



**INSTITUTO DE NEGOCIOS
“HUMANE”**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE
JABÓN ARTESANAL PARA EL CUIDADO DE LA
PIEL, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A
PARTIR DEL AÑO 2023.”**

TOMO I

**TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO EN
OPCIÓN PARA OBTENER EL TÍTULO DE
TÉCNOLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

MÓNICA MARIELA MORALES CHICA

GUAYAQUIL - ECUADOR

2022



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO: “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

AUTOR/ES: *Mónica Mariela Morales Chica*

TUTOR: Econ. Andrés Alprech Quiroz, MBA

INSTITUCIÓN: Instituto de Negocios “HUMANE”

FACULTAD: Administración

CARRERA: *Administración de Empresas*

FECHA DE PUBLICACIÓN: septiembre de 2022

Nº DE PÁG: 128

ÁREA TEMÁTICA: Plan de negocios

PALABRAS CLAVES: Competitividad, Plan de Marketing, Jabón Artesanal, Canvas,

RESUMEN: La propuesta de creación de una empresa para la fabricación de jabón artesanal pretende mitigar el impacto de jabones sintéticos con productos 100% naturales hechos a mano, biodegradables y libres de químicos, que contengan los beneficios de las plantas, hierbas y especies para evitar enfermedades cutáneas. Este proyecto para desarrollar nace ante la ausencia de pocas marcas que se dediquen al cuidado de la piel, como resultado de estas necesidades se buscará mejorar el estilo de vida y el bienestar de las personas.

Nº DE REGISTRO: A-EC-06-06

Nº DE CLASIFICACIÓN: A-EC-06-06

DIRECCIÓN URL (trabajo de titulación en la web):

ADJUNTO PDF:

SI

X

NO

CONTACTO CON AUTOR/ES:

Teléfono: 0985021381

E-mail: mmorales@es.humane.edu.ec

CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:

Nombre: Ing. Carlos Pazmiño Castillo, MBA

Teléfono: (04) 288 2710

Mail: cpazmino@humane.edu.ec

Quito: Av. Whymper E7-37 y Alpallana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/1; y en la Av. 9 de octubre 642 y Carrión edificio Prometeo, teléfonos 2569898/9. Fax: (593-2) 250-9054

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme las fuerzas para culminar esta etapa en mi vida, a mi madre por su incondicional apoyo y a mi hijo quien es mi pilar fundamental en todo lo que me propongo, a mis compañeros por su apoyo y a cada tutor por compartir sus conocimientos y guiarme en este proceso de titulación.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi madre y a mi hijo, quienes son mi inspiración y fortaleza en todo.

Santiago de Guayaquil, septiembre de 2022

Yo, **Mónica Mariela Morales Chica** declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo me corresponde totalmente y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación que he realizado.

De la misma forma, cedo mi derecho de autor al Instituto de Negocios “HUMANE”, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y Normatividad Institucional vigente.

Mónica Mariela Morales Chica

C.I: 0925033706

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Santiago de Guayaquil, septiembre de 2022

Certifico que el trabajo titulado “**Plan de negocio para la creación de una empresa que se dedica a la fabricación de jabón artesanal, para el cuidado de la piel en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2023.**” ha sido elaborado por **Mónica Mariela Morales Chica** bajo mi tutoría. El presente trabajo reúne los requisitos para ser defendido ante el jurado calificador designado por el Instituto de Negocios “HUMANE”.

Econ. Andrés Alprech Quiroz, MBA

RESUMEN EJECUTIVO

El sector artesanal de Guayaquil se caracteriza por ofertar diferentes productos innovadores que incluyen la elaboración de productos para el cuidado de la piel ha sido escasos. Por tal motivo en base al diseño de la investigación, se propone el diseño de un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la fabricación de jabón artesanal para el cuidado de la piel en la ciudad de referencia para el año 2023. En base a la fundamentación teórica, se citaron las teorías más relevantes relacionadas a planes de negocios y competitividad.

La propuesta comercial de este estudio gira en torno al modelo CANVAS mismo que está compuesto por nueve bloques mediante el cual se desarrollaron las actividades clases de la empresa, así como la estructura de costos, entre otros componentes, luego se desarrollaron los flujogramas que permiten un mejor enfoque de los procesos que implementará la empresa de este estudio Jabones Artesanales Vida.

El análisis financiero del proyecto consiste en que se tuvo una inversión de \$25.322,50 con un VAN de \$45.030,63 y TIR del 84,94% superior a la tasa de mercado mediante el cual se recuperó la inversión en 2 años 1 mes, lo que significa que el proyecto es rentable.

Palabras claves: Competitividad, Modelo Canvas, VAN, TIR, Payback

ABSTRACT

The artisan sector of Guayaquil has developed different innovative products in recent years, the production of skin care products has been scarce.

For this reason, based on the research design, the researcher proposed a business plan for the creation of a company dedicated to the manufacture of artisanal soap for skin care in the city of reference for the year 2023. Based on theoretical foundation, the most relevant theories related to business plans and competitiveness were cited.

The commercial proposal of this study revolves around the CANVAS model itself, which is composed of nine blocks through which the company's class activities were developed, as well as the cost structure, among other components, then the flowcharts were developed that allow a best approach to the processes that will be implemented by the company in this study Jabones Artesanales Vida.

The financial analysis of the project consists of an investment of \$25,322.50 with a NPV of \$45,030.63 and IRR of 84.94% higher than the market rate through which the investment was recovered in 2 years 1 month, which which means that the project is profitable.

Keywords: Competitiveness, Canvas Model, VAN, TIR, Payback.

ÍNDICE GENERAL

Introducción	1
Capítulo 1: Diseño de la investigación.	4
1.1 Planteamiento del problema	5
1.2 Formulación del problema.....	5
1.3 Sistematización del problema	5
1.4 Objetivos	6
1.4.1 Objetivo General	6
1.4.2 Objetivos específicos	6
1.5 Justificación	7
Capítulo 2: Fundamentación Teórica.	8
2.1 Marco Teórico.....	9
2.1.1 Historia del jabón	9
2.1.1.1 Composición del jabón	11
2.1.1.2 Hábitos de Higiene	13
2.1.1.3 Afectaciones del jabón industrial en la piel.....	14
2.1.1.4 Tipos de jabones	15
2.1.2 Jabones artesanales	18
2.1.2.1 Elaboración de jabones artesanales	18
2.1.2.2 Características del producto.....	19
2.1.2.3 Beneficios del jabón artesanal	20
2.1.2.4 Jabón artesanal vs jabón Industrial	21
2.1.3 Marketing	22
2.1.3.1 Incidencia del Marketing en la fabricación de productos artesanales.....	22
2.1.3.2 Historia del marketing en el ámbito artesanal	23
2.1.3.3 Nuevas tendencias en el marketing de productos artesanales.....	24
2.1.4 Teoría de la competitividad	25
2.1.4.1 Competitividad en el contexto industrial	27
2.1.5 Empresas productoras de jabones artesanales en Guayaquil	30
2.1.5.1 Segmentación de mercado de jabón artesanal	31
2.1.5.2 Promociones en productos de jabón artesanal	31
2.1.5.3 Razones para elegir un jabón artesanal	32
2.1.5.4 Materia prima en el jabón artesanal	33
2.1.5.4 Precios de glicerina (componente principal de jabones) ...	34
2.1.6 Producción de jabón artesanal para exportación	35
2.2 Marco Conceptual	36
2.6 Marco Referencial	39
2.6.1 Formas de medición de la competitividad empresarial	42
2.7 Marco Legal	46

Capítulo 3: Propuesta Comercial.....	50
3.1 Descripción de la empresa.....	51
3.2 Visión	52
3.3 Misión	52
3.4 Valores.....	53
3.5 Objetivos de la propuesta	54
3.5.1 Objetivo General	54
3.5.2 Objetivo Específicos	54
3.6 Modelo CANVAS	55
3.6.1 Propuesta de valor.....	56
3.6.2 Segmento de cliente	56
3.6.3 Canales de comunicación\ distribución.....	56
3.6.4 Relación con el cliente	57
3.6.5 Fuentes de ingreso	58
3.6.6 Recursos clave	58
3.6.7 Actividades clave	59
3.6.8 Socios clave.....	60
3.6.9 Estructura de costos	60
3.7 Estrategia Genérica	61
3.7.1 Ventaja competitiva.....	62
3.7.2 Organigrama.....	62
3.8 Plan de Marketing sobre el Proyecto	63
3.8.1 Contexto general del mercado	63
3.8.2 Perfil del cliente.....	64
3.8.3 Estrategia de Producto	65
3.8.4 Estrategia de Precio.....	68
3.8.5 Estrategia de Distribución	69
3.8.6 Estrategia de Promoción.....	71
3.8.7 Estrategia de Personas.....	72
3.8.8 Procesos.....	75
3.8.8.1 Flujograma.....	77
3.8.8.2 Estrategia de Evidencia Física.....	79
3.8.8.3 Presentación de producto físico.....	79
3.8.8.4 Tabla nutricional comparativa frente a otras marcas	86
3.8.8.5 Sugerencia de nueva presentación	86
3.9 Plan de acción	87
Capítulo 4: Análisis Financiero del Proyecto.	98
4.1 Principales supuestos financieros.....	99
4.1.1 Sueldos.....	100
4.1.2 Precio de venta	101
4.1.3 Costos variables	101
4.1.4 Gastos operacionales	102
4.2 Financiamiento del proyecto	102
4.3 Análisis de Estados Financieros	103
4.3.1 Análisis del Estado de Situación Inicial.....	103
4.3.2 Análisis del Estado de Resultados.....	104

«TEMAS»

4.3.2 Análisis del Flujo de Caja.....	105
4.4 Evaluación del proyecto.....	106
4.4.1 Tasa interna de retorno (TIR).....	106
4.4.2 Valor Actual Neto (VAN).....	107
4.4.3 Recuperación de la inversión.....	107
4.4.4 Punto de equilibrio.....	107
4.5 Ratios financieros.....	108
Conclusiones y Recomendaciones.....	110
Bibliografía.....	116
ANEXOS.....	121

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Problema de la investigación	5
Tabla 2	Comparativa jabón artesanal e industrial.....	21
Tabla 3	<i>Modelo de la Competitividad empresarial II</i>	44
Tabla 4	<i>Modelo Canvas</i>	55
Tabla 5	<i>Características del producto</i>	66
Tabla 6	<i>Características del producto</i>	67
Tabla 7	<i>Tabla nutricional</i>	86
Tabla 8	<i>Valores respecto a la inflación proyectada</i>	99
Tabla 9	<i>Demanda esperada anual</i>	100
Tabla 10	<i>Precio de venta por producto</i>	101
Tabla 11	<i>Costos anuales</i>	101
Tabla 12	<i>Gastos operacionales anuales (\$)</i>	102
Tabla 13	<i>Estado de Situación Inicial (\$)</i>	103
Tabla 14	<i>Estado de Pérdidas y Ganancias (\$)</i>	104
Tabla 15	<i>Flujo de Caja (\$)</i>	105
Tabla 16	<i>Evaluación financiera del proyecto</i>	106
Tabla 17	<i>Punto de equilibrio</i>	107
Tabla 18	<i>Indicadores financieros</i>	108

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	<i>Modelo del Diamante de Porter</i>	25
Figura 2	<i>Modelo de las cinco fuerzas de Porter</i>	27
Figura 3	Empresas fabricantes de jabones artesanales en Guayaquil .	30
Figura 4	<i>Modelo de la competitividad empresarial I</i>	43
Figura 5	<i>Factores internos - modelo de competitividad</i>	45
Figura 6	<i>Organigrama de la empresa</i>	62
Figura 7	<i>Organigrama de la empresa</i>	77
Figura 8	<i>Logo del Jabón</i>	79
Figura 9	<i>Marca del Jabón</i>	80
Figura 10	<i>Jabón</i>	80
Figura 11	<i>Jabones para niño</i>	81
Figura 12	<i>Presentación del producto</i>	81
Figura 13	<i>Empaque del producto jabón 100 gr</i>	82
Figura 14	<i>Empaque del producto jabón 100 gr</i>	82
Figura 15	<i>Empaque del producto para niños</i>	83
Figura 16	<i>Paquete promocional por lanzamiento</i>	83
Figura 17	<i>Paquete promocional lanzamiento</i>	84
Figura 18	<i>Promoción mayorista</i>	84
Figura 19	<i>Pack regalo dos jabones 100 gramos</i>	85
Figura 20	<i>Pack de regalo dos jabones 100 gramos</i>	85
Figura 21	<i>Plan de acción</i>	87
Figura 22	<i>Plan de acción objetivo 2</i>	89
Figura 23	<i>Plan de acción objetivo 3</i>	92
Figura 24	<i>Plan de acción objetivo 4</i>	94
Figura 25	<i>Plan de acción objetivo 5</i>	96

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Introducción

El jabón es un producto muy usado a lo largo de la historia e indispensable para la higiene personal. Este producto se ha convertido de consumo masivo muy fácil de encontrar en diferentes tiendas y supermercados alrededor del mundo con variedad de opciones a escoger. Actualmente existen personas que se preocupan por el cuidado de su piel y les gusta mantener una piel sana, hidratada, para verse y sentirse bien. Pocos analizan los compuestos de diferentes productos que consumen día a día, pero tuvieran el tiempo de hacerlo, descubrirían posibles amenazas para su salud. Algunas personas consumen productos pocos naturales sin darse cuenta de que el excesivo uso de estos a base de químicos sintéticos o petroquímicos deterioran la salud (Flor & Rojas, 2020).

El mercado mundial de productos de belleza orgánicos está creciendo a una tasa anual compuesta del 9.4% y se espera que para el 2025 alcance USD 25.11 billones. Esto representa una oportunidad importante para las empresas que se dediquen a comercializar productos orgánicos, dado que el mercado se encuentra en expansión. Los consumidores son cada vez más exigentes con los ingredientes de los productos que utilizan para el cuidado personal, el 80% de los encuestados mundialmente ubica esta tendencia dentro de las más fuertes para los siguientes cinco años. Por consiguiente, buscan que sean naturales y que proporcionen beneficios para la piel (García, 2020).

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Para García (2020), los jabones comerciales contienen químicos tóxicos a largo plazo para la piel (p. 26). Este tipo de jabones comerciales buscan limpiar y perfumar con ingredientes industriales de bajo costo. Adicional a esto, se suma la conciencia medioambiental de utilizar productos que no produzcan residuos que contaminen el planeta. La tendencia de productos naturales y orgánicos es cada vez mayor para el cuidado personal diario.

Los beneficios que tienen las plantas, especies, hierbas y frutas pueden mejorar el cuidado de la piel, estos jabones facilitan significativamente la estimulación bioenergética de la piel, cumpliendo con estándares de calidad. Es importante hoy en día cuidar la salud debido a la pandemia que atraviesa el país las personas están obligadas a usar mascarillas por muchas horas, eso ha ocasionado en algunas personas irritación en la cara y presencia de acné, por lo tanto, las personas tratan de mejorar su salud buscando el uso de un buen jabón que ayude al mejoramiento de su piel.

Para González y Bravo (2017), el impacto económico que genera la necesidad de cuidarse la piel es importante y recae sobre la industria químico-farmacéutica (p. 6). Las plantas han sido y son materia prima complementaria para la elaboración de muchos productos que cuidan la piel por ser fuente de fitonutrientes y metabolitos secundarios que la protegen y le dan salud.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

La propuesta de creación de una empresa para la fabricación de jabón artesanal pretende mitigar el impacto de jabones sintéticos con productos 100% naturales hechos a mano, biodegradables y libres de químicos, que contengan los beneficios de las plantas, hierbas y especies para evitar enfermedades cutáneas. Este proyecto para desarrollar nace ante la ausencia de pocas marcas que se dediquen al cuidado de la piel, como resultado de estas necesidades se buscará mejorar el estilo de vida y el bienestar de las personas.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Capítulo 1: Diseño de la investigación.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

1.1 Planteamiento del problema

Tabla 1

Problema de la investigación

Síntomas	Causas	Pronóstico	Control al pronóstico
Reacciones alérgicas e irritaciones en la piel.	Uso de jabones industriales	Incremento descontrolado de las reacciones alérgicas en la piel de las personas por el uso constante de jabones con alto químico el cual perjudica la calidad de vida de las personas.	Implementar una empresa para la fabricación de jabón artesanal para el cuidado de la piel que mitigue las consecuencias de enfermedades corporales.
Baja demanda de jabones artesanales.	Desconocimiento de los beneficios de jabones artesanales.		
Ausencia de productos de buena calidad	Pocas empresas que se dediquen a la fabricación y desarrollo de productos calidad.		
Altos precios de jabones artesanales	Costos altos de materia prima		
Alta demanda en atención dermatológica	Bajo interés en el cuidado personal.		

Nota. Cosmética Pedroches. (2018). Jabón artesanal y jabón industrial

1.2 Formulación del problema

¿Cuál sería el impacto de crear una empresa que comercialice jabones artesanales en el mercado de la ciudad de Guayaquil?

1.3 Sistematización del problema

¿Cuáles son las implicaciones del uso de jabones industriales en la piel de los consumidores de estos productos que habitan en la ciudad de Guayaquil?

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

¿Cuáles son las estrategias adecuadas para dar a conocer los beneficios de los jabones artesanales?

¿Cómo se pueden determinar las razones por las cuales no existen muchas empresas que se dediquen a fabricar y comercializar jabones artesanales?

¿Cómo mitigar el impacto de la materia prima en el costo final de elaboración de jabones artesanales?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa que se dedique a comercializar jabones artesanales en la ciudad de Guayaquil.

1.4.2 Objetivos específicos

- Determinar las afectaciones del uso de jabones industriales en la piel.
- Elaborar las estrategias adecuadas para dar a conocer los beneficios de los jabones artesanales.
- Determinar las razones por las cuáles no existen muchas empresas que se dediquen a fabricar y comercializar jabones artesanales.
- Establecer como mitigar el impacto de la materia prima en el costo final de elaboración de jabones artesanales.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

1.5 Justificación

Por medio de este proyecto se analizará la tendencia del consumo de jabones artesanales en la ciudad de Guayaquil, el cual tiene el propósito de ayudar a las personas en el cuidado de la piel y de esta manera satisfacer el consumo de un producto de primera necesidad, con componentes naturales como el aceite de coco y los aceites esenciales. Una de las razones principales que motivó el análisis sobre el mercado de jabones en el Ecuador, es la baja producción nacional de este bien. Se aprovechará esta oportunidad para acaparar el mercado insatisfecho, puesto que este país goza de biodiversidad y posee los diferentes componentes naturales para su producción.

Es importante mencionar que el jabón es un producto que tiene directo contacto con la piel, por lo que su composición puede causar reacciones directas en la misma. La piel es considerada el órgano más grande del cuerpo humano, con un peso aproximado de entre 3,5 a 10 kg, y una superficie de alrededor de 2 m² (Ramos Lage, 2020).

Por medio de este proyecto se busca crear una empresa que comercialice jabones artesanales de tal manera que los habitantes de la ciudad de Guayaquil no desarrollen enfermedades cancerígenas que afecten a la salud sino más bien que proteja su piel.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Capítulo 2: Fundamentación Teórica.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

2.1 Marco Teórico

2.1.1 Historia del jabón

La historia de este producto se remonta de acuerdo con una leyenda, en el monte Sapo-una colina de Roma- se practicaban sacrificios de animales. La lluvia arrastraba hacia el río Tíber una especie de lodo formado por grasas, agua y los restos de cenizas de los sacrificios. Las mujeres romanas que solían lavar la ropa en ese río comenzaron a notar que dicho lodo producía espuma y hacía el lavado más fácil. Habían descubierto el jabón, palabra que procede precisamente del nombre de esa colina (Caisaguano C. M., 2020).

Los romanos. Como productos para el aseo personal utilizaban arena, aceites vegetales, leche, piedras volcánicas, hierbas, que frotaban y restregaban sobre la piel para quitar la suciedad y las células muertas. Las propiedades higiénicas y profilácticas del jabón fueron reconocidas mucho después por un famoso médico Galeno. Sus recomendaciones acerca de la conveniencia de su uso tuvieron eco favorable en los primeros siglos de nuestra era. Lamentablemente, después de la caída del Imperio Romano y durante parte de la edad media, el baño corporal y todo lo que tenía que ver con la higiene personal se consideraba maléfico. Se dejó de usar el jabón y, por consiguiente, la población europea fue víctima de plagas y epidemias como la Peste Negra del siglo 14.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

De acuerdo con Caisaguano (2020), hasta el siglo Diecisiete, la limpieza y el baño empezaron a ponerse otra vez de moda en Europa. La manufactura del jabón se convirtió en un oficio establecido en Europa durante el siglo diecisiete. Los gremios de jaboneros guardaban celosamente los secretos de su negocio. Aceites vegetales y animales eran usados con cenizas de plantas, junto con fragancias. Poco a poco estuvieron disponibles más variedades de jabón, para rasurarse, para usar como champo, para el baño corporal y para la lavandería.

La fabricación comercial de jabón en las colonias americanas empezó en ese mismo siglo, con la llegada de varios fabricantes ingleses. Un gran paso en la fabricación comercial de jabón a gran escala se dio en 1791, cuando un químico francés, Nicholas Leblanc patentó un proceso para hacer ceniza de sosa o carbonato de sodio, a partir de sal común. Se trata del alcaloide obtenido de las cenizas que se combina con grasa para formar jabón (Caisaguano C. M., 2020). En el siglo diecinueve el jabón pagaba impuestos de lujo en muchos países. Al quitar esos altos impuestos, el jabón estuvo disponible para la gente común y los estándares de limpieza mejoraron.

El jabón es un producto o artículo que tiene dos fines, el primero, se usa en la higiene personal diaria y el segundo para lavar algunos objetos. Este se puede hallar en diferentes presentaciones como en pastilla, en polvo, en crema o líquido.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Su origen es algo incierto, ya que no hay una fecha exacta y tampoco una cultura o civilización determinada que se adjudique la creación de este producto. Pero por relatos, leyendas, se puede evidenciar su primera aparición cerca al año 2,800 a.C. La función del jabón es limpiar sobre las grasas en presencia del agua debido a la estructura de sus moléculas. Estas tienen una parte liposoluble (que hace disolver la grasa) y otra hidrosoluble es decir que hace que el jabón se disuelva en el agua (Quillahuaman, Soncco, & Vigil, 2018)

El jabón para la higiene humana: El jabón es un elemento que se utiliza a menudo, de manera diaria e indispensable y con el que se familiariza siempre, su presentación por lo general es en estado sólido y tiene como conformación de jabón de tocador que se utiliza para el lavado de manos, el rostro y otras partes del cuerpo.

