de Produccion	1	500,00	500,00	366,00	6.000,00	250,00	729,00	7.845,00
-	1	-	-	-	-	-	-	-
Secretaria	1	366,00	366,00	366,00	4.392,00	183,00	533,63	5.840,63
-	1	-	-	-	-	-	-	-
-	1	-	-	-	-	-	-	-
<b>SUMAN</b>		<b>1.166,00</b>	<b>866,00</b>	<b>732,00</b>	<b>13.992,00</b>	<b>433,00</b>	<b>1.262,63</b>	<b>17.285,63</b>
<b>B. DEPRECIACION AMORTIZACION</b>								
DENOMINACION	Costos (dólares)	Vida Util (Años)						
Muebles y Equipos oficina	1.909,00	10,00	190,90					
Eq. Computación	\$2.800,00	3,00	933,33					
Constitucion Empresa	800,00	10,00	80,00					
Costo Estudio	800,00	10,00	80,00					
Instal generales	1.200,00	10,00	120,00					
<b>SUMAN</b>			<b>1.404,23</b>					
<b>C. SERVICIOS BASICOS</b>								
Energia Electrica (kw)	1.000,00	0,08	800,00					
Agua	300,00	0,13	39,00					
Telefono			500					
Internet			400					
<b>SUMAN</b>			<b>1.739,00</b>					
<b>TOTAL</b>			<b>20.428,86</b>					

Fuente y Elaboración: Autora

DENOMINACION	No.	Sueldo	13ro	14to	Suelno	Vacacion	Patronal	Fondos	TOTAL
		Dolares			Anual		12,15%	Reserva	
<b>A. Personal</b>									
Vendedor/Repartidor	1	366,00	366,00	366,00	4.392,00	183,00	533,63	365,85	5.840,63
-	1	-	-	-	-	-	-	-	-
SUMAN		366,00	366,00	366,00	4.392,00	183,00	533,63	365,85	5.840,63
<b>B. Gastos Comerciales</b>									
Publicidad y propaganda									5.000,00
<b>C. Gastos de Combustible</b>									
									1.320,00
<b>D. DEPRECIACION</b>									
Vehiculos									3.000,00
<b>TOTAL</b>									<b>15.160,63</b>

Fuente y Elaboración: Autora

### Anexo 5 Proyección de Gastos Anuales

INCREMENTO	4,16%	4,26%	4,36%	4,46%	4,56%
	1er Año	2do Año	3er Año	4to Año	5to Año
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
Sueldos	13.992,00	14.588,06	15.224,10	15.903,09	16.628,27
13er Sueldo	866,00	902,89	942,26	984,28	1.029,17
14 Sueldo	732,00	763,18	796,46	831,98	869,92
Vacaciones	433,00	451,45	471,13	492,14	514,58
Aporte Patronal	1.262,63	1.316,42	1.373,81	1.435,08	1.500,52
Fondes de Reserva		1.527,95	1.594,57	1.665,69	1.741,64
Depreciacion Amortizacion	9.160,73	9.160,73	9.160,73	12.597,40	9.684,07
Servicios Basicos	1.739,00	1.813,08	1.892,13	1.976,52	2.066,65
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>28.185,36</b>	<b>30.523,76</b>	<b>31.455,19</b>	<b>35.886,19</b>	<b>34.034,82</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>					
Sueldos	4.392,00	4.579,10	4.778,75	4.991,88	5.219,51
13er Sueldo	366,00	381,59	398,23	415,99	434,96
14 Sueldo	366,00	381,59	398,23	415,99	434,96
Vacaciones	183,00	190,80	199,11	208,00	217,48
Aporte Patronal	533,63	556,36	580,62	606,51	634,17
Fondo de Reserva		365,85	381,80	398,83	417,02
Depreciacion Amortizacion	3.000,00	3.127,80	3.264,17	3.409,75	3.565,24
Gasto de Combustibles	1.320,00	1.376,23	1.436,24	1.500,29	1.568,71
Gastos de Publicidad y Propaganda	5.000,00	5.213,00	5.440,29	5.682,92	5.942,06
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>15.160,63</b>	<b>16.172,32</b>	<b>16.877,44</b>	<b>17.630,17</b>	<b>18.434,11</b>
<b>TOTAL DE GASTOS</b>	<b>43.345,99</b>	<b>46.696,09</b>	<b>48.332,63</b>	<b>53.516,36</b>	<b>52.468,93</b>

