

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA
Y COMERCIALIZADORA DE JABONES CORPORALES CON ENFOQUE DE
SOSTENIBILIDAD.



Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

Brian Camilo Riaño Urrego

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Tolima y Magdalena Medio

Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

Noviembre de 2021

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA
Y COMERCIALIZADORA DE JABONES CORPORALES CON ENFOQUE DE
SOSTENIBILIDAD.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de
jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

Brian Camilo Riaño Urrego

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Especialista en
Gerencia de Proyectos

Asesor(a)

Adrián Camilo González López

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Virtual y a Distancia

Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

Agosto de 2021

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JABONES CORPORALES CON ENFOQUE DE SOSTENIBILIDAD.

Contenido

Lista de tablas	10
Lista de figuras.....	12
Resumen.....	15
Abstract.....	17
Introducción	18
1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	20
1.1 Descripción del problema.....	22
1.1.1 Diagrama de Ishikawa.....	24
1.1.2 Análisis del diagrama de Ishikawa	25
2 OBJETIVOS.....	27
2.1 Objetivo general	27
2.2 Objetivos específicos.....	27
3 JUSTIFICACIÓN.....	28
4 ESTUDIO DE MERCADO.....	30
4.1 Descripción del producto	30
4.1.1 Atributos	30
4.1.2 Beneficios	31
4.1.3 Clasificación	31

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JABONES CORPORALES CON ENFOQUE DE SOSTENIBILIDAD.

4.1.4	Asignación de la marca	32
4.1.5	Presentación	33
4.1.6	Etiquetado	37
4.1.7	Servicio de apoyo.....	37
4.1.8	Ficha técnica del producto	38
4.2	Descripción del sector económico donde se enmarca el proyecto	40
4.2.1	Sector y generalidades del sector	40
4.2.2	Estadísticas del sector	40
4.2.3	Estructura del mercado	42
4.3	Estructura del mercado local donde se ubica el proyecto	42
4.3.1	Ubicación y zona de influencia	42
4.3.2	Mercado proveedor	44
4.3.3	Mercado distribuidor.....	48
4.4	Análisis de la oferta.....	50
4.4.1	Factores determinantes de la oferta.....	50
4.4.2	Matriz de competidores.....	51
4.4.3	Identificación de productos sustitutos y productos complementarios	57
4.5	Análisis de la demanda.....	59
4.5.1	Mercado objetivo	60

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JABONES CORPORALES CON ENFOQUE DE SOSTENIBILIDAD.

4.5.2	Perfil del consumidor	61
4.5.3	Proyección de demanda potencial a 5 años.....	61
4.5.4	Proyección de ventas a 5 años	63
4.6	Precio.....	63
4.6.1	Precio de venta de la competencia	63
4.6.2	Costo de producción unitario	65
4.6.3	Costo de producción total	65
4.6.4	Precio de venta validado en el mercado (resultados encuesta)	66
4.6.5	Asignación de precio.....	67
4.6.6	Punto de equilibrio.....	67
4.7	Promoción y distribución	68
4.7.1	Canales de comunicación.....	68
4.7.2	Fuerza de ventas.....	68
4.7.3	Estrategia publicitaria	69
4.7.4	Canales de distribución	72
4.8	De la encuesta.....	73
4.8.1	De la construcción del instrumento.....	73
4.8.2	De la validación del instrumento	75
4.8.3	De la población total y la muestra.....	75

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JABONES CORPORALES CON ENFOQUE DE SOSTENIBILIDAD.

4.8.4	Resultados	77
4.8.5	Análisis de la información y conclusiones.....	98
5	ESTUDIO TÉCNICO.....	100
5.1	Localización del proyecto	100
5.1.1	Macro localización.....	100
5.1.2	Micro localización	102
5.2	Proceso de producción	107
5.2.1	Descripción del proceso de producción	107
5.2.2	Diagrama de flujo proceso de producción	108
5.2.3	Tecnología para el desarrollo del proyecto	109
5.2.4	Descripción de personal para el proceso de producción	116
5.2.5	De la planta	117
5.2.6	Control de calidad y seguridad industrial	121
5.2.7	Resumen de la inversión necesaria para la puesta en marcha.....	122
6	ESTUDIO ADMINISTRATIVO – ORGANIZACIONAL	127
6.1	Identificación de la organización	127
6.1.1	Nombre	127
6.1.2	Slogan	127
6.1.3	Logotipo.....	128

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JABONES CORPORALES CON ENFOQUE DE SOSTENIBILIDAD.

6.2	Planeación estratégica	128
6.2.1	Misión	128
6.2.2	Visión.....	129
6.2.3	Valores organizacionales	130
6.2.4	Objetivos organizacionales	131
6.2.5	Políticas organizacionales	132
6.3	Estructura organizacional	133
6.3.1	Organigrama	133
6.3.2	Marco legal de vinculación	135
6.4	Inversión en adecuación administrativa	138
6.5	De la constitución de la sociedad	139
6.5.1	Acta de constitución y estatutos de la sociedad	139
6.5.2	Costos de constitución	139
7	ESTUDIO LEGAL	140
7.1	Legislación que afecta al proyecto por su ubicación.....	140
7.2	Legislación que afecta el desarrollo y/o venta del producto	140
7.3	Legislación que afecta los procesos de contratación y vinculación laboral según el proyecto	140
7.4	Legislación tributaria que afecta el proyecto.	141
8	ESTUDIO AMBIENTAL.....	143

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JABONES CORPORALES CON ENFOQUE DE SOSTENIBILIDAD.

9	ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO.....	145
9.1	Definición de inversiones diferidas.....	145
9.2	Definición de inversiones fijas.....	146
9.3	Estructura de capital.....	148
9.3.1	Recursos propios.....	148
9.3.2	Recursos con terceros.....	148
9.4	Proyección de presupuestos a 5 años.....	149
9.4.1	Presupuesto de ventas.....	149
9.4.2	Presupuesto de producción.....	149
9.4.3	Presupuesto de gastos operacionales, no operacionales e ingresos no operacionales	150
9.5	Proyección de estados financieros a 5 años.....	151
9.5.1	Estado de situación financiera.....	151
9.5.2	Estado de resultados.....	151
9.6	Proyección de flujo de caja a 5 años.....	152
10	EVAFINANCIERA DEL PROYECTO.....	153
10.1	Presentación de indicadores financieros de liquidez y rentabilidad.....	154
10.2	Evaluación financiera - Valor Presente Neto y TIR.....	154
10.2.1	Determinación de la tasa de oportunidad.....	154
10.2.2	Cálculo de la Tasa Interna de Retorno.....	155

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA
Y COMERCIALIZADORA DE JABONES CORPORALES CON ENFOQUE DE
SOSTENIBILIDAD.

11	CONCLUSIONES	156
	Referencias.....	157

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JABONES CORPORALES CON ENFOQUE DE SOSTENIBILIDAD.

Lista de tablas

Tabla 1 Matriz de precios de materias primas Nut Productos	44
Tabla 2 Factores limitantes	51
Tabla 3 Caracterización de competidores	52
Tabla 4 Proyección de demanda potencial a 5 años	62
Tabla 5 Proyección de ventas a 5 años	63
Tabla 6 Precio de venta de la competencia	64
Tabla 7 Costo de producción total	65
Tabla 8 Punto de equilibrio	67
Tabla 9 Publicidad y promoción.	70
Tabla 10 Preguntas del instrumento de recolección de datos	74
Tabla 11 Factores de localización.	101
Tabla 12 Ponderación de factores de localización.	104
Tabla 13 Análisis de factores de localización.	105
Tabla 14 Clasificación de localización	106
Tabla 15 Materias primas.....	110
Tabla 16 Insumos	113
Tabla 17 Materiales.....	114
Tabla 18 Tecnología	115
Tabla 19 Mano de obra	117
Tabla 20 Áreas de las dependencias.	119
Tabla 21 Inversión de maquinaria.....	122
Tabla 22 Resumen de Inversión.....	124

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JABONES CORPORALES CON ENFOQUE DE SOSTENIBILIDAD.

Tabla 23 Costos de constitución	139
Tabla 24 Evaluación ambiental del proyecto NUT PRODUCTOS	143
Tabla 25 Inversiones diferidas	145
Tabla 26 Inversiones fijas	146
Tabla 27 Resumen inversiones y costos	148
Tabla 28 Resumen de costos e ingresos por año.....	149
Tabla 29 Presupuesto de producción	150
Tabla 30 Presupuesto de gastos	150
Tabla 31 Estados financieros a 5 años	151
Tabla 32 Estado de resultados.....	151
Tabla 33 Flujo de caja 5 años	153
Tabla 34 Relación Costo Beneficio	154
Tabla 35 Calculo de VPN	155

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JABONES CORPORALES CON ENFOQUE DE SOSTENIBILIDAD.

Lista de figuras

Figura 1 Diagrama de Ishikawa.	24
Figura 2 Logotipo NUT	33
Figura 3 Diseño jabón NUT PRODUCTOS.....	34
Figura 4 Empaque jabones NUT PRODUCTOS.....	36
Figura 5 Etiqueta jabón de carbón activado NUT PRODUCTOS.....	37
Figura 6 Ficha técnica de jabón NUT PRODUCTOS	39
Figura 7 Canal directo de distribución	49
Figura 8 Canal corto de distribución	49
Figura 10 Respuesta 6 de encuesta	66
Figura 11 Canal directo de distribución.....	73
Figura 12 Canal corto de distribución.....	73
Figura 14. Cálculo del tamaño de la muestra.....	76
Figura 15 Respuestas de encuesta. 1. ¿Qué edad tiene?	77
Figura 16 Respuestas de encuesta. 2. ¿Cuál es su género?.....	78
Figura 17 Respuestas de encuesta. 3. ¿Cuál es su estrato socio económico?.....	79
Figura 18 Respuestas de encuesta. 4. ¿Con qué frecuencia usa productos para el cuidado de la piel?.	80
Figura 19 Respuestas de encuesta. 5. ¿Compraría usted un jabón a base de ingredientes naturales?	80
Figura 20 Respuestas de encuesta. 6. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por un jabón para la piel, natural y sin químicos?	81

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JABONES CORPORALES CON ENFOQUE DE SOSTENIBILIDAD.

Figura 21 Respuestas de encuesta. 7. ¿Qué tan importante es para usted el cuidado del medio ambiente?	82
Figura 22 Respuestas de encuesta. 8. ¿Priorizo la compra de productos naturales por encima de los productos convencionales?.....	83
Figura 23 Respuestas de encuesta. 9. ¿Al momento de comprar jabón se fija en el color	84
Figura 24 Respuestas de encuesta. 10. ¿Qué beneficios espera encontrar en un jabón en barra elaborado a partir de ingredientes naturales?.....	85
Figura 25 Respuestas de encuesta. 11. ¿En qué forma le gustaría encontrar un jabón sólido para la piel?	86
Figura 26 Respuestas de encuesta. 12. ¿Compra usted productos locales?	87
Figura 27 Respuestas de encuesta. 13. ¿Con qué frecuencia compra usted jabón en barra para la piel?	88
Figura 28 Respuestas de encuesta. 14. ¿Cuál es el tipo de jabón que prefiere usar al momento de ducharse?.....	89
Figura 29 Respuestas de encuesta. 15. ¿Cuál es el tipo de jabón que prefiere usar al momento de lavarse las manos?.....	90
Figura 30 Respuestas de encuesta. 16. ¿Qué tan importante es para usted comprar productos de una marca conocida?	91
Figura 31 Respuestas de encuesta. 17. ¿Cuál de los siguientes atributos es más importante para usted al momento de comprar un jabón para la piel?	92
Figura 32 Respuestas de encuesta 18. Al momento de comprar es importante el diseño del empaque	93

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JABONES CORPORALES CON ENFOQUE DE SOSTENIBILIDAD.

Figura 33 Respuestas de encuesta. 19. Qué tan importante es para usted adquirir un producto que no haya sido testeado en animales	94
Figura 34 Respuestas de encuesta 20. Compro productos a través de plataformas digitales y redes sociales.....	95
Figura 35 Respuestas de encuesta 21. Me da más confianza comprar por Instagram a cuentas con más seguidores y con un perfil llamativo	96
Figura 36 Respuestas de encuesta 22. Implemento en mi rutina diaria productos para el cuidado facial	97
Figura 37 Respuestas de encuesta 23. ¿Utilizaría un champú sólido para su cabello?.....	98
Figura 38 Alternativas de localización	103
Figura 39 Esquema de proceso de producción jabones solidos	109
Figura 40 Dependencias de la planta	118
Figura 41 Plano de distribución	120
Figura 42 Logotipo	128
Figura 43 Organigrama.....	134

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

15

Resumen

El estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a producir y comercializar jabones corporales con enfoque de sostenibilidad nace como una respuesta para satisfacer la necesidad de productos amigables con el medio ambiente, biodegradables y elaborados a partir de ingredientes naturales.

En este proyecto se realizó un estudio de factibilidad para la creación de una empresa cuya finalidad es producir y comercializar jabones corporales sostenibles. Como consecuencia surge el emprendimiento NUT productos el cual realiza el proceso sostenible de producción y comercialización de los jabones según las necesidades y tendencias del mercado natural y artesanal. Se identificaron las necesidades de las personas que buscan alternativas sostenibles en el consumo de productos a base de ingredientes naturales en este caso productos de aseo y cuidado personal

Este estudio de factibilidad se simula y proyecta la creación y puesta en marcha de una empresa productora de jabones con un proceso sostenible, teniendo en cuenta la utilidad y beneficio de la empresa, el impacto causado al medio ambiente y a todos los interesados e involucrados del proyecto. Plantea y expone los casos en los cuales los productos de aseo y cuidado personal causan un impacto negativo al medio ambiente analizando su ciclo productivo desde las materias primas involucradas hasta el uso final y disposición de los residuos generados. Propone una solución a la hipótesis planteada de contaminación ambiental generada por los

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

16

productos tradicionales y las grandes empresas fabricantes de productos aseo y del cuidado personal centrándose en los jabones corporales, que contribuyen en gran medida a la contaminación ambiental de nuestro ecosistema. Encontrando como respuesta a este problema la formulación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales, con materias primas naturales y procesos de producción más sostenibles. Es decir, todo el proyecto productivo.

Se analizó la competencia mejor posicionada en el mercado colombiano para identificar sus factores en común, ventajas y desventajas y concluir que puede aprender NUT PRODUCTOS de estas empresas. Se identificaron a los proveedores y posibles alianzas estratégicas que permitan abastecer la producción de los productos de NUT, y las características de precio y calidad que ofrecen, sus ubicaciones, sus precios, como están constituidas y como es el servicio al cliente recibido. Se estableció quienes son los posibles distribuidores de los productos con el fin de contactar con ellos y fidelizarlos con la marca. Por último, se realizó un análisis para el plan de mercado donde se establece el precio de los jabones a partir del punto de equilibrio de cada producto. Se plantearon diferentes opciones por las cuales se realizará la mejor promoción para los productos y se abordaron programas de logística

Palabras clave:

Sostenibilidad, ecosistema, proyecto productivo, jabones

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

17

Abstract

In this project, a feasibility study of the NUT products venture was carried out in which the needs of people looking for sustainable alternatives in the consumption of natural-based products were identified. A problem statement was made in which possible solutions were identified and a hypothesis was raised to solve the above with the development and commercialization of natural soaps. Subsequently, a market study was carried out which managed to identify potential consumers, segmenting the market and establishing the target audience. The best positioned competition in the Colombian market was analyzed to identify their common factors, advantages and disadvantages and conclude that NUT can learn from these companies. The and possible strategic alliances that suppliers supply the production of NUT products were identified, and the price and quality characteristics they offer, their locations, their prices, how they are constituted and how is the customer service received. The possible distributors of the products were established in order to contact them and retain them with the brand. Finally, an analysis was carried out for the market plan where the price of soaps is established from the equilibrium point of each product. Different proposals were raised by which the best promotion for the products will be executed and will be addressed in logistics programs.

Keywords: Soap, Bodily, Cosmetic, Feasibility, Sustainable, Natural

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

18

Introducción

Como menciona Céspedes (2019):

Los productos de cuidado personal pueden contaminar el ambiente y afectar la salud, Cuando una persona se expone a una amplia gama de preparaciones de cuidado personal, se eleva el riesgo de exposición a químicos que podrían estar vinculados al cáncer, problemas hormonales, aparición de alergias o irritación de la piel.

El uso de materias primas no renovables y los residuos que dejan los productos una vez termina su vida útil están influyendo en la degradación de la tierra, la contaminación de los ríos y la vida en nuestro ecosistema (Silva y Galindo, 2016). Aunque la industria cosmética y de aseo ha evolucionado mucho en los últimos años con temas referentes al cuidado del planeta y en cuanto a los componentes de sus formulaciones, aún existen muchos productos que dejan una huella toxica en el medio ambiente y otros una acumulación de problemas médicos en los consumidores **Fuente especificada no válida..** Es necesario tomar medidas que contribuyan de manera inmediata a la disminución de contaminación y de uso de productos químicos en el cuerpo, más ahora que se observa un aumento en la conciencia colectiva sobre el cuidado del medio ambiente y de la salud en general **Fuente especificada no válida..** Se requieren acciones inmediatas para enfrentar el cambio por el cual está pasando el planeta y dejar de un lado el uso de recursos no renovables pero que sean capaces de satisfacer las necesidades de consumo de las personas. Por todo lo anterior nace NUT PRODUCTOS, una empresa Tolimense dedicada a la

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

19

producción y comercialización de productos cosméticos y del cuidado personal a base de materias primas naturales. La formulación de este proyecto, de creación de una empresa de jabones artesanales, se expresó en este documento iniciando en el capítulo 1 con la presentación de problema donde se identifica y analiza la problemática y se plantea una solución en base a los datos de investigaciones realizadas sobre la temática del proyecto; en el capítulo 2 se aborda todo el estudio de mercado de la población objetivo, se analiza la competencia y se plantea una propuesta; en el capítulo 3 se expone todo el estudio técnico del proyecto, la ingeniería y todos los procesos relacionados con la producción de los jabones; el capítulo 4 estudio legal y organizacional se tratan temas como la constitución legal de la empresa, las obligaciones financieras o tributarias y la estructura organizacional de la empresa. Finalmente, en el

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

20

1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Es factible la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad?

Remontándonos a las primeras civilizaciones que habitaron la tierra, podemos observar que el uso de los cosméticos se remonta a miles de años atrás, de hecho, las primeras referencias que se tienen sobre la historia de los cosméticos datan de alrededor del año 4.000 a.C.

Concretamente, la historia de los cosméticos se remonta a los tiempos de la antigua civilización egipcia. Por aquel entonces, todos los hombres y mujeres pintaban sus ojos con polvos negros y verdes, como, por ejemplo, el kohl negro (hoy en día lo que conocemos como delineador de ojos) que contenían sales de plomo. Su uso, aparte de estético, también era preventivo contra las enfermedades de la época ¡O eso se creía! **Fuente especificada no válida.**

La industria del lavado, que abarca la fabricación del jabón y el detergente, entre otros productos de higiene y cuidado personal, cuenta con más de 20.000 años de antigüedad, esta industria prosperó en las ciudades costeras del Mediterráneo, como España e Italia, favorecidas por la abundante presencia del aceite de oliva, esto hasta el comienzo del Siglo XIX **Fuente especificada no válida..**

Por otro lado, como menciona Nuñez (2015):

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

21

La industria jabonera dio un giro definitivo con los estudios desarrollados por los alemanes durante la Primera Guerra Mundial, sobre la naturaleza y composición química del jabón. Ante la severa escasez de grasas y aceites, los científicos buscaban nuevas formas de producir jabón, no tanto por la importancia de este producto en sí, como por el uso de la glicerina, subproducto de la saponificación, para fines militares. Estas investigaciones, permitieron a los alemanes crear en 1916 un nuevo tipo de jabón a partir de compuestos sintéticos. Pero todo ese desarrollo de productos químicos despertó también la preocupación por sus efectos en el medio ambiente (p. 42)

Aparecieron las primeras plantas de tratamiento de aguas y una mayor conciencia medioambiental puso en entredicho la inclusión de algunos compuestos químicos dañinos de los detergentes, como los fosfatos, y animó el desarrollo de los ingredientes biodegradables, que se eliminan con facilidad y pueden ser asimilados por algunas bacterias **Fuente especificada no válida.** Estos agentes limpiadores son llamados detergentes no jabonosos, detergentes sintéticos (syndets) o simplemente detergentes, y para su producción se utilizan diferentes grupos funcionales que reemplazan a los ácidos grasos, los más comunes son ácidos sulfónicos, los detergentes presentaron varias ventajas respecto a los jabones. **Fuente especificada no válida.**

Es importante hablar que

A lo largo de la historia la sociedad siempre ha sido consciente de que su desarrollo estaba sujeto a la explotación de su entorno. La Revolución Industrial marcó un punto de

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

22

inflexión en la explotación de los recursos; las industrias requerían cada vez mayor cantidad de materias primas para poder crecer, el aumento de la demanda exigía sistemas más sofisticados para la obtención de los recursos y la tecnología los proporcionaba. Como consecuencia de la producción excesiva y el uso acelerado de materias primas no renovables se generó un gran impacto ambiental en el ecosistema cuyas consecuencias se pueden observar hoy en día. No solo el ecosistema se vio afectado sino también las personas que están constantemente en contacto con sustancias químicas que pueden llegar a ser perjudiciales para su salud; estas sustancias están presentes en muchos de los productos que utilizan en sus rutinas diarias de aseo y cuidado personal (Elías et al., 2008).

El uso de materias primas no renovables y los residuos que dejan los productos una vez termina su vida útil están influyendo en la degradación de la tierra, la contaminación de los ríos y la vida en nuestro ecosistema **Fuente especificada no válida..**

1.1 Descripción del problema

Alto impacto ambiental producto del proceso de elaboración y del uso de jabones corporales.