2.1.1.1 Composición del jabón

Según Mendoza y Salomón (2019) en su libro titulado: Guía práctica para hacer jabón (Bicolor); explicó que: “El jabón opaco de elaboración en frío está hecho de fibras estrechamente trenzadas que se forman al someterse a altas temperaturas. La clave para hacer jabón transparente es evitar la formación de estas fibras” (p. 19). Se añaden poliglicoles, alcohol, azúcar y glicerina vegetal al jabón para diluido, aclararlo y darle brillo. El aceite de ricino, uno de los aceites que se utilizan para hacer jabones.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

También confiere transparencia. La materia prima que se use (grasas, aceites, colorantes y aceites esenciales o aromatizados) debe tener el mínimo color posible para que el jabón resulte claro y brillante. Hay que enfriar la mezcla final rápidamente para evitar la formación de los cristales fibrosos que impiden el paso de la luz.

El jabón opaco puede hacerse transparente si se mezcla con alcoholes en determinadas condiciones. Estos alcoholes se denominan polioles y abarcan gran variedad de sustancias, como la glicerina, el etilo y los azúcares. Un grupo de hidroxilo (OH) es una combinación de un átomo de hidrógeno vinculado químicamente a un átomo de oxígeno.

Si se pone demasiada glicerina o jarabe, el jabón quedará pegajoso, blando y transpirará. Si hay demasiado alcohol, el jabón quedará áspero y olerá mucho a alcohol. Si la proporción de jabón en relación con el resto de la fórmula es muy alta, quedará un jabón opaco en lugar de transparente, si hay demasiado líquido, la mezcla no se endurecerá.

En la industria hay una serie de materiales sintéticos (como la trietanolamina) que producen transparencia sin que varíe el tamaño ni el aspecto de las pastillas. Personalmente, prefiero elaborar la pastilla de jabón más pura posible, pulirla una vez que se ha finalizado y aceptar la reducción. Es necesario saber sobre las propiedades de los aceites utilizados para hacer los jabones y sus propiedades particulares.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

2.1.1.2 Hábitos de Higiene

El ser humano debe bañarse para tener un mejor cuidado de su cuerpo y evitar contraer nuevas bacterias que dificulten el funcionamiento de sí mismo. De acuerdo con el estudio realizado por el Doctor Robert Shmerling (2020), indicó que lo primero que dejó claro es que personas de países como Estados Unidos, Colombia o Brasil se duchan todos los días, mientras que en China lo hacen unas dos veces por semana, indicó que esto se debe a costumbres.

Después, aseguró que hay algunos beneficios de bañarse a diario como: evitar malos olores corporales, ayudar a despertar y seguir la ducha con rutinas de ejercicio, entre otros que bañarse a diario está influenciado por el consumismo, y continuó diciendo que hacerlo hace que “la piel normal y sana, la cual mantiene una capa de grasa y un equilibrio de bacterias ‘buenas’ y otros microorganismos, pierdan estas ‘características’ al lavar y restregar, especialmente si el agua está caliente”.

Esto genera en el cuerpo varias reacciones como: piel reseca, irritada, agrietada o desprotegida, y si la piel está seca "es más fácil que entren bacterias y alérgenos que generan infecciones o reacciones alérgicas. Además, el uso de jabones antibacterianos puede alterar el equilibrio de la dermis".

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Finalmente, comentó que bañarse a diario podría afectar el sistema inmunológico, pues "la limpieza absoluta no le permite trabajar y fortalecerse".

Si bien no existe una frecuencia ideal, los expertos sugieren que ducharse varias veces por semana es suficiente para la mayoría de las personas. Lo que sí se aconseja es intentar reducir el tiempo de baño a 3 o 4 minutos, dando prioridad a limpiarse bien la ingle y las axilas", respondió el experto. La higiene de manos es el término general que se aplica al lavado de manos con agua y jabón, que se realiza en los centros sanitarios para prevenir las infecciones asociadas con la atención en salud, aunque puede ser realizado con otras sustancias antisépticas.

Realice la higiene de sus manos con agua y jabón cuando éstas estén visiblemente sucias o contaminadas (sangre u otros fluidos corporales). La higiene con agua y jabón se debe realizar con una duración de 40 a 60 segundos con una fricción enérgica que abarque todas las superficies de las manos, iniciando con las palmas, dorso, espacios interdigitales, nudillos, dedos pulgares y finalmente las uñas (Castañeda & Hernández, 2016).

2.1.1.3 Afectaciones del jabón industrial en la piel

El ph saludable de la piel es de alrededor de 5,5, que es ligeramente ácido, pero la mayoría de los jabones convencionales tienen una fuente de pH mucho más alta, a veces tanto como de 11.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Cuando el pH de la piel es demasiado alto, el cuerpo produce un exceso de sebo para luchar y restaurar sus niveles naturales de pH. El resultado final es que la piel puede volverse demasiado grasa. El tiempo que lleva dañar el manto ácido de nuestra piel (una capa protectora de aceites, ácidos grasos y aminoácidos) puede variar, pero entre los daños que se producen pueden estar un aumento de la sequedad, picazón, irritación e inflamación. Todo esto también puede empeorar afecciones de la piel como acné, eccemas, dermatitis y la rosácea (Pons, 2020).

Los aceites que elimina el jabón convencional cumplen una función importante para mantener la piel hidratada e intacta. Sin ellos, nuestra piel se vuelve susceptible a grietas y otras irritaciones que pueden poner en peligro su función como barrera protectora.

Los jabones en barra son generalmente los más duros porque tienen un pH más alto y alcalino que el de la piel normal. Los jabones corporales y los geles de ducha están hechos de manera diferente, con tensioactivos o emulsionantes, y están más cerca del pH natural de nuestra piel (Pons, 2020).

2.1.1.4 Tipos de jabones

Encontrar una gran variedad y gama de jabones, entre los destacan:

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Jabones Comunes: De composiciones sólidas y espumosas, están fabricados en base de sodio y sebo graso, que se usa en el cabello y diversos tipos de piel.

Jabones Humectantes: En la composición de estos jabones intervienen aceites vegetales y grasas, están indicados para pieles resecaas o que están dañadas.

Jabones Suaves: Se compone de diferentes aguas termales con algunos otros elementos especiales para pieles sensibles (Arqhs Decoración, 2019).

Jabones Líquidos: En su composición total están insumos antibacterianos, su uso es básicamente para el lavado de manos.

Jabones Dermatológicos: Jabones compuestos con agentes de limpieza sintéticos y muy suaves, además de contar con elementos vegetales que ayudan a cerrar los poros de la piel (Quillahuaman & Soncco, 2018).

Jabones de Glicerina: Este tipo de jabones son recomendables a pieles grasas dan un buen resultado para este tipo de pieles.

Jabones Terapéuticos: Jabones recomendados y prescritos por médicos que tienen como función tratar distintas enfermedades como la micosis cutánea.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Jabones Industriales: Los jabones industriales están conformados por productos químicos especialmente de sosa caustica, sal, carbonato de sodio y potasa caustica, así como silicato de sodio, bicarbonato de sodio, y fosfato trisódico. Son típicamente jabones de poca espuma, lo que obliga al agregado de productos, algunos sintéticos y otros naturales, para mejorar su calidad. Como la glicerina, aceite de coco, aceite mineral, lanolina, ácidos grasos libres (ácido esteárico). La función de estos últimos es proteger la piel y disminuir el porcentaje de jabón que entra en contacto con la superficie cutánea. Otra de las características de este tipo de jabón es el elevado nivel del P.H (Caisaguano C. M., 2020, pp. 8-9).

Se determina, entonces que entre las afectaciones del uso del jabón industrial a la piel, esto es producido debido a que durante su proceso de fabricación pierden propiedades al ser sometidos a altas temperaturas; además de reemplazar componentes de tipo natural por otros químicos siendo causantes de muchos perjuicios para la piel sobre todo cuando hay un excesivo uso, entre daños que tienen mayor incidencia prevalecen la sequedad, picazón, irritación e inflamación hasta casos más graves como dermatitis.

Jabones artesanales: Son de mejor calidad, compuestos por insumos naturales siendo beneficiosos para la piel que los jabones comerciales, son suaves y sin químicos por lo cual no producen irritación o reacciones en la piel (Quillahuaman & Soncco, 2018).

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

2.1.2 Jabones artesanales

"Son aquellos fabricados a mano, con incorporación de productos naturales, sin colorantes que puedan irritar su piel, además para que un jabón sea considerado natural 80% de su materia prima no debe contener tóxicos perjudiciales para el consumidor." El carácter de jabones naturales hace que sea un artículo que puede ser utilizados en cualquier tipo de piel, siendo recomendados para personas que sufren de piel sensible o propensa a alergias, dermatitis, o que no pueden tolerar las barras de jabones convencionales

2.1.2.1 Elaboración de jabones artesanales

El método tradicional, para elaborar los jabones artesanales, se basa en la saponificación básica de aceites o grasas. Esto significa que las grasas o aceites, como materias primas, son transformados en jabón.

Saponificar significa convertir un ácido graso en jabón, este proceso se lo realiza frío o en caliente, para caso de este proyecto se trabajará con un método de saponificación básico es decir que solo se utilizarán ácidos grasos en lugar de sosa cáustica y se trabajará con un proceso en frío debido a que en este tipo de proceso se obtiene el jabón de una manera más rápida. Su elaboración favorece la incorporación de sustancias suavizantes, hidratantes y emolientes de productos naturales que son seleccionados y dosificados, mejoran las propiedades del jabón.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Unos, actúan como barreras que impiden que la piel pierda humedad, evitando la deshidratación por efecto del ambiente, otros, contienen vitaminas, proteínas y aminoácidos que ejercen un efecto curativo y calmante de la piel. Existe, además, la posibilidad de incorporar exfoliantes, es decir, productos naturales trabajados o finamente divididos que ayudan a limpiar la piel eliminando las células muertas de su superficie. Por su parte, los aceites esenciales de plantas o partes de plantas como cortezas, flores, hojas y tallos poseen propiedades curativas específicas, las que se aprovechan para incorporarlas frecuentemente en estos jabones que pueden contener suavizantes de la piel, como la leche y la miel.

2.1.2.2 Características del producto

Los jabones artesanales tienen propiedades reparadoras, rejuvenecedores y antioxidantes. Es uno de los regeneradores dérmicos más potentes y con gran cantidad de vitaminas A, B, C, E y F. Se adaptan a pieles normales, secas, delicadas y envejecidas.

Los jabones artesanales con base de aceite de coco, tiene uno de los aceites vegetales con más propiedades beneficiosas para la piel por ser altamente nutritivo, regenerador de la piel, y promueve la renovación celular, da elasticidad y firmeza.

Los jabones artesanales actúan como calmantes y exfoliantes. La avena es muy utilizada en cosmética, ya que posee propiedades altamente dermatológicas. De acción suavizante y relajante evita la deshidratación de la piel manteniendo su barrera de protección.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Además, su particular de salvado de trigo ayuda a una mayor limpieza ejerciendo una acción exfoliante. Los jabones artesanales son una opción de toda la vida, evita los jabones líquidos en botellas de plástico. Además, al elegir jabones sólidos 100% naturales reduces tu exposición diaria a sustancias sintéticas y cuidas del medio ambiente reduciendo tu consumo de envases de plástico.

2.1.2.3 Beneficios del jabón artesanal

Cada jabón tiene diferentes ingredientes y propiedades de elaboración, sin embargo, la aplicación de ingredientes 100% naturales en su fabricación, como la glicerina natural, aceite de oliva, aceites esenciales entre otros componentes afines entre estos jabones tienen como acción en la piel beneficios variados entre ellos:

- Ayudan a mantener los aceites naturales de la piel, brindando suavidad y elasticidad.
- Hidratan y limpian la piel
- Son antioxidantes y buenos tónicos.
- Tienen la propiedad de estimular la regeneración celular.
- Están elaborados con aromas y aceites esenciales que, estimulan los sentidos y pueden tener, propiedades estimulantes, relajantes, antidepresivas, fungicidas o antisépticas.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

2.1.2.4 Jabón artesanal vs jabón Industrial

Tabla 2

Comparativa jabón artesanal e industrial

Jabón Industrial	Jabón Artesanal
El ingrediente principal es glicerina, se utiliza poca cantidad, es decir, para compensar esa pérdida se utilizan otros agentes que afectan la salud.	Los jabones naturales están elaborados de forma que mantienen toda la glicerina que es muy beneficiosa para la piel sensible y seca.
Se les adiciona parabenos (conservantes) para extender su vida útil, los cuales son muy perjudiciales para la salud	No se utiliza ningún agente externo para acelerar la reacción química, la reacción ocurre de forma natural, con el objetivo de preservar la mayor cantidad de propiedades en el jabón
Tienen aromas intensos pero artificiales, ya que el aroma solo está presente con el objetivo de llamar la atención.	No utiliza aromas artificiales intensos, busca un componente que genere beneficios para la salud y además contenga un aroma que transmita tranquilidad en la ducha.
Su fuente es el sebo animal, es decir grasa extraída del animal, representa sacrificio y crueldad.	El proceso contiene ácidos grasos utilizados son una mezcla de aceites vegetales, por lo tanto, es libre de crueldad animal.
Su presentación por lo general suele ser líquida utilizando envases o frascos.	Su presentación es en barra, representa menos costos y es amigable con el medio ambiente.

Nota. Tomada página web. Los jabones de Montse. Jabones artesanales frente a jabones industriales (2021).

Los jabones industriales tienen una gran cantidad de compuestos en su mayoría son sintéticos, a diferencia de los artesanales que tienen componentes naturales, incluyendo su fabricación a mano y utiliza menos maquinarias y componentes; los industriales tienen más acciones y procesamiento que no solo afectan la salud; sino que no son amigables con el medio ambiente.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

2.1.3 Marketing

Se define al término marketing como un proceso social y de gestión, mediante el cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando productos u otras entidades con valor para los otros. El marketing parte de las necesidades de las personas; siendo esta una carencia genérica o física, por ejemplo la alimentación, vestido o seguridad, en lo social como la aceptación o la pertenencia a un grupo o individual como la autorrealización personal (Santesmases, 2017).

2.1.3.1 Incidencia del Marketing en la fabricación de productos artesanales

El marketing es establecido como instrumento de gestión mediante el cual la empresa puede satisfacer a la vez a los clientes individuales y sus propios objetivos. En el caso de los artesanos autores como Munera (2017), señalan que estos se encuentran más en contacto con los mercados comerciales, por lo que tienen una influencia mayor en escuchar y constatar de los requerimientos de cada cliente, lo cual influye en las actividades e incluso el enfoque de su producto; aportando en la toma de decisiones que mejorarán el rendimiento de su negocio.

Este mismo autor comenta que se ha determinado como estrategia para desarrollar sus productos una alta creatividad de tipo estético. Como es el caso de su presentación en nuevos colores, formas, medios, estilos, de manera que visiblemente el producto a más de sus beneficios se considere atractivo.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Por otra parte, la necesidad de que esta creativas proporcione ingresos exige estrategias de mercado cada vez más activas acorde no solo con las necesidades del consumidor, sino que estas van con la realidad social.

Tal es el caso de las marcas colectivas que han impactado positivamente en los artesanos en unirse con otros productores y formar grupos colectivo de marketing, a manera de cooperación mutua muchas veces en base a sus características de calidad comunes de los productos. De forma que, al utilizar una marca colectiva, les facilita una mayor presencia en el mercado junto a una imagen unificada de calidad y mejor imagen empresarial (Martín, 2018).

2.1.3.2 Historia del marketing en el ámbito artesanal

El marketing ha evolucionado con el paso del tiempo debido a que los negocios tienen la necesidad constante de hacer innovaciones y estar al día sobre las tendencias del mercado aprovechando las nuevas herramientas tecnológicas que permitan brindar información. Antes de la era del internet, Silva (2018) refiere que el marketing era dirigido y trabajado por parte de las pequeñas empresas que se dedican a la producción de artesanías, aplicando una publicidad no agresiva para dar a conocer sus productos, en la que consistía únicamente a realizarla a través de casas abiertas o ferias considerada una publicidad caduca hoy en día.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

No fue hasta mediados de la década de los noventa, que surge el Internet como fenómeno de masas, teniendo como consecuencia acelerados cambios en la sociedad, permitiendo el desarrollo de nuevas formas de comunicación. En la industria artesanal, se vio en la necesidad de comenzar a hacer uso de las herramientas web que permiten desarrollar la comunicación e interacción entre las empresas y la sociedad (Salazar y Ortiz. 2020).

2.1.3.3 Nuevas tendencias en el marketing de productos artesanales

Actualmente la industria artesanal se encuentra en un momento de cambio donde la difusión y el marketing están acompañados de una nueva transformación donde la comunicación con la sociedad es el principal fundamento, siendo el internet su principal herramienta que permite el uso de múltiples plataformas digitales, en las que se puede promover una comunicación de manera rápida y fácil, logrando así aumentar la demanda

Así lo expone Fernández (2019), el caso de la diversificación de canales de ventas por medio del uso de las plataformas o redes sociales que permiten el descubrimiento del producto y busca aprovechar eventos presenciales como ferias, convenciones, festivales y otros, para exponer el producto; junto a otra estrategia como la prueba social muy común que consiste en invitar al público a muestras gratis, aplicaciones y mediante sus testimonios recomendar el producto productos haciendo uso de igual manera de la viralización de las redes sociales.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

2.1.4 Teoría de la competitividad

Machinea (2017) afirma que “la competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar, teniendo ventaja competitiva mediante innovaciones” (p. 4). Para Porter (2016) la competitividad de un país aumenta cuando se trabaja en cuatro factores: dotación de factores internos, desarrollo de industrias de apoyo, aumento de las condiciones favorables de demanda y rivalidad de las empresas.

En la **Figura 1**, el Diamante de Porter, presenta cuatro factores fundamentales de la ventaja competitiva y donde se ven condicionados por lo que ocurre en el entorno, siendo:

Figura 1
Modelo del Diamante de Porter



Nota. Tomado de *El desarrollo de las ventajas competitivas de Porter*, (p. 15) por Michael Porter (2016), PAIDEIA.

Hechos imprevistos: Son incidentes ajenos a una nación donde las empresas o el gobierno no tienen mayor control. Entre estos hechos están: las discontinuidades tecnológicas, cambios significativos en los mercados financieros, decisiones políticas de mercados extranjeros, desastres naturales entre otros (Porter, 2014).

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Desarrollo sostenible: Este enfoque indica cómo las decisiones políticas de los gobiernos influyen en los sistemas socioeconómicos y ambientales donde se pretenda mejorar la calidad de vida de la población y se emitan normas por parte del gobierno que mejoren la eficiencia con la mayor equidad posible contribuyendo a mejorar la gobernabilidad del país.

Competitividad verde: Se considera a las empresas que cuentan con la infraestructura adecuada para una producción limpia, cuyo proceso se basa en normas y estándares ambientales establecidos, se encuentran en una ventaja competitiva con las empresas donde aún no se han adoptado estas políticas y normas ambientales. Por tal motivo se exige un alto control de calidad para el ingreso de productos (Grazzo y Moreira, 2020).

Finalmente, el Gobierno en la competencia internacional puede aumentar o disminuir la ventaja competitiva, pero no puede crearla porque es tarea exclusiva de las empresas exportadoras, además es quien invierte en carreteras, puertos, aeropuertos, educación y salud, impulsando el desarrollo de las industrias.

Cadena, Goyes y Serrade (2018), plantearon que:

La ventaja competitiva entre naciones depende de múltiples factores: tales como la productividad para producir bienes y servicios, políticas económicas, legales sólidas y estables, pero más allá de estos, en los factores microeconómicos de un país, la calidad del ambiente de negocios, capacidad estratégica y operativa de las empresas, entre otros aspectos.

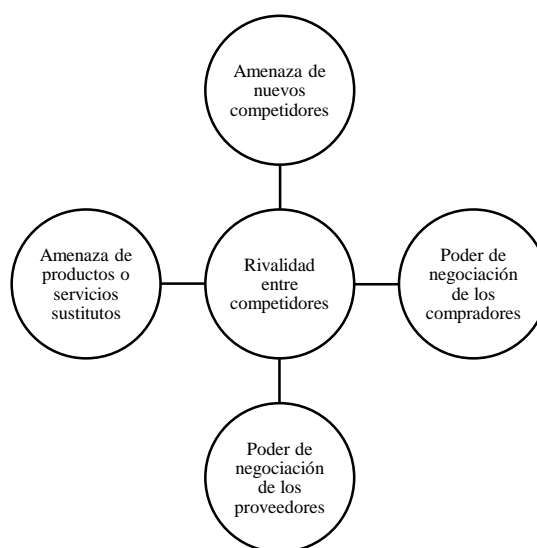
“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

2.1.4.1 Competitividad en el contexto industrial

En esta sección se presentan los factores del contexto industrial y, después, los factores internos de la empresa. Respecto al contexto industrial se detallan los aportes de Michael Porter (2008) y factores determinantes de la competitividad empresarial de acuerdo con el modelo de las 5 fuerzas competitivas de Porter como son: poder de negociación de los compradores, poder de negociación de proveedores, amenaza de productos sustitutos, amenaza de nuevos participantes y rivalidad entre competidores.

Dentro del contexto industrial Porter (2008) señala que la competitividad empresarial tiene cinco factores determinantes como son: poder de negociación de los compradores, poder de negociación de los proveedores, amenaza de productos sustitutos, amenaza de nuevos participantes y rivalidad entre competidores conforme lo indica la **Figura 2**.

Figura 2
Modelo de las cinco fuerzas de Porter



Nota. Tomado de *El desarrollo de las ventajas competitivas de Porter*, (p. 18) por Michael Porter, (2016), PAIDEIA.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Poder de negociación de los compradores: Los compradores poderosos obligan a rebajar precios o exigen más valor en el producto.

Poder de negociación de los proveedores: Los proveedores poderosos cobrarán precios más altos o insistirán en condiciones más favorables, disminuyendo con ello la rentabilidad de la industria.

Amenaza de productos sustitutos: Los productos sustitutos cubren la misma necesidad básica, pero ponen límite a la rentabilidad industrial.

Amenaza de nuevos participantes: Las barreras contra el ingreso protegen una industria en contra de participantes con una capacidad nueva.

Rivalidad entre competidores: Cuando la rivalidad es intensa, la competencia entre empresas destruirá el valor que crean, pues lo pasan a los compradores con precios más bajos o lo agotan con precios más altos.

