

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

Análisis de prefactibilidad de producción de jabones artesanales a partir de residuos de café

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Presentado por:

Roxana Mariuxi García Chamba

Leonardo Isaac Garzón Villao

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2022

DEDICATORIA

Este Trabajo va dedicado a mis Padres: Karina Chamba y René García pues han sido ellos quienes me han guiado y apoyado sin cesar contra toda expectativa o adversidad. Este Logro va para ustedes amados padres, que tanto se han sacrificado y esforzado por darme lo más importante en este mundo, la educación.

Roxana Mariuxi García Chamba

El presente trabajo va dedicado a mi familia, principalmente a mi madre Rosana Villao y mi abuelita Juana AVECILLAS, pilares fundamentales en mi vida. Además de mis amigos que conocí desde el preuniversitario, quienes se formaron personas muy importantes para mí y sin el apoyo continuo de todas estas personas, no sería posible este logro.

Leonardo Isaac Garzón Villao

AGRADECIMIENTOS

Agradezco principalmente a Dios, a mis padres y hermanos, familiares y amigos cercanos, a mi mejor amiga y su familia, a MgS María Elena Romero y demás docentes por todos los conocimientos y enseñanzas impartidas puesto que han sido todas sus aportaciones las que me han permitido lograr esta gran meta. Gracias de todo corazón.

Roxana Mariuxi García Chamba

Agradezco a Dios, a mi familia en especial a mi mama, abuelita y amigos más cercanos por ser un gran soporte e impulsar mis sueños y metas. Siendo siempre los mejores guías que he podido tener. Adicionalmente a mis docentes de la ESPOL por cada enseñanza y tiempo impartido.

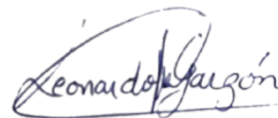
Leonardo Isaac Garzón Villao

DECLARACIÓN EXPRESA

“Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; Roxana Mariuxi García Chamba y Leonardo Isaac Garzón Villao y damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual”




Roxana Mariuxi
García Chamba



Leonardo Isaac
Garzón Villao

EVALUADORES



Econ. Pablo Soriano Idrovo

PROFESOR DE LA MATERIA



Econ. Pablo Soriano Idrovo

PROFESOR TUTOR

RESUMEN

El presente trabajo de investigación cuenta con el objetivo general de evaluar la viabilidad del comercio de jabones artesanales a base de residuos orgánicos de café buscando disminuir el impacto ambiental generado por los residuos del café puesto que estos representan una significativa cantidad de espacio ocupado dentro de los rellenos sanitarios de la ciudad de Guayaquil, lo que provoca una mayor afectación del medio ambiente y la calidad de vida de los ciudadanos. Para ello, se usaron metodologías como *Design Thinking* y *Lean Startup* con la intención de elaborar un prototipo de jabón artesanal con un fin comercial además de medioambiental. Posterior, construir una propuesta lucrativa de comercio mediante un plan de negocio diseñado con técnicas *Smart* para su implementación en la ciudad de Guayaquil mediante un modelo *canvas* y análisis financiero a cinco años además de tomar en cuenta las consideraciones correspondientes del proyecto mediante la gestión de riesgos.

Palabras Clave: Residuos de café, economía circular, Jabón artesanal

ABSTRACT

In this investigation research, the main objective is to evaluate the viability of the business of handcrafted soaps made of organic coffee waste looking to reduce the environmental impact generated by coffee waste since these wastes occupy a significant quantity of space inside the landfills of Guayaquil city, which causes more damage to the environment and the quality of life of the citizens. We use methodologies such as: Design Thinking (To devise and to prototype) and Lean Startup with the intention to elaborate a prototype of handcrafted soap for commercial and environmental purposes. Later, build a lucrative trading proposition through a business plan designed with SMART techniques for its implementation in the city of Guayaquil through a Canvas model and a financial analysis. In addition, without leaving aside corresponding considerations of the project through risk management.

Keywords: Coffee wastes, circular economy, handcrafted soap

ÍNDICE GENERAL

EVALUADORES	5
RESUMEN	6
ABSTRACT	7
ÍNDICE GENERAL	8
ABREVIATURAS	10
SIMBOLOGÍA	11
CAPÍTULO 1	12
ANTECEDENTES	12
INTRODUCCIÓN	14
Descripción del problema	32
Justificación del problema	33
Alcance	33
Objetivos	34
Objetivo General	34
Objetivos Específicos	34
Marco teórico	34
CAPÍTULO 2	39
METODOLOGÍA	45
CAPÍTULO 3	55
RESULTADOS Y ANÁLISIS	55
CAPÍTULO 4	85
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	85

Conclusiones	85
BIBLIOGRAFÍA	87
Bibliografía	87
ANEXOS	93

ABREVIATURAS

ESPOL Escuela Superior Politécnica del Litoral

ANECAFE Asociación Nacional Ecuatoriana de Café

ONU Organización de las Naciones Unidas

ODS Objetivos de Desarrollo Sostenible

SIMBOLOGÍA

cm Centímetro

ton Tonelada

mg Miligramo

gr Gramo

m Metro

CAPÍTULO 1

ANTECEDENTES

El café es uno de los productos predilectos en el mundo, cuyas especies más producidas son arábica y robusta. Solo en abril del 2021 se exportaron mundialmente en todas sus presentaciones 12,65 millones de sacos (Organización Internacional de Café, 2022), en consecuencia, la cantidad de desechos sólidos generados por la producción de café son considerablemente altos, es por ello que a lo largo de los años se han venido proponiendo diversos proyectos para aprovechar su uso.

Cabe destacar que estos desechos son considerados materia prima natural que contiene un sinnúmero de propiedades que otorgan beneficios a la piel; además son un gran absorbente de productos químicos como detalla Proaño y Acosta (2011) en su *paper* "Utilización de Residuos de Café Tostado y Molido como bioadsorbente para la Remoción de Arsénico (V) en Agua" obteniendo como resultados que los residuos de café molido tuvieron una eficiencia de remoción de un 65,26%.

Hay que precisar que no solo se puede hacer uso de los residuos que se obtienen luego de preparar bebidas de café, sino también de aquellos que resultan al extraer y procesar la semilla, como propuso Cabezas (2020) en su trabajo de investigación "Extracción de compuestos antioxidantes de la cascarilla del café (*caffea spp.*)", en el que a través del análisis de los tipos más cosechados de cafés, determinó que estos contenían polifenoles y ácido

ascórbico, que brindan una amplia funcionalidad para su uso dentro de la agroindustria alimentaria.

De esta forma, se constata que se pueden realizar proyectos con base en la utilización de residuos de café, pues su uso no solo se reduce a la preparación de una bebida, sino que a través de sus desechos puede ser reusado de diversas formas, aportando con la conservación del medio ambiente.

INTRODUCCIÓN

La historia del café en el Ecuador comienza con su llegada aproximadamente en los años 1800 cuando éste fue importado para practicar su cultivo, dando como resultado café con características sobresalientes. Se determinó que el café se puede cultivar en todo el territorio ecuatoriano a excepción de la provincia del Tungurahua puesto a que no cuenta con las condiciones climáticas apropiadas. (Forum Cultural del Café, 2020)

Estas condiciones favorables de cultivo, sumada la buena calidad del café producido en casi todo el territorio nacional, permitió que el producto empiece a exportarse principalmente en países como Estados Unidos, Alemania, Japón entre otros; Siendo tal su éxito que este paso a ser uno de los 5 productos no petroleros con mayores ingresos del país, a pesar de que en los últimos años su producción y exportación han decaído en el 2021 la exportación de café alcanzó los \$78.148.951,73 de dólares, que representan aproximadamente 500.000 sacos de 60 kg. (ANECAFE, 2021).

En el año 2019 según datos expuestos por ANECAFE la demanda interna del país fue de 200.000 de sacos de 60 kg (como se citó en Fórum Nacional del Café, 2020). Por ende, la creación de productos a partir de los residuos de bebidas de café podría traducirse en beneficios para la sociedad como nuevas plazas de empleo, ingresos económicos, e incluso la implementación de algunos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU como son 8. Trabajo decente y crecimiento económico y 12. Producción y consumo responsable.

No obstante, cabe destacar que dentro del país se genera una cantidad considerable de desechos sólidos, constituyendo aproximadamente 375 mil toneladas, de las cuales el 57% corresponden a residuos orgánicos. (El Universo, 2020)

Análisis del Macro y Microentorno

Microentorno

AMOFHIT

Las principales áreas que son auditadas en una empresa mediante la evaluación interna son:

Administración, Marketing, Operaciones, Finanzas, Recursos Humanos, Sistemas de Información y Tecnología/ Investigación.

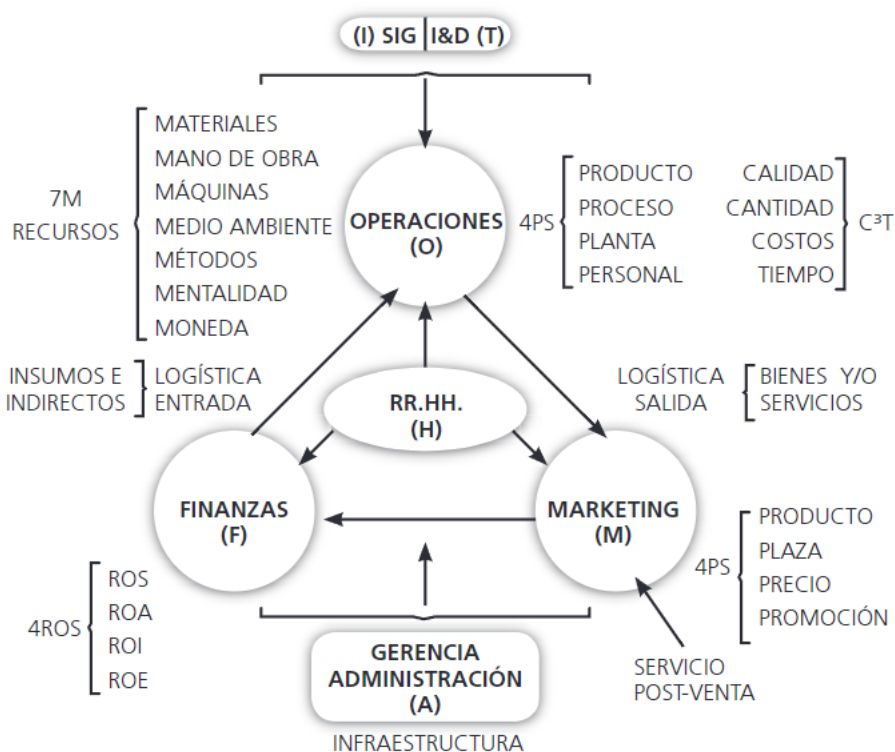


Ilustración 1 Análisis AMOFHIT dentro de una entidad, Fuente: El proceso estratégico de Fernando D Alessio tomado de: https://www.academia.edu/33864534/El_proceso_Estrat%C3%A9gico_Fernando_D_Alessio_Ipinza_2C_CE_NTRUM_Cat%C3%B2lica_Pontifici_Universidad_Cat%C3%B2lica_del_Per%C3%B9

Administración/Gerencia: En esta variable del análisis, se busca determinar las estrategias de la organización, dónde se pretende aumentar la productividad con la finalidad de ser más eficientes y competitivos dentro del mercado donde nos encontramos. Además, se busca analizar a la alta gerencia y la estructura de los niveles gerenciales. Asimismo, como su estilo de liderazgo como el planeamiento estratégico

Organigrama

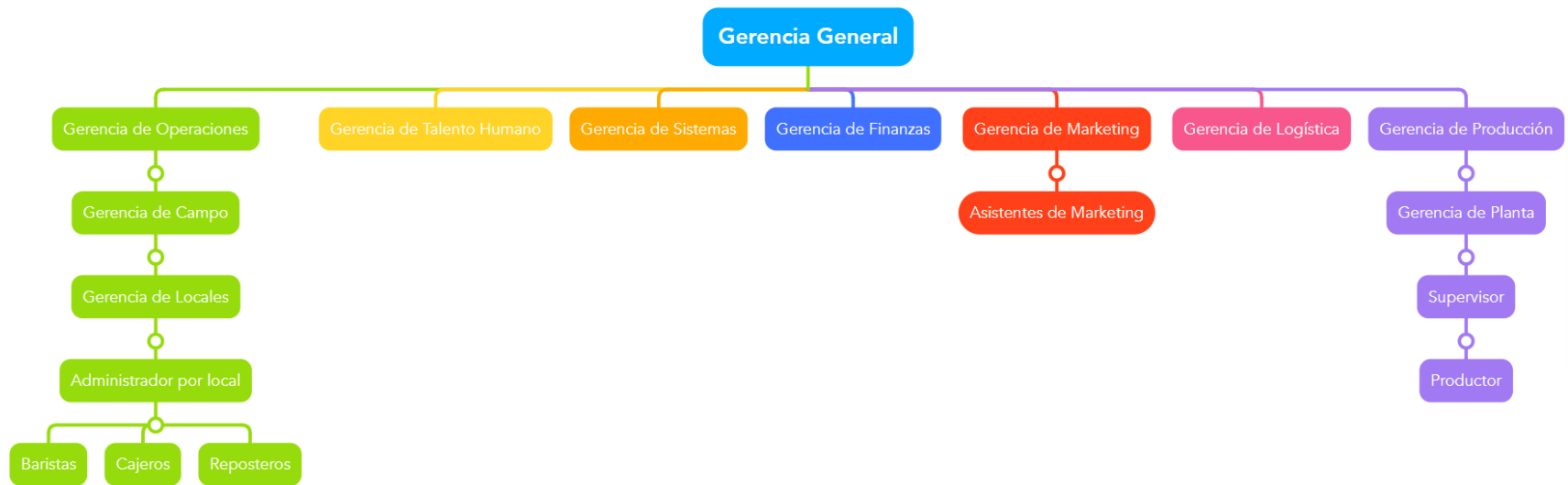


Ilustración 2 Organigrama Dulce y Café S.A., Fuente: Dulce y Café S.A. tomado de: https://www.sweetandcoffee.com.ec/equipo_administrativo/

Mediante el organigrama encontramos la estructura que es encabezada por el gerente general de la empresa, encargado de controlar y supervisar al resto de departamentos dentro de la organización. Tenemos a cada gerente que encabeza a los siguientes departamentos: Gerente de Producción, cuya responsabilidad es de dirigir y controlar al resto de empleados en la planta como al supervisor y productor. Además, se cuenta con gerente de logística, encargado de dirigir y controlar que los productos lleguen a su destino de la manera óptima posible.

Por otro lado, tenemos al gerente de Marketing, encargado de la ejecución de planes estratégicos que van desde el estudio de mercado, análisis de marcas, competencia, ventas, programas de fidelización, servicio post venta y comunicación que se utiliza para influir en el comportamiento de compra en los usuarios junto con el trabajo de apoyo brindado por los asistentes del área.

Por otro lado, contamos con el gerente de Finanzas, el cual se encarga de la parte contable y de analizar los estados financieros con la finalidad de generar mayor rentabilidad a la organización mediante los ratios financieros. También cuenta con el gerente de Sistemas de información, donde se encargan de usar y transformar la data y asegurarla en bases de datos y estructurarla para que los otros departamentos puedan hacer uso de la información.

Uno de los departamentos más importantes, la gerencia de talento humano, donde se encargan de reclutar y capacitar al personal adecuado para las necesidades de la organización y de velar por un excelente comportamiento organizacional.

Por último, pero no menos importante, la gerencia de operaciones, dónde se encargan de la gerencia de campo y locales, dónde cada local es controlado por un administrador y debe contar con baristas, cajeros y reposteros para el funcionamiento de cada local cuidando la atención al cliente, calidad de los productos que se van a brindar y asegurar una buena experiencia a los consumidores.

Marketing/Ventas: La organización se encarga de llegar a los usuarios mediante las redes sociales como Instagram, Facebook, entre otras. Una de las estrategias más importantes que ha logrado la organización, es fidelizar digitalmente a su clientela mediante la aplicación móvil, dónde se registran los usuarios y por cada compra que van haciendo escanean su código y van acumulando puntos hasta que, en cierto monto, se puede canjear como cierto beneficio para el cliente. Adicionalmente, permite que la experiencia sea más agradable dado que en el cumpleaños de cada cliente, la aplicación brinda un cupón de algunos dólares para “consentir” al homenajeadado. Por otro lado, ha sacado ciertos productos que los comercializa en canales modernos como supermercados, tiendas con productos como: helados, bebidas azucaradas, café sellado, entre otros. Esto ha sido posible gracias al desarrollo del posicionamiento de la marca la cual es muy fuerte dentro de los consumidores.

Operaciones: Esta organización, cuenta con su propia Planta Torrefactora, dónde es cosechado su propio café asegurando una calidad óptima para su consumo al igual que la Planta de Producción dónde se extraen todos los implementos para elaborar sus deliciosos postres. Esta organización cuenta con aproximadamente 112 locales a nivel nacional y 63 locales se encuentran dentro de la ciudad de Guayaquil. En cada local se encuentra un administrador de local y supervisor para asegurar que la experiencia que se brinda en cada local sea la más adecuada para el consumidor. Cuenta con certificación *Q Grader* en catación de café por la Asociación Americana de Especialidad del Café. Esto permite que se encuentre un equilibrio del aroma, acidez y cuerpo del café.

Finanzas/Contabilidad: Los ratios financieros y los análisis horizontales y verticales de los estados financieros han sido herramientas claves que la organización ha implementado para asegurar el área financiera. En cuanto a la liquidez de la compañía, esta se encuentra superior a uno desde el año 2017, esto quiere decir que la organización cuenta con la liquidez suficiente para poder hacer frente a sus respectivas obligaciones. Sin embargo, el ROA y ROE han venido disminuyendo significativamente, lo cual hay que tener cuidado para evitar tener una menor rentabilidad sobre los activos y remuneraciones a los inversionistas que brindaron su dinero para que el negocio siga adelante.