Fuente y Elaboración: Autora

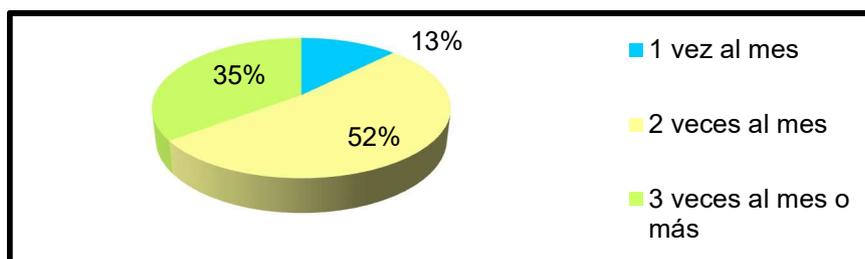
## Anexo 6 Encuestas

### Pregunta 1: ¿Con qué frecuencia usted compra jabón para su aseo personal?

**Tabla 29 Frecuencia del consumo del jabón**

SEXO	TOTAL	PORCENTAJE
Femenino	268	67%
Masculino	132	33%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

Fuente y Elaboración: Autora



**Figura 5 Frecuencia del consumo del jabón**

Fuente y Elaboración: Autora

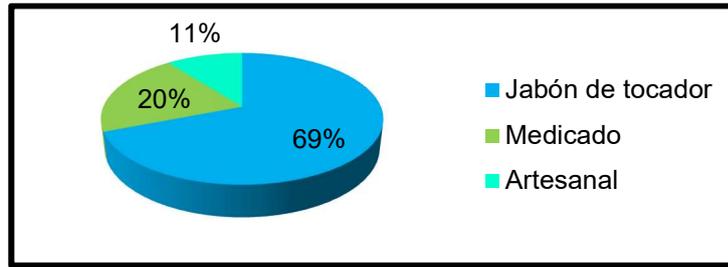
Según las encuestas realizadas el 52% de las personas compra jabón para su aseo personal dos veces al mes, el 35% tres veces al mes o más y tan solo el 13% compra una sola vez en el mes, lo cual nos indica que la mayoría de las personas encuestadas consume jabón con mucha frecuencia.

### Pregunta 2: ¿Qué tipo de jabón utiliza para su aseo personal?

**Tabla 30 Tipo de jabón que utilizan las personas**

CONSUMIDOR	TOTAL	PORCENTAJE
Jabón de tocador	276	69%
Medicado	82	20%
Natural	42	11%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

Fuente y Elaboración: Autora



**Figura 6 Tipo de jabón que utilizan las personas**

**Fuente y Elaboración:** Autora

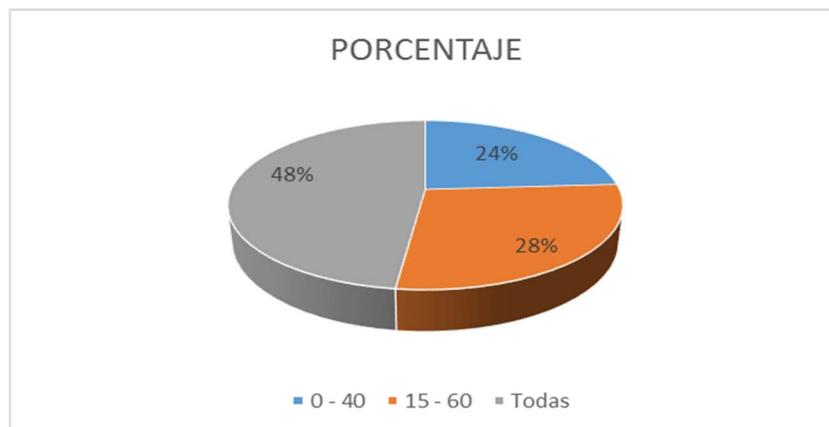
El 69% respondió que utilizan jabón de tocador y tan solo el 11% de las personas conocen y utilizan jabones naturales.

**Pregunta 3: ¿Desde qué edad cree usted que se podría usar este jabón?**

**Tabla 31 Edades para utilizar el jabón**

CONSUMIDOR	TOTAL	PORCENTAJE
0 - 40	95	24%
15 - 60	114	28%
Todas	191	48%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Fuente y Elaboración:** Autora



**Figura 7 Edades para utilizar el jabón**

**Fuente y Elaboración:** Autora

El 48% de las personas estiman que el jabón puede ser usado por cualquier persona hasta los 40 años. EL 28% estima que debería ser usado por personas entre 15 a 60 años y

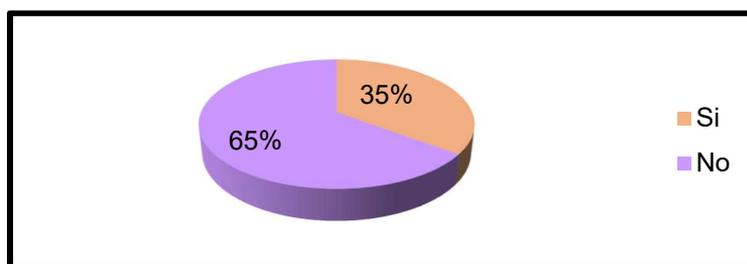
el 24% cree que es bueno para todas las edades, por lo que podemos concluir que las personas creen que este jabón puede ser usado por todas las edades.