Los factores determinantes de la competitividad empresarial para las MiPymes son aquellos que generan mayor impacto en la rentabilidad de estas. De acuerdo con Porter (2017), los factores calidad, eficiencia, capacidad de satisfacción al cliente e innovación, afectan directamente al precio y costo del producto o servicio como lo indica en el siguiente detalle:

Calidad: La calidad de un producto es la base de la ventaja competitiva, es decir que, si se dedica a mejorarla, tendrá relación inversa donde deberá subir el precio, disminuyendo los costos (Porter, 2017, p. 35).

Eficiencia: La eficiencia se mide por los costos de los insumos necesarios para generar un producto determinado, mientras más eficiente sea una organización, menor será el costo de los insumos necesarios para elaborar un determinado producto.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Capacidad de satisfacción al cliente: Para satisfacer las necesidades del cliente, la organización debe proporcionar lo que el cliente desea en el momento que lo necesita, siempre y cuando la rentabilidad no sea afectada.

Innovación: La innovación proporciona un elemento exclusivo que sus competidores carecen, logrando que la empresa cobre un precio superior o disminuya sus costos por debajo de sus rivales. Sin embargo, los competidores tratarán de imitar este factor. Según Berumen (2006) citado por Domínguez (2017) afirma que:

“Los factores determinantes de la competitividad de las empresas se refieren al precio y los costos, es decir, cuando una empresa ofrece un bien o servicio a menor precio que la competencia, reduciendo sus costos como parte de la estrategia y aquellos que están relacionados con la calidad de los productos, incorporación de la tecnología, eficiencia en flujos de producción y la capacitación del personal”




Como parte de las estrategias adecuadas para dar a conocer los beneficios de los jabones artesanales, se ha considerado el modelo de competitividad de Porter, mismo que ofrece el desarrollo de ventajas competitivas como son: poder de negociación de compradores, poder de negociación de proveedores, amenaza de productos sustitutos, amenaza de nuevos participantes y rivalidad entre competidores; cada punto será necesario analizar para desarrollar el plan de negocios de jabones artesanales y dar a conocer a los consumidores la ventaja de este producto innovador.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

2.1.5 Empresas productoras de jabones artesanales en Guayaquil

En la ciudad de Guayaquil existen tres emprendimientos relacionados a los jabones artesanales, siendo los siguientes:

Figura 3
Empresas fabricantes de jabones artesanales en Guayaquil

	YAMILAS'S ESSENCE 	LUANNA 	BRUNETTA 
IMAGEN	Formal	Moderna	Moderna
EMPAQUE	Ecoamigable - Tradicional	Ecoamigable - Innovador	Tradicional
PRECIO	\$ 5 en adelante	\$ 5 en adelante	\$ 5 en adelante
FRAGANCIA	Neutral	Originales	Originales
PESO	130 gr	100 gr	120 gr
PRODUCTO	*Poca variedad de colores *Poca variedad de diseños *Poca variedad de fragancias *Poca variedad de productos	*Variedad de productos *Variedad de diseños *Variedad de colores	*Variedad de colores *Variedad de fragancias *Variedad de diseños *Variedad de productos
DISTRIBUCIÓN	*A domicilio *Retiro en Taller	*A domicilio *Retiro en Taller	*A domicilio *Retiro en Taller
PUNTOS DE VENTA	10 puntos de ventas	No cuenta	2 puntos de venta
CANALES DE ATENCIÓN	*Página Web *Instagram *Facebook *Whatsapp	*Página Web *Instagram *Facebook *Whatsapp	*Página Web *Instagram *Facebook *Whatsapp
SEGUIDORES	1.706	1.468	2.710
COMUNICACIÓN DIGITAL	Regular	Buena	Excelente
PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	*Básica *No cuenta con promociones	* Moderna *Promociones de temporada *Tips - Consejos de cuidado personal	*Promociones de temporada *Explicaciones del producto *Contenido enriquecedor *Tips - Consejos de cuidado personal
INFORMACIÓN CLARA	Baja	Media	Alta
SLOGAN DE MARCA	Largo y difícil de recordar	Fuente y definido	Corto y fácil de recordar
	Jabones naturales artesanales con aceites esenciales, proceso en frío, no contienen fragancias sintéticas. Aroma suave, distintos diseños!	Más Belleza. Menos Basura.	Productos artesanales para el cuidado de la piel.

Nota. Tomado de Revista Lideres Ecuador. El aroma de los jabones en Ecuador. Guayaquil. (2019).

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

2.1.5.1 Segmentación de mercado de jabón artesanal

Actualmente el mercado del jabón artesanal mantiene un gran interés en el público general; con referencias buenas que han permitido la permanencia del producto en el mercado tanto por su precio como beneficios a la salud. Se considera que hay una alta tasa de personas que mantienen un consumo de jabones de tipo hidratante y con buen aroma. Uno de los factores que se muestra como más recurrente al momento de comprar jabones es por el tipo de ingredientes. El mercado de este producto enfocado en las mujeres es muy amplio; debido a que no solo es aplicado por razones cosméticas se ha evidenciado una alta demanda en mujeres que son madres y adquieren el producto para el cuidado de sus bebés optando por los de tipo natural al no tener mayores efectos alergénicos o contraindicación (Torreblanca, 2019).

La demanda de este producto se encuentra en sus componentes como aromas entre ellas las esencias favoritas suelen ser lavanda, eucalipto, manzanilla y chocolate. Junto a esto su acceso a este producto se mantiene a precio razonable que oscila entre \$1.00 hasta \$6.00.

2.1.5.2 Promociones en productos de jabón artesanal

Hoy en día la promoción de productos en el caso del jabón artesanal como cualquier otro producto, mantiene un auge de promoción satisfactoria mediante el empleo de las redes sociales acompañado de otros productos muchos de tipo cosmético para ofrecer un complemento perfecto para el cuidado de la piel.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Estos productos son ofertados mediante ventas en vivo que es una de las actividades más recurrentes; sin embargo, de manera física hay una promoción en spa al igual con otros salones o lugares de belleza que de manera constante exponen jabones artesanales mediante la entrega de mostrarios o regalos con el fin de publicitar y reconocer el producto (Ruiz, 2020).

Este mismo autor también menciona, que como característica de este producto sus extractos empleados los hacen llamativos; pero a la vez se mantiene una exigencia permanente de innovación en la presentación del producto, para muchos clientes el ser artesanal exige creatividad o ser atractivo de manera visual una característica que le da ventaja frente a los industriales.

2.1.5.3 Razones para elegir un jabón artesanal

Se puede determinar las razones por las cuales no existen muchas empresas se debe a que el mercado no es muy grande debido al desconocimiento de los beneficios de los jabones artesanales.

Otra de las razones más importantes en estos jabones artesanales es que presentan mayores beneficios para la salud como el cuidado de la piel, gracias a que no tienen productos sintéticos: no se añaden productos químicos sintéticos ni ningún derivado del petróleo que puedan ser absorbidos a través de la piel. Las fórmulas son específicas para el cuidado de la piel y no se añade ningún producto para modificar sus propiedades organolépticas como la cantidad de espuma o el color del jabón.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

El costo es otro factor importante; es el precio siendo cómodo para el consumidor al igual que existe una gran variedad de beneficios su costo es accesible lo que permite tener una alta demanda y aceptabilidad entre los consumidores.

La composición de sus ingredientes es otro aspecto relevante; como se mencionó todos son de origen natural como aceites vegetales de oliva, germen de trigo, ricino que aportan un extra de hidratación y nutrición a la piel y no tienen efectos secundarios como alergias u otros aspectos adversos comunes en jabones industriales.

Es importante recalcar; que parte de las razones por las cuáles no existen muchas empresas que se dediquen a fabricar y comercializar jabones artesanales se debe también que actualmente la industria artesanal no cuenta con el financiamiento necesario para poder emprender y crecer de manera más fructífera; además existe desconocimiento de los beneficios de este producto frente a sus competidores así como de las estrategias de marketing necesarias para poder trabajar en un plan de negocios que asegure la marca y rentabilidad del producto en el mercado.

2.1.5.4 Materia prima en el jabón artesanal

El jabón artesanal se considera tiene un costo mucho más económico de elaboración a diferencia del jabón industrial, incluso su fabricación es menos tediosa y fácil de realizar por parte del productor. Su presentación se basa en una pastilla de jabón de manera sólida. Cuyo proceso es mediante saponificación, en frío normalmente, en la que los aceites se transforman en sales.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Transcurrida la primera reacción esta es mezclada y transformada junto a sus ingredientes, siendo estos depositados sobre moldes donde el jabón madura y solidifica.

Después de varios días, cuando el jabón empieza a hacerse más sólido, se desmolda y se corta. El proceso de corte suele ser también muy manual, con hilos de acero inoxidable mayoritariamente. Estos jabones suelen ser siempre cuadrados o rectangulares, con formas rectas (incluso puede que con alguna imperfección precisamente por este proceso). En alguna ocasión se puede conseguir jabones artesanales con figuras si se han utilizado moldes de repostería en vez de moldes grandes, pero lógicamente son fabricaciones a nivel doméstico o a muy pequeña escala.

2.1.5.4 Precios de glicerina (componente principal de jabones)

La glicerina, también se la conoce como glicerol, es un alcohol líquido que se usa en la fabricación de diversos productos cosméticos. Denominada también como un remedio natural muy conocido y valorado por sus propiedades hidratantes y antibacterianas, su precio en el país, de acuerdo a proveedores y distribuidores como Albiz (2021), que el valor de la glicerina se establece de acuerdo a su equivalencia en peso es decir que \$28.00, correspondiente al galón de 4kg; en proporciones mayores como la caneca de Glicerina Vegetal Pura entre \$135.00 y en valores comerciales y accesibles al público general de \$1.00 en cualquier farmacia.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

2.1.6 Producción de jabón artesanal para exportación

El Ecuador cuenta con pequeños productores de jabones de tipo artesanal, destacando principalmente la biodiversidad de nuestro país ya que este permitirá destacar en el mercado mundial. De acuerdo a Loor (2020), el jabón que se produce en el Ecuador mantiene entre sus montos de exportación una gran acogida por parte jabones artesanales con ingredientes que tienen mayor aceptación esta la manteca de cacao, chocolate, sábila, almendradas, aceite de jojoba, otros aceites esenciales como el de aguacate, los emulsionantes para las cremas y el cabello, lo que se usa para la espuma del champú que es de un derivado del coco”, productos sobre todo cosméticos para el rostro que entre sus beneficios destaque la hidratación, cremas faciales, exfoliantes, cremas corporales, champú para tratamientos, mascarilla capilares son los de más acogida en el mercado internacional, teniendo como ventaja la aceptación por la imagen de poseer una gran riqueza natural, la misma que es parte de estos productos.

Para poder mitigar el impacto de la materia prima en el costo final de elaboración de jabones artesanales, será necesario elegir siempre los componentes adecuados y de calidad para la obtención de un producto de alta calidad, para esto será necesario efectuar un análisis y verificación de la calidad de cada uno de los insumos que serán parte del proceso de elaboración, de esta manera se podrán lograr mejores resultados. Además, que mediante este análisis sus resultados permitirán conocer si los insumos son adecuados para el proceso.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Es importante adquirir materia prima de calidad porque no solo se reflejará en el producto final; también los gastos serán menores al tener menos desechos y material innecesario; ya que utilizar materia prima económica no es sinónimo de calidad, por lo que en muchas ocasiones los gastos terminan siendo mayores al tener que adquirir más materia que reemplace la que es considerada de calidad no adecuada.

2.2 Marco Conceptual

Calidad: Para Ishikawa (1986) calidad quiere decir calidad del trabajo, servicio, calidad de personas, incluyendo trabajadores, ingenieros, y gerentes, calidad de la compañía, objetivos; su enfoque básico controla la calidad en todas sus manifestaciones (p. 41). Ishikawa entiende la calidad como el valor percibido por el cliente respecto a las características técnicas, costos y funcionalidad del producto o servicio recibido.

Edward Deming (1989), El llamado “padre de la calidad”, aseguraba que la calidad no es otra cosa más que una serie de cuestionamientos hacia una mejora continua. “La calidad se define como la vía hacia la productividad y esta hacia la competitividad, indica como se establece un proceso de mejora continua a partir de su aplicación” (p. 378).

Jospeh Juran define, por una parte, la calidad como “adecuación para el uso” (1990) , lo utiliza en el contexto de que la opinión del usuario es la que indica que la calidad está en el uso real del producto o servicio, es decir, la capacidad para responder a las necesidades en el uso del producto o servicio.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Por otra implica, las acciones internas que la organización emprende para dar cumplimiento a las especificaciones relativas al producto o servicio ofrecido.

Competitividad: está relacionada con la capacidad de incrementar el nivel de vida de los habitantes, de generar incrementos sostenidos en productividad, de insertarse exitosamente en los mercados internacionales, entre otros (Saavedra, 2017)

Competitividad empresarial: Capacidad de una empresa para rivalizar con otras, alcanzando una posición competitiva favorable que permita obtener un desempeño superior al de la competencia (Rubio y Aragón, 2019).

Demanda: Según Etzel (2009), “Es la expresión de la forma en que la comunidad desea sus recursos. Con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción”. La demanda es la cantidad de un bien o servicio que el cliente está dispuesto a comprar en un periodo determinado y depende del precio, las preferencias del consumidor y sus ingresos.

Oferta: Según Collahuazo (2008), “La oferta está constituida por el conjunto de proveedores que existen en el mercado y constituye la competencia actual que enfrenta el producto o servicio”. La oferta es la cantidad de bienes y servicios que se encuentran disponibles en el mercado en un tiempo y precio determinado. Es importante identificar cuáles son los posibles sustitutos para poder comparar con la demanda”.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Ética empresarial: Una empresa actuaría moralmente cuando sus acciones o decisiones persigan en lo posible el diálogo y posterior acuerdo entre los grupos inmersos en la actividad empresarial (Labarca, 2020).

Gestión medioambiental: Se hace presente actualmente en las organizaciones producto de las demandas de la sociedad, ante las afectaciones que la actividad empresarial genera en los ecosistemas. Esto sin duda reviste un impacto negativo en la sociedad, razón por lo cual se ha otorgado especial atención a temas vinculados con la conservación ambiental y la contabilización de las acciones emprendidas, analizadas desde la contabilidad ambiental (Anampi, Aguilar y Costilla, 2018).

Imagen Corporativa: Ramos y Valle (2019) argumentaron que la imagen corporativa es el resultado de unir lo material e inmaterial de los productos y conceptos con las percepciones y las experiencias del cliente se construye con las experiencias de cada cliente, las opiniones que haya escuchado y las influencias que tiene en su vida, es la proyección de todo lo anterior junto sobre el producto, el servicio o la idea que se intenta vender.

Normas ISO: Las normas ISO son herramientas de saber cómo hacer las cosas relacionadas con la satisfacción del cliente y otros sujetos externos a la entidad económica, como los proveedores, la obtención de utilidades y la permanencia de la empresa en el mercado (Vicher, 2017)

Responsabilidad Social: La responsabilidad social es una forma de aumentar la competitividad entre las empresas (Morell, 2019).

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

2.6 Marco Referencial

De acuerdo a un estudio elaborado por Ferrin (2021), denominado “Plan de negocios para la producción y comercialización de productos orgánicos - artesanales de aseo y cuidado personal, provincia Santo Domingo de los Tsáchilas”, uno de los productos que fue parte de esta tesis fue el jabón a base de productos naturales como la avena y miel, el arroz y maracuyá como una alternativa que favorecen el cuidado y conservación de la piel; lo que permite corroborar como parte de uno de nuestros objetivos de determinar las afectaciones del uso de jabones industriales en la piel; fue el resultado factible de este proyecto al presentar un producto que cumple con la finalidad de permitir el aseo e higiene personal, mientras se disfruta del aroma y frescura de los ingredientes naturales considerando productos no químicos que generen problemas a la piel.

Para poder comprobar esta factibilidad, el autor como parte de su trabajo realiza previamente una descripción de las diversas afectaciones del uso de jabones de tipo industrial; este tipo de conocimientos según el estudio permite tener una visión clara de las necesidades del consumidor que permitirá trabajar en la imagen del producto, en fomentar los beneficios y poder diseñar el factor de diferenciación que en este caso se basa en la calidad del producto de tipo artesanal y el precio económico al que se ofrecerá al mercado y que se mantenga a nivel competitivo con los demás productos de la misma línea.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Otro estudio denominado “Plan de negocio para la creación de una empresa distribuidora de aceites, jabones naturales y gel reductor”, desarrollado por autores como Ayala y González (2018), consideran que para lograr la conquista de un producto en el mercado primero se debe contar con análisis de la plaza o del mercado junto al desarrollo de un plan de negocios fundamentado en estrategias de marketing solidas.

Entre los aportes que ofrece el autor y que fueron parte del éxito del estudio; fue la aplicación de estrategias de marketing mix como parte del plan de negocios, dichas estrategias fueron enfocadas al producto en aspectos sobresalientes como propiedades, ingredientes, una gama de productos; un precio competitivo, precio acorde a ofertas y descuentos; establecimiento de alianzas estratégicas, distribución de productos, convenios con supermercados; elaboración de promociones; contar con publicidad acorde a la época actual mediante el uso de redes sociales, productividad enfocada a la optimización de recursos o materia prima, adquisición de herramienta tecnológica para la producción, almacenamiento de la materia prima y entrega del producto en el menor tiempo posible.

Todos estos aspectos se consideran parte del éxito del estudio y a su vez se inclinan como aporte para poder considerar el segundo objetivo de nuestro estudio en: elaborar las estrategias adecuadas para dar a conocer los beneficios de los jabones artesanales.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Según un proyecto investigativo desarrollado por Caisaguano (2015), bajo el nombre de “Estudio para la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabón de tocador artesanal ubicada en Cotopaxi provincia de Latacunga “, comenta el autor que aunque existe un mercado favorable para la aceptación de productos artesanales como es el jabón natural; aún se mantiene un número limitado de empresas o emprendimientos dedicadas a esta industria por la razón de no contar con el conocimiento de cómo desarrollar un plan sólido comercial; así como también contar con un estudio de factibilidad; lo cual es un factor clave para lograr la ejecución de una idea al igual que tener los recursos económicos necesarios; pero sobre todo el poder contar con una metodología es vital para dar paso a la creación de una empresas ser competitiva y proyectarse más en el tiempo.

Sin embargo; considerando uno de los objetivos de nuestro estudio respecto a determinar las razones por las cuáles no existen muchas empresas que se dediquen a fabricar y comercializar jabones artesanales; el autor comenta de estas razones anteriormente pero también hace énfasis en mencionar que el panorama para este tipo de industrias es favorable apoyado en un plan de negocios bien estructura junto con las estrategias necesarias y el tener un conocimiento claro de las necesidades de los consumidores; otro factor que atribuye al éxito de esta industria es la tendencia actual a una conciencia ecológica y saludable por parte del cliente lo que hace aceptable este tipo de jabones en el mercado de la cosmética por la propiedad de sus componentes naturales.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

De acuerdo a un estudio de “factibilidad de la producción y comercialización de jabones artesanales en la ciudad de Guayaquil” desarrollado por Pintado y Bastidas (2015), enfocado a como mitigar el costo de la materia prima con la elaboración de jabones artesanales, señala el autor que una manera favorable de manejar esta situación es mediante la adquisición de materia a un valor considerable pero tomando en cuenta que esta sea de calidad; trabajar con materia prima de calidad reducirá los costos de tal manera que los residuos por material no apropiado será menor además de tener la dosificación en cantidades de producción adecuadas.

De igual manera el autor recomienda que otro aspecto importante para garantizar una materia prima adecuada es contar con un almacén que permita guardar todos los insumos necesarios que no fueron utilizados el día de la producción o que serán utilizados posteriormente. Y en el caso de que exista algún tipo de insumo químico este se deberá almacenar en un ambiente diferente para evitar que entren en contacto con los demás materiales y los dañen, de igual manera cada ambiente tendrá la temperatura adecuada para mantener en buen estado los insumos y trata de reducir lo menos posibles desechos que puedan dar paso a gastos.

2.6.1 Formas de medición de la competitividad empresarial

En esta sección, se citarán las definiciones de los autores Bonales, Zamora y Ortiz (2015) donde en su estudio plantean un modelo de competitividad de las empresas exportadoras de México, así como las definiciones propuestas por los autores Osorio y Mungaray (2016) donde indican los factores intangibles para medir la competitividad en un mercado.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Para Bonales, Zamora y Ortiz (2015), la competitividad empresarial se deriva de la ventaja competitiva que tiene una empresa a través de sus métodos de producción y organización reflejados en precio y calidad del producto final en relación con sus rivales en un mercado específico. Por esta razón sugieren un modelo general que mida la competitividad empresarial mediante el cual se describe la relación entre calidad, precio, tecnología, capacitación y canales de distribución, ver **Figura 4**.

Figura 4

Modelo de la competitividad empresarial I



Nota. Tomado de *El índice de competitividad de las empresas exportadoras de México* (p. 18), por Bonales, Zamora y Ortiz, (2015), CIMEXUS.

Para Osorio y Mungaray (2016) “la competitividad empresarial se mide por factores como ganancia empresarial, recursos, capacidades tangibles, capital humano, estructural y relacional” (p. 87) . En la **Tabla 3** se muestran las variables que tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo en función de los recursos de la empresa, es decir el vehículo, local, financiamiento relacionadas al capital humano, administración, calidad del producto y experiencia del productor.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Tabla 3

Modelo de la Competitividad empresarial II

Variable dependiente	Variables independientes			
Ganancia empresarial	Recursos tangibles	Capacidades intangibles	Capacidad estructural	Capacidad relacional
	Mobiliario y equipo	y Capital Humano	Carácter organizativo	Asociación red empresarial
	Vehículo Local	Administración		
	Acceso a financiamiento	Capacitaciones		
		Calidad		
		Salud e higiene		
		Experiencia		
		Escolaridad		

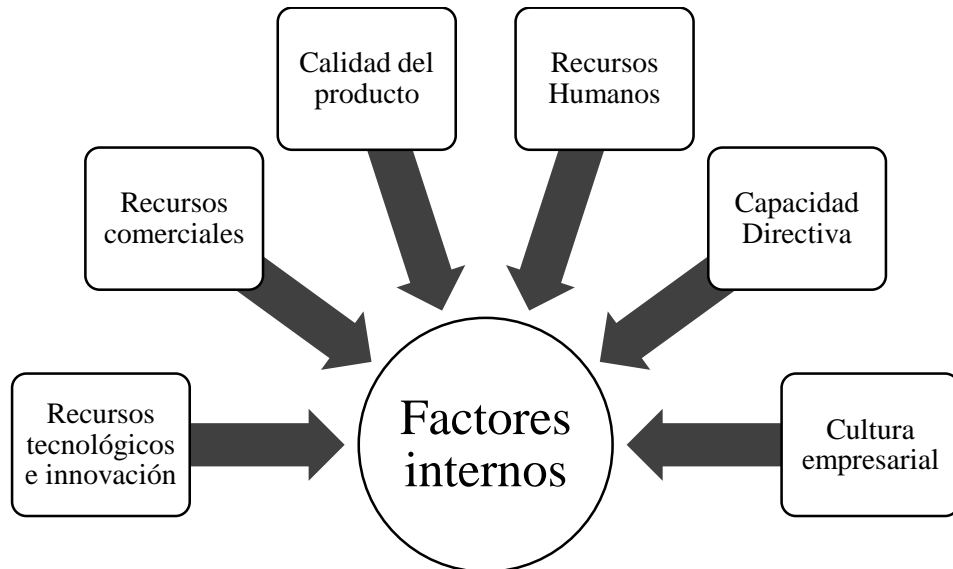
Nota. Tomado de la investigación *Capacidades intangibles para la competitividad microempresarial en México* (p. 89), por Osorio y Mungaray, (2016), Problemas del Desarrollo.