Se observa en el mercado cosmético y productos de belleza grandes comerciales y muy buena publicidad aludiendo de sus productos “naturales” sin embargo lo único natural que tienen son la imagen. Estas empresas no ocultan la cantidad de ingredientes ni tampoco los riesgos que

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

23

ellos conllevan, ya que por ley tienen que rotular cuales componentes contiene cada producto y si ese producto es peligroso lo rotulan en negrilla y en mayúscula, a pesar de todo esto la mayoría de los consumidores deciden ignorarlos **Fuente especificada no válida..** Productos como tintes cancerígenos, colorantes, materias primas plásticas, derivados del petróleo y metales pesados tóxicos, que sin reparo nos aplicamos en la piel, que por falta de información los consumidores no conocen sus efectos a largo plazo **Fuente especificada no válida..**

Según estudios de una ONG ambientalista, “se estima que cada día una mujer puede consumir una media diaria de 12 productos cosméticos con 160 ingredientes distintos. En caso de los hombres, la mitad de productos” **Fuente especificada no válida.** Además, la cosmética industrial no se queda en el uso de tóxicos, también está implicada en la destrucción de ecosistemas. **Fuente especificada no válida.**

Un producto puede incluir hasta 10.000 ingredientes, con 1.400 de ellos prohibidos, aun así, salen sin restricciones para ser adquiridos por los consumidores **Fuente especificada no válida.** . La gran mayoría se fabrica en China, el principal proveedor de maquillaje económico del mundo. **Fuente especificada no válida.** . Adicionalmente, no se sabe si se les pagó un precio justo a los trabajadores detrás de la cadena de producción, si su labor puso en riesgo su salud, si se agregaron pesticidas al suelo o si hubo pruebas en animales **Fuente especificada no válida..**

Grandes multinacionales están implicadas en la deforestación de bosques vírgenes como las selvas de Indonesia que se deforestan para producir aceite de palma que va a parar en a

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

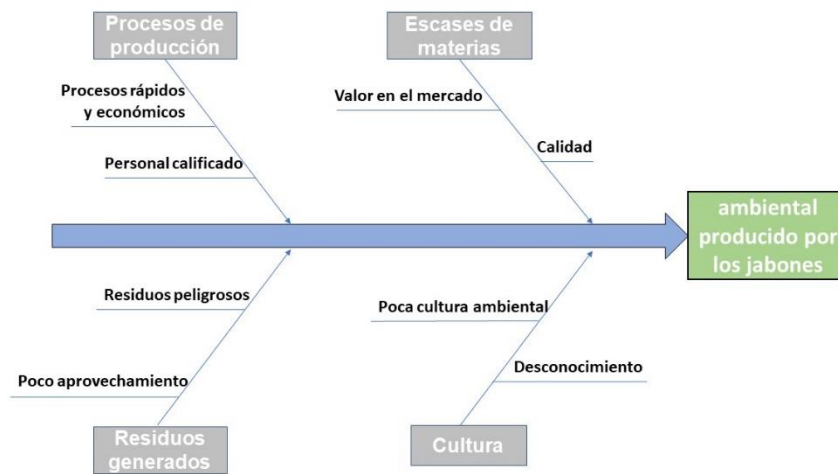
24

la cosmética industrial **Fuente especificada no válida..** Además, los productos exfoliantes, pastas de dientes y detergentes contienen pequeñas bolas de plástico entre 130.000 y 2,8 millones en un solo frasco **Fuente especificada no válida..** El tamaño tan reducido de estos componentes hace que no queden atrapadas por los filtros de las depuradoras y llegan directamente al mar; información científica nos da evidencia de cómo los microplásticos (incluyendo estas microesferas) se están incorporando a la cadena alimentaria **Fuente especificada no válida..** Además, estos plásticos tienen la capacidad de atraer sustancias químicas y de liberarlas, lo que les convierte en una potencial bomba tóxica **Fuente especificada no válida..**

1.1.1 Diagrama de Ishikawa

Figura 1.

Diagrama de Ishikawa



Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

25

1.1.2 Análisis del diagrama de Ishikawa

Realizando un análisis al diagrama de Ishikawa se concluye que la contaminación ambiental producida por la fabricación y uso de jabones tradicionales es consecuencia de varios factores como los siguientes:

- Escases de materias primas (Materias primas contaminantes): Dentro del proceso de producción de los jabones los componentes con los cuales se fabrican suelen ser los principales causantes de la contaminación que producen debido a su bajo valor en el mercado, es mas económico elaborar un jabón tradicional con los componentes que este contiene a elaborar un jabón con aceites vegetal
- CULTURA: Los hábitos y costumbres de la población nacional colombiana generalmente son perjudiciales para el medio ambiente y el ecosistema. El uso de jabones elaborados con ingredientes peligrosos para el medioambiente y el desconocimiento de los residuos provocados al adquirir un jabón tradicional hacen que sea una cuestión de cultura el uso de jabone tradicionales sin importar las consecuencias que conlleva.
- RESIDUOS GENERADOS: El uso de jabones tradicionales elaborados con químicos perjudiciales para el medio ambiente como el lauril sulfato de sodio que es el componente más común de los jabones y esta presente en la mayoría de los detergentes en el mercado. Este agente químico que no se degrada con facilidad y suele ser el causante de la

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

26

formación de espuma en los ríos al disolverse con el agua su molécula se disocia con el agua contaminándola con todos los iones y elementos que contiene.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

27

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo general

Determinar la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jabones corporales con un enfoque sostenible.

2.2 Objetivos específicos

- Determinar la viabilidad de la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones naturales, identificando la población que más compraría jabones naturales.
- Establecer la viabilidad técnica a partir de la maquinaria, equipos y materia prima necesaria para crear una empresa de jabones naturales
- Verificar la viabilidad administrativa y legal de la creación de una empresa de jabones naturales.
- Determinar el modo de financiamiento del proyecto
- Evaluar el proyecto de creación de una empresa de jabones naturales.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

28

3 JUSTIFICACIÓN

Al estructurar las ideas planteadas en la presentación del problema, es claro que existe la necesidad de productos amigables con el medio ambiente que minimicen los impactos de la industria tradicional de cuidado personal. Esto se suma a la alta demanda de los productos cosméticos, del cuidado personal y de aseo.

La producción y comercialización de jabones artesanales surge como una opción de belleza respetuosa con el planeta, pues permite satisfacer las necesidades de consumo de la población reduciendo los impactos ambientales que la industria tradicional cosmética genera. El mensaje es simple, me cuido y cuido el entorno. El proceso de trascender de la cosmética convencional a la natural es un paso clave para la innovación en este sector pues empresas grandes en el mercado ya han empezado a darse cuenta de esto Ana María Lee, gerente de Asuntos Corporativos de Natura Colombia, dice que en innovación la compañía invierte cada año alrededor de 3% de la facturación, lo que permite tener una renovación de portafolio cercana a 30% (Saavedra, 2020).

Según lo mencionado en Agronegocios, (2020):

“Cómo afecta la sostenibilidad a los hábitos de compra” elaborado por la Asociación de Empresas de Gran Consumo (Aecoc) en el congreso de Desarrollo Sostenible y la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB). La sostenibilidad es ya un factor decisivo a la hora de hacer las

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

29

compras. El 44% de los consumidores encuestados afirman haber dejado de comprar los productos de aquellas marcas que no consideran sostenibles, poniendo el respeto por el medio ambiente como uno de los requisitos para elegir los productos. La proporción sube aún más entre los menores de 34 años, según el informe, poniendo de relieve una vez más que las generaciones jóvenes son las abanderadas de la lucha por el clima. El peso de la sostenibilidad en las decisiones de compra, pues, aumentará en los próximos años, señalan desde Aecoc y FIAB.

NUT PRODUCTOS apunta a ser un emprendimiento sostenible pues no solo se pretende satisfacer las necesidades de consumo del sector cosmético, sino que también apunta a ser amigable con el medio ambiente y poder beneficiar a la región debido a que sus productos al contener ingredientes naturales tales como: Aceites vegetales, miel, cera de abejas, aceites esenciales, etc. Son materias primas que se encuentran en el mercado local y aprovechando el fuerte agro industrial que tiene el departamento del Tolima se pueden beneficiar comunidades cuyo sustento depende de la agronomía. Productos como el café del cual se pueden obtener diferentes variaciones de ingredientes que pueden ser usadas en la cosmética; El arroz también es otro producto que se cultiva en el departamento del Tolima y tiene varios usos cosméticos y muchos más.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

30

4 ESTUDIO DE MERCADO

En este estudio se analizó e identificó el conjunto de consumidores que están dispuestos a comprar un jabón natural corporal. El estudio de mercado permite determinar la magnitud de la demanda que podría esperarse y conocer la composición, las características y la ubicación de los potenciales consumidores; permite identificar cual es el precio que los consumidores están dispuestos a pagar por un jabón natural corporal (CHAIN NASSIR SAPAG, REINALDO SAPAG CHAIN).

4.1 Descripción del producto

4.1.1 Atributos

NUT productos es una empresa que combina hierbas, flores, botánica, ricas esencias, instrumentos de laboratorio y los conocimientos ancestrales desde la alquimia a la química moderna para fabrica jabones, aceites corporales, ungüentos y elementos para el cuidado personal. 100% a mano a partir de mezclas 100% naturales que cuidan la piel realmente. Más que vender un producto a través de la empresa se transmite una experiencia y una alternativa para cuidar el medio ambiente y para mantener la piel limpia y suave. Hay desde jabones de avena, miel, carbón activado y café hasta jabones elaborador a partir de residuos de cocina.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

31

4.1.2 Beneficios

. Nut productos ofrece a sus clientes sostenibilidad. El mensaje es simple, “cuido el planeta y me cuido a mí mismo”. Los productos fabricados por Nut productos son naturales, cosechados por campesinos y transformados por profesionales con el fin de brindar ese equilibrio entre el medio ambiente, la inclusión de la comunidad que cultiva todos aquellos ingredientes para que sea posible elaborar productos de cuidado personal con enfoque de sostenibilidad.

4.1.3 Clasificación

Se clasifica como un producto tangible que se puede ver, tocar o percibirlo con todos los sentidos. Por otra parte, es un producto de consumo debido a que resuelven una necesidad, pero siguen manteniendo sus características ideales, porque pueden ser utilizados varias veces hasta su consumo total. Por otro lado si lo clasificamos por su uso son productos de aseo y limpieza llegando incluso a ser jabones cosméticos.

Por una parte, se puede identificar la producción y comercialización de jabones como un mercado de productos dirigidos a satisfacer una necesidad de consumo, esto implica que la tipología a la que pertenece NUT PRODUCTOS es mercado de productos de consumo.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

32

4.1.4 *Asignación de la marca*

4.1.4.1 Nombre

NUT PRODUCTOS

El nombre nut productos surge debido que NUT significa “nuez” o “semilla” en inglés, lo cual incorpora el principio del nacimiento de muchas de las plantas de las cuales son usadas por sus beneficios naturales. Del mismo modo, es un nombre corto fácil de recordar. Por otro lado, este emprendimiento inicio vendiendo aceite de coco que su nombre en inglés es “coco nut oil” por lo que se decidió continuar trabajando con el aceite de coco pero esta vez transformándolo para darle un valor agregado

4.1.4.2 Logotipo

El logo tipo de NUT se podría clasificar de forma correcta como un imagotipo debido a que combina el texto del nombre de la marca con la imagen. Del mismo modo, ambas pueden funcionar por separado. La imagen consta de una luna que contiene el nombre de la marca con una hojas en la parte superior del nombre.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

33

Figura 2

Logotipo NUT



4.1.5 Presentación

4.1.5.1 Diseño

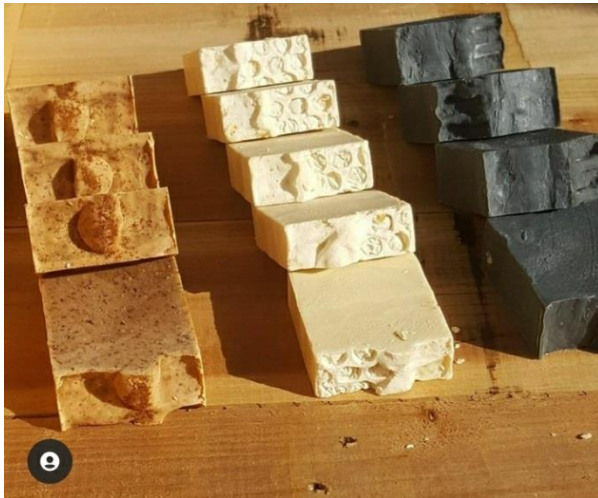
El diseño del producto es dinámico y se caracteriza por su apariencia “artesanal” o “hecho a mano”, es decir jabones que con su apariencia reflejen la imagen de la marca y puedan expresar la naturalidad e identidad de la empresa. Por lo general los jabones serán con colores acordes a su naturaleza y con líneas y formas características a sus ingredientes. Por otro lado también se ofrecen jabones personalizados con formas y figuras como estrellas, paletas, animales etc... La personalización de los productos permite abarcar un mercado como el de los eventos donde se ofrece un regalo personalizado acorde con la ocasión a celebrar.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

34

Figura 3

Diseño jabón NUT PRODUCTOS



4.1.5.2 Materiales

Defendemos el planeta y somos conscientes de lo que pasa con este en la actualidad con la huella que dejan en el medio ambiente los productos tradicionales que se ofrecen en el mercado. Nos dimos cuenta que era necesario crear nuestras propias recetas, eliminando de nuestras preparaciones químicos, petrolatos, parabenos, silicona, materias primas animales y el testeado en estos. Contamos con un equipo de profesionales en química que mediante la el estudio de conocimientos ancestrales junto con la tecnología y las investigaciones recientes dieron lugar a productos artesanales, naturales con y con la plena intención de sanar. La toma de decisiones en cuanto a materiales y procesos las hacemos pensando en la sostenibilidad y el medio ambiente, por esto la mayoría de nuestros envases y empaques son de materiales reciclables.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

35

Nuestro conocimiento nos permite elaborar productos de muy alta calidad a precios bajos a comparación de nuestros competidores.

4.1.5.3 Envase

El envase del jabón será un papel delgado que cumpla la función de envoltorio y proteja el producto del exterior ya que este tendrá contacto directo con el producto, el envoltorio será delgado con un color similar al del jabón pero que a su vez sea inerte y no cause ninguna reacción con el jabón, dicho envoltorio contendrá las instrucciones de como segregar ese residuo y así se pueda ser reciclado.

4.1.5.4 Empaque

El empaque como se parecía en la imagen refleja al igual que el producto la identidad de la marca y expresa a naturalidad e identidad de la empresa, contiene toda la información legal y descripción del producto así como sus colores representativos y llamativos para los consumidores.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

36

Figura 4

Empaque jabones NUT PRODUCTOS



4.1.5.5 Embalaje

El embalaje está diseñado al igual que el producto y del envase. Es decir, reflejan la identidad y naturalidad de la empresa, está diseñado para proteger el producto y soportar el almacenamiento y transporte de varias unidades para su distribución y venta.

Investigar la calceta de platano

Fibra de fique

Bolsas de yuca

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

37

4.1.6 Etiquetado

La etiqueta contiene toda la información del producto como la cantidad del jabón, la forma de uso, los ingredientes con los cuales fueron elaborados y refleja toda la identidad de la marca.

Figura 5

Etiqueta jabón de carbón activado NUT PRODUCTOS



4.1.7 Servicio de apoyo

4.1.7.1 Garantía

Aparte de los derechos de los consumidores y usuarios consagrados en la ley 1480 de 2011.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

38

NUT se reserva el derecho de realizar el cambio, según el análisis de las condiciones de cada caso.

4.1.7.2 Servicio post venta


Unas veces se llevan a cabo todo el proceso de negociación y compra, se realiza un seguimiento y acompañamiento tanto del producto como del cliente en base a las características del comprador y al producto adquirido. Es decir, para realizar un acompañamiento en el servicio post venta, se analiza cada comprador y sus condiciones y/o negociación y en base a esto se le da el acompañamiento correspondientes ya sea en asesoría técnica del producto como un mercadeo enfocado a la sociabilización del proyecto con los clientes. Por ejemplo, cuando se vendan 1000 unidades a un almacén distribuidor, el acompañamiento será enfocado a las necesidades del cliente. Por otro lado a cuando se vende un producto al detal de forma directa o si se realiza la venta de 50 unidades a través de un distribuidor. Cada servicio de venta es diferente por lo que el servicio postventa será en base a cada caso.

4.1.8 Ficha técnica del producto

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

Figura 6

Ficha técnica de jabón NUT PRODUCTOS

	FICHA TECNICA JABON EN BARRA ANTIBACTERIAL	Versión: 01 Fecha: 24 enero 2021 Página 1 de 1
---	---	--

1. ASPECTOS GENERALES

DESCRIPCIÓN:

Jabón en barra formulado con agentes naturales para la limpieza de cuerpo y manos con agentes suavizantes, humectantes, desengrasantes y desinfectantes, debidamente balanceados y proporcionados para que cumplan eficazmente su función actuado sobre la piel, dejándola suave, limpia y desinfectada sin dejar la piel seca. Contiene además una suave y delicada fragancia que deja una sensación agradable de limpieza.

PRESENTACIONES:

- Barra de 120g
- Barra de 60g

MODO DE EMPLEO: Humedezca las manos y sujete la barra de jabón; Frótese las manos, las palmas, el dorso de la mano y los dedos asegurándose que toda su mano tiene jabón. Enjuague con agua hasta retirar el jabón

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

PARAMETROS	VALOR
Apariencia	Barra solida con color caracteristico
Color	Azul claro
Olor	Menta y eucalipto
pH	7 a 25°C +/- 1.5

INGREDIENTES:

Agua, Lauril Eter Sulfato de Sodio, Carboximetilcelulosa, Trietanolamina, Glicerol, Ácido Cítrico, Benzoato de sodio, Fragancia, Colorante

2. RECOMENDACIONES Y/O PRECAUCIONES PARA EL USO:

PRECAUCIONES:

Mantener alejado de niños no ingerir, evite el contacto con los ojos. No mezclar con otros productos químicos. En caso de contacto con la piel y los ojos lavar con abundante agua.

3. EMPAQUE Y TRANSPORTE

No es un producto peligroso en condiciones normales de transporte.

4. ALMACENAMIENTO:

Almacenar en un lugar seco, fresco y ventilado en su envase original y debidamente cerrado, sin exposición directa a la luz solar o temperaturas extremas que alteren la apariencia o desempeño del producto. Los productos deben permanecer alejados del fuego o fuentes de ignición.

Este producto es fabricado y comercializado por Sinergia Química Cra. 4C No 30-10 Ibagué, Tolima

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

40

4.2 Descripción del sector económico donde se enmarca el proyecto

4.2.1 Sector y generalidades del sector

Es una empresa que transforma la materia prima de origen natural como los aceites vegetales, los extractos florales y le da un valor agregado produciendo jabones corporales de la alta calidad amigables con el medio ambiente. Su función no solo es comercializar si no también producir. Por lo tanto, está ubicado en el sector secundario. Esta actividad estaría comprendida con el código CIU 2023 Fabricación de jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir; perfumes y preparados de tocador.

Como se analizó en la producción científica del país en torno a investigaciones relacionadas a la cosmética natural, se evidencio que desde el año 2005 se realizó la primera publicación registrada en el país y desde allí empezaron a aumentas las publicaciones y a partir del año 2012 comenzó su punto de infección. Esto refleja la necesidad de las personas de conocer más sobre estos productos, sobre investigarlos y poder utilizarlos.

4.2.2 Estadísticas del sector

Como se mencionó en el IV Congreso Internacional de Plantas Medicinales en Universidad Nacional de Colombia, Gómez (2010):

El mercado de la cosmética natural es relativamente pequeño, pero está creciendo más rápido que el mercado global, alrededor del 20% anual y ocupa el 3.1% del total del mercado de

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

41

cosméticos. En parte, debido a que la cosmética natural se beneficia de la creciente preocupación por una buena salud y bienestar, así como por la influencia de la atención de los medios. Dentro de este panorama general, hay una creciente utilización de nuevos ingredientes naturales activos que tiene ventajas funcionales, ingredientes orgánicos, exóticos, de África y del Ama zonas, pero también se está demandando jugos, extractos, aceites esenciales y aceites vegetales de frutas exóticas (p. 21)

Colombia es uno de los siete países más megadiversos del planeta alberga cifras importantes en biodiversidad de gran relevancia para muchos sectores productivos que cada día demandan más materias primas de origen natural, dentro de ellos se encuentran los fabricantes de productos cosméticos, cosmeceúticos, fitofarmaceúticos, de aseo y cuidado personal, alimentos funcionales, insumos agrícolas entre otros (Gómez, 2007). La fuerte tendencia hacia el consumo de productos naturales y amigables con el ambiente hace de nuestro territorio una potencia en la generación de materias primas y productos terminados de este tipo (Gómez, 2007).

De acuerdo con Fenalco e Indexmoda, en Colombia las mujeres gastan, en promedio, \$300.000 trimestral en productos de maquillaje y belleza, es decir, alrededor de 1,2 millones al año. (Acosta, 2019)

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

42

4.2.3 Estructura del mercado

Por una parte, se puede identificar la producción y comercialización de jabones como un mercado de productos dirigidos a satisfacer una necesidad de consumo, esto implica que la tipología a la que pertenece NUT PRODUCTOS es mercado de productos de consumo. El mercado de productos cosméticos y del cuidado personal a base de productos naturales es un mercado que surgió debido a la necesidad de productos más amigables con el medio ambiente, artesanales y locales. Se considera que la estructura económica en el mercado local según su competencia es una especie de oligopolio debido a que hay pocos vendedores para la mercancía de este sector. O bien tan bien se podría decir que es un “mar azul” con tendencias a ser una competencia perfecta.

4.3 Estructura del mercado local donde se ubica el proyecto

4.3.1 Ubicación y zona de influencia

El departamento del Tolima a pesar de tener una ubicación estratégica pues conecta el centro del país Y la capital Bogotá D.C con el sur y el oriente de Colombia; Es un departamento en el cual hay poca industria de producción diferente al agro. Es decir, El departamento del Tolima tiene una gran producción agrícola, pero muy poca producción industrial. Esta producción agrícola que tiene el departamento, tiene como fin en su gran mayoría la industria alimentaria. Plantaciones de arroz, café, aguacate, mango y limón se podrían aprovechar de otra

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

43

forma innovadora dejando atrás las producciones tradicionales con fines alimenticios donde los productos secundarios obtenidos no se aprovecharán. En ese orden de ideas el departamento del Tolima a pesar de ser un departamento con variedad de cultivos, ninguno se aprovecha para fines cosméticos o de aseo.

La presencia de los jabones naturales artesanales en el departamento se dio gracias a las personas interesadas en fabricar sus propios jabones artesanales en la ciudad de Ibagué, de allí surgieron los primeros emprendimientos de jabones naturales y cosmética artesanal y natural. Este “surgimiento” de emprendimientos en torno al medio ambiente y cuidado personal vino de la mano de una cultura sostenible que año tras año venía tomando fuerza a nivel mundial. El Tolima no fue ajeno a esa tendencia y con ayuda de las redes sociales los futuros consumidores se fueron induciendo a culturas con hábitos de consumo sostenible.

Actualmente en la ciudad de Ibagué es donde se ha establecido el mercado de los jabones naturales debido a que la ciudad cuenta con 5 empresas legalmente constituidas que comercializan jabones naturales, todas estas empresas fueron fundadas en los últimos 3 años.