Talento Humano: Esta organización cuenta con una filosofía para la selección y reclutamiento del personal basada en responsabilidad social dónde buscan crear un impacto de manera positiva sembrando un compromiso y en los valores que permitan reforzar su cultura organizacional. Cuenta con nueve valores: Amigables, Detallistas, Formadores, Emprendedores, Honestos,

Solidarios, Apasionados, Comprometidos y Vocación de Servicio. Además, cuenta con su propia Universidad del Café, lugar dónde capacitan a todo su nuevo personal y permiten que logren un buen desarrollo personal y profesional.

Sistemas de Información: Se cuenta con uso de los sistemas de información como CRM dónde permite almacenar toda la información que se recopile del uso de la aplicación y poder asegurar mejores experiencias en el futuro al conocer su nombre. Para tomar decisiones la alta gerencia, cuenta con ERP dónde permite analizar toda la información importante y poder tomar una decisión pertinente. Además, que se encuentra almacenada en la nube y así cada departamento puede hacer uso en cualquier momento de la información

Tecnológico: La organización desde que ocurrió la pandemia, ha tenido mayor cobertura en ciertas plataformas de envíos de comida a domicilios y mediante la aplicación permite que los usuarios puedan realizar pedidos en línea si existe algún local cerca de su alrededor.

Macroentorno

1. Político

1.1. Gobierno Actual

El gobierno que rige actualmente fue elegido democráticamente el pasado 24 de mayo del 2021 posicionando como presidente a Guillermo Lasso y como vicepresidente a Alfredo Borrego ambos por el movimiento CREO.

1.2. Planes estratégicos

El Plan de creación de oportunidades 2021-2025 creado por la actual Secretaria Nacional de Planificación y en conformidad con el Código Orgánico de planificación y Finanzas Públicas del Ecuador es el actualmente se mantiene

vigente en el país con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos, mismo que plantea 15 objetivos para lograrlo. (Secretaría Nacional de Planificación, 2021)

1.3. Corrupción

Según la calificación asignada dentro del *ranking* del índice de Capacidad de Combatir la Corrupción (CCC) elaborado por *Americas Society/Council of the Americas* (AS/COA) Ecuador cuenta con una calificación 4,82/10 ubicándose en el noveno lugar de este *ranking*, esta calificación ha subido a comparación de lo obtenido en el 2021 (4,77/10), sin embargo, ha descendido un lugar en su ubicación dentro del *ranking*. Este ranking considera 14 variables que evalúan a los países con respecto a la independencia de las instituciones judiciales, la fuerza del periodismo de investigación entre otras. Son 15 los países latinoamericanos evaluados (*Americas Society/Council of the Americas*, 2022)

1.4. Estabilidad Política

Ecuador ha sido un país con una historia conocida por su inestabilidad política, dentro del periodo de 1996 hasta el 2007 el Ecuador contó con la asignación de 10 mandatarios. Fue finalmente en el 2007 con la llegada del Gobierno de Rafael Correa que la estabilidad política del Ecuador se estabilizó. (*Political Database of the Americas*, 2009)

1.5. Estructura Gubernamental

La estructura del Estado Ecuatoriano comprende 5 funciones conformadas de la siguiente forma:

Función Legislativa: Conformada por la Asamblea Nacional con un total de 137 asambleístas.

Función Ejecutiva: Comprendida por la Presidencia, la Secretaría General de Estado, Comisiones Especializadas, Grupos Parlamentarios y Ministerios.

Función Judicial: Consta de Órganos Administrativos, Jurisdiccionales, Autónomos, y Auxiliares.

Función de Transparencia o Control Social: El Consejo de Participación Ciudadana y Control está constituido por 7 consejos principales y 7 consejos suplentes.

Función Electoral: Está constituida por el Consejo Nacional Electoral. (Muñoz, 2019)

2. Económico

2.1. Inflación

La Inflación del Ecuador en junio 2022 anual con respecto a junio 2021 alcanzó 4,23% con respecto al cálculo del Índice de Precios al Consumidor realizado por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (INEC, 2022)

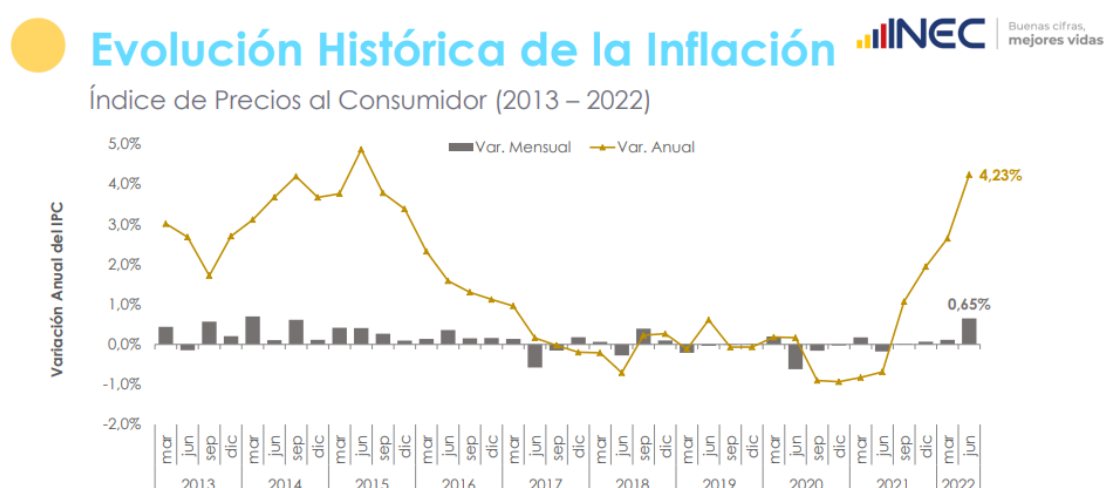


Ilustración 2 Evolución de la Inflación del Ecuador basado en el IPC, Fuente: INEC tomado de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2022/Junio-2022/01%20ipc%20Presentacion_IPC_jun2022.pdf

2.2. Canasta Familiar

La canasta básica ecuatoriana está compuesta por 75 productos que son imprescindibles para satisfacer las necesidades básicas de una familia con 4 integrantes de los cuales 1,6 de ellos que se mantienen con un salario básico siendo este de \$425 actualmente. La canasta básica se encuentra en \$751,04 a comparación de unos ingresos de \$793,33 existiendo un sobrante de \$42,29. (INEC, 2022)

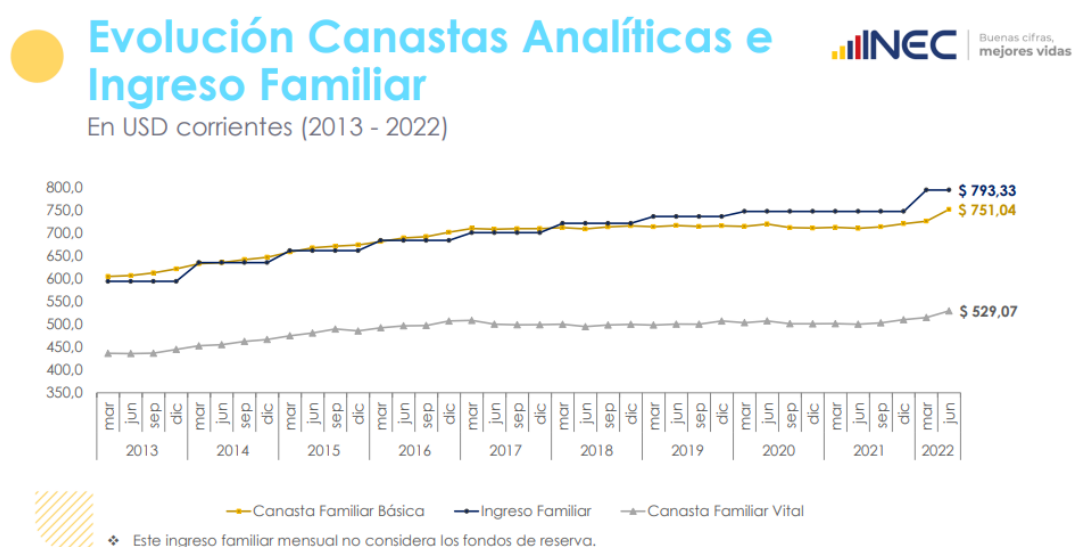


Ilustración 3 Evolución Canasta Familiar Ecuatoriana, Fuente: INEC, Tomado de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2022/Junio-2022/01%20ipc%20Presentacion_IPC_jun2022.pdf

2.3. Balanza Comercial

En lo que va del año 2022 de enero hasta junio la balanza comercial no petrolera se encuentra en un déficit puesto que las importaciones en el país han sido superiores a las exportaciones realizadas como se detalla en la siguiente ilustración:

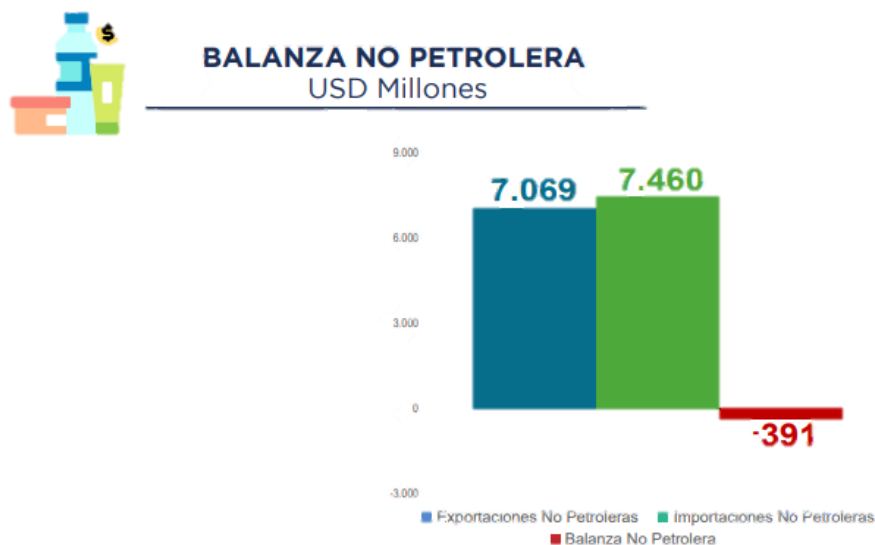


Ilustración 4 Balanza Comercial no petrolera, Fuente: Boletín de Cifras Comercio Exterior, Tomado de: <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2022/06/VFBoletinComercioExteriorjuniofinal2022.pdf>

2.4. Riesgo País

El riesgo país es un indicador económico que le ayuda a los inversores a saber que tan segura puede ser su inversión dentro del país en el que piensan desarrollar sus comercios. En el Ecuador a julio del 2022 el riesgo país se ha elevado a 1.488 puntos debido a los estragos del Paro Nacional suscitado el pasado 13 en junio de este mismo año. Ecuador es uno de los países con el riesgo país más altos debido a estos acontecimientos y la inestabilidad política que estos representaban. (Tapia, 2022)

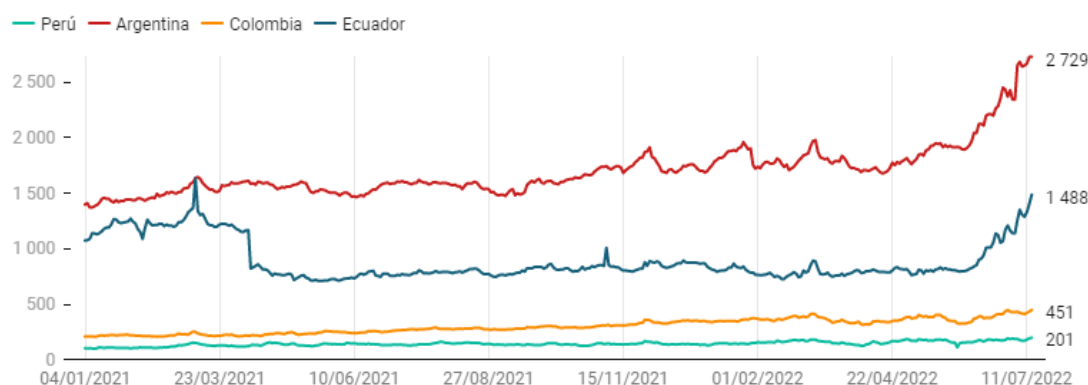


Ilustración 5 Evolución Riesgo País, Fuente: Primicias, tomado de: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/riesgo-pais-subio-paro-julio/>

2.5. Deuda Pública

A pesar de que El Código de Planificación y Finanzas Públicas estableció que la Deuda Pública no puede superar el 40% del PIB, debido a la Disposición Transitoria Vigésima Sexta Del Código indica que con la finalidad de reducir progresivamente este indicador se han establecido que esta podrá superar el porcentaje anteriormente mencionado hasta que sea igual o menor. Al 30 de junio del 2022 la Deuda Pública se encuentra en \$64,091.89 Millones, es decir un 56.33% con relación al PIB. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2022)

MES	PIB	Total Saldo Deuda Externa	Total Saldo Deuda Interna	Total Otros Pasivos	Total Saldo Deuda Pública	Relación Deuda / PIB
JUNIO	113,783.01	46,456.27	15,710.47	1,925.15	64,091.89	56.33%

Ilustración 6 Desglose Deuda Pública del Ecuador, Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas, tomado de: <https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/08/Boleti%CC%81n-Junio-2022.pdf>

2.6. Producto Interno Bruto

El PIB del Ecuador creció un 3.8%, es decir 113,783.01 millones hasta junio del 2022, esto en relación con el aumento de las importaciones, el incremento de remesas y créditos de consumo. (Banco Central del Ecuador, 2022)

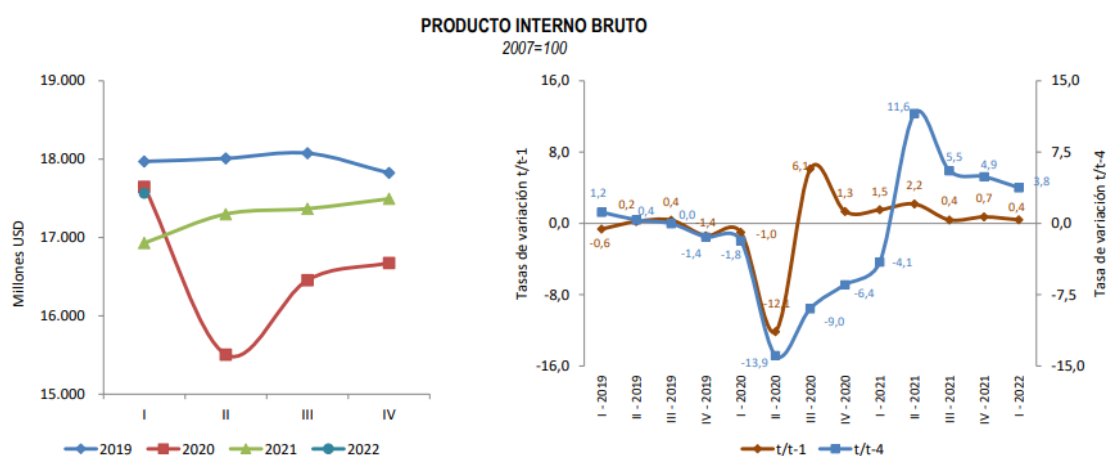


Ilustración 7 Evolución PIB del Ecuador, Fuente: Banco Central del Ecuador, tomado de: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/CuentasNacionales/cnt65/ResultCTR IM119.pdf>

2.7. Presupuesto General del Estado

Después de una sesión en el pleno de la asamblea con la aprobación de 96 votos la Proforma presupuestaria fue aprobada por un monto de \$33.899 millones programados para los años 2022-2025. (Torres, 2021)

3. Social

3.1. Desempleo

En enero del 2022 se terminó por el INEC que el desempleo a nivel nacional alcanzó un 5,4%, mismo que se divide en el área urbana con un 7.4% y en el área rural con un 1,6%. (INEC, 2022)

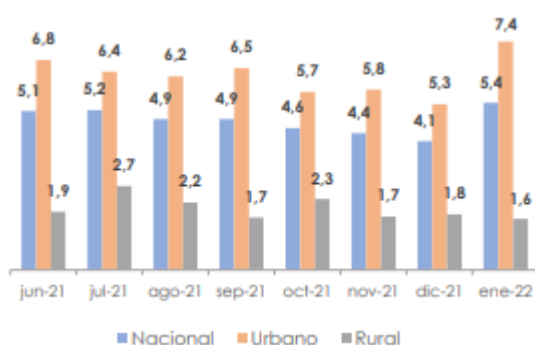


Ilustración 8 Desarrollo Tasa de Desempleo Ecuador, Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo, tomado de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2022/Enero-2022/202201_Boletin_empleo.pdf

3.2. Subempleo

La tasa de subempleo nacional se ha calculado en 22,6% hasta enero del 2022, de la cual 22,8% corresponden al nivel urbano y 22.2% al nivel rural. (INEC, 2022)

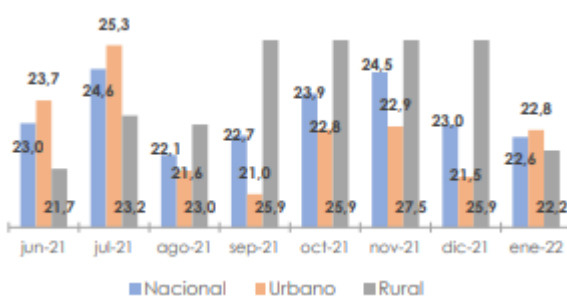


Ilustración 9 Desarrollo del Subempleo del Ecuador, Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo, tomado de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2022/Enero-2022/202201_Boletin_empleo.pdf

3.3. Empleo

En enero del 2022 se calculó una tasa de Empleo adecuado y plena de 33.1% a nivel nacional, esto representa un 41.4% en la zona urbana y un 17.3% a nivel rural. (INEC, 2022)

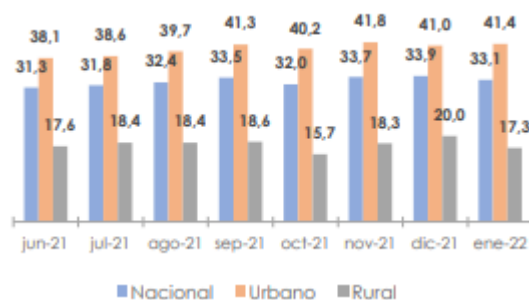


Ilustración 10 Desarrollo del Empleo Adecuado del Ecuador, Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo, tomado de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2022/Enero-2022/202201_Boletin_empleo.pdf

3.4. Estratos sociales

Según una encuesta realizada por el INEC donde se estudiaron 9,744 viviendas de las principales ciudades del Ecuador como son: Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala y Ambato. Se determinó la división de 5 estratos socioeconómicos un 1.9% de los hogares pertenece al Estrado A, un 11.2% al estrato B, un 22.8% al estrato C+, un 49.3% al estrato C- y un 14.9% al estrato D. Siendo el estrato A el más alto y el estrato D el más bajo. (INEC, 2011)

4. Cultural

4.1. Educación

Tras los estragos causados por el Covid-19, los ciudadanos ecuatorianos atravesaron dos años de virtualidad en varias sino la mayoría de sus actividades incluyendo la educación en todos sus niveles, tanto básico, bachillerato como educación superior; al no estar preparados para tal eventualidad e implementar mecanismos en la marcha la UNESCO declaró en un informe que la capacidad lectora de los niños de séptimo año está por debajo del promedio regional.