En la segunda forma de medición propuesta por Pereira C. y Pereira de la Rosa (2018) argumentaron que, para medir la competitividad microempresarial, se deben diagnosticar los factores internos que influyen en las decisiones organizacionales, como lo indica la **Figura 5**.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Figura 5

Factores internos - modelo de competitividad microempresarial



Nota. Tomado de *Competitividad de micro y pequeñas empresas* (p. 89), Por Pereira C. y Pereira De La Rosa, (2018), Voces y Trazos de la Cultura.

A continuación, se describen los componentes de los factores internos que miden la competitividad de las microempresas en el siguiente detalle:

Recursos tecnológicos. Conjunto de conocimientos, formas, métodos, instrumentos y procedimientos que permiten combinar los recursos (tangibles e intangibles) y capacidades en los procesos productivos y organizativos, para lograr que estos sean más eficientes.

Innovación. Capacidad para transformar los procesos empresariales y crear organizaciones más competitivas, ágiles y eficaces.

Recursos comerciales. Capacidad de la empresa para crear valor para los clientes, a través de sus productos y servicios.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Calidad del producto. Consiste en lograr la conformidad o adecuación del conjunto de características y atributos de un producto o servicio con las necesidades y expectativas del cliente.

Recursos humanos. Se encargan de controlar la calidad, diseñar, producir, distribuir los productos y servicios, así como de establecer sus objetivos y estrategias.

Capacidades directivas. Se refiere a que los directivos de empresas competitivas deben ser profesionales con experiencia y poseer un amplio conocimiento del mercado, el entorno, y los recursos humanos y tecnológicos.

Cultura empresarial. Comprende reglas y normas efectivas de conducta profesional, proporcionando valores que establecen el sentido de un sistema de relaciones entre características de la empresa y sus actores.

2.7 Marco Legal

Como parte de la constitución de la microempresa se toman en consideración los derechos establecidos en la Constitución de la República (2018), prioritariamente por ser esta la norma suprema del Ecuador. Según establece la Constitución se garantiza, en base al artículo 33, el derecho al trabajo, como un deber social para el desarrollo y la realización personal y base económica; dando como resultado el derecho a la vida digna que asegure la salud y alimentación del núcleo familiar también garantizado en el artículo 66 numeral 2, como plataforma para desarrollar actividades económicas ya sea de forma individual o colectiva.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Citando al numeral 15 del artículo 66 también incentiva a la producción nacional, productividad y competitividad, lo que respalda la importancia de la creación de esta empresa. Otro derecho importante que se cita en la norma suprema es el derecho a la capacidad creativa, como ejercicio digno y sostenido de las actividades, según el artículo 22, como parte de la propuesta innovadora del presente proyecto.

Otra de las normativas legales para la creación de una empresa dedicada específicamente a la fabricación de jabón artesanal, es contar con los permisos de funcionamientos necesarios para emprender como empresa, al igual que del uso de un área adecuado para la elaboración de los productos, contar con maquinarias en buen estado para evitar accidentes laborales y cumplir con todos los estándares de calidad para ofrecer un producto de calidad que cubra las necesidades del cliente final.

Las licencias que la empresa debe tener para su legal funcionamiento es la Licencia Ambiental. Documento que se otorga a una actividad que puede causar un impacto ambiental con sus actividades. En esta licencia se especifican las obligaciones y condiciones que debe cumplir el ponente del proyecto para mitigar los efectos que la actividad produzca en daño al medio ambiente (Ecuador Ambiental., 2017).

Como parte de la comercialización del producto, es necesaria la obtención del registro sanitario. Lo cual obliga a los productos higiénicos contar con el Certificado de Registro Sanitario otorgado por el Ministerio de Salud Pública, a través de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Este certificado de registro sanitario estará a nombre de un titular, el cual será el encargado de su utilización (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2017). Por último, otra licencia será la de funcionamiento de la empresa es necesaria la obtención del registro de patente municipal y el permiso de funcionamiento, otorgado por el cuerpo de bomberos (Secretaría Nacional de Producción y Desarrollo, 2018).

En lo que refiere a las normativas legales de acuerdo con las regulaciones de producción establecidas por parte el INEN, de acuerdo con su literal 2.1.2 del reglamento técnico ecuatoriano INE 093 “Productos cosméticos” resuelve que se deben cumplir con los siguientes requisitos: NTE INEN-ISO 1066 análisis de jabones determinación del contenido de glicerina NTE INEN839 agentes tensoactivos (INEN, 2017).

Normativas con las que se debe cumplir en el producto de acuerdo con el INEN (2017), en lo que concierne al muestreo para la evaluación de la conformidad de los requisitos del jabón debe realizarse de acuerdo con los planes de muestreo indicados en la NTE INEN-ISO 2859-1, con un plan de muestreo simple para la inspección normal, nivel general de inspección

Por otra parte, en base al marcado, etiquetado y embalaje las unidades de jabón pueden expendirse con o sin envoltura. Para envasar el jabón deben utilizarse materiales suficientemente resistentes a la manipulación y que garanticen la conservación de las características del producto; cada envase de jabón en barra debe presentar caracteres fácilmente legibles y visibles, que incluya la información mínima siguiente como son:

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

- Nombre o razón social del (los) fabricante(s) o del (los) comercializador(es)
- Denominación del producto y marca comercial,
- Identificación del lote respectivo,
- Contenido neto al envasar de acuerdo con el Sistema Internacional de Unidades, según lo establecido en la NTE INEN-OIML R 87,
- Número de la Notificación Sanitaria Obligatoria,
- Instrucciones de uso y
- Composición básica cualitativa.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Capítulo 3: Propuesta Comercial.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

3.1 Descripción de la empresa

Esta empresa enfocada en una visión innovadora estará dedicada a la producción y comercialización de un producto artesanal como es el jabón. Actualmente la industria de jabones de este tipo mantiene una limitada oferta con respecto a marcas ecuatorianas vigentes en el mercado. Bajo este preámbulo surge la propuesta de desarrollar este tipo de producción artesanal de jabones a corto plazo el cual se ejecutará por medio de un plan de negocios cuyas estrategias de marketing permitan la posibilidad de expandir la producción a nivel nacional e incluso en un futuro internacional como objetivo a largo plazo. Este plan de negocio se basa en un análisis del sector cosmético y de las fuerzas que impactan positivamente el proyecto, junto con un estudio de mercado y estrategias para la comercialización del producto.

El producto va dirigido a personas en busca de un estilo de vida saludable, sobre todo ahora que existe una tendencia por parte del consumidor de mantener un estilo ecológico, debido a la toma de conciencia sobre la importancia de hábitos del uso de productos libres de componentes químicos que causan daños en el bienestar físico y son perjudiciales al ecosistema. Por medio de un jabón artesanal cuyo elemento principal será la glicerina y otros componentes naturales de plantas y especias se propone entregar un producto que garantice el cuidado de la piel y sea amigable al medio, contando con la materia prima de calidad adquirida mediante proveedores locales como muestra de apoyar lo nacional.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Esta empresa como emprendimiento ofrece un producto innovador cuya diferenciación principal del jabón artesanal con el resto de otros jabones comercializados en el mercado como son los industriales, mediante la presentación de un producto de componentes totalmente natural de calidad que aporte de manera beneficiosa al cuidado de la piel sin efectos secundarios gracias a su composición y elaboración natural bajo aceites esenciales, destilados de plantas, y otras propiedades que aportarán una buena salud; además la empresa se entregara a los clientes la asesoría necesaria por parte de personal especializado en el área cosmética con el fin de entregar información oportuna de los beneficios del producto y una se garantice un profesionalismo en la oferta y presentación del producto.

3.2 Visión

Ser la mejor marca de jabones artesanales más vendida en el Ecuador y ser líderes en el mercado.

3.3 Misión

Impactar de manera significativa en las personas la importancia de utilizar productos artesanales como es el jabón para el cuidado de la piel, otorgándoles las ventajas de adquirir un producto 100% natural que incentive su uso de manera responsable con el medio ambiente basado en una producción limpia, con insumos provenientes de las plantas que otorguen beneficios al cuidado de la piel.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

3.4 Valores

La empresa como parte de sus valores enmarcan las actuaciones y relaciones de la organización, en pro de un mejoramiento continuo y crecimiento:

Calidad: Producir un producto de la mejor manera posible, con materia prima de calidad y 100% natural bajo una producción libre de químicos que permitan obtener el máximo resultado.

Responsabilidad: Contar con un equipo comprometido con la misión y visión del taller que se identifique con el proyecto para cumplir las metas planteadas.

Proactividad: Contar con colaboradores que sean perseverantes en cada acción encomendada junto con un espíritu de trabajo y de colaboración que aporten una labor significativa cada una de las etapas del proceso de producción.

Trabajo en equipo: El trabajo en equipo es fundamental para crecer como persona y empresa junto con el respeto a cada uno de los colaboradores, mediante la escucha, apreciación y valoración de sus aportes; tolerando las diferencias y buscando la armonía de las relaciones laborales.

Compromiso: Trabajar con esfuerzo y dedicación para garantizar la sostenibilidad enfocada en la calidad y seguridad de otorgar un producto natural y libre de químicos que perjudiquen la salud; además de operar en cada una de las actividades de fabricación bajo las normativas y el cuidado por el medio ambiente.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

3.5 Objetivos de la propuesta

3.5.1 Objetivo General

Crear un plan de negocio aplicando el modelo Canvas que permita desarrollar el proceso de fabricación y comercialización de jabones artesanales en la ciudad de Guayaquil durante el segundo trimestre del 2023.

3.5.2 Objetivo Específicos

- Incrementar las ventas en un 1% anual.
- Reducir un 1% de los costos variables anualmente.
- Aumentar el 5% del margen de utilidades en el periodo de dos años mediante mejoras en la eficacia del proceso.
- Mantener al menos el 95% de nuestros clientes satisfechos mediante la entrega de un producto de alta calidad.
- Establecer al menos una alianza con clientes empresariales al año.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

3.6 Modelo CANVAS

Tabla 4

Modelo Canvas

Aliados Clave <ul style="list-style-type: none"> • Salones de Belleza • Spa • Farmacias • Almacenes de cosméticas • Centros Comerciales 	Actividades Clave <ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de la materia prima. • Promociones constantes • Concursos en redes sociales. • Diseño novedosos y personalizados de los empaques 	Propuesta de Valor Se creará una empresa dedicada a la fabricación de jabones artesanales 100% naturales para el cuidado de la piel, con diseños modernos y personalizados para infantiles y adultos con alternativas de elección.	Relación con el Cliente <ul style="list-style-type: none"> • Buen trato al cliente • Servicio personalizado y asesoría en los jabones de acuerdo con el tipo de piel y sus necesidades. • Regalos promocionales. 	Segmentos de Clientes <ul style="list-style-type: none"> • Clase socioeconómica media y alta. • Niños, hombres y mujeres de todas las edades • Habitantes de la ciudad de Guayaquil
	Recursos Clave <ul style="list-style-type: none"> • Herramientas tecnológicas • Redes sociales • Impulsadoras cosméticas • Probadores 		Canales <ul style="list-style-type: none"> • Instagram • Facebook • Tienda física 	
Estructura de Costes <ul style="list-style-type: none"> • Costo de mano de obra • Costo de producción en materia prima • Publicidad y marketing • Recursos humanos 			Estructura de Ingresos <ul style="list-style-type: none"> • Ventas directas por tienda física • Ingresos por promociones • Ingresos por parte de las alianzas 	

Nota: Tomado de página. Modelo Canvas que es y cómo aplicarlo al negocio. (2022). Guía para inversionistas.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

3.6.1 Propuesta de valor

Se creará una empresa dedicada a la fabricación de jabones artesanales 100% naturales para el cuidado de la piel, con diseños modernos y personalizados para infantiles y adultos con alternativas de elección, lo cual será significativo como un producto diferenciador además de presentar un producto artesanal y atractivo junto aromas delicados y suaves de la naturaleza ofreciendo una experiencia relajante y de beneficios a la salud para el consumidor.

3.6.2 Segmento de cliente

El segmento de clientes seleccionado por la empresa de acuerdo con el valor del producto está enfocado en un nivel socioeconómico medio y alto; por otra parte, geográficamente se considera amplio de manera que está dirigido para todo tipo de personas que utilicen el jabón en sus actividades no solo de tipo cosmética sino también de higiene personal; sean estas niños y adultos de sexo tanto masculino como femenino que habiten en la ciudad de Guayaquil y sus alrededores.

3.6.3 Canales de comunicación\ distribución

Como parte de los canales de comunicación la empresa contará en primera instancia con una tienda física en la que se ofertarán cada uno de los jabones al público es por medio de esta tienda en la que se contará con una cantidad de stock necesaria para la venta y la promoción del producto, junto con demás probadores al momento de asesorar al cliente.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Otro de los canales de comunicaciones es mediante el uso de las redes sociales como son las más populares Instagram y Facebook en las que se contará con una página oficial del producto en las que se comuniquen características, ventajas, precios, promociones, se efectúen concursos, se realicen historias de manera constante con la finalidad de mantener informado al cliente del producto. Además de que por este medio también se puedan atender dudas, requerimientos incluso realizar ventas.

3.6.4 Relación con el cliente

Como parte de la relación con el cliente el buen trato cordial, amable y de calidad será indispensable para garantizar el regreso del cliente a la tienda y que este se sienta en un ambiente cómodo. La relación además entre vendedor y cliente deberá ser de confianza y seguridad de manera que el cliente pueda acceder a probar el producto y ser parte de algún concurso o cualquier otra oferta que se realice en su momento.

Por medio de los regalos promocionales es otra forma de mantener una relación amigable y pensando en las necesidades del consumidor de manera que se centre la atención en el producto sobre todo en el caso de las redes sociales; el ser escuchado y considerar su opinión o sugerencia será indispensable para la relación con el cliente y su fidelidad. El servicio personalizado mediante la asesoría en el producto es otro factor que se tomará en cuenta en la relación cliente - empresa; ya que por medio de esta opción el cliente manifestara sus opiniones y estas podrán ser tomadas en cuenta para nuevas presentaciones y mejora del producto y se mantenga una alianza de confianza con el cliente.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

3.6.5 Fuentes de ingreso

La principal fuente de ingreso por parte de la empresa es la que se efectuara mediante las ventas directas en tienda; también como otros ingresos se considera por parte de las alianzas como es el producto promocionado en los spa, salones o gabinetes de belleza en los que se ofertara el producto junto a otros cosméticos o productos de higiene, como es el caso de combos promocionales en los que se coloque el producto estratégicamente junto a otros para ser conocido y vendido.

Como ingreso también se considera el proveniente del ofertado por parte de los vendedores en otros establecimientos como farmacias y centros comerciales en los que se prevé entregar el producto para su comercialización. Y por último ingresos por parte de promociones que se efectuaran de manera frecuente en redes sociales.

3.6.6 Recursos clave

En lo que respecta a los recursos como claves está el implemento de herramientas tecnológicas, objetos como computadora, laptop, Tablet o celulares inteligentes necesarios para monitorear las redes sociales que permitirían la comunicación con los clientes y proveedores. Otro de los recursos antes mencionados es las redes sociales consideradas como principal medio de comunicación entre los clientes y la forma más segura y acorde a las nuevas tendencias en las que se puede dar a conocer el producto libre de fronteras.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Impulsadoras cosméticas es otro recurso para utilizar; ya que por medio de ellas se pretende dar a conocer el producto en las diferentes zonas estratégicas como comisariatos, spa o salones de belleza y la tienda física en las que se hará uso de estas impulsadoras para generar atención del producto mediante sus habilidades y conocimientos en servicio al cliente y formación cosmética necesaria para la atención personalizada ofrecida al cliente. Contar con probadores de producto como recurso final es necesario para poder dar a conocer el producto a nuevos clientes y ofertar el mismo a nuevas alianzas que faciliten la comercialización de este.

3.6.7 Actividades clave

Entre las actividades que realizará la empresa de manera constante la principal será la evaluación de la materia prima necesaria para la elaboración del producto; es mediante una evaluación de calidad que se permitirá conocer que el producto pueda fabricarse según los requerimientos establecidos al igual que las normas de calidad.

Las promociones es otra actividad que estará en constante diseño el establecerlas de acuerdo con tendencias, necesidades, incluso alianzas estratégicas con el fin de dar a conocer el producto y centrar la atención en este. Las promociones se las realizará por redes sociales como en la tienda física de manera que puedan ser comunicadas a todo el público; de igual manera estas promociones van de la mano con los concursos por redes sociales como parte de las actividades de la empresa y estrategias publicitarias del producto.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Y finalmente efectuar actividades referentes al diseño de nuevas presentaciones personalizadas de los empaques, nuevos diseños para el público entre otros que se visualicen de forma atractiva para el consumidor y lo hagan elegible entre otras opciones.

3.6.8 Socios clave

En lo que corresponde a los socios claves de la empresa están los centros comerciales en los que será necesario promocionar el producto siendo uno de los lugares de mayor concurrencia para todo el segmento de mercado establecido previamente; además de los spa o salones de belleza en los que se realizan también ventas de otros productos y pueda ser ofertado por los clientes como parte de productos promocionales, o regalos a clientas del salón con la finalidad de dar a conocer el producto. Las farmacias es otro socio clave al que se deberá llevar de la misma manera que los comerciales, son lugares concurridos donde se adquieren jabones de manera frecuente; por tal razón se considera como socio clave.

3.6.9 Estructura de costos

De acuerdo a la estructura de costos se establece que entre ellos está el costo de la mano de obra en lo que respecta a los operadores que serán parte de la elaboración del producto desde sus primeras fases de fabricación; partiendo luego de costo de la adquisición de la materia prima por parte de los proveedores que será seleccionado para trabajar de manera constante de acuerdo con la calidad requerida por parte del producto estos gastos en lo que respecta al tema de costos de fabricación y producción.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Otro de los costos tomados en cuenta son los de publicidad y marketing que serán necesarios para poder promocionar y comercializar el producto por los diferentes canales y medios físicos como virtuales en adquirir material publicitario, stand para la promoción en la tienda física, pago del publicista y el producto final que se promocionara.

Como parte de los recursos humanos este costo corresponde al generado por parte de empleados ocasionales como es el caso de impulsadoras o personal de la línea cosmética que se contrate de manera eventual en promociones del producto y que son parte también de campañas de promoción y publicidad para la salida del producto.

3.7 Estrategia Genérica

De acuerdo con la naturaleza del producto se implementará la estrategia de enfoque, por la razón que se proyecta a un consumidor objetivo tanto de hombres y mujeres que gustan de adquirir productos de cosmética o de aseo personal como es el jabón con propiedades naturales para el cuidado de la piel y otros beneficios similares. Con base a las características del producto se prevé implementar una estrategia genérica de diferenciación teniendo un jabón artesanal 100% natural con una presentación atractiva en su empaque y diseños personalizados adecuados para todo tipo de piel; además de tener una procedencia ecológica en componentes y elaboración.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

3.7.1 Ventaja competitiva

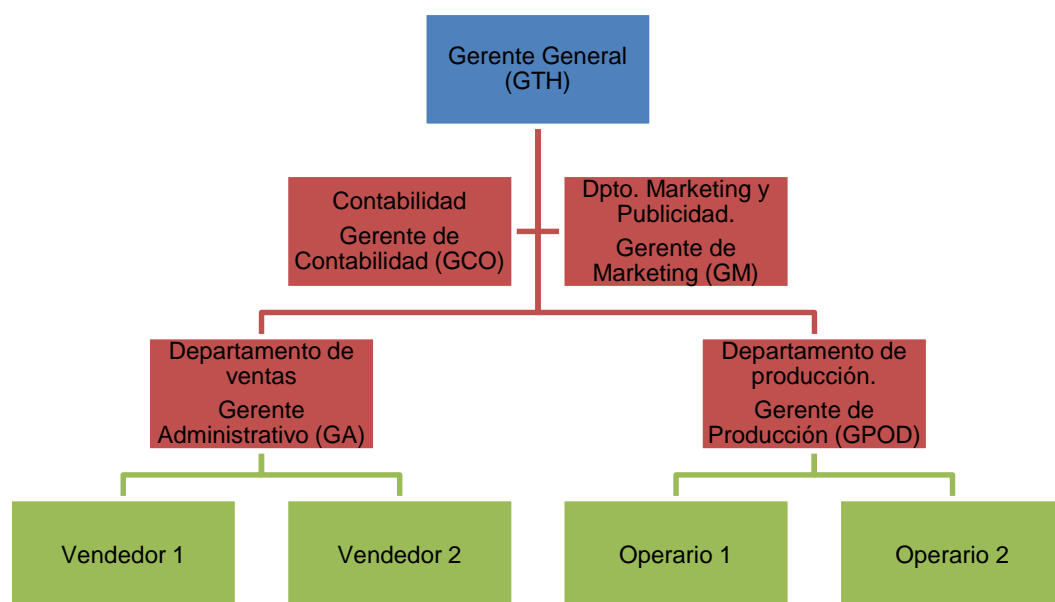
- Elaborar un jabón artesanal único en su elaboración a base de glicerina natural y otras especias como plantas y frutos naturales, bajo un proceso artesanal que garantiza la conservación de las propiedades del fruto: entregando un producto orgánico, libre de químicos y parabenos.
- Presentar un producto cuyo empaque se caracterice por un diseño atractivo pero artesanal para todas las edades adultos y niños.
- Ser una alternativa natural y sana para reemplazar el jabón convencional por un jabón con experiencias novedosas de limpieza y de relajación con de aromas delicados y diversos de la naturaleza.