La tendencia de productos naturales es notoria, y la demanda de estos productos es cada vez mayor al igual que la oferta. Las personas ya se están dando cuenta que ese ítem diferenciador de la naturaleza en los productos o servicios es atractivo.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

4.3.2 Mercado proveedor

La industria cosmética y de cuidado personal tiene como proveedores empresas pertenecientes al sector de la industria química, por lo tanto, tienen significantes impactos ambientales tales como emisión de gases de efecto invernadero en sus procesos (Andi, 2015). El origen de estas emisiones está presente debido a la utilización de combustibles fósiles para proporcionar energía, y en los propios productos o subproductos de los procesos de producción (Andi, 2015). Indirectamente, las materias primas utilizadas en los procesos pueden ser responsables de emisiones de gases de efecto invernadero, por lo que la cadena de suministro es un aspecto importante a tener en cuenta en la gestión de emisiones de las empresas de estos sectores, otra fuente de gases de efecto invernadero de menor importancia es la de los empaques utilizados y la distribución de los productos (Andi, 2015).

No existen muchos proveedores certificados, por lo tanto, también existe una oportunidad de negocio en producirlos.

4.3.2.1 Matriz de precios de materias primas (agregar precios)

Tabla 1

Matriz de precios de materias primas Nut Productos

MATERIAS PRIMAS (SE TRANSFORMAN)

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

1	Agua	Insumo principal para la elaboración de jabones y cualquier preparación, diluciones y base de jabones
2	Aceite de cocina usado	Aceite vegetal usado empleado para cocinar alimentos
3	Hidróxido de sodio	Se le conoce como soda caustica a nivel comercial, esta se usa para preparar la lejía que posteriormente se combina con las grasas saponificables
4	Hidróxido de potasio	Se le conoce como potasa caustica a nivel comercial, esta se usa para preparar la lejía que posteriormente se combina con las grasas saponificables
5	Ácido cítrico	Polvo acido soluble en agua utilizado como regulador de pH en los jabones
6	CMC	carboximetilcelulosa o cmc es un polvo que se obtiene a partir de la celulosa presente en algunas plantas, se usa como gelificante en los jabones
7	Dióxido de titanio	Pigmento blanco obtenido a partir de minerales. Se usa como colorante blanco en polvo
8	miel	Miel de abeja natural para la elaboración del jabón de avena y miel
9	Texapon	El texapon o lauril éter-sulfato de sodio es un detergente que sirve para generar más espuma en los productos

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

46

10	Alcohol	Sustancia volátil obtenida a partir de la fermentación de azúcares. Se usa como solvente en los jabones
11	Ácido sulfónico	Tenso activo que sirva para generar espuma en los jabones
12	Aceite de coco	Aceite vegetal obtenido del prensado de la pulpa de coco. Se usa como aceite saponificable en la producción de los jabones
13	Aceite de ricino	Aceite vegetal también conocido como aceite de castor, Se usa como aceite saponificable en la producción de los jabones
14	Aceite de almendras	Aceite vegetal obtenido del prensado de los frutos secos de almendras. Se usa como aceite saponificable en la producción de los jabones
15	Ácido esteárico	Químico granular se usa como aceite saponificable como emulsionante en soluciones no solubles
16	Avena	Fruto seco de la avena utilizado en los jabones, aporta suavidad a las propiedades del jabón
17	cera de abeja	Aceite saponificable obtenido del panal de las abejas
18	manteca de cacao	Manteca que a temperatura ambiente es sólida y a temperaturas mayores a los 37 ° C es líquido. Se obtiene como producto secundario en la extracción del cacao para producir chocolate

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

19	Aceite de oliva	Aceite saponificable obtenido a partir del prensado de las olivas, se usa como base en los jabones
20	Aceite de girasol	Aceite saponificable obtenido a partir del prensado de las semillas de girasol, se usa como base en los jabones
21	Carbopol	Químico granular soluble en agua, se usa como gelificante en los jabones
22	Colorantes	Son todos aquellos pigmentos, tintes e ingredientes cuya finalidad es teñir o pintar el jabón
23	Azúcar	Azúcar comercial utilizado como exfoliante
24	Aceites esenciales	Mezclas de compuestos aromáticos y volátiles obtenidos a partir de la destilación de las plantas aromáticas
25	TEA	Regulador de pH
26	Glicerina	Químico líquido soluble en alcohol, se usa como agente humectante
27	Benzoato de sodio	Químico granular, se usa como conservante
28	Bicarbonato de sodio	Químico sólido granular se usa como agente de limpieza
29	Cloruro de sodio	Sal comercial, se usa para diversos procesos como separar las fases o espesar jabones
30	Fragancias	Químicos que aportan aromas a los jabones
31	Base pellet de jabón	Base en pellets de jabón para extrusor

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

32	Café	Café comercial no instantáneo utilizado como exfoliante en los jabones
----	------	--

4.3.3 Mercado distribuidor

En el mercado distribuidor se analiza la disponibilidad de un sistema para garantizar la entrega oportuna de los jabones al consumidor final. Mediante el análisis del mercado distribuidor se pueden identificar los costos de distribución, en el precio final al que llegaran al público objetivo y a los demandantes del proyecto

Canal de distribución.

El canal de distribución es el camino presente en el proceso de comercialización de los jabones desde que son fabricados hasta el consumidor final. El canal de distribución de los jabones se puede clasificar como un canal corto de distribución que en algunos casos se fabrica y pasa a distribuidores llamados anterior mente tiendas multimarca. Sin embargo, la mayoría de las ventas se realizan directamente al consumidor final.

Canal directo

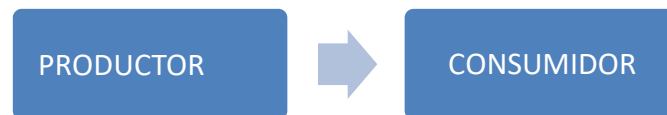
La empresa cuenta con dos tipos de canales de distribución, el primero es el canal directo porque nosotros mismos producimos y comercializamos el jabón, es por medio de este canal donde más se generan utilidades debido a que el producto no pasa por medio de intermediarios.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

49

Figura 7

Canal directo de distribución



Canal corto

El segundo canal es el corto porque se venden los productos a tiendas locales con el fin de que estas puedan distribuirlo y así llegar a más personas, por medio de este canal se pierde un poco la rentabilidad del producto porque el distribuidor debe obtener ganancia por ellos. Sin embargo, se da a conocer la marca y se establecen relaciones comerciales.

Figura 8

Canal corto de distribución



Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

50

4.4 Análisis de la oferta

4.4.1 Factores determinantes de la oferta

Los principales factores que alteran el tamaño de un proyecto son la demanda, disponibilidad de insumos, localización y desconocimiento de la marca.

Analizando los diversos factores que pueden ser un limitante del proyecto, se determinó que la carencia de las materias primas naturales para elaborar los productos es el imitante principal. Esto es debido a que no existen muchas empresas que distribuyan estas materias primas, y si las hay suelen ser costosas. Es por ello que los jabones naturales a comparación de los jabones convencionales son más costosos. Para solventar este limitante se pretende fabricar o extraer los componentes naturales que requiera el jabón para su elaboración. Otro factor que es un limitante del proyecto es la baja compra debido al desconocimiento de la marca, sin embargo, este limitante será temporal mientras se apliquen las estrategias de mercadeo adecuadas.

Otro limitante del proyecto es que la ubicación a escoger debe ser un local que permita producir y en el mismo lugar comercializar el producto, esto con el fin de disminuir costos de arrendamiento e impuestos al tener dos establecimientos arrendados para cumplir con la función de producción y comercialización, el establecimiento que se escoja debe tener la disponibilidad de llevar a cabo los dos procesos en el mismo inmueble.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

Tabla 2

Factores limitantes

FACTOR LIMITANTE	PORCENTAJE	PLAN DE ACCION
ENCONTRAR MANO DE OBRA CALIFICADA	10%	No supone a un limitante representativo debido a que cualquier operario se puede capacitar
MATERIA PRIMA DE CALIDAD/ PROVEEDORES CERTIFICADOS	50%	Como se mencionó anteriormente no existen muchos proveedores certificados, por lo tanto, también existe una oportunidad de negocio en producirlos.
COSTOS ELEVADOS DE INSUMOS Y FABRICACIÓN	10%	El costo de la localización y los servicios es algo que se puede planear y escoger un sitio donde se minimice esta restricción
BAJA ACEPTACIÓN DEL MERCADO/ DESCONOCIMIENTO MARCA	20%	Una estrategia de mercadeo y publicidad para dar a conocer la marca y lograr la aceptación del mercado

4.4.2 Matriz de competidores

El análisis del mercado competidor es un análisis que nos permite saber cómo actuar en un mercado competitivo donde hay presencia de varias empresas pertenecientes al mismo sector

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

52

económico, para ello es importante identificar el sector económico en el cual voy a entrar a competir y analizar empresa por empresa para determinar sus fortalezas y debilidades.

Tabla 3

Caracterización de competidores

VARIABLE S DE COMPARA CION	COMPETE NCIA 1 MAMA SOAPS	COMPETE NCIA 2 ARTESA	COMPETE NCIA 3 TALLER DE HIERBAS	COMPETE NCIA 4 JABONES MITOS	COMPETE NCIA JAQUIN Y BOAZ
VENTAS Y CONDICIO NES DE PAGO	Compras en página web a través de tarjeta crédito y débito. Cuenta con una sucursal en Bogotá. Venden jabones en eventos, en hoteles y en empresas. Ofrece el	No tienen tienda física, solo vende por redes sociales, no hay evidencia de participar en eventos, solo domicilios en Ibagué y envíos al país.	Venden en su página web y pagos con tarjetas,	Vende solo por redes, no tiene página web solo mediante domicilios en sus ciudades. Han participado en diversos eventos empresariales en la ciudad. jabones en eventos, en	No tienen tienda física están ubicados en Ibagué, no tiene página web solo vende en redes sociales mediante domicilios en sus ciudades. Han participado en diversos

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

	servicio de maquila.			hoteles y en empresas	eventos empresariales en la ciudad.
EMPAQUE	Los empaques de los jabones solidos suelen ser un plástico transparente con el fin de que la apariencia del jabón se pueda apreciar.	Los jabones tienen un envoltorio que sirve de etiqueta con la información del jabón y de la empresa en cartón, subjetivamente no son muy atractivos a la vista.	Los jabones tienen un empaque en cartón donde cubre un 75% del jabón y deja a la vista la parte superior del jabón que tiene formas artesanales llamativas. En mi opinión son muy bonitos.	Los empaques de los jabones solidos suelen ser un plástico transparente con el fin de que la apariencia del jabón se pueda apreciar. Sin embargo, a pesar de aplicar la misma técnica de mamasoaps estos jabones no son tan bonitos	Combina el envoltorio plástico transparente con una etiqueta de papel con la información del jabón y la empresa.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

<p>IMAGEN E IDENTIDAD DE MARCA</p>	<p>Tienen muy buena imagen de marca con productos bastante llamativos, han estado en programas de televisión a nivel nacional y su máxima accionista es una empresaria con bastante influencia en las redes sociales lo cual a impulsado la imagen de la empresa 73.7k</p>	<p>Su imagen a pesar de expresar naturaleza y cuidado con el medio ambiente no está al nivel de mama soaps o taller de hierbas 1.5k de seguidores</p>	<p>Tienen una excelente imagen de marca muestran la perfecta combinación de la naturaleza, lo artesanal y la ciencia. Además, fomentan la cultura sostenible e inspiran un estilo de vida. 70.2k de seguidores</p>	<p>Tienen una imagen similar a la de mamasopas por la tipología de sus productos sin embargo no tan elegante ni sofisticada. Tienen 3.7k de seguidores</p>	<p>Su imagen e identidad de marca no es enfocada a lo bonito si no a lo informativo, tiene un estilo de cosmética artesanal, pero sin tanto enfoque de naturaleza. 1.4k de seguidores</p>
---	--	---	--	--	---

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

UBICACIÓN GEOGRÁFICA	Están ubicados en la ciudad de Bogotá. Con tienda física	Ubicados en la ciudad de Ibagué sin tienda física	Tienen tienda física en Medellín en una zona muy comercial estrato 6. Tienen presencia en 10 ciudades mediante varias tiendas multimarca además de presencia en Panamá y costa rica.	Están ubicados en Ibagué y en Bogotá. No tienen tienda física	Están ubicados en Ibagué y en Bogotá. No tienen tienda física
VARIEDAD DE PORTAFOLIO	Vende además de jabones otros 4 productos como bombas efervescentes , cremas, sales y	Además de jabones vende cremas, jabón líquido, aceites y una llamativa paleta de maquillaje	Tienen un portafolio bastante amplio donde además de jabones venden aceites vegetales,	Además de jabones solidos venden sales, jabones cremosos,	Venden además de jabones aguas micelares, sales y aceites vegetales y esenciales.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

	exfoliantes. Su fuerte son los jabones con una variedad de 10 categorías de jabones		aceites esenciales, velas de soya, jabón líquido, cepillos de madera, labiales humectantes, desodorantes, bombas efervescentes . Tienen 10 variedades de jabones.		
CAPACIDAD TECNICA	Se puede decir que son expertos y cuentan con una líder técnica con varios años de experiencia. Tienen muy buena	Se ven aún muy novatos en el tema y sospecho que maquilan o re venden algunos productos. NO tienen registro Invima.	Tienen un conocimiento muy amplio en el tema de plantas y extractos vegetales. Tienen muy buena capacidad de producción y	Su conocimiento es más artístico que técnico, su capacidad de producción es artesanal. NO tienen registro Invima.	Su producción aún es muy artesanal y no son tan fuertes en sus formulaciones u desarrollo de productos.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

	capacidad de producción pues cuentan con un laboratorio de producción. Venden cursos de elaboración de jabones. NO tienen registro Invima.		sus productos son un reflejo de lo que son capaces de hacer. NO tienen registro Invima.		
TIEMPO EN EL MERCADO	7 años desde el 2015	Menor de 3 años	6 años desde el 2015	Menor de 4 años	Menor de 4 años
CALIDAD	Excelente calidad	Calidad regular	Excelente calidad	Buena calidad	Buena calidad

4.4.3 Identificación de productos sustitutos y productos complementarios

En este punto se identificaron y describieron de forma detallada los productos que se consideran como sustitutos o complementarios de los jabones naturales en barra partiendo desde los productos que puedan llegar a sustituirlos hasta llegar al punto de remplazarlos totalmente siendo una amenaza potencial al proyecto.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

58

Jabón Líquido: El jabón líquido es el principal sustituto del jabón sólido especialmente cuando se trata del lavado de las manos aunque también se fabrica y comercializa para uso corporal. Su uso se incrementó debido al covid-19 y a las campañas impulsadas por las organizaciones de salud en todo el mundo para el lavado e higiene de las manos y así evitar la propagación del virus. La principal cualidad del jabón líquido es que a diferencia del jabón en barra varias personas pueden hacer uso del jabón sin tener contacto con la totalidad del producto. Es decir, cuando se usa un jabón en barra, las manos del quien lo usa tienen contacto directo con toda la barra de jabón. Por otro lado cuando una persona usa jabón líquido solo necesita usar una pequeña porción del jabón la cual es la que tiene contacto con la persona. Esta cualidad hace que el jabón líquido sea el más usado para el lavado de las manos especialmente cuando es usado con fines de bioseguridad. En ese orden de ideas el jabón líquido tradicional es el principal sustituto del jabón natural en barra ofertado por NUT producto, más aun cuando las empresas empiecen a fabricar jabones líquidos naturales.

Jabón cremoso: El jabón cremoso es un jabón similar y se puede decir que complementario al jabón líquido debido a su textura, si bien es un poco más espesa que el jabón líquido no alcanza a ser sólido como los jabones en barra. Este jabón es popular en las tiendas de jabones artesanales debido a la posibilidad de personalización del producto que se puede adornar para que tenga una apariencia más agradable y así sea más comercial. Estos jabones se pueden personalizar desde el proceso de fabricación para que su aspecto sea similar a un pudín o a un

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

59

helado. Es un producto sustituto debido a lo “artesanal” y novedoso del jabón además de que también pueden ser elaborados a partir de ingredientes naturales.

Gel antibacterial: El gel antibacterial se usa con el fin de desinfectar únicamente las manos sin embargo no lava las manos y técnicamente no reemplaza al jabón. Las personas suelen usar el gel y así evitar el uso del jabón, sin embargo este producto no es un sustituto pero si puede ser un complemento en cuestión de desinfección de manos. Se categoriza más como un complemento para el aseo pero no puede llegar a reemplazar el uso de un jabón.

Gel de ducha 2 en 1: El gel de ducha es básicamente un jabón líquido que puede ser usado en el cabello y en el cuerpo, este novedoso y practico producto es un champo y jabón al mismo tiempo por lo que su dinamismo lo hace llamativo especialmente para la población masculina. Este producto es un sustituto del jabón corporal además su uso en el cuero cabelludo es un plus adicional que brinda el producto.

4.5 Análisis de la demanda

En este estudio se analizó e identificó el conjunto de consumidores que están dispuestos a comprar un jabón natural corporal. El estudio de mercado permite determinar la magnitud de la demanda que podría esperarse y conocer la composición, las características y la ubicación de los potenciales consumidores; permite identificar cual es el precio que los

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

60

consumidores están dispuestos a pagar por un jabón natural corporal (CHAIN NASSIR SAPAG, REINALDO SAPAG CHAIN).

4.5.1 Mercado objetivo

El mercado del consumidor o mercado objetivo permite identificar los hábitos y las motivaciones de compra que serán determinantes al definir tanto al consumidor real (el que toma la decisión de compra) como la estrategia comercial que deberá diseñarse para abordar al consumidor. (CHAIN NASSIR SAPAG, REINALDO SAPAG CHAIN) Esto se logra mediante la segmentación de la población objetivo mediante el análisis de una muestra de la población.

La ciudad de Ibagué al ser la capital del departamento del Tolima es la ciudad con mayor número de habitantes, 542.724 (DANE 2021).

POBLACION 2021:

- Colombia: 51'049.498 habitantes
- Tolima: 1'049.948 habitantes
- Ibagué: 542.724 habitantes

Según el informe de evaluación de calidad de vida en Ibagué del programa Ibagué como vamos, para el año 2009 el 37% de la población Ibaguereña era del estrato 3, 4,5 y 6. Ese porcentaje se mantuvo y que para el año 2021 podemos utilizarlo para calcular la cantidad de habitantes de clase social media alta entonces la cantidad de habitantes de estrato igual y superior

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

61

a 3 es de 200.807 habitantes. El total de Hombres y Mujeres en el rango de edad propuesto en la ciudad de Ibagué para el año 2021 es de 442.311. Esto implica que el 81.5% de los habitantes de Ibagué tienen entre 13 y 80 años. Suponiendo que se mantienen la tendencia, entonces el 81.5% de los habitantes de estrato 3 al 6 son hombres y mujeres de edades entre los 13 y 80 años de edad. La población objetivo es de 163.657 habitantes.

4.5.2 Perfil del consumidor

El perfil del consumidor final del producto está constituido por hombres y especialmente mujeres cuyas edades están comprendidas entre los 20 y 60 años, usualmente de con educación escolar media, de estrato social comprendido entre los estratos 3 al 6. Con prácticas y hábitos de consumo sostenible y saludable conectado forma permanente con sus amigos y familiares en redes sociales, prioriza sus hábitos de compra y de consumos a aquellos objetos y servicios que estén relacionados con la naturaleza. Está conectado de forma constante con la tecnología y que está a la vanguardia de los movimientos sociales actuales y de las tendencias del mercado.

4.5.3 Proyección de demanda potencial a 5 años

En base al grado de aceptación del producto obtenido a través del instrumento de recolección de datos, se estimó que el grado de aceptación del producto es del 80%, por lo que

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

62

se calculó la proyección de la demanda de la brecha de mercado teniendo en cuenta los siguientes parámetros:

Tabla 4

Proyección de demanda potencial a 5 años.

Grado de aceptación	80%
Frecuencia de compra	6
% de participación de la competencia	34%
% sobre la brecha del mercado	5,6%
Crecimiento anual	2%

Para el primer año se proyectan 163657 demandantes, por lo que teniendo un crecimiento anual del 2% para el año 5 se proyectan 180647 demandantes potenciales.

4.5.3.1 Resultados validación de encuesta

Para la encuesta se realizaron 23 preguntas a un total de 260 personas en las cuales se utilizó en su mayoría de preguntas tipo Likert con el fin de obtener mejores resultados a la hora de cuantificar los análisis de las respuestas. El instrumento de recolección de datos valido la hipótesis del perfil del consumidor en el cual los principales demandantes del producto son mujeres cuyas edades están comprendidas entre los 20 y 60 años, usualmente de con educación escolar media, de estrato social comprendido ente los estratos 3 al 6.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

4.5.4 Proyección de ventas a 5 años

En base al grado de aceptación del producto obtenido a través del instrumento de recolección de datos, se estimó que el grado de aceptación del producto es del 80%, por lo que se calculó la proyección de la demanda de la brecha de mercado teniendo en cuenta los siguientes parámetros:

Tabla 5.

Proyección de ventas a 5 años

Grado de aceptación	80%
Frecuencia de compra	6
% de participación de la competencia	34%
% sobre la brecha del mercado	5,6%
Crecimiento anual	2%

Para el primer año se proyectan 29034 unidades a producir por lo que teniendo un crecimiento anual del 2% para el año 5 se proyectan a producir 32700 unidades.

4.6 Precio

4.6.1 Precio de venta de la competencia

Para sintetizar el precio frente a la tipología y características de las empresas competencia en la ciudad, se elaboró una matriz la cual permite identificar las principales cualidades de la competencia en base al precio ofertado al mercado

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

Tabla 6

Precio de venta de la competencia

EMPRESA	DEFINICIÓN	TIPO
Jabones mitos	Es una empresa local y artesanal que fabrica jabones caseros no siempre de origen natural si son muy creativos pues tienen varios tipos de jabones con diferentes formas y colores. El precio promedio de jabón es de \$12.000	Competidor Directo debido a que está en la ciudad de Ibagué y vende lo mismo que Nut.
Jazquin y Boaz	Es una empresa legalmente constituida, participa con frecuencia en eventos de emprendimiento en la ciudad. Aunque su producción es muy artesanal cuenta con una imagen ya conocida debido a la participación en eventos. Fabrica y comercializa jabones y aceites corporales el precio promedio de cada jabón es de \$10.000	Competidor Directo debido a que está en la ciudad de Ibagué y vende lo mismo que Nut
LA JABONERIA LOCAL	Es una empresa bogotana que tiene una sucursal en Ibagué, fabrican y maquilan algunos productos en bogota y comercializan en la sucursal de ibague, usualmente sus jabones suelen oscilar entre los \$10.000 y los \$16.000	Competidor Directo debido a que está en la ciudad de Ibagué y vende lo mismo que Nut

En base lo a lo expresado anteriormente, los jabones de Nut productos serán comercializados por un valor de \$10.000 por unidad en el momento de entrar al mercado.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

4.6.2 Costo de producción unitario

El costo de producción unitario para cada jabón es de \$3.200 teniendo en cuenta la mano de obra del operario y la etiqueta, por lo que la venta de cada jabón supondría una ganancia neta de \$6.700 con un margen del 67%

4.6.3 Costo de producción total

Dentro de los costos de producción se tienen en cuenta costos como la nómina del operario, el jefe de operaciones, los servicios públicos, dotación y todos los insumos y materiales necesarios para realizar la limpieza de los equipos y zona de producción.