(Piedra, 2022) Por ende, al retomar la educación presencial, los docentes de las unidades educativas tendrán el reto de retomar e impartir los conocimientos que quedaron pendientes durante este periodo de pandemia. En el Ecuador existen 4.309.139 alumnos dentro del sistema Educativo mismo que están en los niveles, básicos y bachillerato. (Ministerio de Educación , 2022)

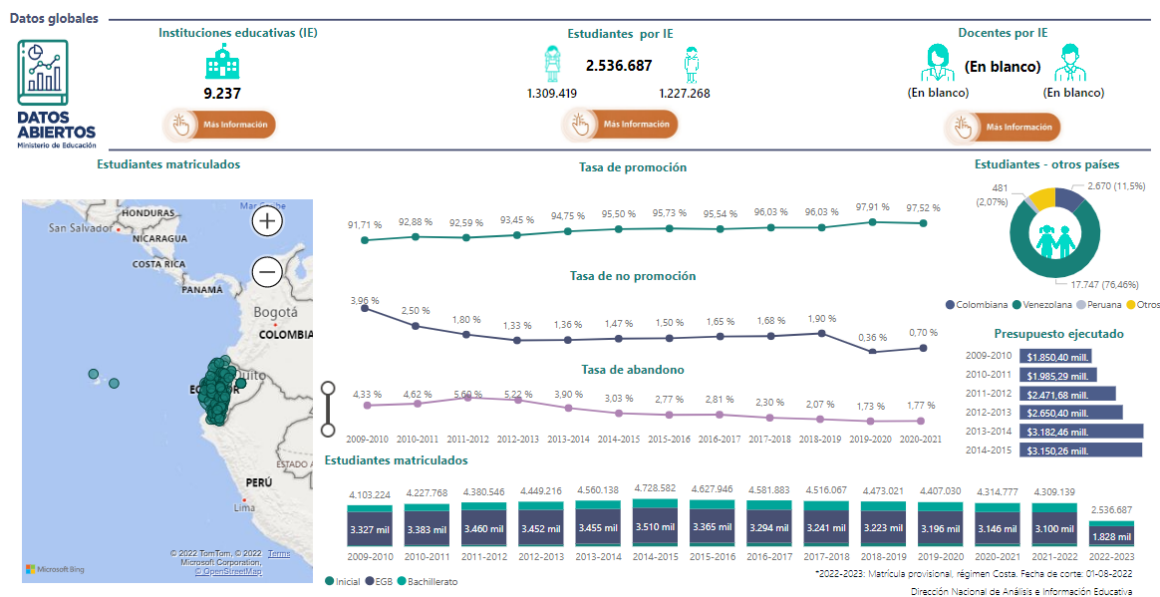


Ilustración 11 Cifras Históricas Educativas Periodo 2022, Fuente: Ministerio de Educación, tomado de: <https://educacion.gob.ec/datos-abiertos/>

4.2. Seguridad

Mediante una encuesta realizada por la por la consultora CID Gallup, dentro del primer trimestre del año como el tercer país con mayor tasa de robos y asaltos. (El Universo, 2022) Ecuador está atravesando una de las mayores olas delictivas de su historia, puesto que dentro de una comparación de crímenes cometidos dentro del periodo de enero a junio de los últimos 3 años, en lo que va del 2022 los números han superado por mucho a los años pasados como podemos ver en la siguiente ilustración de crímenes cometidos en la provincia de Guayas. (El Comercio, 2022)

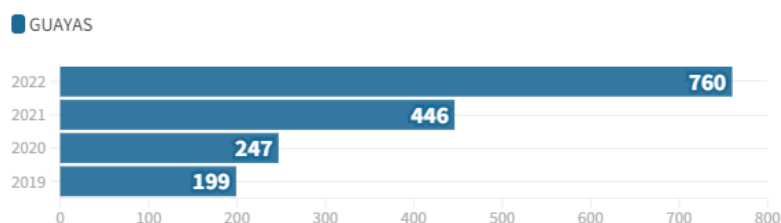


Ilustración 12 Crímenes cometidos en el país, Guayas, Fuente: El Comercio, tomado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/seguridad/ecuador-supero-muertes-violentas-junio.html>

5. Demográfico

5.1. Crecimiento Poblacional

El INEC en su última publicación del 18 de julio del 2022 comunicó que el Ecuador había llegado a 18 millones de habitantes. Dentro del 2021 se registraron 251,106 nacidos vivos y 1.394 nacidos muertos (Machado, 2022), con respecto a la tasa de defunciones en el Ecuador, a comparación a las 115,516 defunciones registradas hasta el final del periodo del 2020. (INEC, 2021)

6. Tecnológico

7. Acceso a las TIC's

El INEC en el periodo del 2020 realizó la Encuesta Nacional Multipropósito de Hogares con la finalidad de determinar la accesibilidad a las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC's) como se describe en la siguiente ilustración. Debido a la pandemia varios hogares del Ecuador tuvieron obligatoriamente que adquirir dispositivos que les permitan acceder tanto a sus plazas laborales como a sus clases institucionales.

Indicadores de TIC 2020 (Nacional)	2019	2020	Variación (porcentual)	Significancia estadística*
Porcentaje de hogares con Acceso a internet	45,5	53,2	7,7	Sí
Porcentaje de personas que utilizan internet ¹	59,2	70,7	11,5	Sí
Proporción de personas que tienen celular activado	59,9	62,9	3,0	Sí
Proporción de personas que utiliza teléfonos smartphone ²	76,8	81,8	5,0	Sí
Analfabetismo digital ³	11,4	10,2	-1,2	Sí

(*) No: significa que el indicador es estadísticamente igual en los dos periodos al 95% de confianza
 Sí: significa que el indicador es estadísticamente diferente en los dos periodos al 95% de confianza.
 Notas:
 1. Personas que utilizan internet, se refiere a la población de 5 y más años que ha usado internet en los últimos 12 meses, desde cualquier lugar.
 2. Porcentaje de teléfono inteligente. - se refiere a la población de 5 y más años con celular activado smartphone con respecto a la población de 5 y más años que tiene teléfono celular.
 3. Nota: Se considera Analfabeta Digital a una persona de 15 a 49 años cuando cumple simultáneamente tres características: 1) No tiene celular activado 2) En los últimos 12 meses no ha utilizado computadora 3) En los últimos 12 meses no ha utilizado internet.

Ilustración 13 Resumen Tecnologías de la Información y Comunicación Encuesta Multipropósito, Fuente: INEC, tomado de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic/>

Descripción del problema

Ecuador es un país con las condiciones ideales para la producción de café, sin embargo, a pesar de que la producción de café ha venido disminuyendo desde 1983, su elaboración y consumo interno genera una cantidad de desechos significativos que cuentan aún con las características idóneas para darles una segunda oportunidad y no están siendo aprovechadas.

Según el último censo de desechos en el año 2010, en el Ecuador se generaron 16,381.05 toneladas métricas de residuos de café molido y tostado. En la ciudad de Guayaquil existen aproximadamente 73 locales pertenecientes a la cadena de cafeterías Dulce y Café, los cuales producen residuos de café que podrían ser aprovechados y reutilizados como materia prima.

Justificación del problema

Los desechos de café son un material idóneo para la creación de varios productos, como en este caso, jabones artesanales puesto que sus costos de producción son bajos e

n comparación al costo de venta al público y el ingrediente estrella en este caso, sería los desechos de café producidos y no aprovechados por cafeterías dentro de la ciudad de Guayaquil, incentivando la economía circular y dándole una segunda oportunidad a esta materia prima.

Alcance

El presente proyecto de investigación acerca del análisis de pre factibilidad sobre la elaboración de jabones artesanales a partir de residuos de café desde el periodo 2018 al 2021 donde se pretende hacer un análisis cuantitativo (y cualitativo) basado en información referente al uso de desechos orgánicos producidos mayormente por cafeterías en la ciudad de Guayaquil y además basados en los costos de producción y elaboración de jabones de forma artesanal, todo cuanto comprende al marketing operativo (4 P's: Producto, Plaza, Precio y Promoción) del presente producto que se pretende lanzar al mercado. En lo concerniente al análisis financiero se plantearán ratios basados en los estados financieros de una empresa cafetera y un estado de flujo proyectado hasta el 2027.

Objetivos

Objetivo General

Evaluar la viabilidad del comercio de jabones a base de residuos de café buscando disminuir el impacto ambiental generado por los residuos del café, utilizando la metodología *Design Thinking*, y convertirlo en una oportunidad de negocio en la ciudad de Guayaquil mediante un modelo *canvas* y análisis financiero.

Objetivos Específicos

1. Definir la situación actual de los residuos de café en Guayaquil mediante métricas como ventas y cantidades vendidas con la finalidad de realizar estimaciones.
2. Diseñar la producción de un prototipo de los jabones artesanales con café.
3. Establecer un modelo *canvas* junto a un plan estratégico para la comercialización de los jabones artesanales con café.
4. Interpretar mediante un análisis financiero, la factibilidad de la producción de jabones artesanales con café y la debida gestión de riesgos.

Marco teórico

Para el caso de nuestro proyecto utilizaremos ciertas herramientas o metodologías que nos ayudaran a realizar y cumplir los objetivos específicos. Se utilizarán las siguientes herramientas o metodologías:

- Canvas
- Análisis Financiero (Análisis vertical, horizontal, ROE, ROA

comparar sobre el sector)

- Desing Thinking
- FODA
- Gestión de riesgos
- Lean StartUp

Modelo CANVAS

El modelo CANVAS es una herramienta que nos permite realizar análisis de cualquier idea de negocio, donde se pretende describir de la manera más lógica, la estructura de un negocio mediante la creación de valor. Este modelo indica de manera sencilla la evaluación de una idea de negocio en el que se encuentra compuesta por nueve cuadrantes: Los segmentos de cliente, Alianzas claves, Propuesta de valor, Actividades claves, Canales, Flujo de ingresos, Recursos claves, Relaciones con los clientes y Estructura de costos. (Herrera, 2016)

Análisis Financiero

Cada idea de negocio debe ser debidamente fundamentada mediante el respectivo análisis de los estados financieros, donde se permitirá evaluar que tan rentable puede llegar a ser. Esto será posible mediante el análisis vertical y análisis horizontal.

El análisis horizontal, permite comparar las cuentas de los estados financieros de algunos periodos contables. En este análisis se pueden observar

si existió un incremento o decremento en alguna cuenta en comparación a años anteriores. Se utiliza un año base y al comparar con los otros periodos nos dará la relación porcentual con referencia al año base.

El análisis vertical, nos permite conocer la participación de cada cuenta del estado financiero teniendo como referencia el valor total de los activos, pasivos, patrimonio o inclusive el total de ventas. Se realiza dentro de un mismo periodo contable. (Martinez, 2015)

Design Thinking

El Design Thinking se denomina una metodología centrada en el usuario en donde tiene el objetivo de brindar soluciones acordes al problema detectado en un determinado marco propuesto en el que se busca generar valor. Este proceso se divide en algunas etapas en las que se puede retornar en el caso de ser necesario de forma iterativa. Este proceso cuenta de diversas etapas: Empatizar, Definir, Idear, Prototipar y Validación. (Castillo Vergara & Alvarez Marin, 2014)

FODA

La herramienta FODA que es básicamente un diagnóstico que permite conocer por sus siglas (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) la situación y evaluar las condiciones en la que funciona un determinado negocio o entidad, con la finalidad de establecer y fijar estrategias de mejoras para la entidad. Una de las variables de este método es la Fortaleza, donde se inicia enlistando todo tipo de elemento o factor que brinde una ventaja al negocio o entidad frente a la competencia. Posterior, tenemos a las Debilidades, variable

que permite conocer si existe o se presenta alguna carencia o deficiencia dentro de la entidad ya sea en términos de desempeño o recursos. Esta variable atrasa la realización de los objetivos establecidos. Luego continuamos con la fase externa. Oportunidades: Esta variable hace referencia a las circunstancias que pueden usarse a favor de la entidad o negocio si son bien aprovechadas. Por último, tenemos a las Amenazas: Aquí se encuentran todo tipo de situaciones o circunstancias que representan un riesgo de cumplir un determinado objetivo. (Rojas, 2016)

Gestión de Riesgos

Es importante conocer que limitaciones, adversidades, eventos inciertos y riesgos pueden ocurrir o existir y evitar el cumplimiento de los objetivos de un determinado proyecto. La Gestión de riesgos es un proceso que permite aumentar las probabilidades de que el proyecto se lleve a cabo bajo cualquier escenario o circunstancia. Adicionalmente, una correcta gestión de riesgos permitirá disminuir la probabilidad de que amenazas o eventos no provistos ocurran para un proyecto en específico. La gestión de riesgos consta de ciertos pasos: Planificar la gestión de riesgos, Identificar los riesgos, Análisis cuantitativo y cualitativo de riesgos, Planificar la respuesta de los riesgos (Planes de contingencia) y Controlar los riesgos. (Narvaez Rosero, 2014)

Metodología *Lean StartUp*

La metodología *Lean StartUp* es aplicada en los emprendimientos, *Startup* o empresas emergentes mediante un experimento o desarrollo de un producto que les permita minimizar sus costos y riesgos dentro del mercado y

les permita a su vez a mejorarlo mediante la innovación continúa aumentando la posibilidad de supervivencia del emprendimiento. Será aplicada dentro de este trabajo para el diseño, creación y testeo del producto que se desea lanzar al mercado como una nueva línea de producto para la cadena de cafeterías “Grano de Oro”, garantizando la implementación de la innovación continua para su mejora y potencial éxito. (Fernández LLamas & Fernández Rodríguez, 2018)

CAPÍTULO 2

Análisis Organizacional de Dulce y Café

Dulce y Café es una empresa que nació de un emprendimiento de una pareja, donde buscan resaltar la calidad y sabor de los productos que ofrecen, es muy importante debido a que más que productos, brindan una experiencia al consumidor final, el de crear un momento muy agradable dónde pueda compartir con familiares y amigos.

La Misión y Visión de Dulce y Café:

Misión

Crear un momento muy especial con nuestra cordial atención y nuestra extensa variedad de cafés y dulces hechos para los gustos más exigentes.

Visión

Brindar a nuestros clientes productos de la mejor calidad acompañado de un cordial servicio y buen ambiente que se vive en todos los locales de Dulce y Café.

FODA

Fortalezas

- Cuenta con una universidad del café donde capacitan a su personal de la mejor manera
- Los productos que comercializan son de buena calidad y de excelente sabor.
- Tienen alrededor de 115 locales a nivel nacional.

- Buena posición de la marca en el mercado local
- Procesan su propio tipo de grano
- Programa de consumidor frecuente con la aplicación de Dulce y Café.

Dentro de las Fortalezas que posee Dulce y Café, encontramos que cuenta con una universidad del café, es un lugar donde capacitan de la más adecuada forma en todo lo relacionado a ser barista de los locales. Además, los productos que comercializan son de una buena calidad y cuentan con un sabor exquisito. Posee más de 110 locales en todo el país. Adicionalmente, procesan y cosechan su propio tipo de grano y lo venden en canales retail como: Mi Comisariato, Supermaxi, entre otros. Por último, cuentan con un programa de consumidor frecuente con la aplicación de Dulce y Café, dónde buscan incentivar al consumidor mediante ciertas recompensas a seguir consumiendo sus productos y sentir que el servicio que brindan sea un poco más personalizado.

Oportunidades

- Podría lograr expandirse a nivel internacional con la finalidad de llegar a nuevos consumidores y mercados.
- Expansión de su universidad de café a otras ciudades o regiones.
- Nuevos medios o canales como *Tik Tok* para influenciar a un público más juvenil.