3.7.2 Organigrama

A continuación, se presenta la estructura jerárquica de la empresa:

Figura 6

Organigrama de la empresa



Fuente: Elaboración propia de la autora

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

3.8 Plan de Marketing sobre el Proyecto

3.8.1 Contexto general del mercado

Como parte de los factores clave que son sinónimo de éxito para el proyecto es tener presente que para lograr introducirse y mantener la permanencia en el mercado de debe adoptar de estrategias como es la de tener un precios competitivo que capte la atención del mercado y que permita lograr una permanencia a corto plazo de manera satisfactoria; además de otros factores necesarios como la innovación, investigación y el desarrollo de producto que permita un conocimiento del mercado y las necesidades constantes del consumidor final.

Se ha determinado un mercado amplio en lo que refiere a personas que consumen tanto productos de higiene como cosmética hombres y mujeres; incluso por parte de niños hay una demanda considerable del producto por ser natural y no causar daño a la salud como es el caso de alergias por lo que el jabón artesanal ha sido muy bien acogido; sin olvidar a otro grupo de personas que prefieren productos artesanales y naturales para el cuidado e higiene personal, con una necesidad imperante en adquirir un producto de componentes naturales y ecológico.

El segmento de consumidores de jabones naturales suele determinarse en personas con estilos de vida sano o que están en la necesidad de adquirirlo, buscando la calidad en productos que consumen como la conservación de su piel y la buena imagen que esto les permite reflejar junto a la sensación de relajación que es otra característica importante del jabón artesanal y que no es parte de los industriales.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Por lo tanto, se ha determinado que existe un comportamiento en valores y principios de los consumidores que responden a clientes exigentes a la hora de preferir y seleccionar un producto.

Se debe señalar también que en la ciudad de Guayaquil se presentan de manera continua una variedad de emprendimientos de jabones de tipo artesanal como son Yamila´s essence, Luanna y Brunetta que son las más conocidas en redes sociales.

3.8.2 Perfil del cliente

El consumidor de jabón artesanal hecho con productos naturales es una persona que le gusta verse y sentirse bien, cuida su cuerpo, promueve el uso de elementos que no afecten el ecosistema donde habita. Tiene como hábito tener una piel sana, hidratada y limpia.

El perfil del cliente está enfocado al mercado de Guayaquil siendo este exigente en calidad y precio, pero sobre todo prefiriendo lo original al momento de seleccionar un producto cuando se trata de lo artesanal. Las mujeres son los principales clientes y las que consumen más el producto; ya que no solo es adquirido para su uso personal hay un consumo en mujeres que adquieren el producto para el uso de sus hijos por los beneficios que ofrece este jabón; por otra parte, los hombres también son parte de la sección de clientes la razón es que también les gusta cuidarse de su físico y de su salud.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

No existe un rango específico de edad de tal manera que abarca todas las edades al ser natural no hay alguna contraindicación en niños o algún grupo específico de personas.

Otro aspecto importante es que el producto es consumido por motivos de tener un estilo de vida sano y autocuidado personal; los clientes se enfocan en escoger esta clase de jabones, porque tiene características naturales, aparte de su poder limpiador, propiedades hidratantes, emolientes y nutritivas que garantizan la suavidad a la piel.

3.8.3 Estrategia de Producto

Los jabones artesanales son elaborados a base de productos totalmente naturales y que se obtienen sin la intervención de químicos, fertilizantes u otro tipo de elementos artificiales, lo que los hace más saludables y favorecen tanto el cuidado de la piel como el del medio ambiente. Entre los componentes del producto se encuentra: glicerina o glicerol principal componente, de acuerdo a su tipo aloe vera, argán, especias de plantas y flores, aceites naturales como el coco, oliva, jojoba, trigo entre otros.

Su elaboración tiene un proceso de tipo manual y libre de químicos. Uno de los pasos de fabricación es mediante la saponificación, en frío mediante este procedimiento los aceites se transforman en sales. Después del tiempo de reacción es seleccionado previamente los ingredientes en cantidad y pasan hacer mezclados mediante otro tiempo de espera en el que se integra de manera manual y homogénea cada componente para

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

luego ser depositado de forma líquida en moldes personalizados en donde el jabón después de otro tiempo de espera madura y solidifica.

Tabla 5
Características del producto

Marca	Beneficios	Tamaño	Empaque	Calidad	Aspecto
El nombre de la marca será “Vida” el producto como proyección de su imagen busca por medio de este nombre inspirar la vida por medio de la naturaleza y sus componentes.	La glicerina ofrece suavidad, hidratación profunda y humedad a la piel. El demás componente naturales ofrecen sensaciones relajantes. Aroma fresco. Ideal para pieles grasas, sensibles y con alteraciones. Propiedades aroma terapéuticas Respetuosos con el medio ambiente	100 g	Tipo artesanal caja de cartón color café, con diseños de hojas en su parte exterior. Caja personalizada para los packs de regalo.	Materia prima ecuatoriana. Componentes 100% naturales. hipoalergénico	Su aspecto físico será solido jabón en barra. Textura labrada con diseño hojas. Color amarillo verdoso. Se elaborarán cinco aromas: aloe vera; manzana y gardenia; miel y almendras; coco y avena, y trigo.

Fuente: Tomado de Pharmacijs online. (2020). Características del jabón para el consumidor adulto

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Tabla 6

Características del producto

Marca	Beneficios	Tamaño	Empaque	Calidad	Aspecto
El nombre de la marca será “Vida” el producto como proyección de su imagen busca por medio de este nombre inspirar la vida por medio de la naturaleza como un producto apto para niños y adultos ideal para la higiene diaria.	<p>Suavidad hidratación y humedad a la piel delicada de los niños.</p> <p>Aromas suaves</p> <p>Componentes que no causan alergia.</p> <p>Jabón apto para las pieles más sensibles.</p> <p>Mantiene el pH de la piel desde su nacimiento.</p> <p>100 % libres de componentes químico</p>	100 g	<p>Tipo artesanal caja de cartón color café.</p> <p>Caja personalizada en varios colores llamativos para los packs promocionales con imágenes infantiles.</p>	<p>Materia prima ecuatoriana</p> <p>Componentes 100% naturales.</p> <p>Hipoalergénico</p>	<p>Su aspecto físico será sólido.</p> <p>Diseño de animales vaca y elefante.</p> <p>Color morado y rosado.</p> <p>Se elaborarán dos aromas: manzanilla y avena</p>

Fuente: Tomado de Pharmaciis online (2020). *Características del jabón para el consumidor infantil*

La marca del producto “Vida” se escogió de manera estratégica en lo que se desea transmitir que es la vida en base a un estilo sano; por medio de componentes de la naturaleza; a la vez que es una palabra corta, fácil de pronunciar y recordar que da la oportunidad de posicionarse en el mercado al estar presente en la mente del consumidor de una forma ágil.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Los beneficios de este producto son múltiples entre ellos los más destacados son brindar un cuidado a la piel mediante la nutrición, hidratación, regeneración de células al igual que garantizar una experiencia natural y relajante al momento de su uso por medio de un aroma delicado de igual manera la prevención de afecciones o de alguna alergia; el producto mantiene componentes hipoalergénicos para seguridad y brindar calidad al consumidor.

3.8.4 Estrategia de Precio

Hay competitividad entre jabones industriales y otros tipos de jabones artesanales hay una fuerte influencia de este parámetro por parte del cliente al escoger una marca; por esta razón la marca de jabones “VIDA”, como parte de su lanzamiento de productos propone un valor de USD\$4.50 considerado accesible al nivel socioeconómico que está enfocado el producto y en base a la calidad de productos y otras características que el jabón posee.

El jabón base que se promocionará en el mercado resaltarán en su presentación por sus componentes 100% natural con materias primas obtenidas de extractos naturales, mediante una presentación de 100 gramos a un precio USD \$4.50; pero también se elaborará otro tipo de presentaciones de acuerdo con sus diseños como es el caso de jabón para niños de tipo personalizados en 100 gramos en un molde con figuras en USD\$5.00

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Entre las promociones de lanzamiento el precio será de tres jabones 100 gramos de higiene personal para adulto por USD\$12.00 y precio promocional para niños dos jabones por USD\$9.00

En esta actividad promocional se contratarán impulsadoras con conocimientos en cosmética sobre todo de tipo natural en las que ofertarán al producto durante su lanzamiento junto a otros productos de cuidado para la piel de manera que pueda ganar mercado de manera estrategias en combos promocionales ya sea con shampoo, cremas y otros. También se aplicarán descuento en el caso de llevar una cantidad estimada “precio mayorista” a partir de cinco unidades en adelante.

Los jabones como parte de su lanzamiento tendrán una presentación de jabón en barra de manera sólida; estableciendo como se mencionó anteriormente los valores de USD\$4.50 y USD\$ 5.00 para adulto y niño respectivamente Los jabones “Vida” su uso está enfocado en la higiene diaria para el cuerpo y para el rostro en diferentes aromas y tipos de piel.

3.8.5 Estrategia de Distribución

De acuerdo con la distribución se considera llegar al consumidor a través de los canales de distribución ubicados en la ciudad de Guayaquil, de manera estratégica generando vínculos comerciales con otras tiendas de cosmética; así como spa salones de belleza en donde se vendida productos y se pueda promocionar el producto, también farmacias y comisariatos lugares que son concurridos por las personas que están dispuestas a ir y, por ende, adquirir el producto.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Los puntos de venta sugeridos para la comercialización del producto serán en tienda física ubicada en el norte de la ciudad de Guayaquil, un sector comercial y concurrido en el que pueda ser visible y fácil de ubicar al público en general; además de otros puntos como las alianzas en farmacias, spa, comerciales en donde se prevé entregar el producto para su promoción y por último puntos de venta digitales que serán creados y dirigidos por la empresa a través de redes sociales de acuerdo a los productos publicados serán receptados los pedidos mediante el chat de la plataforma virtual, un asesor de ventas atenderá el pedido garantizando la entrega del producto a domicilio mediante motorizados de la compañía rappi con canales de pago transferencia o pago directo al momento de la entrega.

Como sugerencia para los puntos de venta esta enfocar el producto en zonas estratégicas de la ciudad de Guayaquil es decir lugares céntricos, así como también alianzas en locales de cosméticos o centros comerciales lugares concurridos en donde el producto pueda estar de manera permanente que garantice al cliente su calidad por su permanencia en el mercado.

El personal deberá ser capacitado principalmente en atención al cliente orientado a la asesoría y cuidado de la piel en cosmética natural; de manera que se entregue la información necesaria del producto y pueda ser atendido el cliente de manera confiable y escuchando sus necesidades y requerimientos para una atención personalizada.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

3.8.6 Estrategia de Promoción

Como parte de la publicidad de acuerdo a las tendencias actuales será de tipo online logrando posicionar la marca en redes sociales, mediante la creación de contenido digital en redes sociales pensado en el público objetivo y experiencias de clientes usando los productos; de igual manera en las redes sociales de la empresa se publicara el catálogo de los Jabones artesanales junto a la información necesaria del cuidado de piel, junto a regalos y promociones que serán parte también de la publicidad. De esta manera se fundamenta el emprendimiento mediante un canal directo para publicitar y la oportunidad del reconocimiento de la marca a un bajo costo mediante el uso de las redes sociales.

Descuentos que se aplicaran en ciertas épocas serán los de tipo festivo como día de las madres, padre, san Valentín entre otras en los que se sugiera el producto como un regalo a bajo costo y de gran beneficio para quien lo consuma. Un descuento específico y que se mantendrá de forma permanente es el denominado mayoristas de manera que estratégicamente se logre vender cantidades considerables independientemente si estos clientes vendan o no luego el producto el descuento será aplicado a partir de 4 unidades.

El personal deberá estar capacitado en conocer no solo de la composición y de los beneficios del producto; deberá ser capacitado también por parte de la empresa en conocer el producto de acuerdo con su tipo de presentación, precios, cual es el adecuado para cada piel, recibir información constante sobre promociones y como ofertar el producto.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

3.8.7 Estrategia de Personas

El personal que se contratará deberá estar alineado a los objetivos como empresa, seguido de la visión y misión de la misma en la que cada uno de los colaboradores se comprometa al trabajo constante y el cumplimiento de sus labores, así como de respetar los valores empresariales y tener experiencia en el cargo que pretenda laborar para que de esta manera al ser contratado pueda desarrollar sus actividades de manera satisfactoria.

Como parte del organigrama a continuación se enumera cada uno de los cargos con sus competencias y capacidades requeridas para cada puesto de trabajo.

- Gerente gerencial: ser una persona capaz de organizar tareas de forma efectiva y eficaz, trabajar mediante el establecimiento de plazos realistas y delegar labores en las que sea capaz de identificar las capacidades y habilidades de sus colaboradores. Como competencia posea pensamiento crítico, comunicación asertiva, creatividad, iniciativa, liderazgo capacidad de planificar y negociación.

- Contabilidad: la persona que labore en el departamento contable dentro de sus capacidades será comprender, interpretar y aplicar los conceptos, métodos y técnicas que se emplean para la toma de decisiones en la dirección financiera, así como los utilizados en el análisis y la gestión de los distintos instrumentos financieros; bajo competencias en matemáticas, análisis financiero, negociador y creativo.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

- Dpto. marketing y publicidad: como parte de sus labores deberá ser una persona con capacidades en redacción que logren llegar a la mente del posible cliente, bajo un nivel de persuasión adecuado con información que satisfaga sus necesidades. Y, además, debe tener la capacidad para manejar cifras y conocer los diversos tipos de estrategias de marketing según las tendencias actuales; como parte de sus competencias mantenga liderazgo, creatividad, comunicación, buenas relaciones y trabajo en equipo

- Departamento de ventas: la persona a cargo de departamento de ventas deberá tener la formación en ventas y gestión de equipos junto a una capacidad para analizar y resolver problemas, junto con competencias gerenciales, capacidad de liderazgo para administrar un equipo de ventas.

- Vendedor: los vendedores que laboren como parte de sus capacidades deberán tener una buena comunicación y conocer de atención al cliente, experiencia en la línea cosmética y cuidados de la piel, capacidad de ventas, conocimiento del sector, creatividad y sobre todo capacidad de aprendizaje constante.

- Departamento de producción: la persona que labore bajo este cargo de producción deberá estar orientada al trabajo en equipo, liderazgo, orientado al logro, poseer de un pensamiento crítico y estratégico, experiencia en cargos similares.

- Operarios: las personas que laboren en este puesto deberán tener capacidad de rapidez y eficacia en el trabajo en líneas de

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

producción, la capacidad para trabajar en equipo, de control y gestión de equipos de trabajo, capacidad para poder controlar situaciones de presión, experiencia en cargos similares de línea de jabones.

El personal de marketing como parte de sus labores deberá estar empapado completamente del proyecto, la empresa y todo el producto como tal para poder fijar las estrategias de marketing que garantizaran la permanencia del mercado del producto; adema de conocer estrategia acorde a las tendencias actuales de mercado, así como de las nuevas tecnologías.

El personal de ventas como parte de su labor de campo de manera periódica realizara visitas a clientes, así como las alianzas estratégicas en las que se encargara de atender pedidos y suministrar de probadores y cualquier otra información pertinente al producto; al igual que coordinar ideas para nuevas promociones y sugerencias por parte de los clientes en relación con el producto.

Como parte del plan de negocios con los distribuidores se ofrece una presentación efectiva, concreta, con información directa del producto, de tal manera que se pueda dar a conocer los datos de la empresa, su misión, visión, valores, producto, su comercialización, redes sociales, puntos de ventas y tipo de servicios; una vez descrito el negocio establecer cuáles son las necesidades y los objetivos principales de la empresa junto al desempeño que ha tenido. Como parte de la estrategia comercial trabajar en un plan de negociación mutuo entre empresa y socios de manera que

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

se adapte a las necesidades y requerimientos de ambas partes teniendo en cuenta un estudio previo de mercado para mantener y preservar un precio competitivo, junto con estrategias de distribución y ventas.

3.8.8 Procesos

Para la fabricación del producto se contará con una planta de producción adecuada a nivel de maquinaria, materia prima, mano de obra e implementos de seguridad; a cargo de este proceso estará el departamento de producción aplicando un proceso de logística se efectuará el proceso de elaboración registrando cada movimiento de materia prima utilizada y cantidades terminadas. Además, este proceso de fabricación estará compuesto por fases como saponificación, sangrado y moldeado designando mano de obra capacitada en cada fase y que pueda cumplirse un proceso de producción con la cantidad mínima de errores.

La negociación será manejada por la alta gerencia quien interactuará con potenciales clientes empresariales grandes con la finalidad de poder expandir el producto a mayor escala en centros comerciales, cadenas de farmacias y sitios de mayor amplitud estratégica; este proceso será coordinado también con la fuerza de ventas quienes realizaran visitas periódicas para la entrega de muestras e información a los clientes empresarial una vez realizada la negociación. Por otra, parte estos asesores comerciales como parte de sus funciones también deberán ampliar sus zonas a nivel de spas, salones de belleza, tiendas cosméticas y otros sitios pequeños, pero a su vez concurridos,

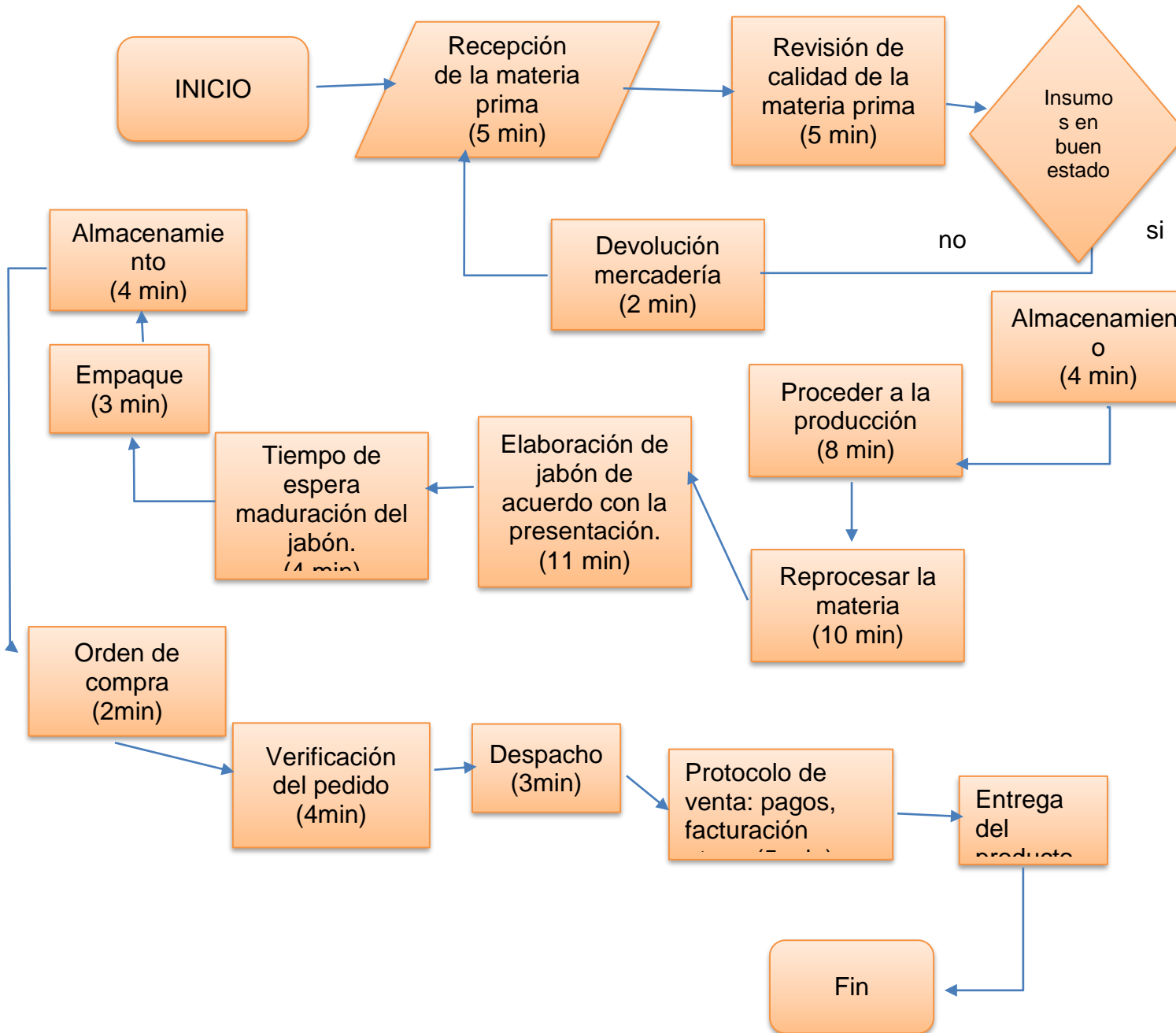
“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Como parte del valor en los procesos respecto al tema de fabricación se basa en ser un producto situado dentro de los estándares y expectativas de calidad requeridos por el consumidor final, bajo una materia prima destacada por su calidad y pureza de componentes que brinda un producto final que va de acuerdo a las necesidades del consumidor. Su valor en la negociación depende en gran medida de la imagen y proyección del producto y de acuerdo al nivel de alianzas estratégicas que logre, su expansión tiene un alto valor al ser el jabón un producto rentable en el mercado con antecedentes de aceptación por parte del mercado establecido.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

3.8.8.1 Flujograma

Figura 7
Organigrama de la empresa



Fuente: Elaboración propia de la autora

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

El proceso correspondiente a la entrega del producto será bajo la coordinación del departamento de ventas quien será el encargado de recepcionar el pedido mediante orden de compra para luego ser procesada en el departamento de producción quienes serán los encargados de preparar el pedido, comprobar su estado, embalaje de la mercadería, cantidades solicitadas y proceder con la salida del pedido.

En la parte de logística este proceso será ejecutado por el departamento de producción el jefe o coordinador de logística se encargará de controlar el flujo de materias primas, los inventarios a nivel del material de fabricación, así como del producto terminado, en conjunto con el departamento de ventas mantendrán una comunicación fluida en recepcionar las órdenes de compra y despachar según el proceso establecido. Parte de la logística será también la coordinación de los envíos para esto se cuenta con un carro encargado de entregar el producto tanto almacén físico como para los clientes.