Tabla 7

Costo de producción total

Nombre	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Jabones	29988	\$ 3.500	\$ 104.958.000
Jefe de operaciones	1	\$ 19.178.400	\$ 19.178.400
Operario 1	1	\$ 14.029.048	\$ 14.029.048
Dotación tapa bocas	240	\$ 800	\$ 192.000
Dotación anual	1	\$ 519	\$ 249.120
Servicios públicos	12	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000
Insumos y materiales de limpieza	12	\$ 300.000	\$ 3.600.000
TOTAL			\$ 160.206.568

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

4.6.4 Precio de venta validado en el mercado (resultados encuesta)

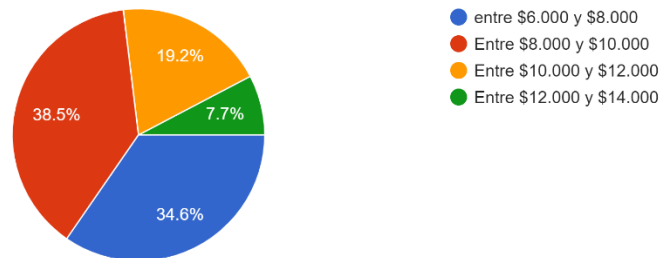
En base al instrumento de recolección de datos, en el cual se preguntó a la población. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por un jabón para la piel, natural y sin químicos? Las personas respondieron lo siguiente:

Figura 9

Respuesta 6 de encuesta

6. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por un jabón en barra para la piel, natural y sin químicos ?

26 respuestas



Se puede apreciar que el 38.5% de las personas encuestadas están dispuesta a pagar entre \$8.000 y \$10.000 por una barra de jabón corporal seguido por el 34.6% que está dispuesto a pagar entre \$6.000 y \$8.000 por una barra de jabón. Sin embargo, el 19.2% de las personas están dispuestas a pagar entre \$12.000 y 14.000 por una barra de jabón. Teniendo en cuenta esta información se establece que el precio de la barra de jabón para el primer año será de \$10.000 a pesar de que la competencia comercialice el mismo producto hasta en \$18.000 e incluso \$25.000

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

4.6.5 *Asignación de precio*

Analizando el costo de producción unitario y el precio de venta de la competencia, el valor propuesto para el primer año y para entrar al mercado será de \$10.000, dicho valor fue validado en el instrumento de recolección de datos donde el 38.5% de las personas encuestadas están dispuesta a pagar entre \$8.000 y \$10.000 por una barra de jabón. Del mismo modo, el valor de venta asignado en relación con el costo de venta deja un utilidad neta del 67% lo que es una buena utilidad para un producto indispensable para el aseo de las personas.

4.6.6 *Punto de equilibrio*

Para calcular el punto de equilibrio debeos determinar el valor en el cual los ingresos totales son iguales a los costos totales, para ellos debemos tener claro cuáles son los costos fijos, los costos variables y el precio de venta por unidad del producto.

Tabla 8

Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
	2022
Costos Fijos	\$ 72.025.000
Costos Variables	\$ 182.088.968
Tamaño Proyecto	30.000
Costos Variable Unitario (Cvu)	6.070
P-Cvu	3.930
Cantidad de Equilibrio	18.325

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

68

$$P.E = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{precio unitario} - \text{costos variables unitarios}}$$

En ese orden de ideas, para llegar al punto de equilibrio, es necesario producir y vender 18.325 unidades.

4.7 Promoción y distribución

4.7.1 Canales de comunicación

Actualmente, la relación con el consumidor es un punto clave para que una empresa fidelice clientes antiguos y atraiga nuevos. Por lo tanto, cualquier falla en este proceso puede representar grandes pérdidas financieras y de espacio en el mercado. La presencia de un punto físico permite al proyecto que el principal canal de comunicación sea presencial y así ofrecer un servicio personalizado de venta y asesoría. Sin embargo debido a la transformación digital de la época actual es necesario tener todos los canales de comunicación actuales o si bien los más usados como lo son: Email, vía telefónica, whatsapp, y redes sociales como Instagram, Facebook y Linkeind.

4.7.2 Fuerza de ventas

La fuerza de ventas será encabezada por el gerente quien en compañía del ejecutivo comercial diseñaran una estrategia para abarcar al mercado objetivo en base a las características

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

69

del consumidos, la publicidad y promoción mediante canales digitales será fundamental para posicionar la marca y ejecutar ventas.

4.7.3 Estrategia publicitaria

Definir la publicidad es hablar de las estrategias y la forma para dar a conocer los jabones y la marca a la sociedad. Aquí se definen los medios para anunciarse en el mercado según sean las características del público objetivo fijadas en los puntos anteriores. Por otro lado, la promoción es el conjunto de técnicas que se utiliza para promover la compra de los jabones. El objetivo es aumentar las ventas. En este punto se definirá la publicidad y la promoción para los 5 años de ejecución del proyecto.

Para definir la publicidad y promoción se elaboró una tabla mes a mes donde se define según sea el mes el presupuesto para destinado mercadeo. Cuando hablamos de publicidad tradicional nos referimos a los volantes, pancartas, anuncios en radio. Por otro lado, hablar de publicidad digital es hablar de redes sociales, páginas web, pautas publicitarias a influenciadores digitales etc. Esto con el fin de llegar a la población objetivo que son cliente “jóvenes” entre los 20-40 años de edad que destinan gran parte de su tiempo en redes sociales.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

70

Tabla 9

Publicidad y promoción.

MES	TIPO DE PUBLICIDAD	PROMOCION	PRESUPUESTO
ENERO	Tradicional, volantes y folletos		\$250.000
FEBRERO	Digital, redes sociales	San Valentín	\$250.000
MARZO	Digital, redes sociales	Día de la mujer/ día del agua 20% de descuento todo el mes	\$550.000
ABRIL	Digital, redes sociales	Día de la tierra 10% de descuento durante la semana del día de la tierra	\$400.000
MAYO	Digital, redes sociales	Día de la madre 15% de descuento la semana del día de la madre	\$450.000
JUNIO	Digital, redes sociales		\$250.000
JULIO	Digital, redes sociales		\$250.000
AGOSTO	Digital, redes sociales		\$250.000
SEPTIEMBRE	Digital, redes sociales	Amor y amistad 15% de descuento todo el mes	\$350.000

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

71

OCTUBRE	Digital, redes sociales	Promoción Halloween 10% de descuento en productos especiales	\$300.000
NOVIEMBRE	Digital, redes sociales		\$250.000
DICIEMBRE	Digital, redes sociales	Promoción navidad 15 % de descuento en kits de regalo	\$550.000

Total: \$4'100.000 de publicidad al año

La publicidad será una combinación entre el mercadeo tradicional y el marketing digital a través de redes sociales y pagina web realizando pautas en Facebook e Instagram, para ello se destinará un valor correspondiente a cada mes según los eventos que este conlleve. Es decir, en un mes como diciembre donde se tienen evento como navidad y año nuevo el dinero destinado publicidad será mayor a meses en los cuales no se celebra ningún evento que se pueda aprovechar para realizar publicidad y promociones. Los productos también serán ofrecidos a influenciadores de modo que se realice una especie de canje entre los creadores de contenido y la empresa NUT productos donde a cambio de publicidad se les obsequiarán productos.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

72

4.7.4 Canales de distribución

En el mercado distribuidor se analiza la disponibilidad de un sistema para garantizar la entrega oportuna de los jabones al consumidor final. Mediante el análisis del mercado distribuidor se pueden identificar los costos de distribución, en el precio final al que llegaran al público objetivo y a los demandantes del proyecto.

El canal de distribución es el camino presente en el proceso de comercialización de los jabones desde que son fabricados hasta el consumidor final. El canal de distribución de los jabones se puede clasificar como un canal corto de distribución que en algunos casos se fabrica y pasa a distribuidores llamados anterior mente tiendas multimarca. Sin embargo, la mayoría de las ventas se realizan directamente al consumidor final.

Canal directo

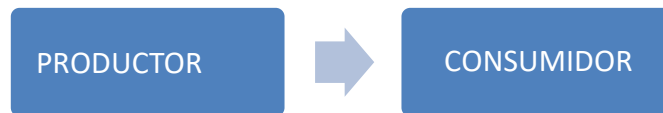
La empresa cuenta con dos tipos de canales de distribución, el primero es el canal directo porque nosotros mismos producimos y comercializamos el jabón, es por medio de este canal donde más se generan utilidades debido a que el producto no pasa por medio de intermediarios.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

73

Figura 10

Canal directo de distribución



Canal corto

El segundo canal es el corto porque se venden los productos a tiendas locales con el fin de que estas puedan distribuirlo y así llegar a más personas, por medio de este canal se pierde un poco la rentabilidad del producto porque el distribuidor debe obtener ganancia por ellos. Sin embargo, se da a conocer la marca y se establecen relaciones comerciales.

Figura 11

Canal corto de distribución



4.8 De la encuesta

4.8.1 De la construcción del instrumento

Para la encuesta se realizaron 23 preguntas a un total de 260 personas en las cuales se utilizó en su mayoría de preguntas tipo Likert la cual se caracteriza por ofrecer n opciones de

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

74

respuesta con escala de calificación con el fin de cuestionar a la muestra sobre su nivel de acuerdo o desacuerdo con respecto su relación con el producto y determinar sus características sociales, etnográficas etc... Las preguntas fueron las siguientes:

Tabla 10

Preguntas del instrumento de recolección de datos

	¿Qué edad tiene?
	¿Cuál es su género?
	¿Cuál es su estrato socio económico?
	¿Con que frecuencia usa productos para el cuidado de la piel?
	¿Compraría usted un jabón a base de ingredientes naturales?
	¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por un jabón en barra para la piel, natural y sin químicos?
	¿Qué tan importante es para usted el cuidado del medio ambiente?
	Priorizo la compra de productos naturales por encima de los productos convencionales
	¿Al momento de comprar un jabón se fija en el color?
0	¿Qué beneficios espera encontrar en un jabón en barra elaborado a partir de ingredientes naturales?
1	¿En qué forma le gustaría encontrar un jabón sólido para la piel?
2	¿Compra usted productos locales?
3	¿Con que frecuencia compra usted jabón en barra para la piel?
4	¿Cuál es el tipo de jabón que prefiere usar al momento de ducharse?
5	¿Cuál es el tipo de jabón que prefiere usar al momento de lavarse las manos?
6	Que tan importante es para usted comprar productos de una marca conocida
7	¿Cuál de los siguientes atributos es más importante para usted al momento de comprar un jabón para la piel?
8	Al momento de comprar un producto es importante el diseño del empaque
9	que tan importante es para usted adquirir un producto que no haya sido testado en animales
0	Compro productos a través de plataformas digitales y redes sociales

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

1	Me da más confianza comprar en Instagram a cuentas con más seguidores y con un perfil llamativo
2	Implemento en mi rutina diaria productos para el cuidado facial
3	¿Utilizaría un champú sólido para su cabello?

4.8.2 De la validación del instrumento

La validación del instrumento de recolección de datos se realizó mediante pruebas piloto del producto con lotes pequeños de producción y con la venta de dichos productos a personas cuyas características socio económicas coincidían con la hipótesis planteada. Los Jabones fabricados y comercializados tuvieron una acogida sobresaliente debido a que la calidad del producto es igual de buena a los de su competencia, además de que el público objetivo a los cuales se les ofreció el producto afirmaron estar satisfechos con la relación entre precio y calidad que ofrecen los jabones de NUT productos.

4.8.3 De la población total y la muestra

Para determinar la población de la muestra, se realizó un análisis descriptivo mediante un estudio de la muestra.

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 Npq}{e^2(N - 1) + Z_{\alpha}^2 pq}$$

N: es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

76

Z_{α} : es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos, el nivel de confianza para este análisis es de 95 %

Con ayuda de la herramienta digital sample size calculator de creative research systems, se calculará el tamaño de la muestra.

Figura 12

Muestra

Determine el tamaño de la muestra

Nivel de confianza: 95% 99%

Intervalo de confianza:

Población:

Tamaño de muestra necesario:

Encontrar intervalo de confianza

Nivel de confianza: 95% 99%

Tamaño de la muestra:

Población:

Porcentaje:

Intervalo de confianza:

Figura 13. Cálculo del tamaño de la muestra.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

77

Se tendrán que realizar 384 encuestas que representarán las tendencias, hábitos y preferencias de la población y percepción del producto

4.8.4 Resultados

Se obtuvieron 260 respuestas en el instrumento de recolección de datos, las respuestas fueron las siguientes:

Figura 13

Respuestas de encuesta. 1. ¿Qué edad tiene?

1. ¿Qué edad tiene?
26 respuestas

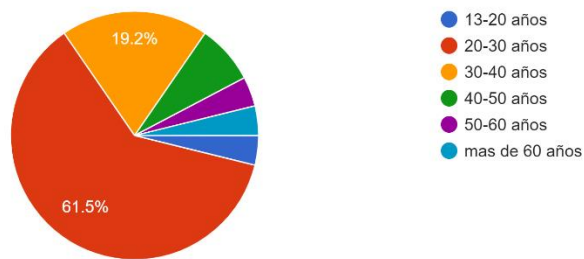


Figura 15. Gráfico de respuesta 1 de la encuesta

Se evidencia que la mayoría de las personas encuestadas son jóvenes entre los 20 y 30 años y adultos jóvenes entre los 30-40 años.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

78

Figura 14

Respuestas de encuesta. 2. ¿Cuál es su género?

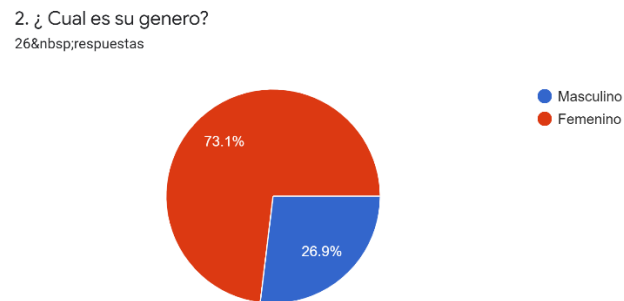


Figura 16. Gráfico de respuesta 2 de la encuesta

El 73.1% de las personas encuestadas son mujeres, es importante resaltar que son las mujeres quienes más se preocupan por cuales son los productos en este caso por los jabones que utilizan. Es importante comprender las necesidades de las mujeres y que buscan en un jabón debido a que las mujeres gastan más que los hombres cuando se trata de cuidado personal.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

Figura 15

Respuestas de encuesta. 3. ¿Cuál es su estrato socio económico?

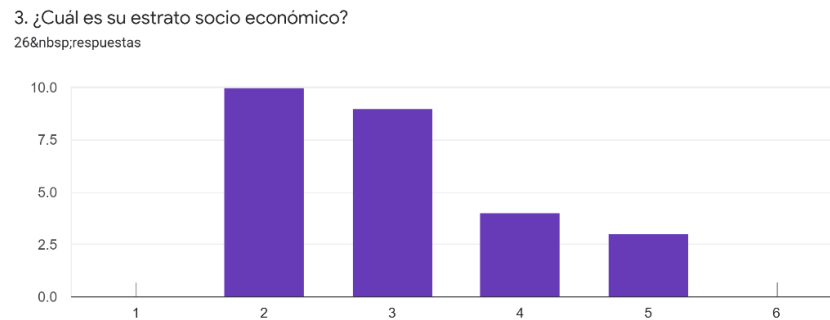


Figura 17. Gráfico de respuesta 3 de la encuesta

El 61.5% de las personas encuestadas pertenecen a los estratos 3-6. Es importante al final poder filtrar las respuestas de este segmento de la encuesta pues en un principio se planteó la hipótesis de que las personas con un nivel socio económico medio- alto son los principales clientes potenciales del proyecto.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

Figura 16.

Respuestas de encuesta. 4. ¿Con qué frecuencia usa productos para el cuidado de la piel?

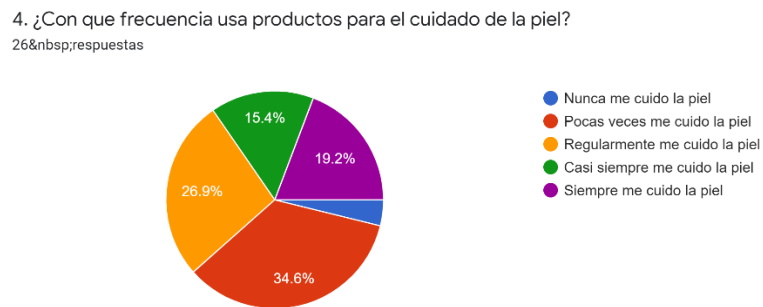


Figura 18. Gráfico de respuesta 4 de la encuesta

Figura 17

Respuestas de encuesta. 5. ¿Compraría usted un jabón a base de ingredientes naturales?

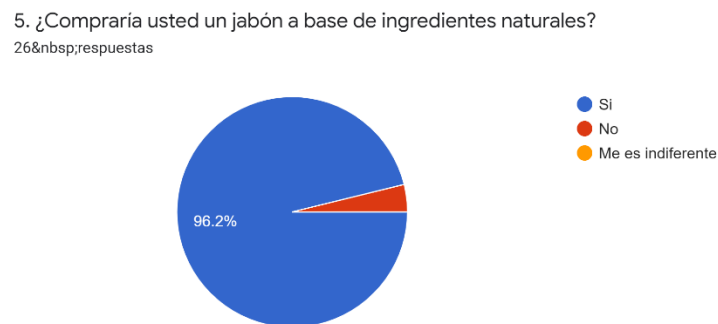


Figura 19. Gráfico de respuesta 5 de la encuesta

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

81

Esta grafica nos dice que el nivel de aceptación del producto es alto con el 96.2% de aceptación, es algo muy bueno para el proyecto ya que indica que no solo las personas de estrato medio-alto están dispuestas a pagar por un jabón corporal con ingredientes naturales.

Figura 18

Respuestas de encuesta. 6. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por un jabón para la piel, natural y sin químicos?

6. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por un jabón en barra para la piel, natural y sin químicos ?
26 respuestas

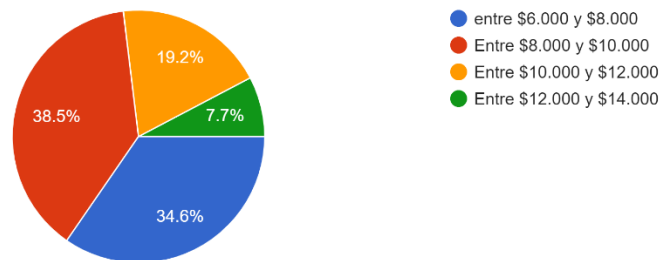


Figura 20. Gráfico de respuesta 6 de la encuesta

Se puede apreciar que la mayoría 38.5% de las personas encuestadas están dispuesta a pagar entre \$8.000 y \$10.000 por una barra de jabón corporal seguido por el 34.6% que está dispuesto a pagar entre \$6.000 y \$8.000 por una barra de jabón. Sin embargo, el 19.2% de las personas están dispuestas a pagar entre \$12.000 y 14.000 por una barra de jabón. Teniendo en

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

82

cuenta esta información se establece que el precio de la barra de jabón para el primer año será de \$10.000 a pesar de que la competencia comercialice el mismo producto hasta en \$18.000

Figura 19

Respuestas de encuesta. 7. ¿Qué tan importante es para usted el cuidado del medio ambiente?

7. ¿Qué tan importante es para usted el cuidado del medio ambiente?

26 respuestas

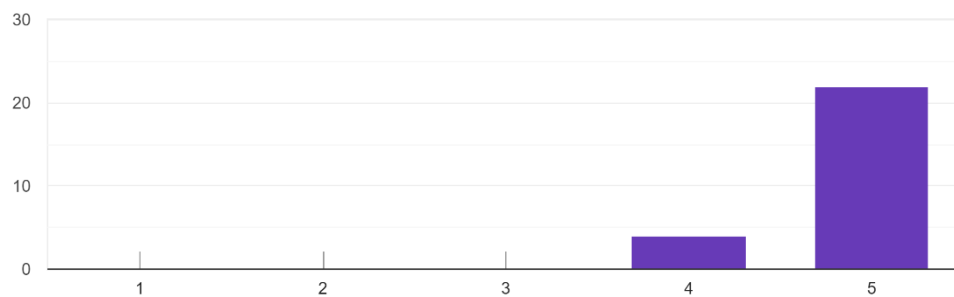


Figura 21. Gráfico de respuesta 7 de la encuesta

Todas las personas encuestadas manifestaron su interés en el cuidado del medio ambiente lo que es muy bueno para el proyecto debido a que el proyecto busca brindar una opción sostenible a los consumidores de jabones corporales.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

Figura 20

Respuestas de encuesta. 8. ¿Priorizo la compra de productos naturales por encima de los productos convencionales?

8. Priorizo la compra de productos naturales por encima de los productos convencionales
26 respuestas

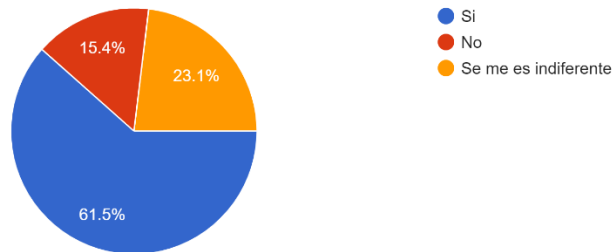


Figura 22. Gráfico de respuesta 8 de la encuesta

Esta grafica sirve para interpretar los resultados de la pregunta anterior debido a que a pesar de que las personas les importan el cuidado por el medio ambiente no todas están dispuestas a dar prioridad a los productos naturales por encima de los productos tradicionales presentes en el mercado. Solo el 61.5% está dispuesta a dar prioridad a los productos naturales. Sin embargo, la preferencia a la hora de realizar una compra sobre los productos naturales se puede ir fomentando mediante una estrategia de mercadeo y marketing en la cual se informen los beneficios de escoger un jabón natural en vez de un jabón tradicional.