Las oportunidades que se encuentran en esta empresa son de posible expansión a nivel internacional debido a que se pretendería llegar a nuevos consumidores dentro de nuevos mercados. Adicional a la expansión de su universidad de café a otras ciudades o regiones del país, dónde se pueda asegurar una mayor calidad e instrucción a los colaboradores. Además de tener presencia en nuevos medios o canales como TikTok con la finalidad de influencia a un público más juvenil con historias y que estos lo puedan recomendar.

Debilidades

- Los tamaños de ciertas porciones no suelen ser muy convenientes a la relación tamaño precio
- Los precios de los productos que comercializan no son aptos para consumidores de bajos recursos
- No en todos los locales, brindan los mismos postres por falta de stock u otro motivo.
- No contar con postres bajos en azúcar.

En cuanto a las debilidades, los tamaños de ciertas porciones de los postres no suelen ser muy convenientes en cuanto a la relación tamaño o proporción precio, dado que se tiende a pagar un precio elevado pero las proporciones de las porciones no van acorde al precio. Además, los precios de los productos que comercializan no son aptos para consumidores de bajos

recursos, lo que limita el mercado y posible competencia podría abarcar ese nicho. Adicionalmente, no todos los locales brindan los mismos postres ya sea por falta de stock y eso molesta a consumidores que buscan adquirir su postre favorito. Por último, el no contar con postres bajos en azúcar podría limitar aún más su mercado.

Amenazas

- Aparición de una nueva cadena de café en el país.
- Nuevas estrategias de la competencia por innovaciones.
- Aparición de alguna enfermedad que limite a los consumidores a consumir menos café o postres.

Para el sector de Amenazas, Dulce y Café, podría verse afectada por la aparición de una nueva cadena de café en el país que desestabilice la posición de la marca. Además, de posibles nuevas estrategias de la competencia mediante innovaciones que podría afectar a la empresa. Por último, la aparición de alguna enfermedad que limite a los consumidores a adquirir o consumir menos café o postres.

Fuerzas de Porter “Dulce y Café”

Poder de Proveedores:

Nivel: Bajo

Dulce y Café mantiene varios proyectos en conjunto a sus productores de café a lo largo del territorio ecuatoriano, uno de ellos es “Sembrando un

compromiso” que tiene como propósito establecer su compromiso de responsabilidad social brindándoles herramientas, tecnología y capacitaciones técnicas a varios caficultores de la provincia de Loja. Cuentan con productores de café provenientes de la provincia de Manabí (Jipijapa), El Oro (Zaruma), Imbabura. Y Loja. Además, hay que recalcar que en esta última se producen tanto el café soluble que se oferta en Dulce y Café como el café descafeinado. (Sweet and Coffee, s.f.)

Poder de clientes

Nivel: Medio

Dulce y Café cuenta ya con una clientela fidelizada puesto que además de ofrecer toda una experiencia dentro de sus cafeterías los 25 años que lleva en el mercado también influyen en el posicionamiento que han logrado dentro del mercado. Sus clientes usualmente son personas cursan o cuentan con estudios superiores con un estrato socio económico medio, medio-alto, padres de familia o personas solteras que buscan pasar momentos amenos junto amigos o ir por un dulce y un café cuando han tenido un mal día. (Garzón, 2014)

Nuevos Competidores

Nivel: Baja

En la actualidad, Dulce y Café cuenta con una variedad de cafeterías que están o buscan tener un fuerte posicionamiento en el mercado como Juan Baldes, *Café Bombon's*, *Sailor Coffe*, *La Bonbonnière* entre otras, Sin embargo, para que nuevos competidores puedan entrar a este mercado deben contar con alto financiamiento además de una fuerte estrategia diferenciadora para lograr obtener o arrebatarle su participación en el mercado, además, tomando en

cuenta los competidores anteriormente mencionados, las barreras de entrada al mercado de las cafeterías son altas.

Productos Sustitutos

Nivel: Alto

Existen varias opciones para reemplazar el café, refrescos, jugos, gaseosas, té, etc. A pesar de que Dulce y Café ha tratado de implementar algunos de estos dentro de su cartilla, cuenta con una gran cantidad de sustitutos no solo concentrándose en las bebidas sino también en los postres que ofrece. Sustitutos a los productos que Dulce y Café ofrece están Pasteles y Compañía, Naturisimo, La Española, ofrecen productos una amplia gama de sándwiches, submarinos, panes de yuca, tortillas acompañadas de diferentes bebidas.

Rivalidad entre competidores

Nivel: Alta

Si bien es cierto que Dulce y Café cuenta con un fuerte posicionamiento en el mercado y en la mente de sus consumidores cafeterías como Juan Valdez se entran también fuertemente posicionadas al pertenecer a marcas de prestigio internacional, dentro de la ciudad de Guayaquil Dulce y Café compite directamente con Juan Valdez y Café Bombon's siendo estas de las más conocidas y mejor ubicadas dentro de la ciudad.

Tazas Vendidas

Guayaquil		
Años	Tazas Vendidas	Crecimiento
2018	5567342	
2019	5945768	6.80%
2020	5946241	0.01%
2021	6.234.587	5%

En la siguiente tabla podemos observar la cantidad de tazas vendidas en la provincia del Guayas desde el año 2018 hasta el año 2021. En el año 2018 se facturaron alrededor de 5,5 millones de tazas de café. Para el año 2019, hubo un incremento de casi el 7% de tazas vendidas de café. En el año 2020 hubo un poco incremento dado que la pandemia evitó que creciera mucho por la inactividad de ciertos meses. Sin embargo, tuvieron buenas ventas gracias a la venta por domicilios. Por último, en el año 2021, las tazas vendidas se incrementaron en un 5% gracias a la reactivación económica y protocolos que seguía la empresa para continuar con sus actividades económicas.

METODOLOGÍA

El presente trabajo constó de un diseño de investigación no experimental, lo que significa que no hemos manipulado algunas de las variables estudiadas, además de ser un estudio transversal puesto que se realiza este análisis en un momento específico. Se realizaron análisis cualitativos y cuantitativos mediante

entrevistas, encuestas, análisis de mercado y financieros, además de metodologías como *Lean Startup* para la realización del prototipo del producto propuesto en este trabajo como son los jabones artesanales a partir de los residuos de café.

Estudio de Mercado sobre Conocimiento del mercado sobre jabones artesanales

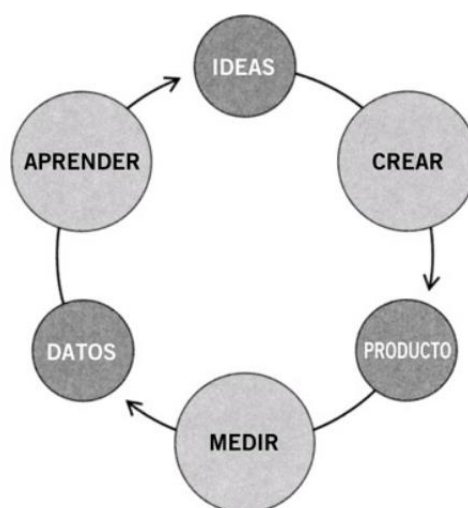
Inicialmente se realizó un estudio de mercado para poder conocer información respecto a la preferencia del público hacia los jabones de producción artesanal, las cualidades y características que consideraban importantes y demás factores que influyen directamente para la ejecución de este proyecto. Es así como se adjunta en el Anexo A donde se detalla la encuesta realizada a 110 personas. Determinando que el 51.8% ha adquirido en alguna ocasión un jabón artesanal, dentro de las características que estas personas consideran más importantes al momento de adquirir un jabón el 56.1% eligió el aroma, seguido por un 31.6% escogiendo calidad, un 7% escogió precio, un 3.5% escogió empaque y por último un 1.8% presentación. Con respecto al precio al que estarían dispuestos a pagar por un jabón artesanal el 52.6% indicó pagaría de \$2,51-\$5,00, un 43.9% señaló que pagaría de \$1,00-\$2,50 y finalmente un 3.5% pagaría más de \$5,00 por un jabón artesanal.

Metodología *Lean StartUp* Jabones Artesanales

Como se mencionó previamente, se realizó un previo estudio de mercado para tomar en cuenta las preferencias de los consumidores y poder elaborar un prototipo en base a las respuestas otorgadas por los encuestados.

Siguiendo la filosofía que la metodología *Lean StartUp* ofrece, se deben considerar 3 puntos fundamentales a seguir como se detalla en la ilustración 1.

crear, medir, y aprender, la intención de este circuito es minimizar el tiempo y costo de los insumos utilizados para la creación del producto. En primer lugar, se redactó la propuesta de la idea en la que se planea ofrecer al mercado un jabón artesanal natural libre de químicos o preservantes, siguiendo con su elaboración hecha a base de residuos de café, puesto que es importante determinar y planificar correctamente los costos de los materiales para la creación de este en base a las preferencias y el estudio de mercado elaborado anteriormente para definir cuáles son las necesidades y preferencias de los consumidores.



*Ilustración 14 Circuito Lean StartUp
crear-medir-aprender Tomado de:
(Ries, 2012)*

A continuación, se detalla la lista de materiales a utilizar para la elaboración de 4 prototipos de 75 mg de jabón artesanal a base de residuos de café:

- 250 mg de base de glicerina
- 100 mg de residuos de café molido
- Dos capsulas de vitamina E
- Esencia de café
- Moldes de silicón
- Recipiente de vidrio resistente
- Alcohol



Ilustración 15 Materiales para elaborar un jabón artesanal, Fuente: Propia

Preparación: cortamos la base de glicerina en pequeños cuadritos, los colocamos en el recipiente y calentamos la glicerina hasta que pase a su estado líquido y esté totalmente derretida, agregamos el resto de los ingredientes tanto el café molido, la esencia de café como las dos capsulas de vitamina E y mezclamos hasta integrar de forma uniforme. Cuando ya todo se encuentre integrado rellenamos los recipientes de silicón, la mezcla nos permitirá crear 4 jabones de 75 mg, cuando terminemos de verter la mezcla rociaremos alcohol en la superficie del jabón para eliminar las burbujas de aire. Finalmente esperamos por un par de horas hasta que la mezcla se solidifique y se puedan desmolda, obteniendo como resultados jabones como los que se muestran a continuación.

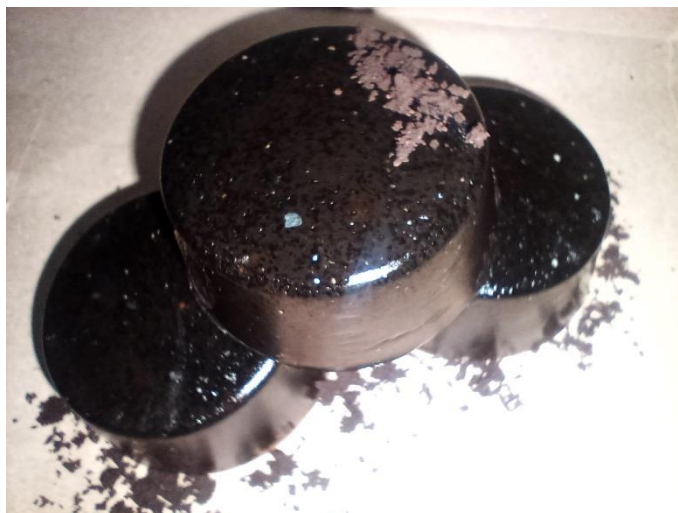


Ilustración 16 Jabones Artesanales de Café, Fuente: Propia

En la fase de medir podemos contrastar el resultado del prototipo con las expectativas de los consumidores, al terminar de elaborarlos y probarlos se determinó que el olor a café no predominaba y que se las partículas de café quedan más en un lado del jabón. Es así como decidimos mejorar tanto la presentación del jabón como a la hora de su formulación al mezclar los ingredientes. Dentro de la fase aprender, podemos rescatar que se debería aumentar la cantidad de esencia de café de tal forma que el aroma sea una de sus características predominantes, con respecto a la textura se debería preparar de tal forma que las partículas del residuo de café queden presentes de manera uniforme en todo el jabón y así cumpla completamente con su función exfoliante.

A continuación, se muestra el resultado del ultimo prototipo realizado a partir de las consideraciones anteriormente mencionadas mejorando el proceso de producción y presentación final.



*Ilustración 17 Prototipo final Jabón Artesanal,
Fuente: Propia*

El Modelo Canvas

Es una herramienta que permite gestionar, analizar y estructurar de forma estratégica, una idea de negocio. Dentro de cada cuadrante que posee esta herramienta, permite identificar que componente o factor influye dentro de cada uno. Adicionalmente, nos permite analizar la parte interna de la empresa y parte externa (consumidores) en dónde, nos permitirá plasmar mediante cada recuadro que lo conforma, la información necesaria para que este negocio sea exitoso y perdure. Esta herramienta incluye conocer desde la segmentación de mercado, actividades y recursos claves, propuesta de valor, estructura de costos hasta tipo de relaciones que se piensan mantener con los consumidores.

En el siguiente recuadro, veremos el modelo Canvas que se estableció para este modelo de negocio y conocer como está conformado:

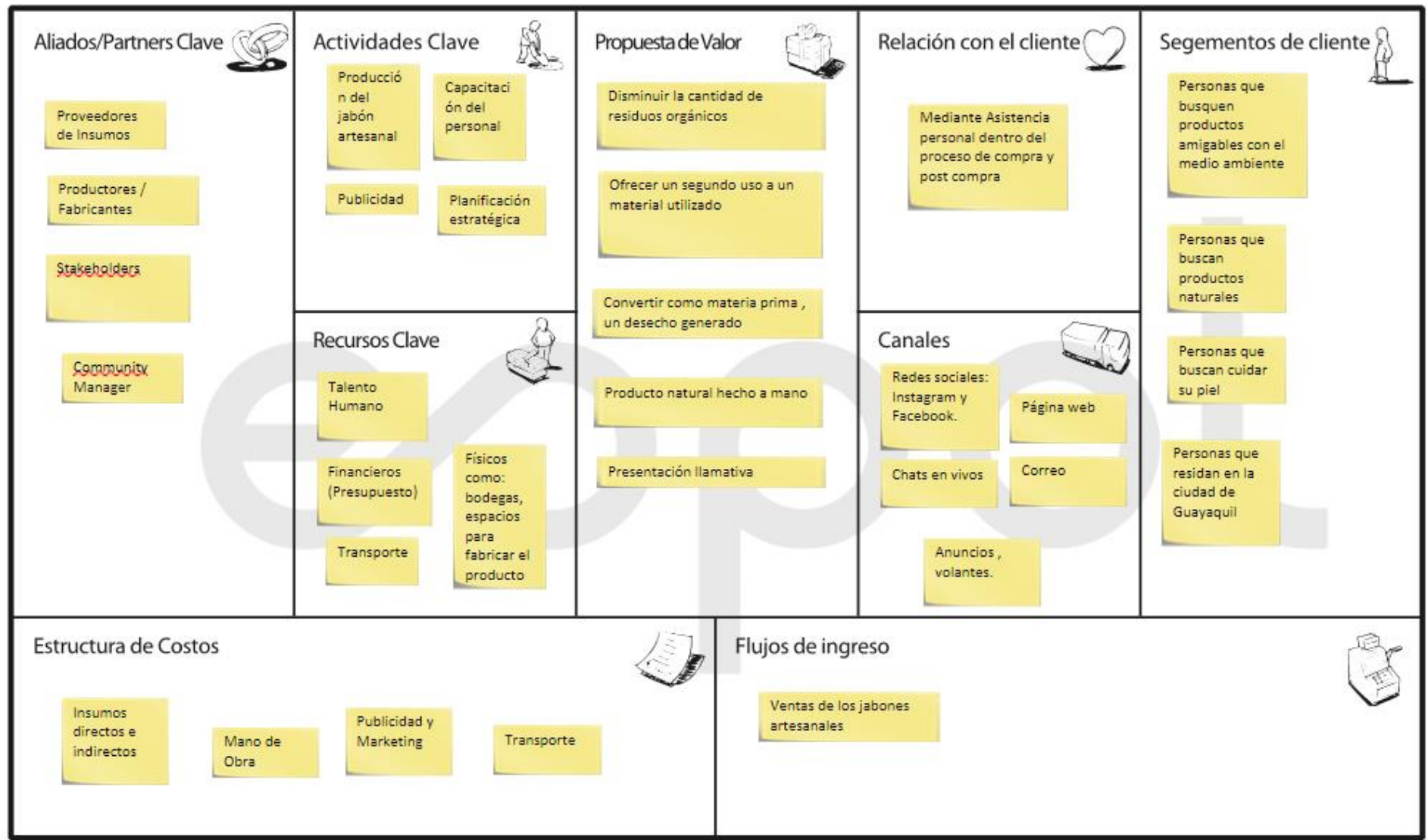


Ilustración 18 Modelo Canvas, Fuente: propia

Segmentación de Clientes:

Este componente del modelo *Canvas*, permite conocer quiénes serían nuestros consumidores o usuarios frecuentes mediante un determinado perfil o comportamiento. Se puede segmentar a los clientes mediante variables como: demográficas y psicográficas.

Para el modelo *canvas* que se muestra, se segmentará a nuestra clientela objetivo mediante factores psicográficos como: personas que busquen adquirir productos amigables con el medio ambiente dado que permitiría que una de las características principales del producto, que se encuentra elaborado de desechos orgánicos. Adicionalmente, a personas que busquen productos naturales dado que se busca incluir una de las cualidades del producto que es cien por ciento natural libre de químicos. Se busca detallar que el producto, sea para personas que buscan cuidar su piel y sobre todo que sean para personas que residan en la ciudad de Guayaquil que es el lugar donde se realiza el alcance del proyecto.

Propuesta de Valor:

En la división de Propuesta de Valor, se detalla que el modelo de negocios busca disminuir la cantidad de residuos orgánicos y de esta manera contribuir con el medio ambiente. Además, de ofrecer un segundo uso a un material utilizado y convertir como materia prima un desecho generado como en este caso sería el café luego de pasarlo. También, se pretende ofrecer un producto natural hecho a mano con una presentación llamativa para despertar el interés del consumidor objetivo.