El servicio al cliente será un aspecto fundamental para lograr la captación del cliente, este servicio será entregado por parte de los vendedores o asesores comerciales encargados de la atención al consumidor final y clientes empresariales o aliados, previamente serán capacitados con la finalidad que puedan entregar un buen trato y atender los requerimientos, brindar asesoría e información de cada uno de los productos. Se contará además de un tiempo estimado de 48 horas en las que el cliente puede realizar algún tipo de cambio o queja del producto y esta solicitud deberá ser atendida por un asesor comercial.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

3.8.8.2 Estrategia de Evidencia Física

El producto tiene una presentación sólida es decir jabón en barra para los diferentes tipos de uso de higiene personal y cosmética, bajo un diseño personalizados en colores y modelos infantiles se diseñarán los jabones para los consumidores de menor edad como niños y adolescentes; de igual manera para el consumidor de edad adulta tendrá una presentación atractiva en colores, aromas y un empaque de tipo artesanal utilizando material reciclado que se acoplen a la conciencia ecológica del producto. En cada empaque de los diferentes productos ira como imagen principal el logo el cual será la marca del jabón “Vida” con otros datos requeridos como ingredientes, instrucciones, su peso y valor.

3.8.8.3 Presentación de producto físico

Figura 8
Logo del Jabón



Nota: Presentación del logo

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Figura 9
Marca del Jabón



Nota: Presentación de la marca del producto
Elaborado por: Autora

Figura 10
Jabón



Nota: Presentación jabón de glicerina Para adultos
Elaborado por: Autora

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Figura 11
Jabones para niño



Nota: Presentación jabón para niños
Elaborado por: Autora

Figura 12
Presentación del producto



Nota: Presentación del jabón
Elaborado por: Autora

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Figura 13

Empaque del producto jabón 100 gr



Nota: empaque del jabón caja parte externa

Elaborado por: Autora

Figura 14

Empaque del producto jabón 100 gr



Nota: empaque del jabón caja parte Interna precio por unidad \$4.50

Elaborado por: Autora

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Figura 15
Empaque del producto para niños



Nota: empaque del jabón 100 gr caja parte Externa precio por unidad \$5.00
Elaborado por: Autora

Figura 16
Paquete promocional por lanzamiento



Nota: Promoción de tres jabones de 100 gr adulto por \$12.00 igual o diferentes aromas.
Elaborado por: Autora

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Figura 17
Paquete promocional lanzamiento



*Nota: Precio promocional de 2 jabones de 100 gr
Elaborado por: Autora*

Figura 18
Promoción mayorista



*Nota: Precio mayorista a partir de 5
Elaborado por: Autora*

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Figura 19

Pack regalo dos jabones 100 gramos



Nota: Caja personalizada para obsequio Con dos jabones adulto \$10 .00
Elaborado por: Autora

Figura 20

Pack de regalo dos jabones 100 gramos



Nota: Caja personalizada para obsequio dos jabones de niño por \$12.00
Elaborado por: Autora

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

3.8.8.4 Tabla nutricional comparativa frente a otras marcas

Tabla 7
Tabla nutricional

TABLA NUTRICIONAL		
JABON ARTESANAL “VIDA”	JABONES DE OTRAS MARCAS NATURALES	JABONES INDUSTRIALES
Nivel de impurezas 0.22	Nivel de impurezas 0.25	Nivel de impurezas 0.28
Proteínas 7,92 g	Proteínas 7,90 g	Proteínas 7,50 g
Hidratos de carbono 21,7 g	Hidratos de carbono 20,7 g	Hidratos de carbono 16,7 g
Glicerina 90 %	Glicerina 80 %	Glicerina 50 %
Especies y aceites esenciales 60%	Especies y aceites esenciales 60%	Especies y aceites esenciales 30%

Nota. Tomada página web. Los jabones de Montse. Jabones artesanales frente a jabones industriales (2021).

3.8.8.5 Sugerencia de nueva presentación

La presentación que se sugiere del producto una vez logrado su objetivo de reconocimiento y permanencia en el mercado es elaborar una línea de jabones líquido para aseo o higiene diaria del cuerpo, con el mismo componente natural enfocado al público adulto, en un tamaño de 150 gramos con aromas frutales.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

3.9 Plan de acción

Figura 21

Plan de acción

OBJETIVO ESPECIFICO 1. INCREMENTAR 50.000 DE VENTAS PARA EL AÑO 2023						
MEDIOS (estrategias) <i>¿Cómo?</i>	RESULTADO ESPERADO <i>¿Por qué o para qué?</i>	EQUIPO	F E C H A		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN <i>¿Cómo se mide?</i>
			INICIO	FIN		
Capacitar al personal de ventas	Impulsar las ventas	GM	15/6/2023	15/9/2023	\$. Capacitador \$ equipo de computación \$ Sala de Conferencias	% incrementos en ventas
Implementar protocolo de servicio al cliente	Brindar un servicio de excelencia	GTH	1/8/2023	PERMANENTE	\$. Facilitador	% de clientes satisfechos
Implementar campaña publicitaria en facebook, instagram para dar a conocer la marca	Incrementar la participación de mercado	GM	1/2/2023	1/4/2023	\$ Diseñador de página web	# likes y # seguidores
Realizar visitas técnicas a la Pymes	Generar ventas	GA	01/03/2023	31/12/2023	\$. Tiempo	# de ventas cerradas, \$ vendidos, # programas, % incrementos en ventas
Promocionar descuentos en fechas especiales por la compra de 3 jabones paga USD \$10	Fidelizar clientes	GA	1/1/2023	1/12/2023	\$. Tiempo	# de clientes fidelizados

Elaboración propia. Tomado del Plan de acción. Objetivo específico N°1

Para incrementar el valor de ventas estimado a \$50.000 proyectado para el año 2023, el proyecto se enfoca en trabajar el área de ventas como estrategia se ha planteado trabar en la capacitación del personal designado como fuerza de ventas en un periodo trimestral contando para esta acción con recursos técnicos como la parte tecnológica, física en lo referente al

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

espacio e intelectual en lo que respecta al capacitador, para poder obtener el incremento de las ventas. Parte de este incremento también se consideró en implementar protocolos referentes a la atención al cliente que permitirá obtener resultados favorables en excelencia a este servicio ejecutando estas acciones de manera permanente cuyos resultados serán medibles mediante la cantidad de clientes satisfechos que se logren captar.

Otra de las acciones es la implementación de campañas publicitarias mediante el uso de redes sociales; conociendo de antemano la necesidad de trabajar en este tipo de publicidad que actualmente mantienen un auge e impacto significativo para el crecimiento de cualquier negocio; por medio del uso de redes el negocio tiene altas probabilidades de expandir sus fronteras comerciales de esta manera se podrá lograr como resultado el incremento en la participación de mercado, este tipo de acciones se estima realizarla en un periodo de dos meses durante el año 2023, contando con recursos como personal capacitado para la creación de la plataforma que proyectara el negocio externamente siendo medible su éxito en la cantidad de seguidores que se logre captar.

Se tiene previsto también realizar visitas técnicas a la Pymes esta estrategia busca generar un número mayor de ventas como principal recurso designado es el tiempo proyectado en un lapso de nueve meses buscando medir los logros mediante el número de ventas concluidas y el incremento de las mismas mediante la captación de nuevos clientes.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

La promoción es otro aspecto importante con el fin de incrementar las ventas mediante la identificación de periodos en los que se proyecta trabajar en la promoción del producto y atender las necesidades económicas del cliente se busca lograr la fidelidad dedicando los recursos como el tiempo para atender las necesidades y sugerencias respecto al producto que permita ser accesible a más clientes; durante el año 2023 se estima identificar el crecimiento y fidelidad del producto en el mercado.

Figura 22

Plan de acción objetivo 2

OBJETIVO ESPECIFICO 2. REDUCIR 2% DE COSTOS VARIABLES						
MEDIOS (estrategias) ¿Cómo?	RESULTADO ESPERADO ¿Por qué o para qué?	EQUIPO	F E C H A		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN ¿Cómo se mide?
			INICIO	FIN		
Negociar descuentos por volúmenes de compra con los proveedores	Aumentar de materia prima a costos bajos	GTH	45056	45422	\$ Tiempo	Incremento de capital
Adquirir productos financieros con tasas de interés fijo	Generar mayor rentabilidad	GCO	44958	45323	\$Tiempo	Planificación de pagos y control del dinero que egresa
Implementar tecnología en los procesos administrativos	Aumentar en tiempo, calidad y eficiencia de los procesos	GTH	03/03/202	44776	\$asesoría en productos tecnológicos	Aumento de productividad mayor disponibilidad de tiempo para tareas de publicidad, marketing y ventas
Gestionar las cuentas por pagar	Disminuir retrasos en pagos que generen mayores intereses	GCO	44987	PERMANENTE	\$ Registro en software financiero	Pagos al día reducción de interés por mora
Optimizar el stock del producto	Reducir excesos de productos sin vender	GCO	12/04/2023	PERMANENTE	\$ software	Más espacio en el almacén stock necesario de productos con mayor salida y rentabilidad

Elaboración propia. Tomado del Plan de acción. Objetivo específico N°2

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Para lograr la reducción del 2% de costos variables se han estimado acciones enfocadas a:

- Proveedores
- Tecnológico,
- Cuentas por pagar y
- Stock del producto.

Siendo los proveedores uno de los actores principales para el crecimiento del negocio se hace necesario trabajar en estrategias que fomentan acciones de negociación como es el caso de los descuentos por volúmenes de compra; este tipo de negociaciones buscan lograr un aumento de materia prima a costos bajos que den lugar al incremento del capital.

Por consiguiente; para lograr la adquisición de más materia prima es importante contar con apoyo financiero por tal razón, se estima lograr la adquisición de este tipo de productos financieros con tasas de interés fijo que permitan generar una mayor rentabilidad uno de los recursos importantes para cubrir esta acción es el tiempo que se dedique analizar y determinar los productos financieros que se ajusten a lo previsto esta acción será medible mediante la planificación de pagos y control del dinero que egrese.

La parte tecnológica es otro aspecto necesario para la reducción de costos y a la vez la mejora en procesos a nivel de eficacia.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

De esta manera se prevé implementar tecnología en los diversos procesos administrativos que conlleven a reducir tiempos en producción, procesos y sobre todo los costos; para esto será necesario contar con recursos a nivel de asesoría en productos tecnológicos en un lapso de tiempo estimado para dicha adquisición, siendo medible mediante el aumento de productividad mayor disponibilidad de tiempo para tareas de publicidad, marketing y ventas.

Otra de las acciones referentes a la reducción de costos es tener una gestión eficiente respecto a las cuentas por pagar buscando como resultado la disminución en retrasos de los pagos que generen mayores intereses de manera permanente estas acciones serán consideradas para evitar el aumento de egresos por parte del negocio, considerando como recursos el uso de software para un control más confiable mediante dando lugar a pagos al día y por ende la reducción de interés por mora.

Respecto al tema de los inventarios se define como estrategia optimizar el stock del producto obteniendo como resultados la reducción o excesos de productos sin vender; ya que tener en inventarios productos con poca salida genera pérdidas por la razón que se ocupan no solo recursos o materia prima para producir también hay un consumo de espacio innecesario y una menor rentabilidad.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Figura 23

Plan de acción objetivo 3

OBJETIVO ESPECIFICO 3. Aumentar el 5% de margen de utilidades						
MEDIOS (estrategias) ¿Cómo?	RESULTADO ESPERADO ¿Por qué o para qué?	EQUIPO	F E C H A		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN ¿Cómo se mide?
			INICIO	FIN		
Realizar seguimiento y control de inventarios de la materia prima	Reducir los costos mediante la eliminación de excesos o faltantes	GPOD	44959	permanente	\$Software	#Cantidad de materia prima acorde a la cantidad necesaria de producción
Controlar la calidad del producto terminado que garantice la presentación del producto	Disminuir los costos causados por productos de mala calidad y no aptos al público	GPOD	44959	permanente	\$Tiempo	#Producto terminado de calidad
Capacitar operarios para una mayor producción eficiente	Incrementar la eficacia en el proceso de producción	GHT	44684	44745	\$ Facilitador \$ Sala de Conferencias	\$Incremento de la productividad
Implementar un plan de seguridad industrial	Reducir gastos causados por accidentes laborales	GHT	44823	44823	\$ Sala de conferencias	\$Incremento de la eficacia y tiempos de producción.
Adquirir maquinaria tecnológica para el proceso de fabricación	Simplificar y automatizar los procesos	GCO	45590	45656	\$Tiempo	\$disminución de errores en el proceso de fabricación del producto

Elaboración propia. Tomado del Plan de acción. Objetivo específico N°3

Con la finalidad de conseguir un aumento del 5% de margen de utilidades se han tomado aspectos generales como la calidad del producto, los inventarios y la parte de producción que dará lugar a la eficacia y eficiencia la fabricación del producto, así como la salida de este.

Una de las estrategias previstas estas relacionada con llevar a cabo un seguimiento y control de inventarios de la materia prima este tipo de acciones se estima de manera permanente para lograr como resultados la reducción de los costos mediante la eliminación de excesos o faltantes de

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

la materia al momento de producción, como recursos para cumplir con esta finalidad es necesario contar con un software que permita tener una cantidad de materia prima acorde a la cantidad necesaria de producción.

Es importante para lograr la prosperidad del negocio el tema de la calidad con la que se oferte el producto, por lo que es importante tener en cuenta estrategias que potencien el control respecto a la calidad del producto terminado que garantice la presentación del producto, logrando resultados en la disminución de los costos causados por productos de mala calidad y no aptos al público que puedan poner en peligro la fidelidad de la clientela y por ende una baja en ventas, este control debe estar definido en un periodo permanente, dando a lugar su medición en un producto terminado de calidad. Seguido de este aspecto de producción la parte de capacitación es significativa para la producción considerando así como estrategia la capacitación por parte de los operarios que logren un incremento en la eficacia en el proceso de producción para considerar esta acción los recursos se prevén ser físicos en espacio, tecnológicos para la ejecución de la acción e intelectual respecto al encargado de llevar a efecto dichas capacitaciones previstas en periodos de tiempo fijos que posteriormente sean medibles en el incremento de la productividad.

Como parte de la producción también se hace necesario contar con la implementación de un plan de seguridad industrial que den lugar a una producción bajo los protocolos necesarios que como resultado sea capaz de reducir gastos causados por accidentes laborales; para esto será necesario contar con espacio físico para poder implementar este plan y que dé lugar a un incremento de la eficacia y tiempos de producción. Finalmente es importante adquirir maquinaria tecnológica para el proceso de fabricación que también promueva una producción óptima y eficaz en los que se pueda obtener la simplificación y automatizar los procesos, es importante contar con recursos como el tiempo y que estos resultados sean medibles mediante la disminución de errores en el proceso de fabricación del producto.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Figura 24
Plan de acción objetivo 4

OBJETIVO ESPECIFICO 4. MANTENER 95% DE CLIENTES SATISFECHOS						
MEDIOS (estrategias) ¿Cómo?	RESULTADO ESPERADO ¿Por qué o para qué?	EQUIPO	F E C H A		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN ¿Cómo se mide?
			INICIO	FIN		
Asesorar al cliente mediante charlas cosméticas	Incrementar el interés del producto por parte del cliente en función de sus necesidades	GA	5/5/2023	15/8/2023	\$ Impulsadoras	\$ Incremento de ventas en los productos promocionados
Escuchar la opinión de los clientes en redes sociales	Generar confianza y captar las necesidades del cliente	GM	1/2/2023	PERMANENTE	\$ Tiempo	# Mayor interacción y conocimiento del producto
Facilitar el proceso de comercialización mediante el uso del ecommerce	Facilitar el proceso de comercialización al cliente	GA-AS-VENTA	1/6/2023	PERMANENTE	\$ Plataforma virtual \$ Tiempo	\$ Aumento de ventas por medios virtuales
Atender las sugerencias y recomendaciones del cliente	Alentar la necesidad de comunicación y satisfacción del cliente	GM	1/2/2023	PERMANENTE	\$ Tiempo	# Mayor fidelidad del cliente
Solicitar la opinión con los clientes en promociones y nuevos productos	Captar la atención del cliente y creación de nuevos productos	GM	1/2/2023	PERMANENTE	\$ Tiempo # Redes Sociales	# Mayor interacción y aumento de clientes

Elaboración propia. Tomado del Plan de acción. Objetivo específico N°4

Se busca mantener el 95% de clientes satisfechos mediante el enfoque de estrategias al cliente quien es el principal actor para que un negocio pueda crecer y tener permanencia en el mercado. Entre las estrategias propuestas se plantea el asesoramiento al cliente mediante charlas cosméticas que es indispensable para promover el negocio y pueda darse como resultado el incremento el interés del producto por parte del cliente en función de sus necesidades al atender de manera permanente

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

cada una de sus necesidades y se cree a la vez una imagen de confianza y calidez para esto es necesario tener como principal recurso una impulsadora capacitada en cada uno de los productos logrando una medición en el incremento de ventas en los productos promocionados.

Otra estrategia importante es el tema de la escucha constante mediante uno de los medios de mayor auge actualmente como son las redes sociales llegando así el producto a diversos lugares sin límites y esto a su vez obtenga como resultados la confianza y poder captar las necesidades del cliente, para este tipo de acciones el período en el tiempo dedicado debe ser permanente y contar con recursos como el tiempo y dedicación para medir los logros mediante una mayor interacción y conocimiento del producto. Seguida de esta estrategia se hace necesario acciones que den lugar a facilitar el proceso de comercialización mediante el uso del ecommerce de esta manera se promueva resultados que faciliten los procesos de comercialización al cliente y que facilite también la adquisición del producto y promueva una mayor fidelidad del cliente.

Solicitar la opinión con los clientes en promociones y nuevos productos es una estrategia importante que promueve resultados como la captación respecto a la atención del cliente y creación de nuevos productos, esta acción debe ser permanente ya que permitirá tener una atención permanente al cliente de manera personalizada y a la vez de paso a la mejora y creación de productos que permitan un incremento en ventas y satisfacción de los clientes como principal recursos debe contarse con tiempo permanente en una mayor interacción y aumento de clientes.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Figura 25
Plan de acción objetivo 5

OBJETIVO ESPECIFICO 5. ESTABLECER 1 ALIANZA AL AÑO CON CLIENTES EMPRESARIALES						
MEDIOS (estrategias) ¿Cómo?	RESULTADO ESPERADO ¿Por qué o para qué?	EQUIPO	F E C H A		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN ¿Cómo se mide?
			INICIO	FIN		
Brindar la oportunidad a los aliados hacer parte de los proyectos	Lograr alianzas en plazas comerciales rentables	GTH	2/2/2023	Permanente	\$ Conferencias \$ Catering	# Incremento de socios
Ampliar la cobertura geográfica	Captar la atención de nuevas alianzas en zonas nuevas o desatendidas por el mercado	GA	2/4/2024	12/4/2025	\$Tiempo	\$Aumento de plazas comerciales
Fortalecer la marca junto a productos aliados	Fortalecer la imagen mediante la Asociación con otra marca que ya está posicionada con la imagen deseada.	GM	2/9/2023	2/9/2024	\$ Tiempo	#Mayor cantidad de aliados
Ofertar promociones especiales para nuevos clientes empresariales	Lograr la permanencia de los clientes empresariales	GTH	2/9/2023	2/9/2024	\$ Mostrario de Productos	# Incremento de clientes empresariales
Fortalecer el contacto posventa	Fomentar la confianza y atención en los clientes empresariales	GA	2/2/2023	permanente	\$ Tiempo	\$ Incremento de ventas por parte de los clientes empresariales

Elaboración propia. Tomado del Plan de acción. Objetivo específico N°5

Como parte del logro en lo que refiere a establecer 1a alianza en un periodo de un año con clientes empresariales con finalidad de que se amplíen las fronteras comerciales entre las estrategias previstas se cuenta con brindar la oportunidad a los aliados hacer parte de los proyectos del

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

negocio de esta manera se prevé lograr como resultados ampliar alianzas en plazas comerciales rentables, por lo que esta actividad debe contar de manera permanente contando con los recursos necesarios en lo que refiere a temas de conferencias que den a conocer dichos proyectos y se promueva este incremento de socios. En el tema de ampliar la cobertura geográfica esta estrategia tiene como resultado lograr captar la atención de nuevas alianzas en zonas nuevas o desatendidas por el mercado de manera semestral realizar dichas acciones que den lugar al aumento de plazas comerciales.

Otro aspecto necesario refiere a fortalecer la marca junto a productos aliados, mediante esta estrategia se busca lograr un fortalecimiento en la imagen mediante la Asociación con otra marca que ya está posicionada con la imagen deseada de manera permanente mediante recursos como el tiempo dedicado para poder trabajar en este aspecto y poder medir los resultados mediante una mayor cantidad de aliados.

Por otra parte, el tema de ofertar promociones especiales para nuevos clientes empresariales trabajar en este tipo de acciones permite obtener resultados favorables respecto a una permanencia de los clientes empresariales mediante el uso de recursos de mostrario de productos que promuevan dichas promociones. Fortalecer el contacto posventa con la finalidad de esta acción es necesario trabajarla de manera permanente para lograr un fortalecimiento en el contacto posventa que de esta manera permitan lograr también un incremento de ventas por parte de los clientes empresariales.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Capítulo 4: Análisis Financiero del Proyecto.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

4.1 Principales supuestos financieros

La realización de la presente propuesta de negocio requiere la inversión de ciertos activos fijos. En este caso los supuestos financieros del presente estudio son:

Tabla 8

Valores respecto a la inflación proyectada

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inflación proyectada					
Salarios básicos proyectados	450,00	475,00	500,00	525,00	550,00
Incremento anual de sueldos		2%	2%	3%	3%
Comportamiento de la demanda esperada		1%	1%	1%	1%
Comportamiento de los gastos		1%	1%	1%	1%

Fuente: Información financiera

Elaborado por: Mónica Mariela Morales Chica

- Aportes propios: 70%
- Aportes de terceros (bancos): 30%
- Tasa de financiamiento: 16,50% (créditos emprendedores del Banco del Pacífico)
- Plazo de deuda: 5 años
- Reparto de accionista: 20%

Jabón Artesanal Vida, ofrece al público los siguientes servicios:

- Jabones para niños
- Jabones para adultos
- Pack de jabones
- Paquete promocional

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

La promoción de estos servicios se da por medio de herramientas digitales como redes sociales, social media, palabras claves en los buscadores más utilizados (Google, Microsoft Edge, entre otros), considerando que el enfoque comercial es digital se espera captar por lo menos el 20% de los consumidores por presentar una oferta de valor consolidada en el cuidado de la piel. Se adjunta el detalle de la demanda estimada (Ver Anexo 4):

Tabla 9

Demanda esperada anual

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Jabones para niños	5.563	7.638	8.610	9.696	10.927
Jabones para adultos	5.734	7.881	8.884	10.014	11.284
Total	11.297	15.519	17.494	19.710	22.211

Fuente: Información financiera

Elaborado por: Mónica Mariela Morales Chica

El comportamiento del sector de productos artesanales ha tenido un crecimiento constante durante los primeros 5 años. Es decir que los incrementos considerados son de 1% para todos los años.