Figura 21

Respuestas de encuesta. 9. ¿Al momento de comprar jabón se fija en el color?

9. ¿Al momento de comprar un jabón se fija en el color?
26 respuestas

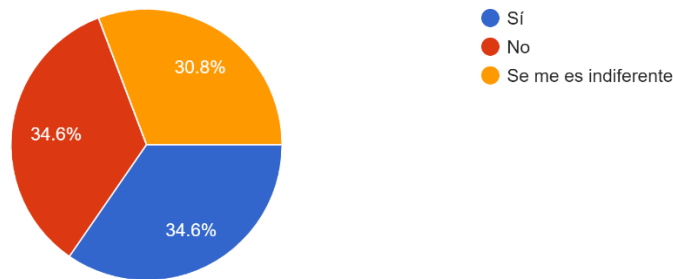


Figura 23. Gráfico de respuesta 9 de la encuesta

Esta es la gráfica más pareja de todas donde la votación casi que fue igual para las 3 opciones, sin embargo, para resaltar los jabones naturales sobre los jabones tradicionales se planteó la hipótesis de que un jabón con colores diferentes y llamativos puede incidir en la decisión de compra del consumidos. La personalización y poder escoger a gusto el color del jabón a utilizar es algo que los jabones tradicionales no ofrecen teniendo en cuenta que un 30.8% de la población indicó que esta es una característica que se les es indiferente.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

Figura 22

Respuestas de encuesta. 10. ¿Qué beneficios espera encontrar en un jabón en barra elaborado a partir de ingredientes naturales?

10. ¿Qué beneficios espera encontrar en un jabón en barra elaborado a partir de ingredientes naturales?
26 respuestas

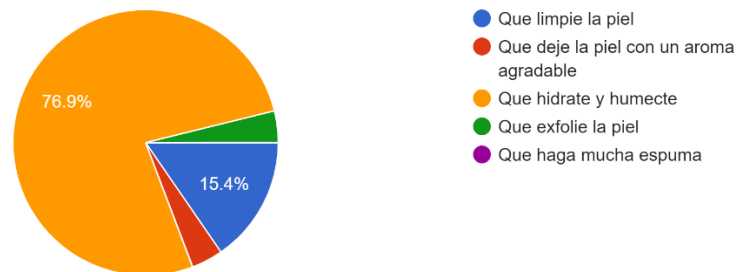


Figura 24. Gráfico de respuesta 10 de la encuesta

Aunque la función principal de un jabón es limpiar y eso es lo que ofrecen los jabones tradicionales, las personas encuestadas manifiestan que lo que más buscan en un jabón es que hidrate y humecte la piel. Esta información es muy importante a la hora de desarrollar nuevos jabones para que sean diseñados para cumplir con esta función.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

Figura 23

Respuestas de encuesta. 11. ¿En qué forma le gustaría encontrar un jabón sólido para la piel?

11. ¿En que forma le gustaría encontrar un jabón solido para la piel?
26 respuestas

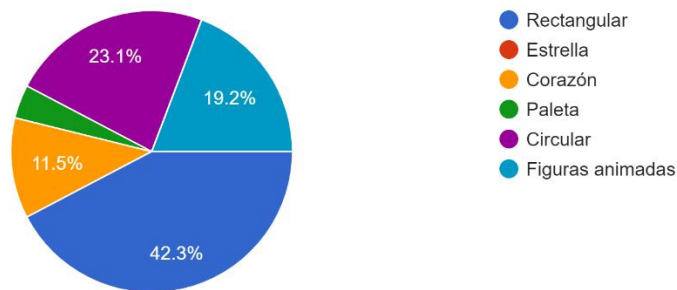


Figura 25. Gráfico de respuesta 11 de la encuesta

Con el fin de presentar al público un jabón diferente a los mismos moldes ofertados por las empresas tradicionales de jabones, se plantearon diferentes figuras para elaborar el jabón. Aunque un grupo significativo de persona 23.1% manifestó que prefiere el jabón tradicional rectangular la mayoría de las personas encuestadas manifestaron que les gustaría un jabón con forma de figura animada. Esta información es muy importante a la hora de desarrollar y probar nuevos jabones en el mercado.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

Figura 24

Respuestas de encuesta. 12. ¿Compra usted productos locales?

12. ¿Compra usted productos locales?
26 respuestas

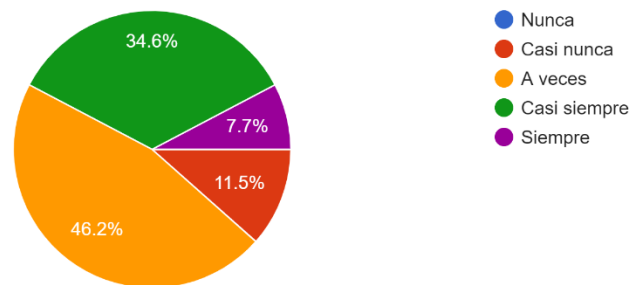


Figura 26. Gráfico de respuesta 12 de la encuesta

El 46.2% de las personas encuestadas manifiestan que a veces compran productos locales. Parece ser que el lugar de fabricación del producto no es un factor determinante a la hora de comprar. Sin embargo, mediante una campaña de mercado es posible fomentar la cultura hacia la compra de productos locales apoyando el mercado Tolimense.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

Figura 25

Respuestas de encuesta. 13. ¿Con qué frecuencia compra usted jabón en barra para la piel?

13. ¿Con que frecuencia compra usted jabón en barra para la piel?
26 respuestas

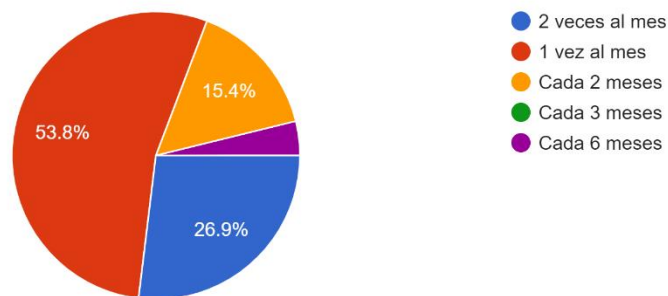


Figura 27. Gráfico de respuesta 13 de la encuesta

El 53.8% de los encuestados afirma comprar un jabón cada mes y el 26.9% compra 1 jabón cada dos meses. Es decir que la mayoría de las personas encuestadas compran más de 1 jabón cada dos meses. Este dato es muy importante ya que de la frecuencia de compra del producto serán las ventas proyectadas del mismo.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

89

Figura 26

Respuestas de encuesta. 14. ¿Cuál es el tipo de jabón que prefiere usar al momento de ducharse?

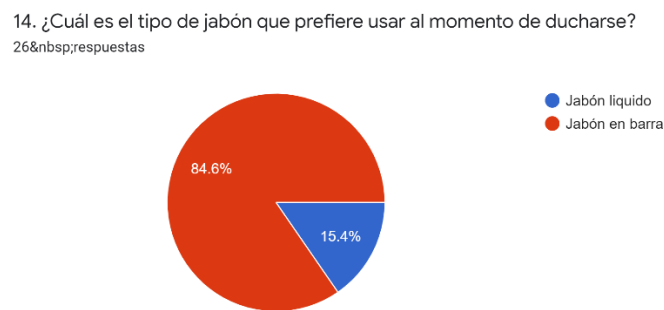


Figura 28. Gráfico de respuesta 14 de la encuesta

El 84.6% de las personas encuestadas prefieren ducharse con un jabón sólido que con un jabón líquido. Esta información es importante a la hora de desarrollar nuevos productos ya que se sabe que para la ducha debe ser prioritaria la elaboración de un jabón sólido sobre uno líquido.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

90

Figura 27

Respuestas de encuesta. 15. ¿Cuál es el tipo de jabón que prefiere usar al momento de lavarse las manos?

15. ¿Cuál es el tipo de jabón que prefiere usar al momento de lavarse las manos?
26 respuestas

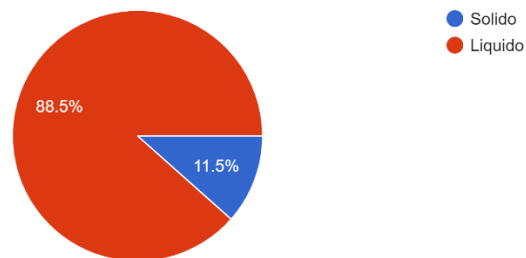


Figura 29. Gráfico de respuesta 15 de la encuesta

El 88.5% de los encuestados prefieren el uso de un jabón líquido en sus manos sobre un jabón sólido en barra. Esta tendencia tiende a mantenerse debido a la concientización sobre el correcto lavado de manos. Es importante tener en cuenta eso para desarrollar un jabón líquido para manos a futuro.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

Figura 28

Respuestas de encuesta. 16. ¿Qué tan importante es para usted comprar productos de una marca conocida?

16. Que tan importante es para usted comprar productos de una marca conocida
26 respuestas

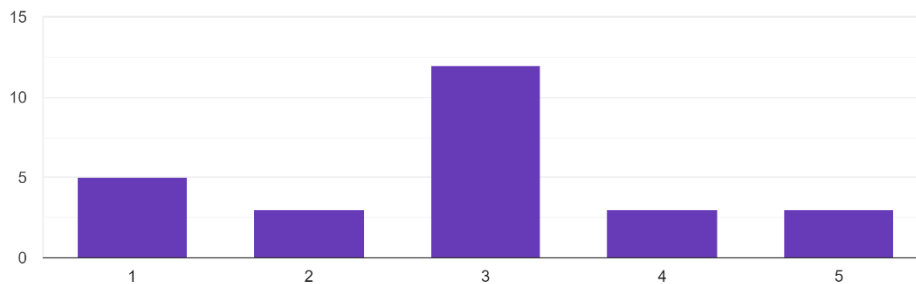


Figura 30. Gráfico de respuesta 16 de la encuesta

Con respecto a que, si la marca es importante a la hora de comprar un jabón, vemos que es muy indiferente debido a que los resultados se centraron en 3. Donde 5 es muy importante y 1 no es importante. Como se mencionó anteriormente mediante una campaña de mercadeo es posible extender el alcance de la marca y crear una cultura para la compra de marcas locales.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

Figura 29

Respuestas de encuesta. 17. ¿Cuál de los siguientes atributos es más importante para usted al momento de comprar un jabón para la piel?

17. ¿Cuál de los siguientes atributos es más importante para usted al momento de comprar un jabón para la piel?
26 respuestas

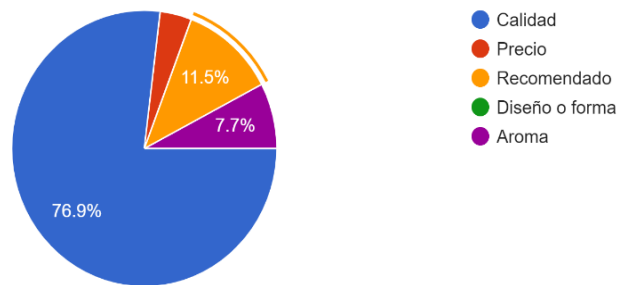


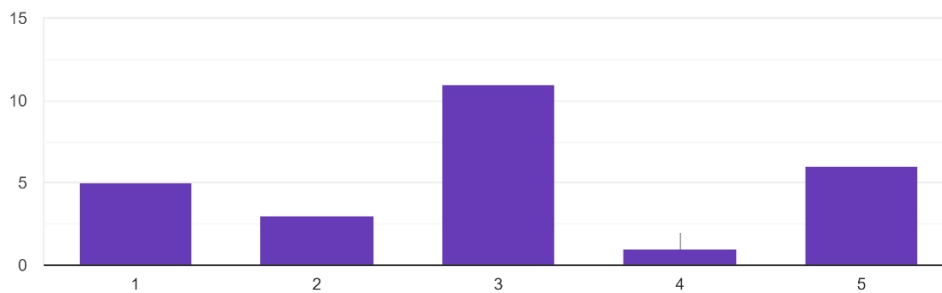
Figura 31. Gráfico de respuesta 17 de la encuesta

El 79.6% de las personas encuestadas afirman que la calidad del jabón es el atributo más importante a la hora de comprar. Hay que establecer más a fondo cuáles son los parámetros en específico que determinan la calidad de un jabón.

Figura 30

Respuestas de encuesta 18. Al momento de comprar es importante el diseño del empaque

18. Al momento de comprar un producto es importante el diseño del empaque
26 respuestas



Si bien lo más importante de un producto siempre va a ser el producto en sí y no el empaque. Sin embargo, para determinar si el empaque es un factor importante a la hora de comprar un producto se realizó esta pregunta. Aunque no nos indica que el empaque sea un factor importante a la hora de comprar un jabón. Es necesario estudiar a fondo los empaques ofertados por la competencia y un estudio pequeño de preferencia de compra de jabón uno con un empaque bonito y el otro con un empaque tradicional.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

Figura 31

Respuestas de encuesta. 19. Qué tan importante es para usted adquirir un producto que no haya sido testeado en animales

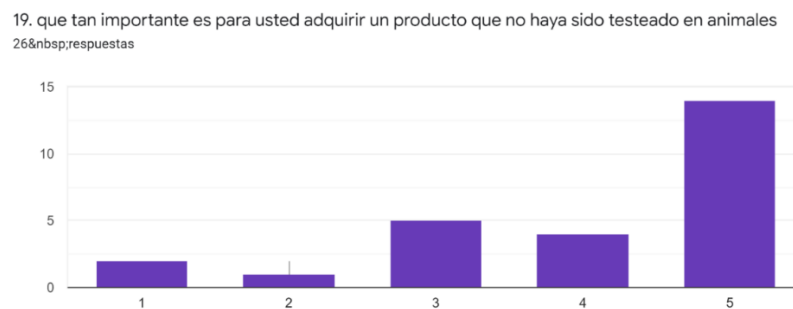


Figura 33. Gráfico de respuesta 19 de la encuesta

Sin duda alguna el testeado de los productos en animales de las empresas tradicionales es un practica que tiende a desaparecer y a generar mala imagen sobre las empresas que realizan esta práctica. La encuesta realizada arrojó que la mayoría de las personas consideran importante no adquirir un producto que haya sido testeado en animales.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

Figura 32

Respuestas de encuesta 20. Compro productos a través de plataformas digitales y redes sociales

20. Compro productos a través de plataformas digitales y redes sociales
26 respuestas

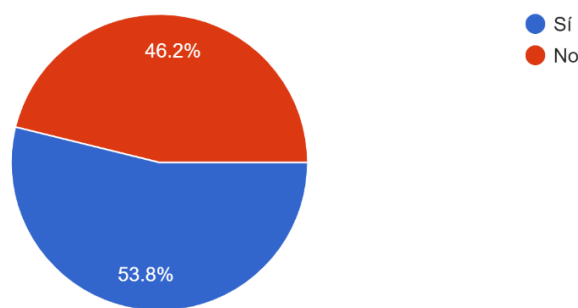


Figura 34. Gráfico de respuesta 20 de la encuesta

Como este proyecto piensa tener una gran participación en redes sociales, es importante saber si los clientes están dispuestos a comprar por internet. Aunque los resultados de comprar en internet de la encuesta son muy parejos. Las comprar por internet es una práctica que tienen a incrementar con el tiempo.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

Figura 33

. Respuestas de encuesta 21. Me da más confianza comprar por Instagram a cuentas con más seguidores y con un perfil llamativo

21. Me da mas confianza comprar en Instagram a cuentas con mas seguidores y con un perfil llamativo
26 respuestas

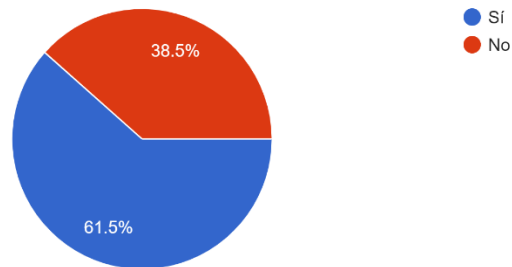


Figura 35. Gráfico de respuesta 21 de la encuesta

Acá podemos ver que la cantidad de seguidores de una cuenta empresarial es un factor decisivo en la compra de un producto pues no solo refleja confianza a la hora de comprar, sino que también brinda respaldo a la marca.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

Figura 34

Respuestas de encuesta 22. Implemento en mi rutina diaria productos para el cuidado facial

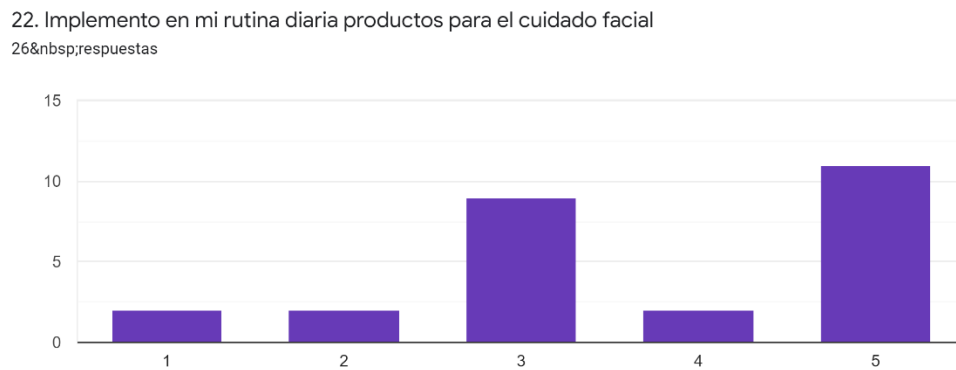


Figura 36. Gráfico de respuesta 22 de la encuesta

Si bien es cierto que por ahora los jabones será de uso corporal, esta pregunta nos permite saber que si existe una necesidad por un jabón facial. Es importante tener esto en cuenta para el desarrollo de nuevos productos.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

98

Figura 35

Respuestas de encuesta 23. ¿Utilizaría un champú sólido para su cabello?

23¿utilizaría un champú solido para su cabello?
26 respuestas

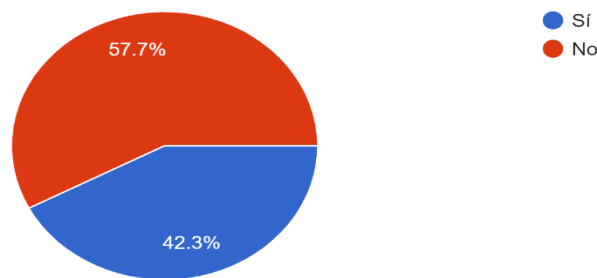


Figura 37. Gráfico de respuesta 23 de la encuesta

Si bien es cierto que por ahora los jabones serán de uso corporal, es posible desarrollar un champú para cabello con ingredientes similares a lo que se utilizan para elaborar jabón. Es importante tener esto en cuenta para el desarrollo de nuevos productos.

4.8.5 Análisis de la información y conclusiones

De acuerdo a la información recolectada después de aplicar 260 en cuentas, el resultado para la aceptación del producto fue del 96%. Es decir, 260 personas afirman comprar el producto planteado para solucionar la problemática ambiental ocasionada por la contaminación de los ingredientes presentes en los jabones tradicionales es ampliamente aceptado por el público objetivo. Por lo tanto, se procede a seguir con el estudio para evaluar su rentabilidad financiera.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

99

Según los resultados de la encuesta, el 96.2% de las personas encuestadas están dispuestas a comprar jabones naturales, sin embargo. Más allá de su uso para la limpieza, las personas interesadas en usar jabones con el fin de cuidarse la piel son alrededor del 61.7% de los encuestados. Estas personas que afirman cuidar su piel, el 93% son mujeres de las cuales el 40% son mujeres con edades comprendidas entre los 20-30 años seguidas por las mujeres entre 30-40 años con el 30%. El estrato socioeconómico de estas personas, el 60% de ellas afirman ser de estrato 3 o mayor.

Para sintetizar esta información se tiene que los demandantes potenciales son mujeres con edades dentro los 20 y 40 años de edad con un estrato socioeconómico medio-alto.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

100

5 ESTUDIO TÉCNICO

En el estudio técnico se analizaron todos los elementos relacionados con la ingeniería básica del producto y el proceso de producción que se va a implementar, para ello se partió desde la localización de la planta de producción desde la macro hasta la micro localización para determinar la mejor opción del proyecto, se realizó la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionales y se tuvieron en cuenta las personas involucradas en el proceso de producción de los jabones.

5.1 Localización del proyecto

5.1.1 Macro localización

Cuanto más lejos esté de las fuentes de insumos, más alto será el costo de su abastecimiento, produciendo una des economía de escala; es decir, cuanto más aumente el nivel de operación, mayor será el costo unitario de los insumos. Lo anterior determina la necesidad de evaluar la opción de tener una gran planta para atender un área extendida de la población versus varias plantas para atender cada una de las demandas locales menores. Cuanto mayor sea el área de cobertura de una planta, mayor será el tamaño del proyecto y su costo de transporte.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

Según la actividad económica de mercado de productos la cual se va a ejercer mediante la venta de jabones naturales bajo la marca NUT productos se tienen que tener en cuenta factores de localización como el estrato, que la zona tenga disponibilidad de inmuebles, si cuenta con zonas de fácil acceso que permitan el flujo de clientes y proveedores, buena seguridad, reconocimiento etc.

A continuación, se describe los principales factores a tener en cuenta:

Tabla 11

Factores de localización.