Canales:

En cuanto a los canales que se manejarán, que son los medios por el cual se comunica a los consumidores la propuesta de valor que se detalla principalmente en redes sociales como: Facebook e Instagram que permitirán que el *target market* pueda conocer e informarse del producto. Adicionalmente, se busca acompañar de una página web en dónde se pueda encontrar información más detallada como los beneficios que este producto brinda y dónde conseguirlo. Se buscará explicarlo de mejor manera al público objetivo mediante chats en vivo como directos en dichas redes anteriormente mencionadas. Para el caso de personas que visiten los locales, se pretende usar anuncios o volantes para su conocimiento.

Relación con el cliente:

Para la división de la relación con el cliente, se procederá mediante una asistencia personal dentro del proceso de compra y post compra con la finalidad de asegurar de no solo concretar la venta, sino que el consumidor se sienta atendido y poder fidelizarlos.

Flujos de Ingresos:

En cuanto a las fuentes de ingresos del negocio, se tendrá ingresos principalmente por la venta del producto en los establecimientos de los locales.

Actividades Claves:

Para el caso de las actividades clave del modelo de negocios, se requiere de la producción del jabón artesanal, dado que sin él no existiría el producto a comercializar, se requiere de una planificación estratégica del producto para

entender cómo se puede comercializar de la mejor manera posible. Además, de la publicidad que requiere para influir en el comportamiento de compra de los consumidores. Así mismo, como de la capacitación del personal para comercializar este artículo.

Recursos Claves:

En el apartado de recursos clave del negocio, se encuentran los recursos humanos, financieros, de transporte y físicos. Los recursos humanos hacen referencia al talento humano (operaciones, marketing, ventas, entre otros) que se necesita para que todo este proyecto pueda llevarse a cabo. Es muy importante también, los recursos financieros que se refiere al presupuesto que se requiere para que la inversión siga adelante. Para los recursos de transporte, de igual manera para distribuir el producto. Y por último los recursos físicos haciendo referencia a bodega y espacios para fabricar el producto.

Alianzas Estratégicas:

Para la división de socios claves o alianzas estratégicas, que son las personas que nos ayudarán a que este proyecto se realice de la mejor manera, encontramos a los proveedores de insumos, productores/ fabricantes, *Community manager* y el grupo de interés (Gerencia, inversionistas, entre otros).

Estructura de Costos:

Por último, tenemos la estructura de costos del modelo de negocios, dónde se identifica los costes más significativos de las actividades y recursos claves. Se encuentra los costos de insumos directos e indirectos, mano de obra, transporte y publicidad y marketing.

CAPÍTULO 3

RESULTADOS Y ANÁLISIS

PLAN ESTRATÉGICO

1. RESUMEN EJECUTIVO PRESENTACIÓN

Dulce y Café es una empresa creada en 1997 por Richard Peet y Soledad Hanna, quienes eran una pareja de novios, pues ella preparaba dulces con mucho amor para él, fue entonces cuando decidieron abrir su primer local dentro del Mall del Sol en la ciudad de Guayaquil con 15 personas. La historia del Ecuador durante los años de 1996 a 2007 fue caótica debido a los varios cambios de mandatarios, el feriado bancario de 1999 entre otros factores que afectaron a varias empresas a tal punto de llevarlas a la quiebra, sin embargo, Dulce y Café prevaleció y no solo eso, sino que luego de tres años de su creación empezó su expansión dentro de la ciudad de Guayaquil y Quito, actualmente cuenta con 117 locales a nivel nacional y varios proyectos en marcha como son la Universidad del Café, Sembrando un Compromiso, Amamos lo nuestro, entre otros.

La intención del presente plan de negocios es detallar cual sería la cantidad de jabones que se pueden producir y vender en base a la materia prima disponible por la producción de los diferentes tipos de cafés que comercializa Dulce y Café en sus tiendas en la ciudad de Guayaquil puesto que la propuesta es elaborar jabones de forma artesanal con ingredientes naturales que aporten beneficios a la piel y ayudando al medio ambiente gracias a la utilización de

residuos orgánicos, tomando en cuenta los costos de producción que esto implica y plasmándolo en un flujo proyectado para el año 2023.

Datos Generales de la Empresa:

1. Nombre del Negocio: Dulce y Café
2. Razón Social: Dulcafe S.A.
3. RUC: 0992106891001
4. Actividad: VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN CAFETERÍAS, INCLUSO PARA LLEVAR.
5. Dirección: GUAYAS / GUAYAQUIL / TARQUI / CARLOS JULIO AROSEMENA SOLAR 43
6. Teléfono: 04 602-2900
7. Correo Electrónico: r.peet@sweetandcoffee.com.ec

2. ASPECTOS DE MERCADO

2.1. Objetivo General

Aprovechar los desechos orgánicos de café, aumentando un 12% la utilización de los residuos orgánicos producidos por las tazas vendidas de café mediante la ejecución de campañas disruptivas referente a la cantidad de desechos orgánicos existentes en la ciudad de Guayaquil en un año plazo. La finalidad de este proyecto permitirá ingresar a un nuevo mercado.

Mediante la técnica SMART

S: Aprovechar los desechos orgánicos de café.

M: Aumentando un 12% de la utilización de los residuos orgánicos producidos por las tazas de café vendidas.

A: Entrada de nuevos mercados.

R: Ejecución de campañas disruptivas referente a la cantidad de desechos orgánicos existentes en la ciudad de Guayaquil.

T: En un año plazo.

2.2. Necesidades a Satisfacer

Necesidades fisiológicas: Este producto busca cubrir la necesidad fisiológica de higiene, que permite asegurar una buena higiene, limpieza y cuidado de la piel.

Meses /	
Producto	Unidades
Jabón	
Artesanal	
Enero	11.513
Febrero	21.013
Marzo	21.513
Abril	21.513
Mayo	21.513
Junio	21.513
Julio	21.513
Agosto	21.513
Septiembre	21.513
Octubre	21.513
Noviembre	22.013
Diciembre	31.513
Total	226,643

Necesidades de pertenencia: Este producto permitirá que las personas que se encuentran muy conectadas con la marca o sean clientes muy frecuentes, adquieran este producto que es diferente a las líneas de productos del mercado de postres, bebidas y bocadillos gracias al posicionamiento de la marca.

Proyección de la cantidad de productos que se comercializará por parte del proyecto durante el año 2023

2.3 Segmento de Mercado

El segmento de mercado que se va a enfocar es en las personas que cuenten con buenos hábitos del cuidado de la piel, personas que apoyen iniciativas en el cuidado del medioambiente y se interesen en productos de buena calidad hechos a mano. Además, que residan dentro de la ciudad de Guayaquil y les gusten los productos de café.

2.4 Descripción del Producto o Servicio.

El producto que se va a fabricar es un jabón artesanal con productos de calidad con el ingrediente principal que será el desecho orgánico de café que se obtiene luego de pasar el café. Será un producto que cuenta con un peso aproximado de 75 gramos.

Este producto es novedoso debido a que permite reducir el impacto de desechos orgánicos al utilizar el desecho orgánico de café como materia prima y cuenta con buenas propiedades que tiene el café que son: proteger la piel de rayos ultravioletas dónde evite un envejecimiento muy prematuro de la piel, actúa como protector de cáncer cutáneo, cuenta con un poder de hidratación

debido a que disminuye la resequeidad en la piel, brinda una piel más brillante gracias a su poder antiinflamatorio activando la circulación de la sangre.



Ilustración 19 Prototipo Jabón Artesanal de café,
Fuente: Propia

2.5 Ventaja competitiva

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA A Empresas Competidoras	Nivel de Aceptación			Tipo de cliente que atiende	¿Por qué razón la elijen?	¿Dónde se comercializa el producto?	¿A qué precio lo venden?
	Alta	Regular	Poca				
Anisa Jabón	X			Clientes a nivel nacional-locales	Llamativos en redes sociales, inversión en marketing, empaque llamativo.	Redes Sociales, Tienda física y retails en Guayaquil, Quito, Machala y Cuenca	\$4.99-\$6.50 c/u
Brunnetta	X			Clientes a nivel nacional-locales	Buena presentación de servicios, personalización de producto	Redes Sociales, tiendas físicas compartidas (Quito, Cuenca, Guayaquil, Samborondón, Machala, Loja, Galápagos)	\$5.50 c/u

Lorett	X	Clientes a nivel nacional	Personalización de producto	Redes Sociales	\$3-\$5 c/u
Yuria	X	Clientes a nivel nacional-locales	Publicidad por redes sociales.	Redes Sociales, Página Web	\$5 c/u

2.6 Estrategia de Promoción

Para la estrategia de Promoción se utilizará una campaña en las principales redes sociales como Instagram y Facebook en dónde se subirá contenido del nuevo producto que se lanzará en el mercado indicando los beneficios y la importancia que este producto trae para disminuir el impacto al medio ambiente. Adicionalmente de directos dónde se podrá explicar mejor las características de este producto. Posteriormente, se podría contar con un *influencer* para tener mayor alcance dentro de las redes sociales.

2.7 Estrategia de Plaza

La estrategia que se utilizará para la variable Plaza de este plan estratégico será de ofrecer y comercializar el producto en el canal tradicional de los locales de la organización dónde se adecuará un espacio con un material llamativo con vibrines, cenefa y stickers que permitan llamar la atención del usuario. Logrando así una visibilidad directa del producto cerca de las cajas registradoras.

2.8 Estrategia de Precio

La estrategia que se utiliza para determinar el precio del producto es basada en Utilidad Neta. Esto quiere decir que se utiliza el costo de venta más el

porcentaje de utilidad que se quiera ganar para dar como resultado el precio de venta al público.

Costo de Venta Unitario	Porcentaje de Utilidad de Ganancia	Ganancia	Precio antes de Imp.	Impuesto (12%)	Precio de Venta
\$ 2.85	35%	\$ 1.53	\$ 4.38	\$ 0.53	\$ 4.91

Ilustración 20 Calculo precio producto, Fuente: Propia

Como se observa en la tabla dónde se indica como se realiza la fijación de precios del producto dando como resultado \$4,91 como P.V.P.

3. ASPECTO TÉCNICO

Proceso de compra

La gerencia de producción se encarga en contar con los materiales e insumos necesarios para la producción del producto. En este caso la organización cuenta con la materia prima al ser desecho orgánico de café. Se encargarán de adquirir los insumos como: la glicerina, esencia de café y vitamina E que son los componentes del producto.

Proceso de producción

Para producir el jabón, una vez que se tengan todos los materiales disponibles, se establecerán 4 áreas de proceso: mezcla de productos, calentamiento de la mezcla, producción del producto con molde y empaquetado del producto. Se deberá requerir 4 personas para este proceso, 1 encargada para cada área dentro del proceso de producción.

Proceso de atención y servicio

Se procederá capacitar al personal para que pueda conocer tanto los beneficios del producto y sean portadores como un medio adicional para influir en el comportamiento de compra en el usuario. Además, de contar con publicidad que permita conocer la razón del producto, que nace de una iniciativa por cuidar el medio ambiente.

4. ASPECTO ORGANIZACIONALES

Organigrama (incluir las responsabilidades y funciones del área)

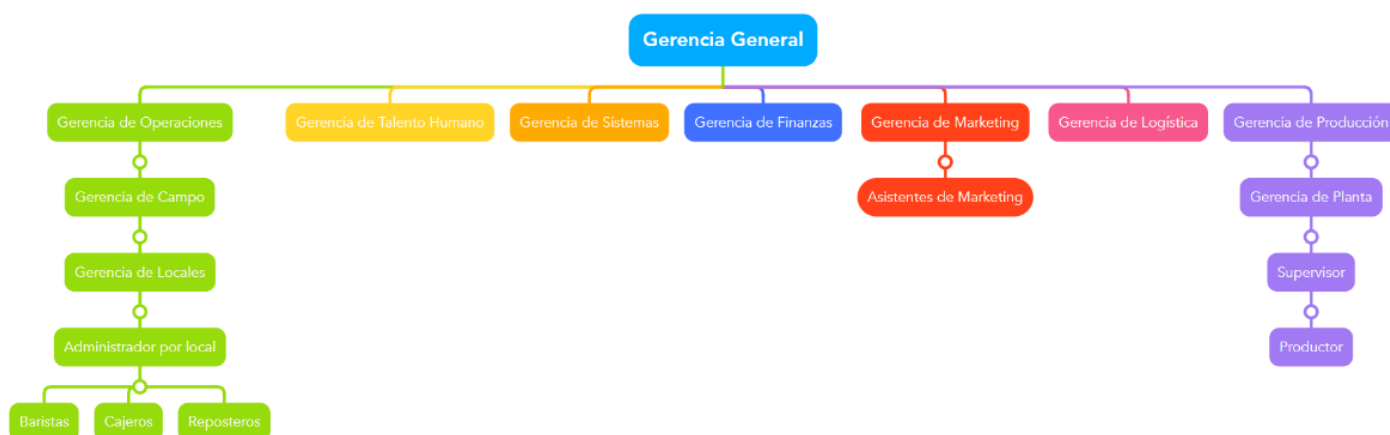


Ilustración 21 Ilustración 2 Organigrama Dulcafé S.A., Fuente: Dulce y Café S.A. tomado de: https://www.sweetandcoffee.com.ec/equipo_administrativo/

Gerencia General: Este departamento se encargará de controlar que el resto de los departamentos cumplan con su labor específica para que el plan se ejecuta de la mejor manera posible.

Gerencia de Producción: Este departamento tendrá la tarea desde la compra de los insumos necesarios para fabricar el producto hasta la fabricación y empaquetado del producto.

Gerencia de Logística: Posterior a tener el producto empaquetado, este departamento será el responsable de hacer llegar el producto a los locales en las mejores condiciones.

Gerencia de Marketing: Una vez, que se encuentre disponible el producto en los locales, este departamento tendrá el objetivo de realiza las

pertinentes campañas o comunicación para que llegue a la cantidad de consumidores posibles.

Gerencia de Finanzas: Este departamento permitirá conocer cuál es el presupuesto establecido para realizar la inversión de este proyecto y que tan rentable puede llegar a ser.

Gerencia de Sistemas: En este departamento se podrá almacenar mediante un CRM (*Customer Relationship Management*) las preferencias del consumidor y así poder ser más personalizable mediante la aplicación con cada usuario que la tenga descargada.

Gerencia de Talento Humano: La misión de este departamento, es muy importante dado que se encargará de reclutar y contratar mínimo a 4 personas para el área de producción.

Gerencia de Operaciones: En este departamento es muy importante que exista una buena dirección y control para que en cada local los administradores puedan asistir a los cajeros y cumplir con la meta de vender los jabones.

5. ASPECTO LEGAL

Permisos

Dentro del aspecto legal cabe recalcar que se debe obtener los permisos correspondientes a la actividad de laboratorios de productos cosméticos dentro del sistema de permisos de funcionamiento.

Actividad Económica

Además de agregar la actividad económica correspondiente a la venta de productos cosmetológicos y de aseo personal para poder emitir las facturas

correspondientes por las ventas que se efectúen y realizar el pago al tributo correspondiente.

Categorización

La empresa solicitante deberá pasar por una categorización que es elaborada por el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca para conocer el valor a cancelar para la obtención del permiso.

6. ASPECTO FINANCIERO

Las ganancias producidas por la venta de los jabones serán básicamente los ingresos del proyecto y en las cuales se basará la proyección del flujo proyectado a continuación. Con respecto a los datos a tomar en cuenta es que Sweet and Coffee cuenta con sus propias instalaciones y podría adecuar un espacio para la producción de los jabones artesanales, puesto que su proceso no es realmente complejo, al ser una proyección pueden existir variaciones dependiendo de los sucesos que ocurran y sobre los cuales no se tengan control. En el mes de diciembre se contempla la contratación de una persona más puesto que se asume un aumento en las ventas.

	FLUJO DE CAJA											
Ingresos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas	\$56.528,83	\$103.173,83	\$105.628,83	\$105.628,83	\$105.628,83	\$105.628,83	\$105.628,83	\$105.628,83	\$105.628,83	\$105.628,83	\$108.083,83	\$154.728,83
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros ingresos	\$15.000,50	\$ 17.000,00	\$ 17.993,80	\$ 17.993,80	\$ 17.993,80	\$ 17.993,80	\$ 17.993,80	\$ 17.993,80	\$ 17.993,80	\$ 17.993,80	\$ 18.986,80	\$ 20.987,60
Total ingresos	\$71.529,33	\$120.173,83	\$123.622,63	\$123.622,63	\$123.622,63	\$123.622,63	\$123.622,63	\$123.622,63	\$123.622,63	\$123.622,63	\$127.070,63	\$175.716,43
Compras	\$32.812,05	\$ 59.887,05	\$ 61.312,05	\$ 61.312,05	\$ 61.312,05	\$ 61.312,05	\$ 61.312,05	\$ 61.312,05	\$ 61.312,05	\$ 61.312,05	\$ 62.737,05	\$ 89.812,05
Pago a trabajadores	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 2.125,00
Servicios básicos	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Gastos varios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total gastos	\$34.612,05	\$ 61.687,05	\$ 63.112,05	\$ 63.112,05	\$ 63.112,05	\$ 63.112,05	\$ 63.112,05	\$ 63.112,05	\$ 63.112,05	\$ 63.112,05	\$ 64.537,05	\$ 92.037,05
Total (ingresos – gastos)	\$36.917,28	\$ 58.486,78	\$ 60.510,58	\$ 60.510,58	\$ 60.510,58	\$ 60.510,58	\$ 60.510,58	\$ 60.510,58	\$ 60.510,58	\$ 60.510,58	\$ 62.533,58	\$ 83.679,38

Ilustración 22 Flujo de Caja Proyectado 2023, Fuente: Propia

Análisis Financiero

Para validar la parte financiera de este proyecto se procedió a realizar un análisis financiero mediante las herramientas de: análisis de tamaño común, análisis de índice, ratios financiero y payback.