4.1.1 Sueldos

Para que Jabones Artesanales Vida pueda operar requiere de personal administrativo como: Administrador (\$535,81), Contador (\$589,39), dos vendedores y dos operarios con remuneración de \$482,23 cada uno.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

4.1.2 Precio de venta

Jabones Artesanales Vida establece los precios de ventas en función la investigación de mercado realizada, en donde se determinó que los clientes están dispuestos a pagar por los servicios ofertados. A continuación, la **Tabla 10** muestra los rangos de precios por producto:

Tabla 10

Precio de venta por producto

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Niños	4,50	4,73	4,96	5,21	5,47
Adultos	5,00	5,25	5,51	5,79	6,08

Fuente: Información financiera

Elaborado por: Mónica Mariela Morales Chica

4.1.3 Costos variables

Por cada uno de los servicios ofertados, se determinó la siguiente tabla de costos asociados de acuerdo con la operación de Jabones Artesanales Vida (*Anexo 6*):

Tabla 11

Costos anuales

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Jabones para niños	389,41	540,01	614,81	699,29	795,95
Jabones para adultos	516,06	716,38	815,63	928,57	1.056,80
SUELDOS	13.912,20	15.635,10	16.458,00	17.280,90	18.103,80
TOTAL	14.817,67	16.891,49	17.888,45	18.908,75	19.956,54

Fuente: Información financiera

Elaborado por: Mónica Mariela Morales Chica

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

4.1.4 Gastos operacionales

Los gastos operacionales, administrativos y de ventas de Jabones Artesanales Vida son (*Anexo 7*):

Tabla 12

Gastos operacionales anuales (\$)

GASTOS OPERACIONALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDOS	29.543,10	32.170,96	32.860,88	33.876,71	34.920,76
ALQUILER	2.400,00	2.424,00	2.448,24	2.472,72	2.497,45
LIMPIEZA	480,00	484,80	489,65	494,54	499,49
SERVICIOS BÁSICOS	420,00	424,20	428,44	432,73	437,05
PUBLICIDAD	360,00	363,60	367,24	370,91	374,62
MOVILIZACIÓN	300,00	303,00	306,03	309,09	312,18
TOTAL	33.503,10	36.170,56	36.900,48	37.956,70	39.041,55

Fuente: Información financiera

Elaborado por: Mónica Mariela Morales Chica

4.2 Financiamiento del proyecto

La inversión estimada que se considera para el inicio de las operaciones de Jabones Artesanales Vida es de \$25.322,50, cuyos rubros principales son los siguientes (*Anexo 1*):

Equipos de oficina: \$1.312.50

Muebles y enseres: \$2,720.00

Equipos de cómputo: \$2,790.00

Capital de trabajo: \$15,000.00

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

De la inversión requerida, el 70% será de aportes propios y el 30% de los recursos serán financiados con Banco Pacífico a un plazo de 5 años a una tasa del 16% anual con una cuota mensual de \$184.74.

4.3 Análisis de Estados Financieros

4.3.1 Análisis del Estado de Situación Inicial

El Estado de situación inicial proyectado del presente estudio, muestra que la empresa incrementará sus activos debido al incremento del 1% en el precio de venta de sus productos y al final del quinto periodo tendrá un patrimonio de \$155.947,72 lo que significa que es más probable que el negocio recupere la inversión realizada en poco tiempo.

Tabla 13

Estado de Situación Inicial (\$)

Periodos	AÑO		AÑO		AÑO	
	1	2	3	4	5	
EFFECTIVO	15.000,00	18.165,87	40.288,14	66.677,31	103.162,96	151.967,93
A/F NETOS	10.322,50	6.253,96	5.685,42	5.116,88	4.548,33	3.979,79
ACTIVOS	25.322,50	24.419,83	45.973,56	71.794,19	107.711,29	155.947,72
CTAS.DOC. X PAGAR		63,62	8.294,46	12.903,82	18.327,21	24.867,41
PRÉSTAMO BCARIO.	7.596,75	6.518,57	5.254,66	3.773,01	2.036,11	-
PASIVOS	7.596,75	6.582,19	13.549,12	16.676,83	20.363,32	24.867,41
CAPITAL SOCIAL	17.725,75	17.725,75	17.725,75	17.725,75	17.725,75	17.725,75
RESERVA LEGAL		11,19	1.469,87	3.739,16	6.962,22	11.335,46
UTILIDADES RETENIDAS		100,70	13.228,82	33.652,45	62.660,00	102.019,10
PATRIMONIO	17.725,75	17.837,64	32.424,44	55.117,36	87.347,97	131.080,31
PASIVOS + PATRIMONIO	25.322,50	24.419,83	45.973,56	71.794,19	107.711,29	155.947,72

Fuente: Información financiera

Elaborado por: Mónica Mariela Morales Chica

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

4.3.2 Análisis del Estado de Resultados

El Estado de pérdida y ganancias proyectado, cuya función principal permite una visibilidad clara que la empresa ganará dinero o que podría perder.

Tabla 14

Estado de Pérdidas y Ganancias (\$)

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	53.703,50	77.464,80	91.689,41	108.471,78	128.347,13
- Costo de Ventas	14.817,67	16.891,49	17.888,45	18.908,75	19.956,54
Utilidad Bruta en Ventas	38.885,83	60.573,31	73.800,97	89.563,02	108.390,58
- Gastos desembolsables	33.503,10	36.170,56	36.900,48	37.956,70	39.041,55
- Gastos no desembolsables	4.068,54	568,54	568,54	568,54	568,54
Utilidad Operacional	1.314,19	23.834,21	36.331,95	51.037,78	68.780,49
- Gastos financiamiento	1.138,68	952,94	735,21	479,96	180,75
+/- Ing/Eg. No operacionales					
Utilidad antes de Reparto a Trabajadores	175,51	22.881,26	35.596,74	50.557,82	68.599,75
- 15% Reparto Ut. Trabajadores	26,33	3.432,19	5.339,51	7.583,67	10.289,96
Utilidad antes de Impuesto Renta	149,18	19.449,07	30.257,23	42.974,15	58.309,78
- 25% Impuesto Renta	37,30	4.862,27	7.564,31	10.743,54	14.577,45
Utilidad antes de Reserva Legal	111,89	14.586,81	22.692,92	32.230,61	43.732,34
- 10% Reserva Legal	11,19	1.458,68	2.269,29	3.223,06	4.373,23
Utilidad del ejercicio	100,70	13.128,12	20.423,63	29.007,55	39.359,10

Fuente: Información financiera

Elaborado por: Mónica Mariela Morales Chica

De acuerdo con la **Tabla 14**, debido al incremento de las ventas, Jabones Artesanales Vida se refleja también un incremento de la utilidad operacional de \$1.314,19 a \$23.834,21 para el segundo periodo, dicha utilidad continuará incrementándose debido a la previsión de la demanda propuesta.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

4.3.2 Análisis del Flujo de Caja

Con la información de la demanda identificada (cantidad), el precio de venta al público, costos variables, gastos operativos, sueldos y préstamos, en la se proyectan los movimientos de efectivo de Jabones Artesanales Vida conforme el siguiente detalle:

Tabla 15

Flujo de Caja (\$)

Utilidad del ejercicio	100,70	13.128,12	20.423,63	29.007,55	39.359,10
+ Gastos no desembolsables	4.068,54	568,54	568,54	568,54	568,54
+ Reserva Legal	11,19	1.458,68	2.269,29	3.223,06	4.373,23
+ Deudas no pagadas en el periodo	63,62	8.294,46	12.903,82	18.327,21	24.867,41
- Deudas pagadas		-	-	-	-
- Amortización (cap.pagado)	-	63,62	8.294,46	12.903,82	18.327,21
+ Valor en Libros (si se vende)	1.078,18	1.263,91	1.481,65	1.736,90	2.036,11
Inversión	25.322,50				
Préstamo a largo plazo	7.596,75				
Flujo de Caja	17.725,75	3.165,87	22.122,27	26.389,17	36.485,65
					48.804,97

Fuente: Información financiera

Elaborado por: Mónica Mariela Morales Chica

La **Tabla 15** refleja el comportamiento del flujo de caja durante los cinco primeros años mediante el cual se observa que con una inversión de \$25.322,50 y préstamo de \$7.596,75, Jabones Artesanales Vida a partir del primer recuperará la inversión realizada e incrementará la rentabilidad deseada.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

4.4 Evaluación del proyecto

Para efectos de tener un mejor enfoque respecto a la rentabilidad financiera de este proyecto, se muestran los resultados de los principales elementos que intervienen en este análisis tales como la Tasa Interna de Retorno (TIR), Valor Actual neto (VAN) y Punto de Equilibrio.

4.4.1 Tasa interna de retorno (TIR)

Tasa interna de retorno de la inversión es del 86,41%, superior a la tasa de mercado, lo que significa que el proyecto es rentable.

Tabla 16

Evaluación financiera del proyecto

	0	1	2	3	4	5
FLUJO	-\$ 17.725,75	\$ 3.165,87	\$ 22.122,27	\$ 26.389,17	\$ 36.485,65	\$ 48.804,97
VALOR PRESENTE FLUJO	-\$ 17.725,75	\$ 2.551,89	\$ 14.373,62	\$ 13.820,71	\$ 15.402,63	\$ 16.607,53
PAYBACK	-\$ 17.725,75	-\$ 15.173,86	-\$ 800,24	\$ 13.020,47	\$ 28.423,10	\$ 45.030,63
% Tasa de retorno esperada	30%		% Aportes Propios	70%		
% Interés del Banco	16,00%		% Aportes otros	30%		
Impuestos	36,25%		WACC	24%		
TIR	84,94%		TIEMPO	VALOR		
VAN	\$ 45.030,63		2	-800		
PAYBACK	2 AÑOS 1 MES		n = ?	CERO	1	13.821
			3	13.020	n - 2	800

Fuente: Información financiera

Elaborado por: Mónica Mariela Morales Chica

El costo de capital promedio ponderado (WAAC) expresa la proporción del costo de diferentes fuentes de financiamiento que usará una empresa para la aplicación de un proyecto, para este estudio el 24% del capital mostrado pertenece a los fondos de la empresa. El Payback o retorno de la inversión de este trabajo se dará en 2 años y 1 mes.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

4.4.2 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto de los flujos de efectivos de todos los periodos llevados al presente y descontado a la tasa del 16% durante el tiempo de proyecto es de \$ 45.030,63, lo que significa que el proyecto es rentable.

4.4.3 Recuperación de la inversión

De acuerdo con los flujos de efectivos se recuperará la inversión a partir del segundo año y 1 mes con un beneficio al primer año de \$3.165,87.

4.4.4 Punto de equilibrio

De acuerdo con la **Tabla 17** se muestra la relación entre las ventas y el costo variable donde se muestra un incremento cuya proporción de equilibrio, disminuye progresivamente debido al nivel de ventas proyectado, es decir que, si las ventas están por encima de los costos, la proporción de equilibrio respecto a los costos de la empresa estará por debajo.

Tabla 17

Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO FIJO	\$ 34.641,78	\$ 37.123,51	\$ 37.635,69	\$ 38.436,66	\$ 39.222,30
VENTAS - COSTO VARIABLE	\$ 38.885,83	\$ 60.573,31	\$ 73.800,97	\$ 89.563,02	\$ 108.390,58
% Equilibrio	89%	61%	51%	43%	36%
VENTAS	\$ 53.703,50	\$ 77.464,80	\$ 91.689,41	\$ 108.471,78	\$ 128.347,13
COSTOS VARIABLES	\$ 14.817,67	\$ 16.891,49	\$ 17.888,45	\$ 18.908,75	\$ 19.956,54
COSTOS FIJOS	\$ 34.641,78	\$ 37.123,51	\$ 37.635,69	\$ 38.436,66	\$ 39.222,30
UTILIDAD	\$4.244,05	\$23.449,81	\$36.165,28	\$ 51.126,36	\$ 69.168,29

Fuente: Información financiera

Elaborado por: Mónica Mariela Morales Chica

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

4.5 Ratios financieros

De acuerdo con los resultados de la **Tabla 18** se muestran los indicadores financieros del presente estudio conforme el siguiente análisis:

Tabla 18

Indicadores financieros

RATIOS FINANCIEROS	FÓRMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RAZÓN CORRIENTE	ACT. C. / PAS. C.		\$ 4,86	\$ 5,17	\$ 5,63	\$ 6,11
CAPITAL DE TRABAJO	ACT. C - PAS. C.	\$18.102	\$ 31.993	\$ 53.773	\$ 84.835	\$ 127.100
ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL	VENTAS/ ACTIVOS	\$ 2,20	\$ 1,68	\$ 1,28	\$ 1,01	\$ 0,82
ENDEUDAMIENTO	PASIVOS /ACTIVOS	\$ 0,27	\$ 0,29	\$ 0,23	\$ 0,19	\$ 0,16
LEVERAGE TOTAL	PASIVO/ PATRIMONIO	\$ 0,37	\$ 0,42	\$ 0,30	\$ 0,23	\$ 0,19
COBERTURA PASIVO FINANCIERO	PAS. FIN. / VENTAS	\$ 53.703	\$ 77.464	\$ 91.689	\$108.471	\$ 128.347
COBERTURA GASTO FINANCIERO	UT. OP. / GTO. FIN.	\$ 1,15	\$ 25,01	\$ 49,42	\$ 106,34	\$ 380,54
MARGEN BRUTO	UT. BR/ VENTAS	\$ 0,72	\$ 0,78	\$ 0,80	\$ 0,83	\$ 0,84
MARGEN OPERATIVO	UT. OP. /VENTAS	\$ 0,02	\$ 0,31	\$ 0,40	\$ 0,47	\$ 0,54
MARGEN NETO	UT. NE. /VENTAS	\$ 0,00	\$ 0,17	\$ 0,22	\$ 0,27	\$ 0,31
ROA	UT NE/ ACTIVOS	\$ 0,00	\$ 0,29	\$ 0,28	\$ 0,27	\$ 0,25
ROE	UT NE. /PATRIMONIO	\$ 0,01	\$ 0,40	\$ 0,37	\$ 0,33	\$ 0,30

Fuente: Información financiera

Elaborado por: Mónica Mariela Morales Chica

De acuerdo con la **razón corriente**, por cada \$1 que la empresa deba tendrá \$4,86 disponible a partir del segundo año. El **capital de trabajo** inicial fue de \$18.102,20 lo que significa que las ventas proyectadas alcanzaron las metas propuestas. De acuerdo con la **rotación de activos**, se muestra que al inicio la empresa muestra \$2,20 de productividad de los activos por cada actividad que realice, sin embargo, esta disminuye conforme pasan los años.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

El nivel de endeudamiento (**leverage total**) al segundo año es de \$0,27 por cada dólar que gane. El apalancamiento total muestra que por cada dólar que exista en el patrimonio y los proveedores financien para el proyecto de la empresa, esta tendrá \$0,37 de deuda.

En base a la **cobertura del pasivo financiero** se muestra que habrá más capital (\$ 53.703) para cubrir deudas a partir del primer año mientras que el **gasto financiero** incrementará de \$1,15 al primero año a \$25,01 al segundo año.

El **margen bruto** pasa de \$0,72 al primer año a \$0,84 al quinto año, lo que significa un aumento del nivel de ventas, mientras que **el margen operativo** aumenta progresivamente siendo el cuarto año el inicio de este aumento con \$0,47 de rentabilidad por cada dólar vendido y finalmente, el **margen neto** pasa de \$0,00 a \$0,17 por cada dólar vendido entre el primero y quinto año de operaciones.

Jabones Artesanales Vida tiene un **ROA** de \$0,25 al término del quinto año lo que significa que sus activos generan esta rentabilidad por cada \$1 vendido a diferencia del **ROE** que muestra un valor significativo en el segundo año de \$0,40 por cada dólar vendido, mejorando el patrimonio de la empresa.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Conclusiones y Recomendaciones

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Conclusiones

Para la creación de este proyecto en primer instancia se consideró la creación de un plan de negocio aplicando el modelo Canvas mediante el cual se desarrolló el proceso de fabricación y comercialización de jabones artesanales en la ciudad de Guayaquil mismo que se efectuará en el segundo trimestre del año 2023; mediante este plan se ha determinado realizar acciones de manera organizadas y planificadas que permitirán lograr la comercialización del producto tomando en cuenta que esta matriz permite un enfoque a los recursos, canales, actividades, segmentación del mercado y otros aspectos que permiten enfocar una idea clara para poder desarrollar el negocio.

En base al **primero objetivo específico**, se determinaron las afectaciones del uso de jabones industriales en la piel mismos que desencadenan en severas afectaciones provocando erupciones cutáneas por el mal uso de estos o en su defecto por la alergia que algunas personas tienen. Otra de las afectaciones por el uso de jabones industriales se da cuando las personas comparten el mismo jabón lo que da como consecuencia futuros problemas de piel como herpes y otros.

Respecto al **segundo objetivo específico**, se elaboraron estrategias adecuadas para dar a conocer los beneficios de los jabones artesanales entre ellas se tiene a las que se aplican en modelo Canvas tales como: aliados claves, ofertarles el producto a todos los establecimientos de cosméticos, centros comerciales y otros.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

De acuerdo con las actividades claves, crear promociones a diario, mostrar diseños novedosos y personalizados de los empaques, teniendo como propuesta de valor, jabones artesanales 100% naturales para el cuidado de la piel tanto para niños como para adultos. Respecto a la relación con el cliente, se pretende dar una asesoría personalizada de tal manera que se dé más información del producto que se está vendiendo con el propósito de maximizar el segmento de clientes quienes son todos los habitantes de Guayaquil desde niños hasta adultos.

Como estrategias de recursos claves se tienen al uso de herramientas tecnológicas mediante el cual se den a conocer sus productos a través de los canales: Instagram, Facebook o la venta en el local. Finalmente se diseñó una estructura de costos e ingresos de los productos que oferta la empresa de estudio con el propósito de determinar la factibilidad del proyecto.

En respuesta al **objetivo específico 3**, se determinaron las razones por las cuáles no existen muchas empresas que se dediquen a fabricar y comercializar jabones artesanales entre ellas se tiene al costo significativo que representa fabricar y comercializar estos productos, así como también del minucioso cuidado que se debe tener al manipular los elementos químicos que lo conforman entre ellos la glicerina. Otro de las razones es la falta de crédito y capital social para iniciar un negocio como el que muestra el presente estudio.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

En cumplimiento al **cuarto objetivo específico**, el estudio definió cómo mitigar el impacto de la materia prima en el costo de elaboración de jabones artesanales mediante un análisis financiero basado en supuestos, inversión, demanda esperada, venta, costos, gastos, Estado de Situación Inicial, Estado de Resultados, Flujo de Caja, punto de equilibrio e indicadores financieros.

El estudio tuvo una inversión de \$25.322,50 y un préstamo de \$7.596,75 realizado al Banco del Pacífico a un plazo de 5 años, los supuestos presentados tuvieron un incremento para los sueldos entre del 2% para el año 2 y año 3 y del 3% para los últimos periodos; en cuanto al comportamiento de la demanda y de gastos fue del 1%. El estudio mostró un VAN de \$45.030,63 y TIR del 84,94% superior a la tasa de mercado lo que hace que esta inversión se recupere en 2 años 1 mes.

Para conseguir el incremento en las ventas de un 5% anual, se establecieron acciones plasmadas en el plan de acción que facilitaron el logro de este objetivo teniendo en cuenta estrategias orientadas a las ventas; entre ellos se destaca la capacitación permanente del personal siendo esta la clave fundamental para tener una favorable aceptación al mercado, teniendo personas capacitadas para una atención personalizada a las necesidades de los clientes; de igual manera para lograr este punto se trabajó en el tema de promoción mediante el uso de redes sociales siendo este aspecto de relevancia en la actualidad en la que mediante el uso de la tecnología el mercado se extiende y las fronteras para comercializar el producto son muchos mayores llegando a más clientes.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Para reducir del 1% de los costos variables anualmente se fijaron estrategias encaminadas en el plan de acción como la negociación por parte de los proveedores con la finalidad de lograr una reducción mediante la adquisición de mayor materia prima a valores más bajo en negociaciones que sean aceptables para ambas partes y de esta manera se pueda incrementar el volumen de compras y la fabricación del producto; otro aspecto importante para lograr este objetivo está dirigido a conseguir productos financieros a costos fijos, la implementación de tecnologías que optimicen la productividad; así como también la gestión de cuentas por pagar que generen una organización y reducción de interés por último el stock de inventarios es otro aspecto importante para la reducción de costos; ya que esto permite tener más espacio físico así como productos con poca rotación o salida que generen gastos de producción.

Por otra parte, para lograr un aumento del 5% del margen de utilidades en el periodo de dos años se definió trabajar en acciones orientadas a mejoras en la eficacia del proceso.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDICA A LA FABRICACIÓN DE JABÓN ARTESANAL, PARA EL CUIDADO DE LA PIEL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”

Recomendaciones

En base al **enfoque técnico**, es importante señalar que la fabricación de jabones artesanales tiene un gran atractivo respecto a que en el mercado hay una amplia variedad de este producto, mediante el cual se recomienda:

- Fomentar el establecimiento de alianzas estratégicas con inversionistas nuevos que promuevan la apertura de nuevos mercados en lo referente a la cosmética.
- Producir un producto de calidad y novedoso en su aspecto y nutrientes orientado a las necesidades del consumidor mediante la atención personalizada.
- La creación de publicidad en plataformas digitales que promuevan el producto y faciliten la comercialización de este.
- Tomar siempre en cuenta el tema ambiental y de ecología al momento de fabricación para poder obtener un producto no solo de calidad, sino que también amigable al ecosistema.

En base al **enfoque metodológico**, se recomienda aplicar un método mixto debido a que por medio de la información cualitativa de la empresa se definirá su estructura, funciones y planes de acción a implementar, así como también la factibilidad del proyecto.

Para el enfoque **académico**, se recomienda realizar investigaciones relacionadas a planes de negocios de productos artesanales innovadores basados en teorías de negocios que sustenten mejor el trabajo educativo.