Factor	Descripción
Reconocimiento comercial	Es el reconocimiento que la población le da zona por albergar a diferentes locales y empresas, ubicación visible.
Acceso a vías	Que tanto afectan las vías en la ubicación del proyecto, si los clientes y empleados pueden parquear sus vehículos y si los proveedores pueden descargar mercancía con facilidad.
Ubicación cercana al nicho de mercado	Que la ubicación de la empresa está asociada con las características del público objetivo.
Disponibilidad de inmuebles	Evaluar la cantidad de locales disponibles en arriendo existentes en el sector
Estrato	Evaluar la variación del estrato en los costos de producción y de arriendo.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

Servicios públicos	Los servicios públicos son una variable directa en los costos de producción, por lo que el costo elevado en el servicio de agua luz o gas implica un costo mayor en el producto.
Seguridad del sector	La zona no tiene presencia de delincuencia que pueda afectar la ejecución del proyecto

5.1.2 *Micro localización*

Las alternativas de localización deben seleccionarse en base a las condiciones de servicios básicos, mano de obra, fuentes de materias primas e insumos, demanda del mercado, acceso teniendo en cuenta las zonas de mercado en la ciudad de Ibagué

Se tomaron 4 posibles sectores de ubicación en la ciudad de Ibagué, la carrera 5ta desde la 42 hasta la 37, El sector el poblado, la calle 60 alrededor del barrio limonar (la milla de oro), la zona céntrica teniendo como referencia las calles desde la carrera 2 hasta la carrera 5ta entre 15 y 10. Y la calle 10 entre 5ta y 3ra. En cada sector se evaluaron los factores determinantes para la ubicación de la empresa como se muestra en la Tabla 5, calificando de 0 a 5 donde cero es improbable que se presente este factor y cinco es muy probable.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

Figura 36

Alternativas de localización

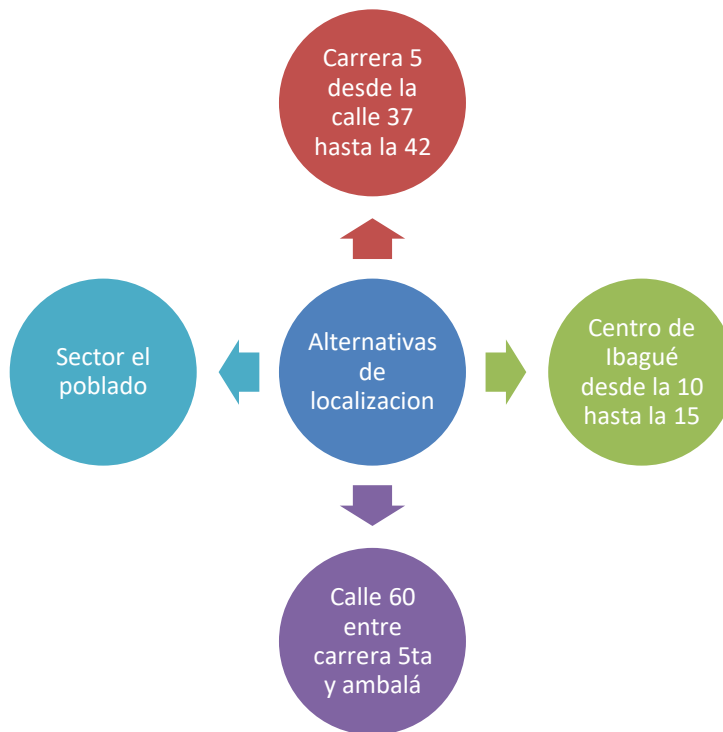


Figura 38. Alternativas de localización de la planta en la ciudad de Ibagué

5.1.2.1 Opciones de elección de ubicación

Ponderación de factores.

Para la ponderación de factores se elaboró una tabla donde a cada factor se le asignó un porcentaje de ponderación diferente según la importancia de este en la localización.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

Tabla 12

Ponderación de factores de localización.

FACTOR	Peso/ponderación
Reconocimiento comercial	20%
Acceso a vías	10%
Ubicación cercana al nicho de mercado	22%
Disponibilidad de inmuebles	12%
Estrato	12%
Servicios públicos	12%
Seguridad del sector	12%
Total	100%

Análisis de cada factor Vs alternativas.

En este punto se realizó un “versus” entre los factores planteados y una escala de 1 a 5, donde 1 deficiente, 2 es insuficiente, 3 es aceptable, 4 es sobresaliente y 5 es excelente. Esto con el fin de cualificar las alternativas para posteriormente aplicarlas con el ítem de ponderación.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

Tabla 13

Análisis de factores de localización.

Factor de localización	La carrera 5ta desde la 42 hasta la 37	El sector comercial/industrial barrio el poblado	La milla de Oro Calle 60 barrio limonar o prados del norte	Centro de Ibagué en un perímetro desde la calle 10 hasta la 15
Reconocimiento comercial	3, aceptable	3, aceptable	5, excelente	4,sobresaliente
Acceso a vías	4, sobresaliente	4, sobresaliente	4, sobresaliente	2, insuficiente
Ubicación cercana al nicho de mercado	3, aceptable	2, insuficiente	4, sobresaliente	2, insuficiente
Disponibilidad de inmuebles	4, sobresaliente	3, aceptable	3, aceptable	4,sobresaliente
Estrato	3, aceptable	3, aceptable	3, aceptable	3, aceptable
Servicios públicos	3, aceptable	3, aceptable	3, aceptable	3, aceptable
Seguridad del sector	3, aceptable	4, sobresaliente	4, sobresaliente	2, insuficiente

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

5.1.2.2 Elección de ubicación

Lo primero que se tuvo en cuenta para realizar la calificación de los factores es la ponderación de sí mismos. Es decir, el peso que tiene cada factor frente a la alternativa de localización. Posteriormente según el análisis de cada factor frente a las alternativas definidos en el punto pasado para realizar un análisis cualitativo/cuantitativo gracias a la escala de 1 a 5.

Tabla 14

Clasificación de localización.

	Peso/ponderación	La carrera 5ta desde la 42 hasta la 37	El sector comercial/industrial barrio el poblado	La milla de Oro Calle 60 barrio limonar o prados del norte	Centro de Ibagué en un perímetro desde la calle 10 hasta la 15
Reconocimiento comercial	20%	0,6	0,6	1	0,8
Acceso a vías	10%	0,4	0,4	0,4	0,2
Ubicación cercana al nicho de mercado	22%	0,66	0,44	0,88	0,44
Disponibilidad de inmuebles	12%	0,48	0,36	0,36	0,48

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

107

Estrato	12%	0,36	0,36	0,36	0,36
Servicios públicos	12%	0,36	0,36	0,36	0,36
Seguridad del sector	12%	0,36	0,48	0,48	0,24
	Total	3,22	3	3,84	2,88

Toma de decisión.

La toma de la decisión es el último paso para definir la localización del proyecto, esta decisión se toma en base a la calificación más alta asignada a las alternativas de localización del proyecto. La alternativa de localización escogida es la Calle 60 la milla de oro con la calificación más alta de 3,84.

5.2 Proceso de producción

5.2.1 Descripción del proceso de producción

El proceso productivo son todas las acciones que involucra la fabricación del producto, este proceso es llevado a cabo por el operario de producción e inicia desde la recepción de las materias primas hasta el etiquetado y almacenamiento del producto final.

Proceso de producción de jabones en barra **Solidos:**

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

108

Dentro de los sólidos se encuentran dos categorías que son Jabones artesanales naturales (Facial corporal) Jabón para uso doméstico.

Facial y corporal

Se inicia con la recepción y verificación de calidad de la materia prima, sigue la producción en donde se mezclan las materias primas como en este caso aceites con NaOH y con los aromas y/o colores necesarios. El siguiente paso es verter el contenido en su respectivo molde en donde debe permanecer aproximadamente 3 días para su posterior desmolde y corte, una vez cortados en barras de jabones se almacenan en un lugar donde entran en etapa de curado durante 40 días. Una vez finaliza el proceso de curado son empacadas y llevadas a comercializar.

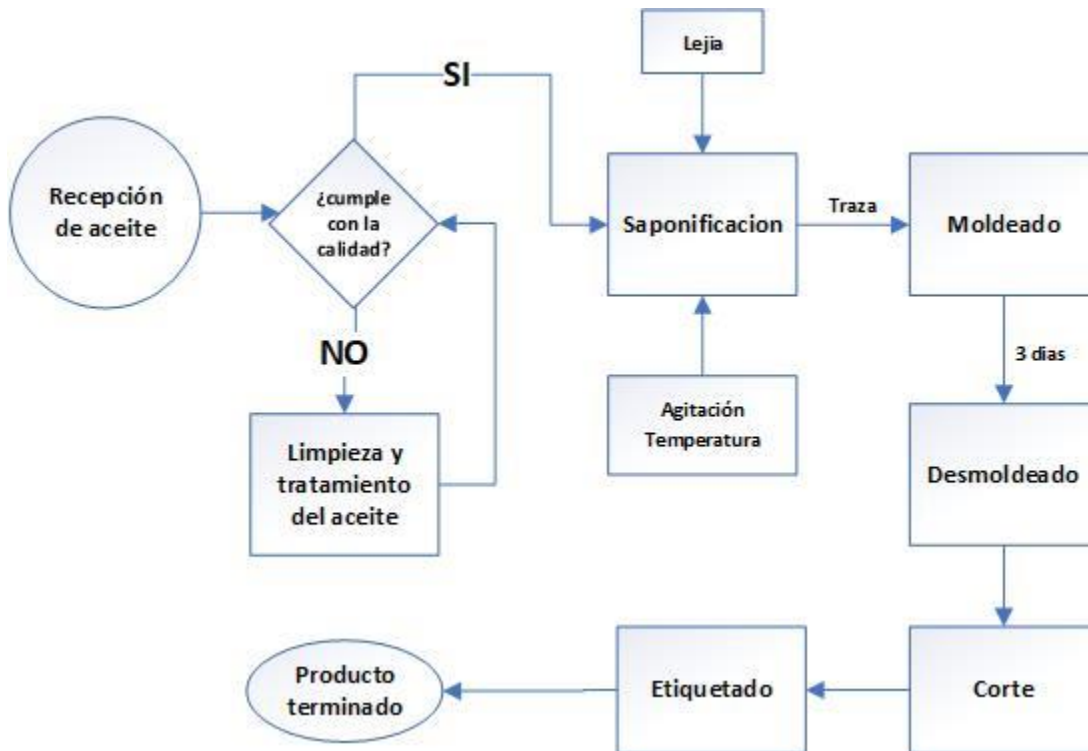
5.2.2 Diagrama de flujo proceso de producción

SOLIDOS:

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

Figura 37

Esquema de proceso de producción jabones solidos



5.2.3 Tecnología para el desarrollo del proyecto

Materias primas:

Las materias primas son todos los ingredientes necesarios para producir los jabones. Esto va directamente relacionado a la formula o a la receta de cada jabón, todos los ingredientes fueron identificados y descritos para tener una idea clara de que función cumplen dentro de su

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

110

proceso. Se diferencian de los insumos porque toda materia prima es transformada, es decir entra como parte del proceso, pero cuando sale es otro producto distinto.

Tabla 15

Materias primas

MATERIAS PRIMAS (SE TRANSFORMAN)		
1	Agua	Insumo principal para la elaboración de jabones y cualquier preparación, diluciones y base de jabones
2	Aceite de cocina usado	Aceite vegetal usado empleado para cocinar alimentos
3	Hidróxido de sodio	Se le conoce como soda caustica a nivel comercial, esta se usa para preparar la lejía que posteriormente se combina con las grasas saponificables
4	Hidróxido de potasio	Se le conoce como potasa caustica a nivel comercial, esta se usa para preparar la lejía que posteriormente se combina con las grasas saponificables
5	Ácido cítrico	Polvo acido soluble en agua utilizado como regulador de pH en los jabones
6	CMC	carboximetilcelulosa o cmc es un polvo que se obtiene a partir de la celulosa presente en algunas plantas, se usa como gelificante en los jabones

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

111

7	Dióxido de titanio	Pigmento blanco obtenido a partir de minerales. Se usa como colorante blanco en polvo
8	Miel	Miel de abeja natural para la elaboración del jabón de avena y miel
9	Texapon	El texapon o lauril éter-sulfato de sodio es un detergente que sirve para generar más espuma en los productos
10	Alcohol	Sustancia volátil obtenida a partir de la fermentación de azúcares. Se usa como solvente en los jabones
11	Ácido sulfónico	Tenso activo que sirva para generar espuma en los jabones
12	Aceite de coco	Aceite vegetal obtenido del prensado de la pulpa de coco. Se usa como aceite saponificable en la producción de los jabones
13	Aceite de ricino	Aceite vegetal también conocido como aceite de castor, Se usa como aceite saponificable en la producción de los jabones
14	Aceite de almendras	Aceite vegetal obtenido del prensado de los frutos secos de almendras. Se usa como aceite saponificable en la producción de los jabones
15	Ácido esteárico	Químico granular se usa como aceite saponificable como emulsionante en soluciones no solubles
16	Avena	Fruto seco de la avena utilizado en los jabones, aporta suavidad a las propiedades del jabón

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

112

17	Cera de abeja	Aceite saponificable obtenido del panal de las abejas
18	Manteca de cacao	Manteca que a temperatura ambiente es sólida y a temperaturas mayores a los 37 ° C es líquido. Se obtiene como producto secundario en la extracción del cacao para producir chocolate
19	Aceite de oliva	Aceite saponificable obtenido a partir del prensado de las olivas, se usa como base en los jabones
20	Aceite de girasol	Aceite saponificable obtenido a partir del prensado de las semillas de girasol, se usa como base en los jabones
21	Carbopol	Químico granular soluble en agua, se usa como gelificante en los jabones
22	Colorantes	Son todos aquellos pigmentos, tintes e ingredientes cuya finalidad es teñir o pintar el jabón
23	Azúcar	Azúcar comercial utilizado como exfoliante
24	Aceites esenciales	Mezclas de compuestos aromáticos y volátiles obtenidos a partir de la destilación de las plantas aromáticas
25	TEA	Regulador de pH
26	Glicerina	Químico líquido soluble en alcohol, se usa como agente humectante
27	Benzoato de sodio	Químico granular, se usa como conservante
28	Bicarbonato de sodio	Químico sólido granular se usa como agente de limpieza

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

29	Cloruro de sodio	Sal comercial, se usa para diversos procesos como separar las fases o espesar jabones
30	Fragancias	Químicos que aportan aromas a los jabones
31	Base pellet de jabón	Base en pellets de jabón para extrusor
32	Café	Café comercial no instantáneo utilizado como exfoliante en los jabones

Insumos:

Los insumos a diferencia de las materias primas son los materiales que se utilizan en el proceso de producción pero que no sufren una transformación ni son sometidos a procesos físicos o químicos.

Tabla 16

Insumos

INSUMOS (no se transforman)	
Envoltorios	Envoltorios de los jabones una vez son empacados
Etiqueta	La etiqueta que lleva el envoltorio del jabón donde está la información del producto y de la empresa
Envolturas plásticas	papel plástico utilizado para envolver jabones
Bolsas de papel	Bolsas usadas para entregar los jabones una vez son vendidos

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

Cajas para kits	Las cajas utilizadas para empaçar los jabones
Lazos	Utilizados para asegurar las cajas que contienen los jabones

Materiales

Son todos los elementos, accesorios e instrumentos necesarios para llevar a cabo la producción. Por su baja complejidad son se pueden incluir en tecnología, son tales como:

Tabla 17

Materiales

MATERIALES	
Beakers	También conocido como vaso de precipitado es un recipiente de vidrio transparente utilizado en el laboratorio
Espátulas	Utensilio utilizado para tomar pequeñas cantidades de ingredientes
Cucharas	Utensilio utilizado para tomar pequeñas cantidades de ingredientes
Recipientes plásticos	Recipientes utilizados para tomar muestras de ingredientes
Elementos de protección personal	Elementos para proteger la salud del operario
Moldes	Recipientes para verter el jabón en la última etapa del proceso de producción

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

115

Contenedor plástico 200L	Recipiente para el mezclado de jabón
Repisas de secado	Repisas utilizadas en el proceso de curado del jabón donde reposan las barras cortadas

Tecnología.

Son aquellos instrumentos utilizados en el proceso de producción del jabón que por su complejidad, costo y especificaciones técnicas deben ser especiales para no interferir en la calidad del producto.

Tabla 18

Tecnología

Tecnología	
Reactor 20 L	Reactor en acero inoxidable resistente a sustancias alcalinas con capacidad de 20 litros
Batidora de mano	Oster Batidora/Licadora de Inmersión 4 en 1 Negro 250w
Cortador de jabón	Cortador de bloques de jabón 4 en 1 capacidad hasta de 20kg
Estufa para producción	Estructura fabricada en Angulo de hierro, pintada en pintura electrostática horneada, frente en

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

116

	acero calibre 24, quemadores en aluminio industrial Q50 de 50 mil Btus.
Agitador para mezclar el jabón líquido con capacidad de aguantar hasta 200L	Agitador vertical con graduación de posición en acero inoxidable de velocidad rápida con rotación axial
Estufa de laboratorio	Plancha de calentamiento con agitación magnética con calentamiento hasta 200°C
Extrusora de jabón	Extrusora de jabón con tronillo sin fin en acero inoxidable para una capacidad de procesamiento de 200kg con matriz peletizadora y base rectangular
Cortador de jabón por unidad	Cortadora de barras de jabón multi unidades de 16 puestos
Pesa de laboratorio	Balanza analítica de laboratorio de 0,01g hasta 3000g con masas patrón
Pesa para producción	Bascula de peso abatible semi industrial en acero inoxidable con capacidad hasta de 550kg

5.2.4 Descripción de personal para el proceso de producción

Implica todo el trabajo realizado por los encargados de los procesos de producción en la empresa, todo esfuerzo físico que emplea el operario para para fabricar los jabones. En este ítem se tiene en cuenta la mano de obra directa para la producción

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

117

Tabla 19

Mano de obra

Cargos	Descripción
DIRECTOR TECNICO	El de la firma, debe ser químico farmacéutico Contratarlo por prestación de servicios
Operario de producción	Es el encargado de responder por la producción, calidad y el cumplimiento de las órdenes del jefe de operaciones

5.2.5 De la planta

5.2.5.1 Distribución de la planta

La planta al tener diferentes zonas de operación como lo son el área de gerencia, comercial y producción deben tener áreas independientes de trabajo.

Dependencias

Las dependencias son las diferentes áreas encargadas de cumplir con las funciones asignadas a cada uno con el fin de trabajar en sincronía y así cumplir las metas respectivas. Las dependencias de NUT PRODUCTOS están compuestas por:

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

118

Figura 38

Dependencias de la planta

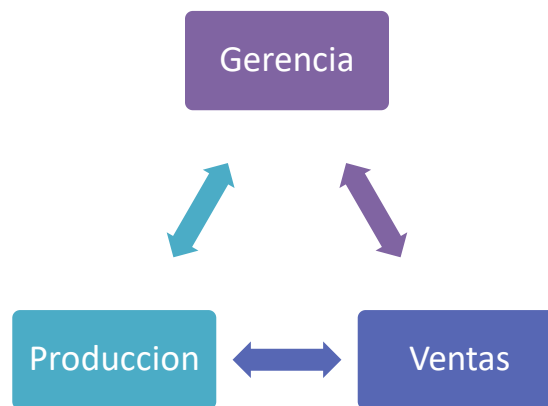


Figura 40. Relación de trabajo de las dependencias de nut productos

- Administrativa: El área administrativa está compuesta por la oficina del gerente y una sala de reunión
- Ventas: Sera la tienda al público. Estará atendida por el ejecutivo comercial
- Producción: Esta área será toda la parte operativa, cumplirá la función de producir los productos, de calidad y de investigación y desarrollo

Aéreas de las dependencias.

El área de la dependencia lo determinan básicamente las funciones que allí se llevaran a cabo. Por ejemplo, el área de producción al requerir de maquinara, escritorio y zonas de fáciles

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

119

de transitar requiere de una zona amplia para trabajar y cumplir con las buenas prácticas de manufactura para la producción de jabones. En síntesis, el área de cada dependencia está distribuida de la siguiente forma:

Tabla 20

Áreas de las dependencias.

ADMINISTRATIVA	8M ²
VENTAS	19M ²
PRODUCCION	41.93M ²

El área total de la empresa será de 73 metros cuadrados

Relación de proximidad.

En este caso al tratar de una empresa de una sola planta, todas las áreas quedan en la misma planta y su proximidad es continua, la zona de ventas es la entrada a la empresa que a su vez conecta con el área de producción y con el área administrativa. El área administrativa conecta con el baño de la empresa. Sin embargo, el área de producción solo conecta con la zona de ventas.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

120

Plano de distribución.

Teniendo en cuenta las dependencias de la empresa y las áreas de cada una, se realizó el plano de distribución de la empresa NUT PRODUCTOS a escala 1:20 en el software Microsoft Visio.

Figura 39

Plano de distribución



Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

121

5.2.5.2 Obras físicas de adecuación

En este caso al tratar de una empresa de una sola planta, todas las áreas quedan en la misma planta y su proximidad es continua, la zona de ventas es la entrada a la empresa que a su vez conecta con el área de producción y con el área administrativa. El área administrativa conecta con el baño de la empresa. Sin embargo, el área de producción solo conecta con la zona de ventas.

5.2.5.3 Valoración de las obras físicas

Las obras físicas pueden variar en base al local que se arriende para la ejecución del proyecto. Pero se planea una inversión de adecuación de \$5'000.000

5.2.6 *Control de calidad y seguridad industrial*

Los procedimientos de control de calidad así como todo el procesos de gestión integral HQSE y ambiental serán llevados a cabo tal como lo indica la resolución 0337 de 2004.

- Potencial de hidrogeno (pH): la medición del pH final de los jabones será llevado a cabo una vez se finalice cada lote de producción. Este análisis será llevado a cabo con un pH-metro cuyo valor debe estar comprendida entre 9-10.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

122

- Índice de saponificación (INS): El índice de saponificación es un análisis químico que se realiza al aceite con los cuales se elaboran los jabones. El ins debe ser el mismo al que reportan los proveedores en su ficha técnica.
- Análisis sensorial: Una vez finalizada la producción, el operario es encargado de montar un panel sensorial en el cual mediante el uso del jabón se determinará propiedades como la dureza, la espuma que genera, y la sensación de humectación en las manos.

5.2.7 Resumen de la inversión necesaria para la puesta en marcha

5.2.7.1 Compra o arrendamiento del lugar de operación

No es necesario comprar un inmueble para este proyecto debido que el tamaño del proyecto no lo justifica.