A continuación, se puede observar el resultado de dichos análisis:

Análisis de Tamaño Común

Estado de Resultado

DULCAFE S.A.			
Estados de Resultado Integral			
De Enero a Diciembre del 2019			
Dolares Americanos		Análisis de Tamaño común	
	2019	2020	2021
Ingresos			
Ventas Locales	100%	100%	100%
Prestaciones Locales de Servicio	0%	1%	1%
Otros Ingresos	2%	2%	4%
Total de Ingresos	103%	103%	104%
Gastos			
Costo de Venta	40%	33%	34%
Gasto de Beneficios a los empleados y honorarios	30%	31%	28%
Gasto por Depreciaciones	6%	7%	2%
Gasto por Amortizaciones	1%	0%	4%
Gasto de Provisiones	1%	0%	0%
Otros Gastos	7%	16%	13%
Gastos Operacionales de regalías y similares	4%	6%	6%
Gastos Financieros	2%	2%	2%
Total de Gastos	90%	95%	89%
Utilidad del Ejercicio	13%	8%	15%

Ilustración 23 Análisis de Tamaño Común Estado de Resultado Integral, Fuente: Propia

Para el análisis de dicho estado financiero, se procedió a realizar un análisis vertical en dónde se tiene como base el total de las ventas de la empresa para tenerlo como indicador. Se evidencia que la empresa tiene una mejor utilidad del ejercicio en el último periodo y un menor porcentaje de gastos.

Estado de Situación Financiera

Estado de Situación Financiera			
Activos	Análisis de Tamaño común		
Activos Corrientes	2019	2020	2021
Efectivo y equivalente del efectivo	29%	37%	47%
Cuentas y documentos por cobrar comerciales corrientes	3%	0%	0%
Otras Cuentas y documentos por cobrar corrientes	20%	14%	9%
Inventarios	6%	7%	6%
Arriendos pagados por anticipados	0%	4%	0%
Seguro pagado por anticipado	0%	0%	3%
Otros Activos Corrientes	3%	0%	0%
Total de Activos Corrientes	61%	62%	67%
Activos No Corrientes	0%	0%	0%
Propiedad, Planta y Equipo	68%	69%	45%
(-) Depreciación de Propiedades, Planta y Equipo	-30%	-33%	-28%
Activos por Impuestos Diferidos	0%	1%	1%
Otros Activos No Corrientes	1%	1%	1%
Total de Activos No Corrientes	39%	38%	33%
Total de Activos	100%	100%	100%
Pasivos			
Pasivos Corrientes			
Cuentas y documentos por pagar Corrientes	8%	8%	7%
Otras Cuentas y documentos por pagar	3%	3%	2%
Impuesto a la renta por pagar	4%	1%	4%
Pasivos Corrientes por beneficios a empleados	8%	6%	7%
Anticipos de Clientes	0%	0%	0%
Otros Pasivos Corrientes	0%	0%	1%
Total de Pasivos Corrientes	23%	17%	21%
Pasivos No Corrientes	0%	0%	0%
Otras Cuentas y documentos por pagar no corrientes	20%	19%	0%
Pasivo por Impuesto a la Renta diferido	0%	0%	0%
Pasivos No Corrientes por beneficios a los empleados	3%	5%	5%
Provisiones No Corrientes	1%	0%	0%
Total de Pasivos No Corrientes	24%	24%	21%
Total de Pasivos	47%	41%	42%
Patrimonio			
Capital Suscrito	23%	35%	27%
Reserva Legal	6%	10%	8%
Resultados acumulados	6%	3%	7%
Utilidad del ejercicio	14%	7%	15%
Otros resultados integrales acumulados	4%	4%	2%
Total de Patrimonio	53%	59%	58%
Total de Pasivo + Patrimonio	100%	100%	100%

Ilustración 24 Análisis de tamaño Común, Fuente: Propia

Este análisis se realizó tomando en cuenta el total de activos de la empresa dónde se evidencia que el efectivo y equivalente de este, aumentan considerablemente y sus obligaciones disminuyen en el último periodo.

Análisis de Índice

Estado de Resultado

DULCAFE S.A.			
Estados de Resultado Integral			
De Enero a Diciembre del 2019			
Dolares Americanos	Análisis de Índice		
	2019	2020	2021
Ingresos			
Ventas Locales	100%	69%	98%
Prestaciones Locales de Servicio	100%	93%	114%
Otros Ingresos	100%	68%	142%
Total de Ingresos	100%	69%	99%
Gastos			
Costo de Venta	100%	58%	83%
Gasto de Beneficios a los empleados y honorarios	100%	71%	89%
Gasto por Depreciaciones	100%	90%	33%
Gasto por Amortizaciones	100%	45%	606%
Gasto de Provisiones	100%	0%	0%
Otros Gastos	100%	157%	183%
Gastos Operacionales de regalías y similares	100%	108%	154%
Gastos Financieros	100%	59%	96%
Total de Gastos	100%	73%	96%
Utilidad del Ejercicio	100%	41%	115%

Ilustración 25 Análisis de Índice Estado de Resultado Integral, Fuente: Propia

En este análisis se realiza mediante un análisis horizontal tomando en cuenta como año base el 2019, dónde se muestra que, en el último periodo, Sus ingresos no varían casi nada, existe un incremento del 15% en su utilidad neta y una disminución del 4% en cuanto a gastos totales. Este análisis permite conocer cómo cambia el porcentaje de cada rubro a través del tiempo y poder realizar alguna corrección posteriormente si se gasta demasiado en algo o se invierte muy poco.

Estado de Situación Financiera

Estado de Situación Financiera			
Activos	Análisis de Índice		
	2019	2020	2021
Activos Corrientes			
Efectivo y equivalente del efectivo	100%	110%	184%
Cuentas y documentos por cobrar comerciales corrientes	100%	8%	3%
Otras Cuentas y documentos por cobrar corrientes	100%	60%	54%
Inventarios	100%	108%	116%
Arrendos pagados por anticipados	100%	989%	37%
Seguro pagado por anticipado	100%	45104%	3259%
Otros Activos Corrientes	100%	0%	0%
Total de Activos Corrientes	100%	98%	123%
Activos No Corrientes			
Propiedad, Planta y Equipo	100%	1%	73%
(-) Depreciación de Propiedades, Planta y Equipo	100%	-3%	103%
Activos por Impuestos Diferidos	100%	7006%	3513%
Otros Activos No Corrientes	100%	12350%	126%
Total de Activos No Corrientes	100%	0%	3%
Total de Activos	100%	0%	37%
Pasivos			
Pasivos Corrientes			
Cuentas y documentos por pagar Corrientes	100%	81%	99%
Otras Cuentas y documentos por pagar	100%	69%	68%
Impuesto a la renta por pagar	100%	22%	113%
Pasivos Corrientes por beneficios a empleados	100%	62%	96%
Anticipos de Clientes	100%	251%	167%
Otros Pasivos Corrientes	100%	106%	1571%
Total de Pasivos Corrientes	100%	64%	99%
Pasivos No Corrientes			
Otras Cuentas y documentos por pagar no corrientes	100%	83%	2%
Pasivo por Impuesto a la Renta diferido	100%	100%	8116%
Pasivos No Corrientes por beneficios a los empleados	100%	143%	7%
Provisiones No Corrientes	100%	0%	800%
Total de Pasivos No Corrientes	100%	88%	0%
Total de Pasivos	100%	76%	49%
Patrimonio			
Capital Suscrito	100%	128%	0%
Reserva Legal	100%	136%	476%
Resultados acumulados	100%	44%	149%
Utilidad del ejercicio	100%	47%	61%
Otros resultados integrales acumulados	100%	83%	409%
Total de Patrimonio	100%	96%	4%
Total de Pasivo + Patrimonio	100%	86%	65%

Ilustración 26 Análisis de Índice Estado de Situación Financiera, Fuente: Propia

Este análisis nos permitió conocer cómo evolucionan los rubros del estado de situación financiera en donde evidencia un mayor porcentaje de efectivo y menores porcentajes de pasivos en el último periodo.

Ratios Financieros

Ratios Financieros					
Tipo de Ratio	Ratio	2019	2020	2021	Explicación
Ratios de Liquidez	Ratio de liquidez o circulante	2.60	3.58	3.21	La empresa al tener un ratio mayor a 1,5 indica que no tiene problemas de liquidez
	Ratio de prueba ácida	2.35	3.14	2.91	La empresa al tener un ratio mayor a 1 indica que puede atender todas sus obligaciones a menos de un año con los activos más líquidos del activo corriente
	Razón de efectivo	1.23	2.11	2.28	La empresa al tener un ratio mayor a 1, cuenta con el efectivo para cubrir la deuda corriente, quedando incluso un excedente.
Ratios de Administración de deuda	Ratio de endeudamiento del activo	0.47	0.41	0.42	La empresa se acerca a un ratio de 0,40 lo que indica posee recursos que pueden aprovecharse mejor.
	Ratio de endeudamiento patrimonial	0.89	0.70	0.71	La empresa al tener un ratio aproximado a 0,70 indica un valor óptimo de cuanto ha invertido el acreedor en Patrimonio
	Ratio de la calidad de la deuda	0.50	0.42	0.50	La proporción de la deuda en la empresa debe ser a largo plazo y esta subiendo poco a corto plazo.
Ratios de Rentabilidad	Rendimiento sobre los Activos	0.14	0.07	0.15	Por cada unidad monetaria la empresa obtiene un retorno de 15 centavos por cada dólar invertido. Por lo que mientras mas elevado este ratio , mejor
	Rendimiento sobre el capital	0.26	0.13	0.25	Este ratio indica el porcentaje de utilidad para los dueños por cada dólar que aportan al capital de la empresa. En este caso sería una utilidad del 25%, mientras mas elevada, mejor.
	Margen de Utilidad Neta	0.08	0.05	0.10	Este ratio indica la utilidad neta por cada dólar de venta, cuenta con un porcentaje del 10% que puede mejorar y brindar mayor beneficio.

Ilustración 27 Ratios Financieros del Proyecto, Fuente: Propia

Gestión de Riesgo

Siguiendo las directrices del PMBOK para identificar y registrar una gestión de riesgos acorde al presente proyecto. Para ello, se elaboró una análisis integral y profundo para poder mitigar y evitar las probables complicaciones que este proyecto pueda generar.

1. Planificación de Riesgos

Para poder realizar el plan de planificación de riesgos se realiza un desglose de los mismo en cuatro diferentes secciones como podemos observar a continuación:



Ilustración 28 Desglose de Riesgos, Elaboración: Propia

Los posibles riesgos que se pueden suscitar en este proyecto van desde el ámbito técnico, organizacional, externo y en la gestión del proyecto. Se procede a etiquetar cada riesgo junto con su ámbito respectivo.

1. Riesgos Técnicos: En esta categoría, se encuentran los riesgos que podrían ocurrir y tener en consideración para mitigarlos en caso de que ocurriese como:

1.1. No contar con los requisitos necesarios para la producción: Este riesgo consiste en que puede darse en el caso de que no tenga los implementos necesarios para realizar la producción de los jabones como: maquinaria adecuada, envases, materiales necesarios para cumplir la demanda, entre otros.

1.2. Falta de Financiamiento: Este riesgo incluye todo el soporte financiero en cuanto a maquinaria e implementos necesarios como: materiales directos e indirectos de producción.

1.3. Desempeño de la maquinaria: Este riesgo implica que la maquinaria que se utilice no cuente con las especificaciones adecuadas o no con un funcionamiento óptimo requerido para la elaboración de los jabones artesanales.

2. Riesgos Externos: En esta categoría de riesgos, se contemplan los factores externos o amenazas del proyecto que podrían generar algún impacto en su desarrollo como:

2.1. Proveedores: Los proveedores juegan un papel muy importante dado que, si algo llegase a afectarles, este proyecto se verá afectado de igual manera. Si los implementos que los proveedores envían se llegan a retrasar o no cumplir con los envíos requeridos, la producción se verá afectada y no se podrá alcanzar los objetivos planteados.

2.2. Clientes: Dentro de este posible riesgo, se contempla que los consumidores puedan optar por otro tipo de productos debido a diversos factores como precio, aromas, calidad, empaque, entre otras variables. Se debe

considerar que es uno de los riesgos que se pueden evitar gracias a un estudio de mercado que indique las preferencias de los consumidores.

2.3. Preferencias del Mercado: Este riesgo podrá ser parecido al anterior. Sin embargo, aquí se contemplan las tendencias que se rigen en el mercado. De igual manera se puede mitigar este posible riesgo mediante una investigación de mercados previo.

2.4. Competencia: Dentro de este riesgo se encuentran los riesgos que se pueden suscitar mediante estrategias que la competencia aplique lo que dificulte obtener una participación de mercado deseada o inclusive entrar al mercado de manera exitosa.

3. Riesgos Organizacionales: Esta categoría de riesgos se trata de las posibles debilidades que podrían suscitarse internamente. Estas debilidades pueden ser:

3.1. Recursos: En este riesgo, se detalla todo tipo de recurso como: humano, tecnológico, físicos (bodegas), entre otros.

3.2. Financiación: Se contempla el riesgo de no contar con el presupuesto mínimo requerido que podría afectar la realización del proyecto por completo.

3.3. Capacitación Necesaria: La capacitación es un factor que debe considerarse debido que no contar con la capacitación necesaria podría hacer que además de afectar al proyecto, afectar la seguridad y bienestar de algún empleado e incurrir en peores escenarios para la organización.

4. Riesgos de la Gestión de Proyectos: En esta última categoría se incluyen los posibles riesgos que podrían ocasionarse a lo largo del proyecto como:

4.1. Planificación: El no contar la planificación adecuada, impedirá que se puedan lograr los objetivos del proyecto. Adicionalmente, de retrasar el proyecto, no tener claro los procesos a seguir y sin conocer quiénes son los responsables y que asignación le toca a cada uno.

4.2. Control: Se debe llevar un buen monitoreo y control en todo momento del proyecto. En caso contrario, se podría gastar más recursos de lo que se tiene, no llegar al tiempo acordado, realizar partes que no estén contempladas dentro del proyecto y bajar la calidad que se exige como mínimo.

4.3. Comunicaciones: En este apartado se incluye que se debe manejar una excelente comunicación con todo el equipo por parte del gerente de proyecto hasta la persona que se encuentra en el nivel más inferior dentro del organigrama dado que cada aporte de cada miembro es fundamental para el desarrollo óptimo del proyecto.

2. Identificación de Riesgos

De igual forma, tomando como guía la plantilla del PMBOK para el registro de la identificación de riesgos obtenemos la siguiente tabla:

Registro de Riesgos					
Nombre del Proyecto: Elaboración de Jabones Artesanales a base de residuos orgánicos de ca					
Nombre del Gerente del proyecto: Roxana García - Leonardo Garzón					
Fecha: 07/09/2022					
Versión: Uno					
Núm.	Descripción del riesgo	Personas responsable	Reserva para contingencias	Categoría	Estatus
1	La empresa no cuente con la maquinaria o implementos adecuados para la producción	Gerente de Producción	\$1,840	Planificación	Cerrado
2	Financiamiento otorgado no es suficiente para que sea ejecutado el proyecto	Gerente Financiero	\$100,000	Planificación	En proceso
3	La maquinaria no sea apropiada para la elaboración de los jabones	Gerente de Producción	\$1,000	Ejecución	En proceso
4	No se pueda ejecutar la producción debido a problemas que puedan surgir por parte de los proveedores	Gerente de Compras		Ejecución	En proceso
5	Los clientes no prefieran adquirir nuestro producto por diversos factores	Gerente de Marketing	\$500	Ejecución	En proceso
6	Las nuevas tendencias del mercado pueden afectar el consumo de nuestro producto	Gerente de Marketing	\$1,500	Inicio	Pendiente
7	Los competidores podrían aplicar estrategias que dificulten adquirir una deseada participación de mercado	Gerente de Marketing	\$2,000	Ejecución	Pendiente
8	La empresa no cuente con los recursos necesarios como bodegas, espacios para la producción, entre otros.	Gerente de Proyecto / Gerente de Producción		Inicio	En proceso
9	Stakeholders no se encuentren interesados en financiar el proyecto	Gerente de Proyecto		Inicio	En proceso
10	El personal asignado no cuente con la capacitación requerida	Gerente de Talento Humano	\$1,800	Planificación	Pendiente
11	No exista una buena administración dentro del proyecto	Gerente de Proyecto		Ejecución	En proceso
12	No se evidencie un control exhaustivo para evitar posibles demoras	Gerente de Proyecto		Ejecución	En proceso
13	No exista una comunicación apropiada con el resto del equipo que conforma el proyecto	Gerente de Proyecto		Ejecución	En proceso

Ilustración 29 Registro de Riesgos, Fuente: Propia

En la fase de identificar riesgos, nos permitió tener en cuenta no sólo los riesgos sino también, quienes son los responsables para poder mitigar dicho riesgo, en el caso de existir alguna reserva de contingencia saber cuánto el presupuesto extra con el que se cuenta. Además de conocer tanto la categoría como el estado de dicho riesgo. Este proceso fue realizado mediante la técnica de lluvia de ideas.