#### Pregunta 4: ¿Conoce usted los beneficios del cacao para la piel?

**Tabla 32 Conocimiento de las personas de los beneficios del cacao**

CONSUMIDOR	TOTAL	PORCENTAJE
Si	141	35%
No	259	65%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

Fuente y Elaboración: Autora



**Figura 8 Conocimiento de las personas de los beneficios del cacao**

Fuente y Elaboración: Autora

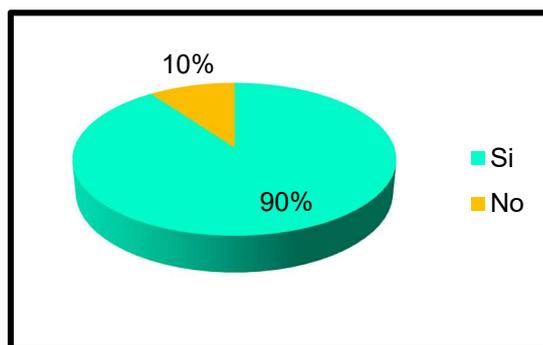
El 65% de las personas no conocen de los beneficios del cacao para la piel y tan solo el 35% conoce de ellos, lo que significa que por esta razón las personas en ciertas ocasiones dejan de comprar un jabón con estas propiedades por la falta de información.

#### Pregunta 5: ¿Estaría dispuesto a usar un jabón natural a base de cacao?

**Tabla 33 Aceptación de comprar el jabón ECUA SOAP**

CONSUMIDOR	TOTAL	PORCENTAJE
Si	360	90%
No	40	10%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

Fuente y Elaboración: Autora



**Figura 9 Aceptación de comprar el jabón ECUA SOAP**

**Fuente y Elaboración:** Autora

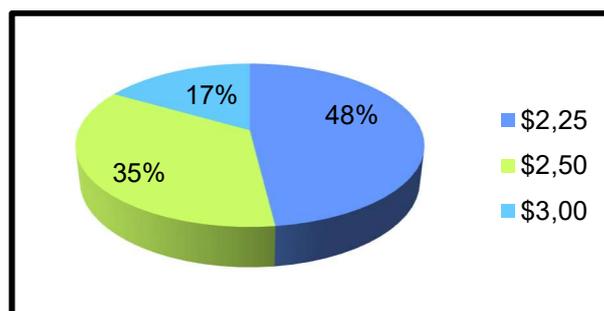
El 90% nos dieron una respuesta favorable, por lo que se concluye que estarían dispuestas a utilizar el jabón a base de cacao.

**Pregunta 6: ¿Qué precio que estaría dispuesto a pagar por un jabón en barra natural a base de cacao en una presentación de 100 g?**

**Tabla 34 Precio escogido por las personas encuestadas**

CONSUMIDOR	TOTAL	PORCENTAJE
\$2,25	173	48%
\$2,50	127	35%
\$3,00	60	17%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Fuente y Elaboración:** Autora



**Figura 10 Precio escogido por las personas encuestadas**

**Fuente y Elaboración:** Autora

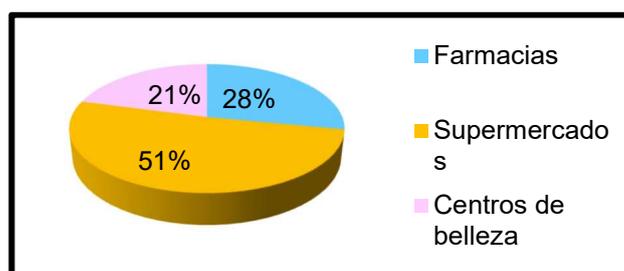
Las encuestas nos indica que el 48% pagarían un valor de \$2,25, el 35% un valor de 2,50 y solo un 17% estaría dispuesto a pagar un valor de \$3,00, por lo tanto, debemos producir un jabón económico y con un precio de venta al público menor o igual a \$2,25.

**Pregunta 7: Señale el lugar de su preferencia para adquirir el jabón en barra a base de cacao**

**Tabla 35 Lugar de preferencia para adquirir el jabón ECUA SOAP**

LUGAR DE COMPRA	TOTAL	PORCENTAJE
Farmacias	101	28%
Supermercados	184	51%
Centros de Belleza	75	21%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Fuente y Elaboración:** Autora



**Figura 11 Lugar de preferencia para adquirir el jabón ECUA SOAP**

**Fuente y Elaboración:** Autora

El 51% prefiere adquirir el jabón en los supermercados, en segundo lugar, las farmacias con un 28% y el 21% restante en los centros de belleza, lo que probablemente incide porque las encuestas se realizaron en supermercados y fueron encuestadas más mujeres que hombres.