5.2.7.2 Inversión en maquinaria

Tabla 21

Inversión de maquinaria

TIPO DE ELEMENTO	NOMBRE ELEMENTO	Cantidad	VALOR TOTAL
	TANQUE MEZCLADOR 160L	2	\$ 240.000,00
	OLLA ACERO INOXIDABLE 20L	3	\$ 1.400.000,00

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

123

IMPLEMENTOS PARA PRODUCCION	MEZCLADOR INDUSTRIAL 2 CABALLOS	1	\$ 4.000.000,00
	BATIDORA DE MANO 4 VELOCIDADES	2	\$ 1.000.000,00
	ACCESORIOS MEZCLADOR	1	\$ 300.000,00
	MESA PARA ENVASAR	1	\$ 400.000,00
	REPISA PARA MATERIAS PRIMAS	1	\$ 350.000,00
	SILLA	1	\$ 350.000,00
	COMPUTADOR	1	\$ 1.500.000,00
	BASCULA	1	\$ 350.000,00
	BALDES CONTENEDORES, ESPATULAS Y ACCESORIOS	1	\$ 250.000,00
ANALISIS DE CALIDAD	MULTIPARAMETRICO pH y cond	1	\$ 3.000.000,00
	MESA DE TRABAJO Y ESCRITORIO	1	\$ 800.000,00
	INSTRUMENTACION Y VIDRIERIA	1	\$ 2.500.000,00
	ARMARIO O REPISA	1	\$ 500.000,00
ENVASE, ROTULO Y ALMACENAMIENTO	MESA DE TRABAJO Y ESCRITORIO	1	\$ 800.000,00
	ACCESORIOS PARA ETIQUETAR	1	\$ 200.000,00
	REPISA PARA MATERIAS PRIMAS	1	\$ 1.100.000,00
	REPISA PARA PRODUCTO TERMINADO	1	\$ 600.000,00
	Adecuaciones	1	\$ 2.500.000,00
			\$ 22.140.000

5.2.7.3 Inversión en obras físicas

Las obras físicas pueden variar en base al local que se arriende para la ejecución del proyecto. Pero se planea una inversión de adecuación de \$5'000.000

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

5.2.7.4 Resumen inversión

A continuación se presenta un resumen de toda la inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto teniendo en cuenta tanto las inversiones en el área operativa y en el área administrativa y de ventas de la compañía.

Tabla 22

Resumen de Inversión

TIPO DE ELEMENTO	NOMBRE ELEMENTO	Cantidad	VALOR TOTAL
IMPLEMENTOS PARA PRODUCCION	TANQUE MEZCLADOR 160L	2	\$ 240.000,00
	OLLA ACERO INOXIDABLE 20L	3	\$ 1.400.000,00
	MEZCLADOR INDUSTRIAL 2 CABALLOS	1	\$ 4.000.000,00
	BATIDORA DE MANO 4 VELOCIDADES	2	\$ 1.000.000,00
	ACCESORIOS MEZCLADOR	1	\$ 300.000,00
	MESA PARA ENVASAR	1	\$ 400.000,00
	REPISA PARA MATERIAS PRIMAS	1	\$ 350.000,00
	SILLA	1	\$ 350.000,00
	COMPUTADOR	1	\$ 1.500.000,00
	BASCULA	1	\$ 350.000,00
	BALDES CONTENEDORES,	1	\$ 250.000,00

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

125

	ESPATULAS Y ACCESORIOS		
ANALISIS DE CALIDAD	MULTIPARAMETRIC O pH y cond	1	\$ 3.000.000,00
	MESA DE TRABAJO Y ESCRITORIO	1	\$ 800.000,00
	INSTRUMENTACION Y VIDRIERIA	1	\$ 2.500.000,00
	ARMARIO O REPISA	1	\$ 500.000,00
ENVASE, ROTULO Y ALMACENAMIENTO	MESA DE TRABAJO Y ESCRITORIO	1	\$ 800.000,00
	ACCESORIOS PARA ETIQUETAR	1	\$ 200.000,00
	REPISA PARA MATERIAS PRIMAS	1	\$ 1.100.000,00
	REPISA PARA PRODUCTO TERMINADO	1	\$ 600.000,00
	adecuaciones	1	\$ 2.500.000,00
IMPLEMENTOS PARA ESTANTERIA Y VENTAS	REPISAS Y MUEBLES DE EXIBICION	1	\$ 8.000.000,00
	CAJA REGISTRADORA	1	\$ 1.000.000,00
	LETREROS Y PUBLICIDAD	1	\$ 2.000.000,00
	ADORNOS	1	\$ 1.000.000,00
	COMPUTADOR	1	\$ 1.500.000,00
	DOTACION	1	\$ 700.000,00
	SILLA	2	\$ 400.000,00
	ADECUACIONES	1	\$ 1.000.000,00
	ESCRITORIO	1	\$ 500.000,00

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

126

\$ 38.240.000

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

127

6 ESTUDIO ADMINISTRATIVO – ORGANIZACIONAL

NUT PRODUCTOS una empresa ubicada en el sector secundario por el proceso de transformación secundaria de la materia prima. Del mismo modo es una empresa con ánimo de lucro y será constituido como una SAS (Sociedades por Acciones Simplificadas) estas acciones estarán repartidas entre sus socios dependiendo de la cantidad de dinero y de la participación en la empresa serán divididas las acciones.

6.1 Identificación de la organización

6.1.1 *Nombre*

NUT PRODUCTOS

6.1.2 *Slogan*

NUT productos tiene como eslogan “vuelve a lo natural” frase que fue implementada con el fin de recodar que anteriormente utilizábamos la naturaleza como farmacia y utilizábamos sus hojas, raíces, frutos o cortezas con fines medicinales

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

128

6.1.3 *Logotipo*

Figura 40

Logotipo



6.2 **Planeación estratégica**

6.2.1 *Misión*

Cuál es mi promesa de valor

Ofrecer una alternativa de bienestar y belleza a todos las personas amantes del mundo

La misión de NUT productos es generar por medio de creatividad, mano de obra calificada y responsabilidad social un producto que sea una alternativa para los productos cosméticos convencionales que generan graves daños al planeta por sus componentes de fabricación. Con esta problemática en frente y con el deseo de servir, NUT productos quiere ser

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

129

la empresa que, con la adecuada mezcla de talento humano por parte de sus empleados, seriedad y calidad por parte de sus proveedores, y buen direccionamiento por parte de su inversionista, genere lucro financiero y social mejorando la vida de todo aquel actor del proyecto. (Sociedad, ambiente, empleados, proveedores, cliente accionista)

6.2.2 *Visión*

La visión de la empresa NUT productos es ser el Fabricante y comercializador de Jabones naturales más grande del departamento para el año 2026. Tener participación y reconocimiento en el ámbito nacional y de esta manera, se reconocido por sus innovadores procesos y desarrollo de productos sostenibles. Reducir progresivamente el uso de compuestos peligrosos para el medio ambiente y la salud humana en la ciudad, disminuirlo en el departamento y el país, aportando una contribución a la batalla social que se libra a nivel mundial por hacer sostenible la actividad humana, pero intentando evitar grandes traumatismos a la sociedad sobre todo al consumidor final, y siempre siguiendo la normativa impuesta por el gobierno en pro de mejorar la humanidad sin sacrificar el bienestar personal de empleados, socios, clientes, proveedor y medio ambiente. Todo actor directo o indirecto implicado en cualquier proceso de la empresa NUT productos

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

130

6.2.3 *Valores organizacionales*

Responsabilidad social: Inspirados reparar tanto daño que los humanos como especie han hecho al planeta la empresa plantea como eje central de su idea de negocio, la producción de productos que cada día traten de mitigar el impacto ambiental de su actividad diaria.

Responsabilidad: La empresa siempre deberá cumplir con sus obligaciones, legales y morales ante sí y todos los actores de su razón de ser. Y de no ser posible los socios tendrán que responder.

Integridad: La empresa solo producirá y enseñará a sus empleados procesos transparentes en donde la calidad y la satisfacción del consumidor final sea el fin último.

Confianza: Todos los productos deberán cumplir los estándares de calidad en pro de mantener siempre la buena imagen de la empresa, toda alteración en el producto será compensada y será asumida por la empresa.

Equidad: En la cultura operacional se promoverá la igualdad de condiciones laborales, dentro de la empresa sin importar el cargo o salario. La opinión, la calidad del trato, y los derechos de cada empleado tendrán igual validez.

Trasparencia: Los consumidores siempre sabrán el 100% de componentes del producto y siempre tendrán información oportuna por parte de la empresa en caso de ser requerida.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

131

Honestidad: Todos los entes del gobierno siempre contarán con información fiscal real de la empresa y cualquier intento de fraude por parte de cualquier integrante de la compañía será castigado.

Lealtad: La empresa siempre buscará los mejores proveedores, pero después de un tiempo mayor a un año tratando con el mismo se le informará si otro tiene una mejor oferta, en caso de que este la pueda igualar y continuar la relación comercial.

Respeto: Bajo ningún motivo en la empresa se permitirá un ataque a la creencia personal o pensamiento de cualquier miembro de esta ya sea empleado socio o cliente.

Honestidad: La empresa solo se comprometerá a producir lo que según su capacidad instalada pueda cumplirse, nunca se mentirá a los clientes.

6.2.4 *Objetivos organizacionales*

- Incrementar la participación en el mercado.
- Alcanzar las ganancias proyectadas.
- Convertirse en una de las marcas líderes en el mercado nacional de cosmética natural

Imponer una tendencia de consumo novedosa, rentable y respetuosa del medio ambiente.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

132

6.2.5 Políticas organizacionales

Las políticas definidas en este ítem son las pautas o criterios que se tienen en cuenta para la consecución de los objetivos. Nos sirven para guiar el camino hacia un objetivo, ayudando a delegar y mantener la buena relación entre personas.

Política de sostenibilidad

Fomentar una cultura sostenible brindando alternativas ecológicas de productos cosméticos manera que sean competitivos en el mercado.

Utilizar materias primas locales (Colombia) renovables de tal forma que favorezcan a los agricultores y el campo colombiano.

Política departamento financiero

Este sector de la compañía tendrá como política trabajar con el fin de cumplir los objetivos anuales y de facturación establecidos con la gerencia y el departamento financiero, Establecer campañas de ventas y apoyar la publicidad y los canales de distribución. Crear contenido de valor para los clientes y realizar las alianzas estratégicas más convenientes para la empresa y llevar el registro contable de todos los procesos tributarios.

Política operacional

Este sector de la compañía tendrá como política el cumplimiento de los estándares de higiene, salubridad y calidad de los procesos operativos de producción de NUT PRODUCTOS.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

133

Estará al tanto de las tecnologías existentes en el mundo y aplicará todas las herramientas y conocimientos con el fin de desarrollar y crear nuevos procesos que le permitan a la empresa ser competitiva con respecto a los demás productos en el mercado. Investigará y desarrollará nuevos productos siempre en función de la empresa.

6.3 Estructura organizacional

6.3.1 Organigrama

La empresa está conformada por 4 personas. Dentro del organigrama de la empresa se divide en 2 áreas que son el área comercial y el departamento Operacional.

Gerencia general: Se encargará de abrir nuevos mercados, cumplir con la misión de la empresa y trabajar en pro de cumplir los objetivos, será el líder de la empresa

Área comercial: Está a cargo del ejecutivo comercial que se encargara de atender todos los temas relacionados con el mercadeo y las ventas de la empresa. se encargará de manejar todas las relaciones comerciales con los distribuidores de NUT PRODUCTOS, de abrir nuevos mercados y crear alianzas y campañas estratégicas que contribuyan a los ingresos de la compañía. Cumplirá la función de vender los productos y atender a los clientes en el local, de servicio al cliente y de ofrecer el portafolio de productos a los clientes. Estar atento de las tiendas que distribuyen los productos y coordinar con el gerente y el operario el desarrollo de nuevos

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

134

productos según las tendencias y necesidades del mercado. Está a cargo de la creación de contenido digital difundirá la información de la empresa.

Jefe de operaciones: Técnicos y de producción de la empresa, será el responsable directo de la producción de la empresa, la calidad y la investigación y desarrollo de productos. La compra y logística de toda la materia prima necesaria para la producción.

Operario de Producción: Es el encargado de los procesos de producción de la empresa, cumplir con las órdenes del jefe de operaciones.

Figura 41.

Organigrama

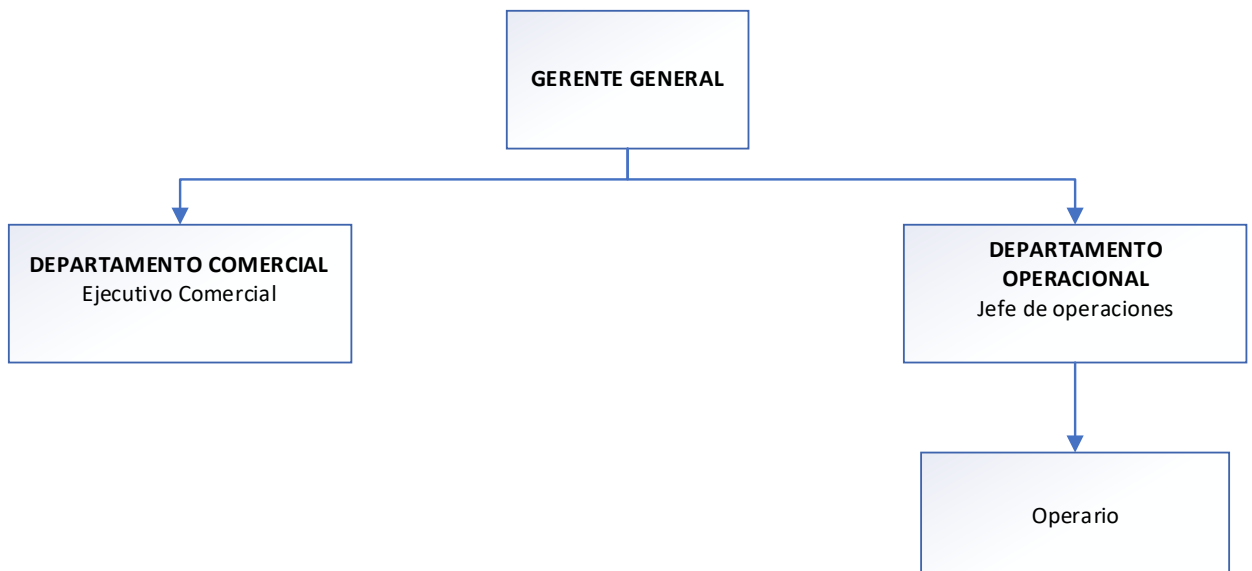


Figura 43. Organigrama de la empresa NUT PRODUCTOS

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

135

6.3.2 Marco legal de vinculación

Jefe de operaciones

- Perfil Ocupacional
 - Estudios Académicos: Ingeniero Químico, Ingeniero Industrial o Químico farmacéutico
 - Experiencia laboral: mayor a 1 año de experiencia es procesos productivos de cosméticos o productos de aseo
 - Habilidades y destrezas: Trabajo en equipo, proactivo, creativo.
 - Edad: 25-35 años
 - Género: Femenino
 - Tipo de contrato laboral: Término Indefinido
 - Composición del salario: sueldo básico + prestaciones (1'600.000)
 - Proceso de selección: Convocatoria interna - externa, Convocatoria online, Ferias de empleo.
 - Objetivo general del cargo: liderar los procesos operativos de producción.
- Funciones primarias del cargo:
 - Supervisar, optimizar y dirigir los procesos operativos de producción de productos.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

136

- Realizar los análisis de calidad de cada lote de producción, investigar y desarrollar nuevas formulaciones y nuevos componentes para el desarrollo de los productos.

- Funciones complementarias del cargo:

Enseñar al operario todos los conocimientos de la industria cosmética, velar por la salud y seguridad en la planta de producción, trabajar junto con mercadeo para el lanzamiento de nuevos productos.

Ejecutivo comercial

- Perfil Ocupacional
 - Estudios Académicos: Profesional en contaduría.
 - Experiencia laboral: mayor a 1 año de experiencia
 - Habilidades y destrezas: Trabajo en equipo, proactivo, creativo.
 - Edad: 25-55 años
 - Género: Masculino o femenino
 - Tipo de contrato laboral: Término Indefinido
 - Composición del salario: sueldo básico (1'200.000) + prestaciones
 - Proceso de selección: Convocatoria interna - externa, Convocatoria online, Ferias de empleo.
- Manual de funciones

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

137

- Objetivo general del cargo: Llevar la contabilidad de la empresa.
- Funciones primarias del cargo: realizar el balance de general de las cuentas mensualmente, reportar los ingresos y egresos, dirigir los procesos de logística de las materias primas y materiales.
- Objetivo general del cargo: Realizar planes de mercadeo, alianzas estratégicas y promociones de la empresa
- Funciones primarias del cargo: dirigir, implementar y controlar los procesos de mercadeo para aumentar las ventas de la empresa, cumplir con los objetivos mínimos de ventas y crear campañas de promoción.
- Funciones complementarias del cargo: Proponer nuevas formulaciones según las tendencias del mercado. Optimizar recursos por medio de alianzas estratégicas, proponer formatos de organización contable y logística

Operario de producción

- *Perfil Ocupacional*
 - Estudios Académicos: tecnólogo en química, alimentos o manejo de productos químicos
 - Experiencia laboral: mayor a 1 años de experiencia en producción
 - Habilidades y destrezas: Trabajo en equipo, proactivo, creativo.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

138

- Edad: 20-45 años
- Género: masculino o femenino
- Tipo de contrato laboral: Término Indefinido
- Composición del salario: sueldo básico (977.000) + prestaciones
- Proceso de selección: Convocatoria interna - externa, Convocatoria online, Ferias de empleo.
- *Manual de funciones*
 - Objetivo general del cargo: Realizar la producción ordenada por el jefe de operaciones
 - Funciones primarias del cargo: mantener al día las ordenes de producción
 - Funciones complementarias del cargo: Investigar y desarrollar nuevos productos

6.4 Inversión en adecuación administrativa

La inversión en el área administrativa está sujeta a las características físicas del local por lo que la elección de un buen local supone una baja inversión en adecuación. La elección de la ubicación del proyecto se estudió y analizó en el estudio técnico por lo que para inversión en adecuaciones en el área administrativa nada más se contemplaron \$ 2'500.000.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

6.5 De la constitución de la sociedad

6.5.1 *Acta de constitución y estatutos de la sociedad*

En el acta de constitución de nut productos presentado ante la cámara de comercio de Ibagué es estipula básicamente que la constitución legal de la empresa está conformada como una sociedad por acciones simplificada donde a Bian Camilo Riaño Urrego figura como representante legal y máximo accionista de la empresa con el 60% del capital, por otro lado Johanna carolina varón cordoba figura como la representante legal suplente y quien es propietaria del 40% de las acciones restantes de la empresa.

6.5.2 *Costos de constitución*

Tabla 23

Costos de constitución

COSTOS DE CONSTITUCION	
MATRICULA	\$ 36.000,00
INSCRIPCION	\$ 45.000,00
IMPUESTO	\$ 70.000,00
ESTABLECIMIENTO	\$ 98.000,00
FORMULARIO	\$ 6.200,00
DESCUENTO -35 AÑOS	\$ 36.000,00
TOTAL	\$ 291.200,00

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

140

7 ESTUDIO LEGAL

Con este estudio se pretende determinar si es viable el desarrollo del proyecto desde el marco legal, lo que lleva a la necesidad de presentar el marco legal que afecta el desarrollo del proyecto. Es necesario recordar que la afectación puede ser positiva o negativa.

7.1 Legislación que afecta al proyecto por su ubicación

Según lo que establezca el plan de ordenamiento territorial sobre las fábricas. Sin embargo debido al tamaño del proyecto se estima que la ubicación del proyecto no se ve afectada por alguna legislación.

7.2 Legislación que afecta el desarrollo y/o venta del producto

La normatividad legal vigente para el sector cosmético en Colombia está regulada por el registro sanitario obligatorio emitido por el invima. La resolución 03773 de 2004 y la resolución 1906 de 2017

7.3 Legislación que afecta los procesos de contratación y vinculación laboral según el proyecto

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

141

Los 4 empleados que conforman la empresa NUT productos estarán vinculados directamente con la empresa mediante un contrato con todas las prestaciones sociales.

- Afiliación al sistema de salud
- Afiliación a ARL
- Afiliación a la caja de compensación familiar
- Aportes a parafiscales ICBF, Sena
- Contratación con prestaciones sociales, es decir prima cesantías, vacaciones, intereses a las cesantías.

Obligaciones Tributarias

- Impuesto de industria y comercio
- Impuesto sobre ventas por pagar IVA
- Impuesto de retención sobre IVA reteiva
- Están obligados a expedir facturas.

7.4 Legislación tributaria que afecta el proyecto.

Las **sociedades SAS** creadas por la ley 1258 de 2008 con la finalidad de permitir y facilitar la apertura de este tipo de compañías en Colombia, eliminando los procesos y trámites.

Al constituir la empresa como una SAS, Nut productos está obligado a:

- Son agentes de retención en la fuente a título de Renta, Iva, Ica y demás

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

142

- Son responsables del Iva en caso de realizar una actividad gravada con dicho tributo
- Son contribuyentes del impuesto a la renta del régimen ordinario
- Están obligadas a expedir facturas
- Están obligadas a aportar información exógena
- Son responsables del impuesto de industria y comercio
- Están obligadas a pagar el impuesto predial
- Están obligadas a llevar contabilidad

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

8 ESTUDIO AMBIENTAL

Para determinar el posible impacto ambiental ocasionado por la ejecución del proyecto Nut productos, se realizó una matriz en la cual se analizan los posibles riesgos al sistema natural y al ecosistema teniendo en cuenta el clima, la calidad del aire, los ruidos y vibraciones, la hidrología, los suelos, vegetación, fauna y el paisaje

Tabla 24

Evaluación ambiental del proyecto NUT PRODUCTOS.

COMPONENTES	IDENTIFICACION ESTADO INICIAL	POSIBLES RIESGOS	ACCION DE MITIGACION
1. SISTEMA NATURAL			
CLIMA	Estable sin alteraciones. las condiciones del clima están en función del clima de la ciudad	No aplica	No aplica
CALIDAD DE AIRE	Estable sin alteraciones	Vapores productos del proceso de fabricación de los productos. Contemplados en la resolución 2254 de 2017	Cámara de extracción de gases. SI las emisiones no sobrepasan los valores admisibles de contaminantes en el aire según la resolución 2254 de 2017 no será necesario un tratamiento posterior.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

144

RUIDOS Y VIBRACIONES	Estable sin alteraciones	Ruidos y vibraciones producidas por la maquinaria que interviene en el proceso de producción. (mezcladores, Bombas, Prensas)	Mediante la compra de equipos silenciosos, el diseño de una planta que logre asilar el ruido y la correcta ubicación de los equipos para generar las menores vibraciones posibles
GEOLOGIA GEOMORFOLOGIA	Estable sin alteraciones	No aplica	No aplica
HYDROLOGIA	Estable sin alteraciones	Vertimientos de aguas residuales del proceso de producción	Seguimiento y control de los parámetros de la calidad del agua según la resolución 631 de 2015
SUELOS	Estable sin alteraciones	No aplica	No aplica
VEGETACION	Estable sin alteraciones	No aplica	No aplica
FAUNA	Estable sin alteraciones	No aplica	No aplica
PAISAJE	Estable sin alteraciones	Estructura	No aplica

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

145

9 ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

En este estudio se analiza la viabilidad del proyecto. Tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del proceso de producción. Este estudio nos permitirá ver si el proyecto es viable en términos de rentabilidad económica.

9.1 Definición de inversiones diferidas

En este numeral se estipulan aquellas inversiones en activos intangibles, los cuales se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. (Fuente)

Tabla 25

Inversiones diferidas.