3. Análisis Cualitativo de Riesgos

Este proceso permite saber cuáles riesgos son primordial atender según su nivel de prioridad y de esta manera poder realizar otro análisis y realizar acciones posteriores. En la siguiente tabla observamos el respectivo análisis cualitativo de riesgos:

Análisis Cualitativo de Riesgos								
					Evaluación de los Riesgos			
Nombre del Proyecto: Elaboración de Jabones Artesanales a base de residuos orgánicos de café					Muy alto	9 a 10		
Nombre del Gerente del proyecto: Roxana García - Leonardo Garzón					Alto	7 a 8		
Fecha: 07/09/2022					Medio	5 a 6		
Versión: Uno					Bajo	3 a 4		
					Muy Bajo	1 a 2		
Núm.	Descripción del riesgo	Probabilidad	Impacto	Urgencia	Total	Prioridad	Fase del Proyecto	Análisis Cuantitativo
1	La empresa no cuente con la maquinaria o implementos adecuados para la producción	6	9	8	8	9	Planificación	Sí
2	Financiamiento otorgado no es suficiente para que sea ejecutado el proyecto	7	10	10	9	10	Planificación	Sí
3	La maquinaria no sea apropiada para la elaboración de los jabones	5	8	8	7	9	Ejecución	Sí
4	No se pueda ejecutar la producción debido a problemas que puedan surgir por parte de los proveedores	7	9	9	8	8	Ejecución	Sí
5	Los clientes no prefieran adquirir nuestro producto por diversos factores	8	9	9	9	7	Ejecución	Sí
6	Las nuevas tendencias del mercado pueden afectar el consumo de nuestro producto	8	9	9	9	7	Inicio	Sí
7	Los competidores podrían aplicar estrategias que dificulten adquirir una deseada participación de mercado	7	9	8	8	7	Ejecución	Sí
8	La empresa no cuente con los recursos necesarios como bodegas, espacios para la producción, entre otros.	9	10	10	10	10	Inicio	Sí
9	Stakeholders no se encuentren interesados en financiar en el proyecto	6	10	10	9	10	Inicio	Sí
10	El personal asignado no cuente con la capacitación requerida	5	6	6	6	5	Planificación	Sí
11	No exista una buena administración dentro del proyecto	4	7	7	6	8	Ejecución	Sí
12	No se evidencie un control exhaustivo para evitar posibles demoras	4	6	6	5	6	Ejecución	Sí
13	No exista una comunicación apropiada con el resto del equipo que conforma el proyecto	2	5	6	4	6	Ejecución	Sí

Ilustración 30 Análisis Cualitativo de Riesgos, Fuente: Propia

Para la elaboración de esta tabla se utilizó la técnica de evaluación de probabilidad e impacto de los riesgos en donde se evalúa el impacto, probabilidad de ocurrencia, impacto y urgencia de cada riesgo de manera respectiva. Además, se observa en qué fase del proyecto se puede evitar y poder realizar un análisis cuantitativo de cada riesgo.

4. Análisis Cuantitativo de Riesgos

Para este paso del proceso, se procede a evaluar en términos monetarios de cuál sería el potencial impacto de dichos riesgos en el proyecto.

Adicionalmente, se genera una reserva de contingencias adecuada para cada riesgo como podemos ver en la siguiente tabla:

Análisis Cuantitativo de Riesgos							
						Evaluación de los Riesgos	
Nombre del Proyecto: Elaboración de Jabones Artesanales a base de residuos orgánicos de café						Muy alto	9 a 10
Nombre del Gerente del proyecto: Roxana García - Leonardo Garzón						Alto	7 a 8
Fecha: 07/09/2022						Medio	5 a 6
Versión: Uno						Bajo	3 a 4
						Muy Bajo	1 a 2
Núm.	Descripción del riesgo	Probabilidad	Impacto	Urgencia	Criticidad	Costo Estimado	Reserva de Contingencias
1	La empresa no cuenta con la maquinaria o implementos adecuados para la producción	60.00%	90.00%	80.00%	76.67%	\$ 1,100.00	\$843.33
2	Financiamiento otorgado no es suficiente para que sea ejecutado el proyecto	70.00%	100.00%	100.00%	90.00%	\$ 120,000.00	\$108,000.00
3	La maquinaria no sea apropiada para la elaboración de los jabones	50.00%	80.00%	80.00%	70.00%	\$ 800.00	\$560.00
4	No se pueda ejecutar la producción debido a problemas que puedan surgir por parte de los proveedores	70.00%	90.00%	90.00%	83.33%	\$ -	\$0.00
5	Los clientes no prefieran adquirir nuestro producto por diversos factores	80.00%	90.00%	90.00%	86.67%	\$ 600.00	\$520.00
6	Las nuevas tendencias del mercado pueden afectar el consumo de nuestro producto	80.00%	90.00%	90.00%	86.67%	\$ 2,400.00	\$2,080.00
7	Los competidores podrían aplicar estrategias que dificulten adquirir una deseada participación de mercado	70.00%	90.00%	80.00%	80.00%	\$ 1,500.00	\$1,200.00
8	La empresa no cuenta con los recursos necesarios como bodegas, espacios para la producción, entre otros.	90.00%	100.00%	100.00%	96.67%	\$ 800.00	\$773.33
9	Stakeholders no se encuentren interesados en financiar el proyecto	60.00%	100.00%	100.00%	86.67%	\$ -	\$0.00
10	El personal asignado no cuenta con la capacitación requerida	50.00%	60.00%	60.00%	56.67%	\$ 1,800.00	\$1,020.00
11	No exista una buena administración dentro del proyecto	40.00%	70.00%	70.00%	60.00%	\$ -	\$0.00
12	No se evidencie un control exhaustivo para evitar posibles demoras	40.00%	60.00%	60.00%	53.33%	\$ -	\$0.00
13	No exista una comunicación apropiada con el resto del equipo que conforma el proyecto	20.00%	50.00%	60.00%	43.33%	\$ -	\$0.00

Ilustración 31 Análisis Cuantitativo de Riesgos, Fuente: Propia

Se obtuvo un análisis probabilístico del proyecto en dónde se realizó la cuantificación de las reservas de contingencia de costo mediante las

tolerancias del riesgo. En este análisis, se evidencia la criticidad que implica cada riesgo en el proyecto junto con el costo estimado que permite conocer la reserva de contingencia esperada.

5. Planificar la respuesta a los riesgos

En esta fase del proceso se procede desarrollar acciones y opciones que permitan mitigar y evitar los posibles riesgos. Permite incluir una persona responsable, la cual debe asumir la responsabilidad por cada riesgo asignado a esa persona. Podemos visualizar la siguiente tabla:

Plan de Mitigación						
					Evaluación de los Riesgos	
Nombre del Proyecto: Elaboración de Jabones Artesanales a base de residuos orgánicos de café					Muy alto	9 a 10
Nombre del Gerente del proyecto: Roxana García - Leonardo Garzón					Alto	7 a 8
Fecha: 07/09/2022					Medio	5 a 6
Versión: Uno					Bajo	3 a 4
					Muy Bajo	1 a 2
Núm.	Descripción del riesgo	Persona Responsable	Plan Primario	Plan Alternativo	Estatus	Comentarios
1	La empresa no cuente con la maquinaria o implementos adecuados para la producción	Gerente de Producción	Realizar una valoración a fondo del proceso productivo	Proceso continuo de mejora luego de cada ciclo de producción	En proceso	
2	Financiamiento otorgado no es suficiente para que sea ejecutado el proyecto	Gerente Financiero	Contar con fuentes secundarias de financiamiento como prestamos a largo plazo por Instituciones Financieras	Buscar financiamiento mediante venta de acciones de la empresa	Cerrado	
3	La maquinaria no sea apropiada para la elaboración de los jabones	Gerente de Producción	Buscar la maquinaria apropiada en base a las especificaciones de la producción	Buscar otro tipo de maquinaria pero con las especificaciones correctas	Cerrado	
4	No se pueda ejecutar la producción debido a problemas que puedan surgir por parte de los proveedores	Gerente de Compras	Tener disponible varias opciones de proveedores	Realizar tercerización de productos con la competencia.	En proceso	
5	Los clientes no prefieran adquirir nuestro producto por diversos factores	Gerente de Marketing	Realizar encuestas para validar preferencias de los clientes	Aplicar estrategias de marketing operativas	Cerrado	
6	Las nuevas tendencias del mercado pueden afectar el consumo de nuestro producto	Gerente de Marketing	Realizar una previa investigación de mercado	Ajustar el producto a las nuevas tendencias de mercado	Cerrado	
7	Los competidores podrían aplicar estrategias que dificulten adquirir una deseada participación de mercado	Gerente de Marketing	Realizar un análisis externo previo	Responder a las tácticas de la competencia con nuevas estrategias	En proceso	
8	La empresa no cuente con los recursos necesarios como bodegas, espacios para la producción, entre otros.	Gerente de Proyecto / Gerente de Producción	Hacer un análisis previo del almacenamiento logístico de la empresa	Adecuar un nuevo espacio necesario para la producción	Pendiente	
9	Stakeholders no se encuentren interesados en financiar el proyecto	Gerente de Proyecto	Persuadir a los Stakeholders mediante los beneficios que este proyecto generará	Convencer a los interesados junto con los responsables del proyecto para su realización	Cerrado	
10	El personal asignado no cuente con la capacitación requerida	Gerente de Talento Humano	Capacitar al personal desde el comienzo	Contratar previamente a personal con experiencia en la industria para instruir al personal	En proceso	
11	No exista una buena administración dentro del proyecto	Gerente de Proyecto	Asignar como Gerente de Proyecto a una persona con experiencia en la industria	Escoger un Gerente de proyecto con las características apropiadas de un líder	Cerrado	
12	No se evidencie un control exhaustivo para evitar posibles demoras	Gerente de Proyecto	Establecer un control periódico sobre la producción	Asignar una persona encargada para el constante monitoreo de la calidad del proceso	En proceso	
13	No exista una comunicación apropiada con el resto del equipo que conforma el proyecto	Gerente de Proyecto	Contar con un canal de comunicación oficial	Definir cabalmente las funciones de cada departamento para mejorar la comunicación inmediata	Cerrado	

Ilustración 32 Plan de Mitigación de Riesgos

Para realizar esta tabla, se utilizó la herramienta de mitigación que nos permite tener en consideración un plan original o primario y un plan de contingencia en el caso que el plan primario no llegue a funcionar. Esto nos permite minimizar el riesgo posible y tener en cuenta diversas soluciones para cada riesgo posible en cada una de las etapas que se consideraron.

Resumen:

Después de realizar el análisis correspondiente se determinó que dentro del proyecto existen 13 posibles riesgos haciendo referencia a la parte técnica, externa, organizacional y de gestión de los mismo, sin embargo, para cada uno de estos se buscó las medidas necesarias ya sea para mitigarlos o minimizar su impacto dentro del proyecto en el caso de llegarse a desarrollar.

El análisis de la gestión de riesgos permitió evidenciar que las situaciones como las siguientes deben considerarse para minimizar los mayores riesgos en el proyecto:

- Hacer un análisis previo del almacenamiento logístico de la empresa para evitar que la empresa no cuente con los recursos necesarios como bodegas, espacios para la producción, entre otros.
- Contar con fuentes secundarias de financiamiento como préstamos a largo plazo por Instituciones Financieras en el caso del financiamiento otorgado no sea suficiente para que sea ejecutado el proyecto.
- Realizar una previa investigación de mercado por si las nuevas tendencias del mercado pueden afectar el consumo de nuestro producto.
- Asignar como Gerente de Proyecto a una persona con experiencia en la industria para mitigar un escenario donde no exista una buena administración dentro del proyecto.

Siendo estos algunos de los procesos dentro del proyecto donde podrían surgir mayores irregularidades o turbulencia dentro del mismo, contar un plan de

riesgos nos permite disminuir la incertidumbre que lo envuelve al ser un proyecto de inversión, en conclusión, a pesar de que llevar a cabo el proyecto implique riesgos, se pueden realizar o contar con acciones correctivas para minimizar el impacto que estos tengan dentro del proyecto para que no afecte a las proyecciones generadas del mismo.

CAPÍTULO 4

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Durante la fase de definir la situación actual de los residuos, posterior de realizar las encuestas, se evidenció que no se implementa una ejecución de gestión de residuos apropiada dentro de la industria. Lo que indica que existe gran parte de residuos orgánicos que no se utiliza ni se aprovecha.

Adicionalmente, luego de realizar el prototipo del producto se encontró que no existe una propuesta para utilizar como materia prima un residuo orgánico de café dentro de la elaboración de algún producto comercial.

Posterior de realizar el modelo canvas y el plan estratégico, permitió identificar que ejecutar un proyecto que incluya una economía circular, será beneficioso para aprovechar al máximo material y generar ingresos adicionales.

Mediante el análisis financiero y la gestión de riesgos, se determinó que la elaboración de jabones artesanales es factible puesto que generará utilidades y beneficios tanto a la compañía que lo implemente como a la sociedad donde produzca permitiendo reducir en un 12% la cantidad de desechos orgánicos en la ciudad de Guayaquil.

Recomendaciones

La creación de los jabones artesanales es un proceso que elaborado a cabalidad puede producir excelentes resultados, por ende, es recomendable una capacitación adecuada sobre la elaboración de estos.

La propuesta presentada dentro de este proyecto es ideal para ser implementada por alguna cadena de cafeterías ya que cuenta con la materia prima principal para la elaboración de este producto, que en el caso de adoptarlo les brindaría un mayor estatus con respecto a la responsabilidad social y medioambiental ya que no solo estarían creando nuevas fuentes de empleo, estimulando y promoviendo la economía circular, sino que estarían reduciendo el impacto que estos residuos puedan generar.

La metodología *Lean Startup* les permite a las empresas crear, medir y aprender en un círculo constante lo cual las lleva a innovar y permanecer en constante capacitación sobre el producto ofertado por ende es recomendable que esta esté implementada dentro de la misma.

Tomar en consideración las propuestas obtenidas dentro del plan de gestión de riesgo puesto que se podrían evitar y mitigar situaciones que puedan llegar a ocurrir, de esta forma, sus consecuencias podrían tener un mínimo impacto tanto dentro de la producción como de los beneficios podrían generarse.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

Algumedo, C. (02 de 05 de 2020). *Elaboracion de jabones artesanales con aceite usado.*

<https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/6059/Elaboraci%C3%B3n%20de%20jabones%20artesanales%20con%20aceite%20usado.pdf?sequence=1&isAllowed=yx1>

Americas Society/Council of the Americas. (2022). *ECUADOR CAE UNA POSICIÓN EN EL ÍNDICE DE CAPACIDAD PARA COMBATIR LA CORRUPCIÓN.*

Fundación Ciudadanía y Desarrollo:

<https://www.ciudadaniaydesarrollo.org/projects/indice-de-capacidad-para-combatir-la-corrupcion-2022/>

ANECAFE. (2021). *REPORTE ESTADÍSTICO DE LAS EXPORTACIONES DE CAFÉ.*

www.anecafe.org.ec: <https://www.anecafe.org.ec/wp-content/uploads/ANALISIS-ANECAFE-2021.pdf>

Banco Central del Ecuador. (30 de Junio de 2022). *ECUADOR REGISTRÓ UN CRECIMIENTO INTERANUAL DE 3,8% EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2022.*

<https://www.bce.fin.ec/>: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1514-ecuador-registro-un-crecimiento-interanual-de-3-8-en-el-primer-trimestre-de-2022#:~:text=Boletines%20de%20prensa,%Ecuador%20registr%C3%B3%20un%20crecimiento%20interanual%20de%203%2C8%2>

Castillo Vergara, M., & Alvarez Marin, A. (01 de 12 de 2014). *Scielo*.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1815-59362014000300006&script=sci_arttext&tlng=pt

El Comercio. (12 de Julio de 2022). *Ecuador superó las 2 000 muertes violentas hasta junio 2022*. El Comercio:

<https://www.elcomercio.com/actualidad/seguridad/ecuador-supero-muertes-violentas-junio.html>

El Universo. (30 de Diciembre de 2020). *Ecuador genera 375 mil toneladas de residuos sólidos urbanos al año, pero solo recicla el 4% de estos desechos*. El Universo:

<https://www.eluniverso.com/noticias/2020/12/30/nota/9111586/ecuador-genera-375-mil-toneladas-residuos-solidos-urbanos-ano-solo/>

El Universo. (5 de Agosto de 2022). *Así están las cifras de la inseguridad en el primer semestre del 2022 comparadas con los tres años previos*. El Universo:

<https://www.eluniverso.com/noticias/seguridad/asi-estan-las-cifras-de-la-inseguridad-en-el-primer-semester-del-2022-comparadas-con-los-tres-anos-previos-nota/>

Fernández LLamas, F. J., & Fernández Rodríguez, J. C. (2018). La metodología Lean Startup: desarrollo y aplicación para el emprendimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(84), 79-95.

Forum Cultural del Café. (2020). EL CAFÉ EN ECUADOR. *Forum Cafe*, 6-8.

Garzón, K. M. (2014). *Estudio de Caso de Sweet & Coffee y sus factores determinantes de éxito o fracaso en su proceso de desarrollo de Microempresa, a Pequeña, Mediana Empresa (MIPYMES) a Gran Empresa, en Guayaquil- Ecuador* .

Repositorio Universidad Católica Santiago de Guayaquil:

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2010/1/T-UCSG-PRE-ECO-GES-84.pdf>

Herrera, D. C. (02 de 04 de 2016). Cooperativismo y Desarrollo:

<https://revistas.ucc.edu.co/index.php/co/article/view/1252/1439>

INEC. (Diciembre de 2011). *Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE*

2011. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/>:

[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf)

[inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf)

[220_NSE_Presentacion.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf)

INEC. (Junio de 2021). *Registro Estadístico de Defunciones Generales*. INEC:

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/defunciones-generales/>

INEC. (22 de Febrero de 2022). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y*

Subempleo (ENEMDU), enero 2022. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/>:

[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2022/Enero-2022/202201_Boletin_empleo.pdf)

[inec/EMPLEO/2022/Enero-2022/202201_Boletin_empleo.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2022/Enero-2022/202201_Boletin_empleo.pdf)

INEC. (Junio de 2022). *Índice de Precios al Consumidor (IPC)*.