Bibliografía

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2017). *Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria*. Obtenido de https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/07/Registro_Sanitario_prod_higienicos.pdfv
- Albiz. (2021). Catálogo de productos vegetales. Obtenido de <https://ec.all.biz/glicerina-bgg1000685>
- Arqhys Decoración. (2019). *Tipos de Jabones*. Retrieved from https://www.arqhys.com/decoracion/tipos_de_jabones.html
- Ayala, K. y Gonzalez, J. (2018). *PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE ACEITES, JABONES NATURALES*. Milagro: Universidad Estatal de Milagro. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4309/1/PLAN%20DE%20NEGOCIO%20PARA%20LA%20CREACI%C3%93N%20DE%20UNA%20EMPRESA%20DISTRIBUIDORA%20DE%20ACEITES%2C%20JABONES%20NATURALES%20Y%20GEL%20REDUCTOR.pdf>
- Bonales, A., Zamora, M., & Ortíz, C. (2015). El índice de competitividad de las empresas exportadoras de México. *CIMEXUS*, 13-32.
- Bonales, Zamora, & Ortíz. (2015). El índice de competitividad de las empresas exportadoras de México. *CIMEXUS*, 13-32.
- Cadena, Goyes, & Sarrade. (2018). Innovación de procesos y su incidencia en la competitividad en las medianas y grandes empresas del sector metalmecánico del Distrito Metropolitano de Quito (Ecuador) en el año 2018. *Espacios*, 40(42), 28-36.
- Caisaguano, C. M. (2020). Pregrado. *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JABÓN DE TOCADOR ARTESANAL, UBICADA EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI, EN LA CIUDAD DE LATACUNGA*. Universidad Politécnica Salesiana - Sede Quito, Quito. Retrieved from <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4994/1/UPS-QT02002.pdf>
- Caisaguano, M. (2015). *Estudio para la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabón de tocador artesanal ubicada en Cotopaxi provincia de Latacunga*. Quito: Universidad Politecnica Salesiana de Quito. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4994/1/UPS-QT02002.pdf>
- Castañeda, N. J., & Hernández, O. H. (2016). Lavado (higiene) de manos con agua y jabón. *Criterio Pediátrico*. Retrieved from <http://www.scielo.org.mx/pdf/apm/v37n6/2395-8235-37-06-00355.pdf>
- Constitucion de la Republica del Ecuador. (2018). *Constitucion de la Republica del Ecuador*. Obtenido de

- <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador.pdf>
- Deming, E. W. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: La salida de la crisis*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos. Retrieved from https://books.google.com.ec/books?id=d9WL4BMVHi8C&printsec=frontcover&dq=DEMING,+Calidad,+productividad+y+competitividad:+La+salida+de+la+crisis.&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=DEMING%2C%20Calidad%2C%20productividad%20y%20competitividad%3A%20La%20
- Domínguez, A. (2017). *LA COMPETITIVIDAD Y EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE ORÉGANO SECO EN LA REGIÓN TACNA. (Tesis de grado)*. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima.
- Ecuador Ambiental. (2017). *Ecuador Ambienta*. Obtenido de <http://www.ecuadorambiental.com/consultores-ecuador.php?p=33>
- Fernández, G. (2019). *Propuesta de una estrategia basada en el social media marketing para potenciar la imagen de la empresa latin catering sac*. Trujillo.: Universidad Privada Antenor Orrego. Obtenido de https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/itc_p159/wipo_ub_itc_p159.pdf
- Ferrin, L. (2021). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS - ARTESANALES DE ASEO Y CUIDADO PERSONAL, PROVINCIA SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS*. Quito: Universidad Tecnológica Indoamerica. Obtenido de <http://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/1757/1/FERRIN%20FRANCO%20LOURDES%20ELIZABETH.pdf>
- Flor, P. J., & Rojas, B. S. (2020). Tesis de Grado. *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JABONES ARTESANALES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL*. Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Guayaquil. Retrieved from <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2682/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-114.pdf>
- García, M. M. (2020). Pregrado. *PLAN DE NEGOCIOS PARA CREAR UNA EMPRESA QUE FABRIQUE Y COMERCIALICE JABONES NATURALES*. Universidad de Chile, Santiago. Retrieved from <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/177874/Plan-de-negocios-para-crear-una-empresa-que-fabrique-y-comercialice-Jabones-Naturales.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- González, M. F., & Bravo, D. L. (2017). Historia y actualidad de productos para la piel, cosméticos y fragancias. Especialmente los derivados de las plantas. *Ars Farmacéutica*, 58(1), 5-12. Retrieved from Las plantas han sido y son materia prima complementaria para la elaboración de muchos

- INEN. (2017). *Normalizacion de productos de aseo personal*. Obtenido de <http://www.normalizacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2014/11/RTE-093.pdf>
- Ishikawa, K. (1986). *¿Qué es el control total de calidad?* Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma.
- Juran, J. M. (1990). *Juran y la planificación para la calidad*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos. Retrieved from https://books.google.com.ec/books?id=4JAd6PBWfG0C&printsec=frontcover&dq=Juran+y+la+planificaci%C3%B3n+para+la+calidad&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Juran%20y%20la%20planificaci%C3%B3n%20para%20la%20calidad&f=false
- Labarca, N. (2020). Ética empresarial: un aporte teórico para su discusión. *Revista de Ciencias Sociales*, 16(4), 150-162. Retrieved from http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182010000400008
- Lideres. (2019). Revista Lideres Ecuador. *El aroma de los Jabones en Ecuador*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/aroma-jabones-quiere-expandir-ecuador.html>
- Loor, J. (2020). *Plan de negocios para exportacion de jabon artesanal de tocador*. Guayaqui: Universidad Casa Grande. Maestría en Negocios Internacionales con mención en Estrategia Competitiva. Obtenido de <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/2329/1/Tesis2502LOOp.pdf>
- Machinea, J. (2017). La ventaja competitiva de las naciones. *Harvard Business Review*, 3 - 23.
- Martín, A. (2018). *Marketing*,. Barcelona: Ariel. Obtenido de https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/itc_p159/wipo_pub_itc_p159.pdf
- Mendoza, L. R., & Salomon, D. L. (2019). Pregrado. *FABRICACIÓN DE JABÓN MEDICINAL CON PROPOLIS DE ABEJA (Apis mellifera scutellata) Y SU EVALUACIÓN COSMÉTICA EN DERMATITIS EN POBLADORES DE CHONGOS BAJO – 2018*. Universidad Peruana Los Andes, Huancayo - Perú. Retrieved from <https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/1073/TESIS%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Morell, J. E. (2019). Responsabilidad Social Empresarial: una radiografía sobre la situación de los grandes contribuyentes del sector comercial de la Ciudad de Pilar. 339-362. Retrieved from <http://scielo.iics.una.py/pdf/riics/v15n2/2226-4000-riics-15-02-339.pdf>
- Munuera, J. (2017). *“Evolución en las Dimensiones del Concepto de Marketing*. España: Información Comercial Española,. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942516002.pdf>
- Osorio, & Mungaray. (2016). CAPACIDADES INTANGIBLES PARA LA COMPETITIVIDAD MICROEMPRESARIAL EN MEXICO. *Problemas del desarrollo*, 83-106.

- Pereira C, & Pereira de la Rosa. (2018). Competitividad de micro y pequeñas empresas. *Voces y trazos de la cultura*, 79-89.
- Pintado, F. y Bastidas, S. (2015). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JABONES ARTESANALES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL*. Guayaquil: Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Facultad de Ciencias Administrativas. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2682/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-114.pdf>
- Pons, M. (2020). *Las razones por las que el jabón no es bueno para lavar la piel*. Retrieved from https://www.elnacional.cat/es/salud/razones-jabon-no-lavar-piel_476670_102.html
- Porter. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. *Harvard Business Review*, 2 - 15.
- Porter. (2014). El Desarrollo de las ventajas competitivas de Porter. *PAIDEIA*, 13-27.
- Porter. (2016). El Desarrollo de las ventajas competitivas de Porter. *PAIDEIA*, 13-27.
- Porter. (2016). *Ventaja competitiva*. Boston: Patria.
- Porter. (2017). El Desarrollo de las ventajas competitivas de Porter. *PAIDEIA*, 13-27.
- Quillahuaman, C. K., & Soncco, G. E. (2018). Pregrado. *Empresa productora y comercializadora de jabones artesanales naturales Éclat S.R.L*. Universidad Tecnológica del Perú, Lima. Retrieved from https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/1298/Karenth%20Quillahuaman_Elena%20Soncco_Luis%20Vigil_Trabajo%20de%20Suficiencia%20Profesional_Titulo%20Profesional_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Quillahuaman, C. K., Soncco, G. E., & Vigil, D. L. (2018). Universidad Tecnológica del Perú. *Empresa productora y comercializadora de jabones artesanales naturales Éclat S.R.L*, 173. Retrieved from https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/1298/Karenth%20Quillahuaman_Elena%20Soncco_Luis%20Vigil_Trabajo%20de%20Suficiencia%20Profesional_Titulo%20Profesional_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ramos, F. V., & Valle, P. N. (2019). GESTIÓN DE IMAGEN CORPORATIVA. *Universidad y Sociedad*, 292-298. Retrieved from <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n1/2218-3620-rus-12-01-292.pdf>
- Ruiz, G. (2020). *¿Cómo hacer jabón artesanal y venderlo online?* Bogota: Shopify. Obtenido de <https://es.shopify.com/blog/como-hacer-jabon-y-crear-un-negocio#:~:text=Existen%20diversos%20canales%20digitales%20que,trav%C3%A9s%20de%20las%20redes%20sociales>.
- Saavedra, G. M. (2017). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. *Pensamiento y Gestión*. Retrieved from <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n33/n33a05.pdf>

- Santesmases, M. (2017). *Marketing. Conceptos y Estrategias*. (5^o ed.). Madrid: Pirámide. Obtenido de <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>
- Schmerling, R. (2020). *¿Bañarse todos los días es bueno o malo? Experto de Harvard responde*. Retrieved from <https://www.portafolio.co/tendencias/entretenimiento/banarse-todos-los-dias-es-bueno-o-malo-experto-de-harvard-responde-559416>
- Secretaria Nacional de Producción y Desarrollo. (2018). Obtenido de https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- Silva, M. (2018). *Validez Y Confiabilidad Del Estudio Socioeconomico*. México: UNAM. Obtenido de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3833/PYT_Informe_Final_Proyecto_JABONNARANJA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Torreblanca, F. (2019). *Healthy Women*. Bogota: Hall. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/7435/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-303.pdf>
- Vicher, G. M. (2017). Utilidad o futilidad: calidad e ISOs en la administración pública. *CONVERGENCIA*, 205-228. Retrieved from <http://www.scielo.org.mx/pdf/conver/v19n60/v19n60a7.pdf>

ANEXOS

Anexo 1

Inversión realizada

DESCRIPCIÓN	TIPO DE ACTIVO	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
CAPITAL DE TRABAJO	1. ACTIVO CORRIENTE	1	15000	\$15.000,00	0	
GASTOS PRE-OPERATIVOS	2. OTROS ACTIVOS	1	3500	\$3.500,00	0	
COMPUTADORAS	EQUIPOS DE CÓMPUTO	4	650	\$2.600,00	5	\$216,67
IMPRESORAS	EQUIPOS DE CÓMPUTO	2	95	\$190,00	5	\$15,83
ESCRITORIOS	MUEBLES & ENSERES	4	280	\$1.120,00	10	\$93,33
SILLAS	MUEBLES & ENSERES	8	125	\$1.000,00	10	\$83,33
ANAQUELES	MUEBLES & ENSERES	2	300	\$600,00	10	\$50,00
MOLDES PARA JABÓN	EQUIPOS DE OFICINA	3	29	\$87,00	5	\$7,25
ACONDICIONADOR DE AIRE	EQUIPOS DE OFICINA	2	600	\$1.200,00	10	\$100,00
CORTADORA PARA JABÓN	EQUIPOS DE OFICINA	3	8,5	\$25,50	5	\$2,13
INVERSIÓN TOTAL				\$25.322,50		\$568,54

Inversión Requerida	\$25.322,50
----------------------------	--------------------

Financiamiento	Valor	%
Aportes propios	\$17.725,75	70%
Aportes de terceros (Bancos)	\$7.596,75	30%
Total financiamiento		
Tasa a pagar	16,00%	
Plazo de deuda (años)	5	

Anexo 2

Proyección de sueldos del personal administrativo

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 1						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo		Aporte Patronal 12,15%	Total
Administrador	\$500,00	\$41,67	\$37,50		\$60,75	\$639,92
Contador	\$550,00	\$45,83	\$37,50		\$66,83	\$700,16
Vendedor (2)	\$900,00	\$75,00	\$37,50		\$109,35	\$1.121,85
Total mensual	\$1.950,00	\$162,50	\$112,50	\$0,00	\$236,93	\$2.461,93

Anexo 3

Proyección de sueldos de los operarios

Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Aporte Patronal 12,15%	Total
Operario 1	\$450,00	\$37,50	\$37,50	\$54,68	\$579,68
Operario 2	\$450,00	\$37,50	\$37,50	\$54,68	\$579,68
Total mensual	\$900,00	\$75,00	\$75,00	\$109,35	\$1.159,35

Anexo 4

Comportamiento de la demanda

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Jabones para niños	5.563	7.638	8.610	9.696	10.927
Jabones para adultos	5.734	7.881	8.884	10.014	11.284
	11.297	15.519	17.494	19.710	22.211

Anexo 5

Ventas totales

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Jabones para niños	25.033,50	36.089,55	42.716,36	50.509,49	59.768,27
Jabones para adultos	28.670,00	41.375,25	48.973,05	57.962,28	68.578,86
TOTAL	53.703,50	77.464,80	91.689,41	108.471,78	128.347,13

Anexo 6

Costo de venta total

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Jabones para niños	389,41	540,01	614,81	699,29	795,95
Jabones para adultos	516,06	716,38	815,63	928,57	1.056,80
SUELDOS	13.912,20	15.635,10	16.458,00	17.280,90	18.103,80
TOTAL	14.817,67	16.891,49	17.888,45	18.908,75	19.956,54

Anexo 7

Gastos operacionales anuales

GASTOS OPERACIONALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDOS	29.543,10	32.170,96	32.860,88	33.876,71	34.920,76
ALQUILER	2.400,00	2.424,00	2.448,24	2.472,72	.497,45
LIMPIEZA	480,00	484,80	489,5	494,54	499,49
SERVICIOS BÁSICOS	420,00	424,20	428,44	432,73	437,05
PUBLICIDAD	360,00	363,60	367,24	370,91	374,62
MOVILIZACIÓN	300,00	303,00	306,03	309,09	312,18
TOTAL	33.503,10	36.170,56	36.900,48	37.956,70	39.041,55

Anexo 8

Préstamo

Préstamo	\$7.596,75
Tasa anual	16,00%
Pagos por año	12
Tasa por período	1,33%
Plazo Deuda (años)	5
Cuotas (número)	60
Dividendo	\$184,74

Periodos anuales	0	1	2	3	4	5
Interés		\$1.138,68	\$952,94	\$735,21	\$479,96	\$180,75
Capital Pagado		\$1.078,18	\$1.263,91	\$1.481,65	\$1.736,90	\$2.036,11
Dividendos		\$2.216,86	\$2.216,86	\$2.216,86	\$2.216,86	\$2.216,86
Saldo	\$7.596,75	\$6.518,57	\$5.254,66	\$3.773,01	\$2.036,11	\$0,00

Anexo 9

Estado de Situación Inicial

		AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
		1	2	3	4	5
EFFECTIVO	15.000,00	18.165,87	40.288,14	66.677,31	103.162,96	151.967,93
A/F NETOS	10.322,50	6.253,96	5.685,42	5.116,88	4.548,33	3.979,79
ACTIVOS	25.322,50	24.419,83	45.973,56	71.794,19	107.711,29	155.947,72
CTAS.DOC. X PAGAR		63,62	8.294,46	12.903,82	18.327,21	24.867,41
PRÉSTAMO BCARIO.	7.596,75	6.518,57	5.254,66	3.773,01	2.036,11	-
PASIVOS	7.596,75	6.582,19	13.549,12	16.676,83	20.363,32	24.867,41
CAPITAL SOCIAL	17.725,75	17.725,75	17.725,75	17.725,75	17.725,75	17.725,75
RESERVA LEGAL		11,19	1.469,87	3.739,16	6.962,22	11.335,46
UTILIDADES RETENIDAS		100,70	13.228,82	33.652,45	62.660,00	102.019,10
PATRIMONIO	17.725,75	17.837,64	32.424,44	55.117,36	87.347,97	131.080,31
PASIVOS + PATRIMONIO	25.322,50	24.419,83	45.973,56	71.794,19	107.711,29	155.947,72

Anexo 10

Estado de Resultados

		AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	0	1	2	3	4	5
Ventas		53.703,50	77.464,80	91.689,41	108.471,78	128.347,13
- Costo de Ventas		14.817,67	16.891,49	17.888,45	18.908,75	19.956,54
Utilidad Bruta en Ventas		38.885,83	60.573,31	73.800,97	89.563,02	108.390,58
- Gastos desembolsables		33.503,10	36.170,56	36.900,48	37.956,70	39.041,55
- Gastos no desembolsables		4.068,54	568,54	568,54	568,54	568,54
Utilidad Operacional		1.314,19	23.834,21	36.331,95	51.037,78	68.780,49
- Gastos financiamiento		1.138,68	952,94	735,21	479,96	180,75
+/- Ing/Eg. No operacionales						
Utilidad antes de Reparto a Trabajadores		175,51	22.881,26	35.596,74	50.557,82	68.599,75
- 15% Reparto Ut. Trabajadores		26,33	3.432,19	5.339,51	7.583,67	10.289,96
Utilidad antes de Impuesto Renta		149,18	19.449,07	30.257,23	42.974,15	58.309,78
- 25% Impuesto Renta		37,30	4.862,27	7.564,31	10.743,54	14.577,45
Utilidad antes de Reserva Legal		111,89	14.586,81	22.692,92	32.230,61	43.732,34
- 10% Reserva Legal		11,19	1.458,68	2.269,29	3.223,06	4.373,23
Utilidad del ejercicio		100,70	13.128,12	20.423,63	29.007,55	39.359,10
+ Gastos no desembolsables		4.068,54	568,54	568,54	568,54	568,54
+ Reserva Legal		11,19	1.458,68	2.269,29	3.223,06	4.373,23
+ Deudas no pagadas en el periodo		63,62	8.294,46	12.903,82	18.327,21	24.867,41
- Deudas pagadas			63,62	8.294,46	12.903,82	18.327,21
- Amortización (cap.pagado)		1.078,18	1.263,91	1.481,65	1.736,90	2.036,11
+ Valor en Libros (si se vende)						
Inversión	- 25.322,50					
Préstamo a largo plazo	7.596,75					
Flujo de Caja	- 17.725,75	3.165,87	22.122,27	26.389,17	36.485,65	48.804,97

Anexo 11

Flujo de efectivo

	0	1	2	3	4	5
FLUJO	-\$ 17.725,75	\$ 3.165,87	\$ 22.122,27	\$ 26.389,17	\$ 36.485,65	\$ 48.804,97
VALOR PRESENTE FLUJO	-\$ 17.725,75	\$ 2.551,89	\$ 14.373,62	\$ 13.820,71	\$ 15.402,63	\$ 16.607,53
PAYBACK	-\$ 17.725,75	15.173,86	-\$ 800,24	\$ 13.020,47	28.423,10	45.030,63

% Tasa de retorno esperada	30%
% Interes del Banco	16,00%

% Aportes Propios	70%
% Aportes otros	30%

Impuestos	36,25%
-----------	--------

WACC	24%
------	-----

TIR	84,94%
VAN	\$ 45.030,63
PAYBACK	2 AÑOS 1 MES

TIEMPO	VALOR
2	-800
n = ?	CERO
3	13.020

1	13.821
n - 2	800

n = 2,06

AÑOS	2
MESES	1

Anexo 12

Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO FIJO	\$ 34.641,78	\$ 37.123,51	\$ 37.635,69	\$ 38.436,66	\$ 39.222,30
VENTAS - COSTO VARIABLE	\$ 38.885,83	\$ 60.573,31	\$ 73.800,97	\$ 89.563,02	\$ 108.390,58
% Equilibrio	89%	61%	51%	43%	36%
VENTAS	\$ 53.703,50	\$ 77.464,80	\$ 91.689,41	\$ 108.471,78	\$ 128.347,13
COSTOS VARIABLES	\$ 14.817,67	\$ 16.891,49	\$ 17.888,45	\$ 18.908,75	\$ 19.956,54
COSTOS FIJOS	\$ 34.641,78	\$ 37.123,51	\$ 37.635,69	\$ 38.436,66	\$ 39.222,30
UTILIDAD	\$ 4.244,05	\$ 23.449,81	\$ 36.165,28	\$ 51.126,36	\$ 69.168,29

Anexo 13

Indicadores financieros

RATIOS FINANCIEROS	FÓRMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RAZÓN CORRIENTE	ACT. C. / PAS. C.		\$ 4,86	\$ 5,17	\$ 5,63	\$ 6,11
CAPITAL DE TRABAJO	ACT. C - PAS. C.	\$ 18.102,25	\$ 31.993,68	\$ 53.773,50	\$ 84.835,75	\$ 127.100,52
ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL	VENTAS/ ACTIVOS	\$ 2,20	\$ 1,68	\$ 1,28	\$ 1,01	\$ 0,82
ENDEUDAMIENTO	PASIVOS /ACTIVOS	\$ 0,27	\$ 0,29	\$ 0,23	\$ 0,19	\$ 0,16
LEVERAGE TOTAL	PASIVO/ PATRIMONIO	\$ 0,37	\$ 0,42	\$ 0,30	\$ 0,23	\$ 0,19
COBERTURA PASIVO FINANCIERO	PAS. FIN. / VENTAS	\$ 53.703,50	\$ 77.464,80	\$ 91.689,41	\$ 108.471,78	\$ 128.347,13
COBERTURA GASTO FINANCIERO	UT. OP. / GTO. FIN.	\$ 1,15	\$ 25,01	\$ 49,42	\$ 106,34	\$ 380,54
MARGEN BRUTO	UT. BR/ VENTAS	\$ 0,72	\$ 0,78	\$ 0,80	\$ 0,83	\$ 0,84
MARGEN OPERATIVO	UT. OP. /VENTAS	\$ 0,02	\$ 0,31	\$ 0,40	\$ 0,47	\$ 0,54
MARGEN NETO	UT. NE. /VENTAS	\$ 0,00	\$ 0,17	\$ 0,22	\$ 0,27	\$ 0,31
ROA	UT NE/ ACTIVOS	\$ 0,00	\$ 0,29	\$ 0,28	\$ 0,27	\$ 0,25
ROE	UT NE. /PATRIMONIO	\$ 0,01	\$ 0,40	\$ 0,37	\$ 0,33	\$ 0,30