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/>:

[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2022/Junio-](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2022/Junio-2022/01%20ipc%20Presentacion_IPC_jun2022.pdf)

[2022/01%20ipc%20Presentacion_IPC_jun2022.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2022/Junio-2022/01%20ipc%20Presentacion_IPC_jun2022.pdf)

Jimena, V., Nunez, K., Oliva, M., Pichilingue, J., & Ruiz, P. (17 de Noviembre de 2018).

Diseno del proceso productivo de jabon artesanal a base de casacarilla de cacao. Universidad de Piura:

https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3835/PYT_Informe_Final_Proyecto_JABONCACAO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Machado, J. (18 de Julio de 2022). *Ecuador supera los 18 millones de habitantes, según el INEC*. Primicias: <https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/ecuador-habitantes-millones-inec/>

Martinez. (15 de 09 de 2015). *Finanzas Analisis Financiero*. Academia: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53476755/analisis_vertical_y_financiero-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1657009732&Signature=foH3QEB0upcr82Ze1qvlzgmT9CHBYsPty8LuoTLsb6L~qurXy69P1sba3SMtkl1o-zfVXKchysNUXRLdzvLRPKJNHMxmYXOMrV~Xh0iBa--2f1Bs6-ehLrdxzs1gc

Ministerio de Economía y Finanzas. (30 de Junio de 2022). *Boletín de Deuda Pública y otras obligaciones del SPNF y la Seguridad Social / PIB*. <https://www.finanzas.gob.ec/>: <https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/08/Boleti%CC%81n-Junio-2022.pdf>

Ministerio de Educación . (2022). *Estadísticas educativas-Datos Abiertos*. <https://educacion.gob.ec/>: <https://educacion.gob.ec/datos-abiertos/>

Muñoz, E. (2019). *ESTRUCTURA DEL ESTADO ECUATORIANO*. StuDocu: <https://www.studocu.com/ec/document/universidad-de-cuenca/derecho-civil/estructura-del-estado-ecuadoriano/5752391>

Narvaez Rosero, M. d. (23 de 07 de 2014). *Gestión de riesgos en la fase de diseño para proyectos de construcción utilizando la guía PMBOK*. Universidad Militar de Nueva Granada: <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/11555>

Organización Internacional de Café. (Abril de 2022). *www.ico.org*. Informe del Mercado del Café Abril 2022: <https://www.ico.org/documents/cy2021-22/cmr-0422-c.pdf>

- Piedra, L. (6 de Enero de 2022). *Reto para el 2022: una política pública educativa que no agudice ni perpetúe la desigualdad social*. Periodismo de Investigación: <https://periodismodeinvestigacion.com/2022/01/06/politica-publica-educativa/>
- Political Database of the Americas. (17 de Noviembre de 2009). *Republica del Ecuador, Cronología de Presidentes*. <https://pdba.georgetown.edu/>:
<https://pdba.georgetown.edu/Executive/Ecuador/pres.html>
- Ries, E. (2012). *El Método Lean StartUp*. Barcelona: Deusto.
- Rojas, J. L. (10 de 11 de 2016). Procedimiento para la elaboracion de una analisis FODA como herramienta de planeacion estrategica en las empresas: <http://148.202.167.116:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1214/Procedimiento%20para%20la%20elaboraci%C3%B3n%20de%20un%20an%C3%A1lisis%20FODA%20como%20una%20herramienta%20de%20planeaci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica%20en%20las%20empresas.pdf?sequence=1&isAll>
- Secretaria Nacional de Planificación. (2021). *Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025*. <https://observatorioplanificacion.cepal.org/>:
https://observatorioplanificacion.cepal.org/sites/default/files/plan/files/Plan-de-Creaci%C3%B3n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado_compressed.pdf
- Sweet and Coffee. (s.f.). *Nosotros*. Sweet and Coffee: <https://www.sweetandcoffee.com.ec/acerca-de-nosotros/>
- Tapia, E. (14 de Julio de 2022). *El riesgo país subió a 1.488 puntos a un mes del paro nacional*. Primicias: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/riesgo-pais-subio-paro-julio/>

- Tingo Proaño, E., & Acosta, R. (2021). Utilización de Residuos de Café Tostado y Molido como Bioadsorbente para la Remoción de Arsénico (V) en Agua. *Quimica Central*, 49-59.
- Torres, W. (7 de Diciembre de 2021). *Gobierno dice que Presupuesto 2022 entra en vigencia por ministerio de la ley*. Primicias:
<https://www.primicias.ec/noticias/economia/observaciones-asamblea-proforma-presupuestaria-ecuador/>
- Vasconez, A. M. (2020). *Extracción de compuestos antioxidantes de la cascarilla del café (caffea spp.)*. Quito, Ecuador: Facultad de Ingeniería y Ciencias Aplicada, UDLA.

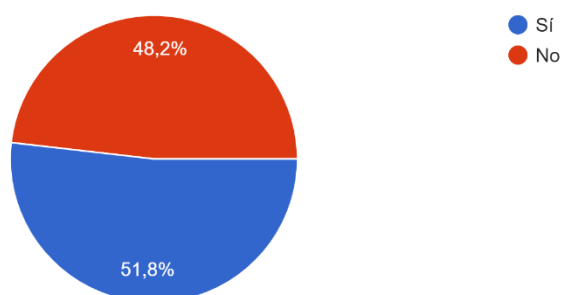
ANEXOS

ANEXO A

Estudio de Mercado

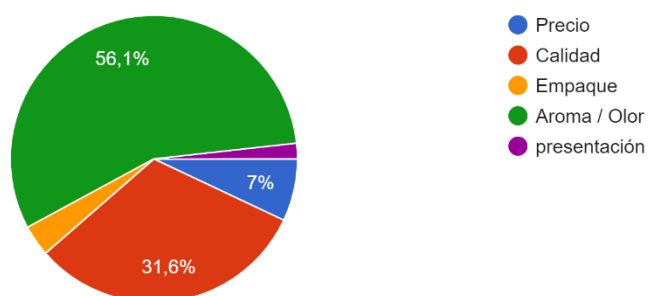
¿Alguna vez ha adquirido un jabón artesanal?

110 respuestas



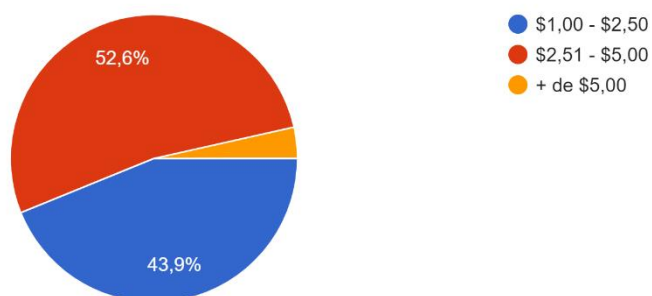
¿Qué atributo es el que más le llama la atención al momento de comprar un jabón artesanal?

57 respuestas



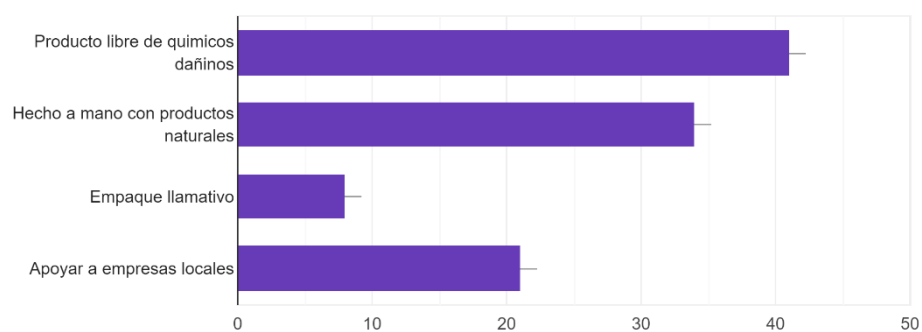
¿Qué rango de precios estaría dispuesto a pagar por un jabón artesanal?

57 respuestas



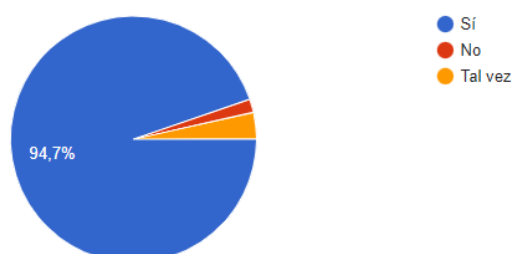
¿Cuál sería la razón que motivaría adquirir un jabón artesanal?. Puede marcar más de una opción

57 respuestas



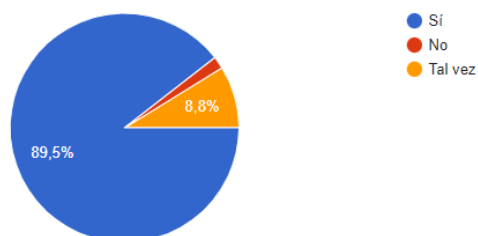
¿Estaría dispuesto a adquirir un jabón artesanal, si supiera que éste se encuentra elaborado a base de residuos de un fruto y contribuye de manera positiva al medio ambiente y cuenta propiedades que benefician a la piel?

57 respuestas



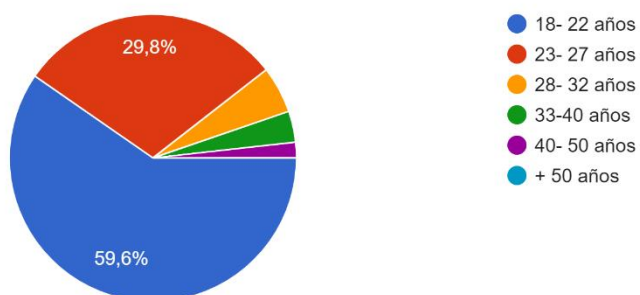
El café es un producto antioxidante que cuenta con propiedades para la piel como: Anti-inflamatorias, hidratación, eliminación de células muertas puesto que puede ser utilizado como exfoliante, entre otras. ¿Estaría usted de acuerdo en usar este fruto como elemento principal del jabón artesanal ?

57 respuestas



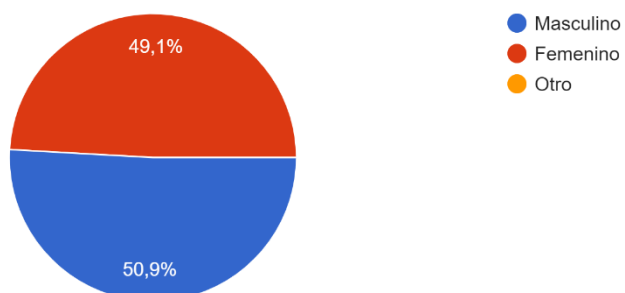
Edad

57 respuestas



Sexo

57 respuestas



Anexo B

Estado de Resultado Integral Dulce y Café 2019

DULCAFE S.A.	
Estados de Resultado Integral	
De Enero a Diciembre del 2019	
Dolares Americanos	
Ingresos	
Ventas Locales	\$ 41,858,549.69
Prestaciones Locales de Servicio	\$ 204,257.24
Otros Ingresos	\$ 1,007,286.68
Total de Ingresos	\$ 43,070,093.61
Gastos	
Costo de Venta	\$ 16,829,906.22
Gasto de Beneficios a los empleados y honorarios	\$ 12,761,785.31
Gasto por Depreciaciones	\$ 2,321,099.85
Gasto por Amortizaciones	\$ 298,992.60
Gasto de Provisiones	\$ 240,012.21
Otros Gastos	\$ 2,879,523.77
Gastos Operacionales de regalías y similares	\$ 1,537,945.06
Gastos Financieros	\$ 869,958.98
Total de Gastos	\$ 37,739,224.00
Utilidad del Ejercicio	\$ 5,330,869.61

Anexo C

Estado de Situación Financiera Dulce y Café 2019

Estado de Situación Financiera 2019			
Activos		Pasivos	
Activos Corrientes		Pasivos Corrientes	
Efectivo y equivalente del efectivo	\$ 6,967,234.16	Cuentas y documentos por pagar Corrientes	\$ 1,986,372.28
Cuentas y documentos por cobrar comerciales corrientes	\$ 692,127.14	Otras Cuentas y documentos por pagar	\$ 773,518.95
Otras Cuentas y documentos por cobrar corrientes	\$ 4,782,422.62	Impuesto a la renta por pagar	\$ 867,793.99
Inventarios	\$ 1,447,442.21	Pasivos Corrientes por beneficios a empleados	\$ 1,989,588.94
Arrendos pagados por anticipados	\$ 79,625.00	Anticipos de Clientes	\$ 21,737.02
Seguro pagado por anticipado	\$ 28,675.67	Otros Pasivos Corrientes	\$ 12,332.15
Otros Activos Corrientes	\$ 703,105.20	Total de Pasivos Corrientes	\$ 5,651,343.33
Total de Activos Corrientes	\$ 14,700,632.00	Pasivos No Corrientes	
Activos No Corrientes		Otras Cuentas y documentos por pagar no corrientes	\$ 4,766,779.72
Propiedad, Planta y Equipo	\$ 16,539,496.64	Pasivo por Impuesto a la Renta diferido	\$ 51,861.88
(-) Depreciación de Propiedades, Planta y Equipo	\$ (7,340,208.56)	Pasivos No Corrientes por beneficios a los empleados	\$ 724,961.09
Activos por Impuestos Diferidos	\$ 113,955.29	Provisiones No Corrientes	\$ 160,008.14
Otros Activos No Corrientes	\$ 169,370.77	Total de Pasivos No Corrientes	\$ 5,703,610.83
Total de Activos No Corrientes	\$ 9,482,614.14	Total de Pasivos	\$ 11,354,954.16
Total de Activos	\$ 24,183,246.14	Patrimonio	
		Capital Suscrito	\$ 5,646,200.00
		Reserva Legal	\$ 1,523,699.89
		Resultados acumulados	\$ 1,388,023.99
		Utilidad del ejercicio	\$ 3,306,961.01
		Otros resultados integrales acumulados	\$ 963,407.09
		Total de Patrimonio	\$ 12,828,291.98
		Total de Pasivo + Patrimonio	\$ 24,183,246.14

Anexo F

Estado de Resultado Integral Dulce y Café 2021

DULCAFE S.A.	
Estados de Resultado Integral	
De Enero a Diciembre del 2021	
Dolares Americanos	
Ingresos	
Ventas Locales	\$ 40,838,306.06
Prestaciones Locales de Servicio	\$ 231,908.79
Otros Ingresos	\$ 1,433,103.26
Total de Ingresos	\$ 42,503,318.11
Gastos	
Costo de Venta	\$ 13,892,089.17
Gasto de Beneficios a los empleados y honorarios	\$ 11,420,098.32
Gasto por Depreciaciones	\$ 769,419.65
Gasto por Amortizaciones	\$ 1,811,410.58
Gasto de Provisiones	\$ -
Otros Gastos	\$ 5,273,955.98
Gastos Operacionales de regalías y similares	\$ 2,363,117.61
Gastos Financieros	\$ 831,751.25
Total de Gastos	\$ 36,361,842.56
Utilidad del Ejercicio	\$ 6,141,475.55

Anexo G

Estado de Situación Financiera Dulce y Café

DULCAFE S.A.			
Estados de Resultado Integral			
De Enero a Diciembre del 2020			
Dolares Americanos			
Activos		Pasivos	
Activos Corrientes		Pasivos Corrientes	
Efectivo y equivalente del efectivo	\$ 12,830,855.70	Cuentas y documentos por pagar Corrientes	\$ 1,971,281.80
Cuentas y documentos por cobrar comerciales cor	\$ 18,246.08	Otras Cuentas y documentos por pagar	\$ 524,089.97
Otras Cuentas y documentos por cobrar corrientes	\$ 2,563,607.25	Impuesto a la renta por pagar	\$ 979,500.23
Inventarios	\$ 1,675,691.32	Pasivos Corrientes por beneficios a empleados	\$ 1,913,738.97
Arrendos pagados por anticipados	\$ 29,638.29	Anticipos de Clientes	\$ 36,269.99
Seguro pagado por anticipado	\$ 934,524.21	Otros Pasivos Corrientes	\$ 193,713.75
Otros Activos Corrientes	\$ -	Total de Pasivos Corrientes	\$ 5,618,594.71
Total de Activos Corrientes	\$ 18,052,562.85	Pasivos No Corrientes	
Activos No Corrientes		Otras Cuentas y documentos por pagar no corrientes	\$ 80,004.07
Propiedad, Planta y Equipo	\$ 12,085,792.25	Otros Pasivos Financieros no Corrientes	\$ 4,209,195.32
(-) Depreciación de Propiedades, Planta y Equipo	\$ (7,539,673.34)	Pasivo por Impuesto a la Renta diferido	\$ 51,861.88
Activos Intangibles	\$ 4,003,705.74	Pasivos No Corrientes por beneficios a los empleados	\$ 1,279,508.16
Activos por Impuestos Diferidos	\$ 213,560.68	Provisiones No Corrientes	\$ -
Otros Activos No Corrientes	\$ 254,193.19	Total de Pasivos No Corrientes	\$ 5,620,569.43
Total de Activos No Corrientes	\$ 9,017,578.52	Total de Pasivos	\$ 11,239,164.14
Total de Activos	\$ 27,070,141.37	Patrimonio	
		Capital Suscrito	\$ 7,246,200.00
		Reserva Legal	\$ 2,073,348.53
		Resultados acumulados	\$ 2,027,821.37
		Utilidad del ejercicio	\$ 3,943,613.81
		Otros resultados integrales acumulados	\$ 539,993.52
		Total de Patrimonio	\$ 15,830,977.23
		Total de Pasivo + Patrimonio	\$ 27,070,141.37