NOMBRE ACTIVO	VALOR TOTAL
CONSTITUCION LEGAL DE LA EMPRESA	\$ 219.200,00
GASTOS DE INTERNET Y TELEFONIA	\$ 4.200.000,00
ASESORIAS TECNICAS DEL PRODUCTO	\$ 3.300.000,00
ARRIENDO 5 AÑOS	\$ 10.000.000,00
SERVICIOS	\$ 36.000.000,00
INVERSION DIFERIDA TOTAL	\$ 53.719.200,00

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

146

9.2 Definición de inversiones fijas

La inversión fija del proyecto contempla la inversión en activos fijos tangibles, tales como terreno, obras físicas; así como la adquisición de mobiliario y equipo, entre otros, para su inicio de operación. (FUENTE)

Tabla 26

Inversiones fijas

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR TOTAL
TANQUE MEZCLADOR 160L	2	\$ 240.000,00
OLLA ACERO INOXIDABLE 20L	3	\$ 1.400.000,00
MEZCLADOR INDUSTRIAL 2 CABALLOS	1	\$ 4.000.000,00
BATIDORA DE MANO 4 VELOCIDADES	2	\$ 1.000.000,00
ACCESORIOS MEZCLADOR	1	\$ 300.000,00
MESA PARA ENVASAR	1	\$ 400.000,00
REPISA PARA MATERIAS PRIMAS	1	\$ 350.000,00
SILLA	1	\$ 350.000,00
COMPUTADOR	1	\$ 1.500.000,00
BASCULA	1	\$ 350.000,00
BALDES CONTENEDORES, ESPATULAS Y ACCESORIOS	1	\$ 250.000,00
MULTIPARAMETRICO pH y cond	1	\$ 3.000.000,00

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

147

MESA DE TRABAJO Y ESCRITORIO	1	\$ 800.000,00
INSTRUMENTACION Y VIDRIERIA	1	\$ 2.500.000,00
ARMARIO O REPISA	1	\$ 500.000,00
MESA DE TRABAJO Y ESCRITORIO	1	\$ 800.000,00
ACCESORIOS PARA ETIQUETAR	1	\$ 200.000,00
REPISA PARA MATERIAS PRIMAS	1	\$ 1.100.000,00
adecuaciones	1	\$ 2.500.000,00
REPISAS Y MUEBLES DE EXIBICION	1	\$ 8.000.000,00
CAJA REGISTRADORA	1	\$ 1.000.000,00
LETREROS Y PUBLICIDAD	1	\$ 2.000.000,00
ADORNOS	1	\$ 1.000.000,00
COMPUTADOR	1	\$ 1.500.000,00
SILLA	2	\$ 400.000,00
ESCRITORIO	1	\$ 500.000,00
		\$ 35.940.000,00

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

148

9.3 Estructura de capital

9.3.1 Recursos propios

En este numeral se estipula la cuantía del proyecto que estará financiada por recursos propios de los dueños, socios o accionistas. En ese orden de ideas, en base a la composición accionaria estipulada en los estatutos de la empresa, los socios aportaran el 88% de la inversión necesaria en inversiones fijas y diferidas. La inversión de \$ 255.113.567,55 será distribuida de la siguiente forma:

Tabla 27

Resumen inversiones y costos.

RESUMEN INVERSIONES Y COSTOS	
Total Costos	\$ 255.113.567,55
recursos propios	\$ 224.499.939,44
financiado 12%	\$ 30.613.628,11
60% Brian	\$ 134.699.963,66
40% Johanna	\$ 89.799.975,78

9.3.2 Recursos con terceros

En este punto se estipulan los recursos que serán financiados en base al 12% restante del dinero necesario para la inversión. En ese orden de ideas, serán financiados \$30.613.628 en la entidad bancaria Bancolombia con una tasa de interés del 12%

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

9.4 Proyección de presupuestos a 5 años

9.4.1 Presupuesto de ventas

En base al estudio de mercado y el instrumento de recolección de datos, se determinó que el primer año se van a producir 30.000 unidades de producto con un incremento anual del 2% hasta el año 5 de la siguiente forma:

Tabla 28

Resumen de costos e ingresos por año

	2022	2023	2024	2025	2026
Unidades a vender	30000	30600	31518	32779	34418
Costo Total	\$ 255.113.568	\$ 283.109.923	\$ 296.026.111	\$ 311.760.079	\$ 329.144.827
Costo Unitario	\$ 8.504	\$ 9.252	\$ 9.392	\$ 9.511	\$ 9.563
Utilidad	\$ 1.496	\$ 1.748	\$ 1.908	\$ 2.089	\$ 2.337
Precio de Venta	\$ 10.000	\$ 11.000	\$ 11.300	\$ 11.600	\$ 11.900
Ingresos	\$ 300.000.000	\$ 336.600.000	\$ 356.153.400	\$ 380.233.152	\$ 409.570.106

9.4.2 Presupuesto de producción

La proyección de la demanda en los siguientes 5 años esta resumida en la siguiente tabla donde se puede apreciar el costo de producción y su relación con las unidades a vender de la siguiente forma:

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

150

Tabla 29

Presupuesto de producción

COSTOS	2022	2023	2024	2025	2026
Costos de producción	\$ 151.210.168	\$ 157.075.965	\$ 165.291.085	\$ 176.148.637	\$ 190.188.396
Costo Unitario	\$ 8.504	\$ 9.252	\$ 9.392	\$ 9.511	\$ 9.563
Precio de Venta	\$ 10.000	\$ 11.000	\$ 11.300	\$ 11.600	\$ 11.900
Unidades a vender	30000	30600	31518	32779	34418
Ingresos	\$ 300.000.000	\$ 336.600.000	\$ 356.153.400	\$ 380.233.152	\$ 409.570.106
Utilidad	\$ 1.496	\$ 1.748	\$ 1.908	\$ 2.089	\$ 2.337

9.4.3 Presupuesto de gastos operacionales, no operacionales e ingresos no operacionales

Se presenta la proyección del presupuesto de gastos operacionales, no operacionales e ingresos no operacionales, proyectado a 5 años.

Tabla 30

Presupuesto de gastos

COSTOS	2022	2023	2024	2025	2026
Costos de producción	\$ 151.210.168	\$ 157.075.965	\$ 165.291.085	\$ 176.148.637	\$ 190.188.396
Costos de venta	\$ 31.878.400	\$ 50.120.022	\$ 51.989.499	\$ 53.928.708	\$ 55.940.248
Costos administrativos	\$ 72.025.000	\$ 75.913.936	\$ 78.745.526	\$ 81.682.734	\$ 83.016.183
Costo Total	\$ 255.113.568	\$ 283.109.923	\$ 296.026.111	\$ 311.760.079	\$ 329.144.827

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

151

9.5 Proyección de estados financieros a 5 años

9.5.1 Estado de situación financiera

Se proyecta el estado de situación financiera a 5 años acorde a las especificaciones propias del proyecto.

Tabla 31

Estados financieros a 5 años

año	2020	2021	2022	2023	2024	2025
#	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
= BENEFICIOS NETOS	\$10 3.917.056	\$ 30.133.752	\$ 39.429.194	\$ 43.876.126	\$ 49.467.801	\$ 57.475.780

9.5.2 Estado de resultados

Se proyecta el estado de resultados a 10 años acorde a las especificaciones propias del proyecto.

Tabla 32

Estado de resultados

INGRESOS OPERACIONALES	\$ 409.570.106,4
- COSTOS DE PRODUCCIÓN (PREST SERV)	\$ 190.188.395,9
- COSTOS DE VENTAS	\$ 55.940.248,3
- COSTOS FINANCIEROS	

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

152

- COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 83.016.182,6
- DEPRECIACIÓN MAQUINARIA	\$ 137.500,0
- AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES	\$ 10.743.840,0
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 69.543.939,6
- IMPO RENTA (33%)	\$ 22.949.500,1
= UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTO	\$ 46.594.439,5

9.6 Proyección de flujo de caja a 5 años

Se determina el flujo de caja del proyecto a 5 años.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

Tabla 33

Flujo de caja 5 años

FLUJO DE CAJA 5 AÑOS						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	2022	2023	2024	2025	2026	2027
INGRESOS OPERACIONALES		\$ 300.000.000	\$ 336.600.000	\$ 356.153.400	\$ 380.233.152	\$ 409.570.106
- COSTOS DE PRODUCCIÓN (PREST SERV)		\$ 151.210.168	\$ 157.075.965	\$ 165.291.085	\$ 176.148.637	\$ 190.188.396
- COSTOS DE VENTAS		\$ 31.878.400	\$ 50.120.022	\$ 51.989.499	\$ 53.928.708	\$ 55.940.248
- COSTOS FINANCIEROS						
- COSTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 72.025.000	\$ 75.913.936	\$ 78.745.526	\$ 81.682.734	\$ 83.016.183
- DEPRECIACIÓN MAQUINARIA						
- DEPRECIACIÓN EQUIPO DE OFICINA						
- DEPRECIACIÓN VEHÍCULOS						
- DEPRECIACIÓN EDIFICIOS		\$ 137.500	\$ 137.500	\$ 137.500	\$ 137.500	\$ 137.500
- DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES						
- DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE CÓMPUTO						
- AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES		\$ 43.840	\$ 10.743.840	\$ 10.743.840	\$ 10.743.840	\$ 10.743.840
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		\$ 44.705.092	\$ 42.608.737	\$ 49.245.949	\$ 57.591.733	\$ 69.543.940
- IMPO RENTA (33%)		\$ 14.752.681	\$ 14.060.883	\$ 16.251.163	\$ 19.005.272	\$ 22.949.500
= UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTO		\$ 29.952.412	\$ 28.547.854	\$ 32.994.786	\$ 38.586.461	\$ 46.594.440
+ DEPRECIACIONES		\$ 137.500	\$ 137.500	\$ 137.500	\$ 137.500	\$ 137.500
+ AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES		\$ 43.840	\$ 10.743.840	\$ 10.743.840	\$ 10.743.840	\$ 10.743.840
- INVERSIÓN MAQUINARIA						
- INVERSIÓN EQUIPO DE OFICINA						
- INVERSIÓN VEHÍCULOS						
- INVERSIÓN EDIFICIOS	\$ 34.840.000					
- INVERSIÓN MUEBLES Y ENSERES						
- INVERSIÓN EQUIPOS DE CÓMPUTO						
- INVERSIÓN ACTIVOS INTANGIBLES	-\$ 53.719.200					
- INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO	-\$ 85.037.856					
= BENEFICIOS NETOS	-\$ 103.917.056	\$ 30.133.752	\$ 39.429.194	\$ 43.876.126	\$ 49.467.801	\$ 57.475.780

10 EVAFINANCIERA DEL PROYECTO

Esta evaluación busca determinar la viabilidad de la puesta en marcha de las fases de inversión y operación del proyecto, a la luz de los resultados financieros futuros del proyecto, desde el punto de vista del retorno de la inversión.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

154

10.1 Presentación de indicadores financieros de liquidez y rentabilidad

Es la relación entre el valor absoluto de los costos y los beneficios. Se obtiene de dividir el valor presente neto de los beneficios sobre el valor presente neto de los egresos. Es decir, ingresos/egresos del proyecto actualizados al valor presente

Tabla 34

Relación Costo Beneficio

VPN INGRESOS	\$ 1.263.741.677
VPN EGRESOS	\$ 1.074.733.181
(=) BENEFICIO	1,17

Como la RBC es mayor a 1. El proyecto es representa un beneficio para el inversionista.

Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión es de 2.9 años, es decir que en 2 años y 9 meses se recuperara la inversión.

10.2 Evaluación financiera - Valor Presente Neto y TIR

10.2.1 Determinación de la tasa de oportunidad

Es el valor actual de los beneficios netos que genera el proyecto durante los cinco años de vida del proyecto. Su valor depende del tiempo. Nos indica que, en moneda de hoy, la cantidad

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

155

de dinero que recibe el proyecto \$ 52.723.071 desde el año 0 hasta el final del 5 año. La tasa de oportunidad en este caso de 12.0%.

Se calcula el valor presente neto (VPN) del proyecto con base al flujo de caja desde el año 0 hasta el año 5 en base a la tasa de descuento del 12%.

Tabla 35

Calculo de VPN

año	Beneficio neto
2021	-\$ 103.917.056
2022	\$ 30.133.752
2023	\$ 39.429.194
2024	\$ 43.876.126
2025	\$ 49.467.801
2026	\$ 57.475.780
Tasa de oportunidad (T.O)	12%
Valor presente neto (VPN)	\$49.701.934

10.2.2 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno

Es una tasa porcentual que indica la rentabilidad promedio anual que genera el capital que permanece invertido en el proyecto (ABUHADBA, 2021).Representa el máximo costo que el inversionista podría pagar por el capital prestado. En este caso la TIR es de 27,9%. Como la TIR es muy superior a la tasa de oportunidad 12%, el proyecto es viable.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

156

11 CONCLUSIONES

- El proyecto es viable económica y financieramente en sus 5 años de ejecución. Con un VPN superior a los mil millones de pesos.
- La investigación de mercado indicó que el producto planteado para solucionar la problemática tiene un porcentaje de aceptación del 92%
- La inversión inicial del proyecto es de \$255.113.567,55
- Dentro del estudio legal, los registros sanitarios obligatorios son lo que más costo tienen

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

157

Referencias

Gómez Díaz, José Antonio. (2007). *Biocomercio sostenible : biodiversidad y desarrollo en Colombia*. Bogotá: IAvH.

Abramovits, A. (2018). *Así es un laboratorio de cosméticos ecológicos*. Bogotá: EL ESPECTADOR.

Abramovits, A. (29 de Julio de 2018). *El espectador*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/cromos/estilo-de-vida/asi-es-un-laboratorio-de-cosmeticos-ecologicos/>

Abramovits, A. (29 de Julio de 2018). *El espectador*. Recuperado el 2021, de <https://www.elespectador.com/cromos/estilo-de-vida/asi-es-un-laboratorio-de-cosmeticos-ecologicos/>

ABUHADBA, W. A. (04 de Mayo de 2021). *Evaluación de Proyectos*. Obtenido de SLIDE PLAYER: <https://slideplayer.es/slide/11804901/>

Acosta, A. C. (12 de febrero de 2019). *Portafolio*. Recuperado el 2019, de <https://www.portafolio.co/negocios/las-colombianas-gastan-1-2-millones-al-ano-en-cosmeticos-526279>

Agronegocios. (03 de Marzo de 2020). Obtenido de <https://www.agronegocios.es/estudio-aecoc-sobre-sostenibilidad-habitos-compra/>

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

158

Andi. (2015). Obtenido de

<http://proyectos.andi.com.co/cica/Documents/Cosmeticos/Informes/InformeSostenibilidad.pdf>

Araujo, F. G. (2018). . Nonylphenol: Properties, legislation, toxicity and determination. . Anais da Academia Brasileira de Ciências.

Bioeco . (04 de FEBRERO de 2021). *Bioeco*. Recuperado el 2021, de

<http://bioecoactual.com/2021/02/04/biofach-vivaness-2021-especial-mercado-consumidores-cosmetica-natural-ecologica-cambios/>

Cabello, S. F. (2014). ESTUDIO DEL SECTOR COSMÉTICO. *Trabajo de fin de Máster*.

Recuperado el 2021, de <https://www.uco.es/idep/images/documentos/masteres/comercio-exterior-internacionalizacion/ejemplo-tfm-comercio.pdf>

Calderón, F. (19 de enero de 2015). *Diversidad Ambiental*. Recuperado el 2021, de

<http://diversidadambiental.org/medios/nota461.html>

Carrillo, P. (2021). *Ecologistas en Acción*. Obtenido de

<https://www.ecologistasenaccion.org/quienes-somos/programa-ambiental-de-ecologistas-en-accion/>

Carrillo-Hormaza, L. . (2017). BOTANICAL INGREDIENTS: THE KEY LINK IN

COLOMBIA FOR THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE AND NATURAL

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

159

PHARMACEUTICAL, COSMETIC, AND FOOD PRODUCTS. (U. d. Antioquía, Ed.)

REVISTA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS FARMACÉUTICAS Y ALIMENTARIAS,

24(2). Recuperado el 15 de 09 de 2020, de [https://www-scopus-](https://www-scopus-com.ezproxy.uniminuto.edu/record/display.uri?eid=2-s2.0-85035217050&origin=resultlist&sort=plf-f&src=s&nlo=&nlr=&nls=&sid=68619b6841bdaeb6325aa2a2756cdb73&sot=b&sdt=cl&cluster=scoaffilctry%2c%22Colombia%22%2ct%2bscoafid%2c%2260055833%2)

[com.ezproxy.uniminuto.edu/record/display.uri?eid=2-s2.0-](https://www-scopus-com.ezproxy.uniminuto.edu/record/display.uri?eid=2-s2.0-85035217050&origin=resultlist&sort=plf-f&src=s&nlo=&nlr=&nls=&sid=68619b6841bdaeb6325aa2a2756cdb73&sot=b&sdt=cl&cluster=scoaffilctry%2c%22Colombia%22%2ct%2bscoafid%2c%2260055833%2)

[85035217050&origin=resultlist&sort=plf-](https://www-scopus-com.ezproxy.uniminuto.edu/record/display.uri?eid=2-s2.0-85035217050&origin=resultlist&sort=plf-f&src=s&nlo=&nlr=&nls=&sid=68619b6841bdaeb6325aa2a2756cdb73&sot=b&sdt=cl&cluster=scoaffilctry%2c%22Colombia%22%2ct%2bscoafid%2c%2260055833%2)

[f&src=s&nlo=&nlr=&nls=&sid=68619b6841bdaeb6325aa2a2756cdb73&sot=b&sdt=cl&](https://www-scopus-com.ezproxy.uniminuto.edu/record/display.uri?eid=2-s2.0-85035217050&origin=resultlist&sort=plf-f&src=s&nlo=&nlr=&nls=&sid=68619b6841bdaeb6325aa2a2756cdb73&sot=b&sdt=cl&cluster=scoaffilctry%2c%22Colombia%22%2ct%2bscoafid%2c%2260055833%2)

[cluster=scoaffilctry%2c%22Colombia%22%2ct%2bscoafid%2c%2260055833%2](https://www-scopus-com.ezproxy.uniminuto.edu/record/display.uri?eid=2-s2.0-85035217050&origin=resultlist&sort=plf-f&src=s&nlo=&nlr=&nls=&sid=68619b6841bdaeb6325aa2a2756cdb73&sot=b&sdt=cl&cluster=scoaffilctry%2c%22Colombia%22%2ct%2bscoafid%2c%2260055833%2)

Catalán, M. (29 de 9 de 2020). *Tandem*. Obtenido de <https://tandemsl.com/seguridad-de-producto-blog/historia-de-los-cosmeticos/>

CBI. (2009). *The market for natural ingredients for*.

Céspedes Campos, J. A. (13 de Septiembre de 2019). *Universidad de Costa Rica*. Obtenido de <https://www.ucr.ac.cr/noticias/2019/09/13/los-productos-de-cuidado-personal-pueden-contaminar-el-ambiente-y-afectar-su-salud.html>

CHAIN NASSIR SAPAG, REINALDO SAPAG CHAIN. (s.f.). *PREPARACION Y EVALUACION. DE PROYECTOS*.

Chemicalsafetyfacts. (s.f.). Recuperado el 2021, de <https://www.chemicalsafetyfacts.org/es/surfactantes/>

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

160

Chiquito, C. (2010). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabón de tocador artesanal, ubicada en la provincia de Cotopaxi, en la ciudad de Latacunga*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana.

Ciencias Ambientales. (21 de Febreo de 2020). Recuperado el 2020, de

<https://www.cienciasambientales.com/es/noticias-ambientales/ingredientes-cosmeticos-danan-medio-ambiente-alternativas-naturales-18372>

Ecologistas en acción. (s.f.). Recuperado el 2021, de

<https://www.ecologistasenaccion.org/quienes-somos/programa-ambiental-de-ecologistas-en-accion/>

Elías, C., Jiménez, J., Montón, J., Muñoz, P., Prieto, J., & Serrano, F. (2008). *Ciencias para el mundo contemporáneo*. Aravaca (Madrid): McGraw-Hill. Obtenido de

<https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448167155.pdf>

Gálvez, P. D. (2004). Utilización de sistema SAP (Sistema Administrativo de Planificación) en la aplicación. Guatemala.

Gómez, J. (18 de septiembre de 2010). PROSPECTIVA DEL SECTOR COSMETICO

NATURAL EN COLOMBIA. *IV Congreso Internacional de Plantas Medicinales*.

Palmira, Valle, Colombia. Recuperado el 2021, de

http://www.actaf.co.cu/index.php?option=com_mtree&task=att_download&link_id=824&cf_id=24

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

161

González, C. E. (2014). DISEÑO DE UNA PLANTA DE. En C. E. González. Universidad de Almería.

Greenpeace. (s.f.). Recuperado el 2021, de <http://archivo-es.greenpeace.org/espana/es/Trabajamos-en/Parar-la-contaminacion/Agua/Campana-Detox-/Toxicos-en-los-cosmeticos/>

Greenpeace. (11 de 03 de 2020). *Tóxicos en los cosméticos*. Obtenido de <https://www.greenpeace.org/>

Gual, M. C. (Junio de 2015). *Scielo*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pml/v10n1/v10n1a01.pdf>

Guerreo, C. E. (6 de 2014). Obtenido de <http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/3371/Proyecto.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Horrach, J. M. (19 de septiembre de 2018). *iresiduo*. Recuperado el 2020, de <https://iresiduo.com/blogs/juan-mateo-horrach/residuos-aceite-cocinar-y-impacto-ambiental>

KARLA XIMENA VARGAS BERRONES,LUIS ARMANDO BERNAL JÁCOME,ROGELIO FLORES RAMÍREZ. (2020). ¿Porque contaminan los detergentes?

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

162

Leyva Arévalo, M. E. (2016). *Obtención de jabón líquido usando aceite de vegetal reciclado en la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana. Iquitos: Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.*

Madrilejos, A. (05 de abril de 2017). *El periodico*. Recuperado el 2021, de <https://www.elperiodico.com/es/medio-ambiente/20170405/aceite-de-palma-principales-causas-deforestacion-planeta-5953684>

Martínez Sánchez, M. A., Teapia Arévale, D., Vera Zarate, A. R., & Carhuaz Anchelia, A. Y. (25 de Diciembre de 2020). *COURSE HERO*. Obtenido de <https://www.coursehero.com/file/p4gpsd9c/En-este-caso-se-emple%C3%B3-un-valor-determinado-que-viene-dado-por-la-forma-que/>

MINISTERIO DE AMBIENTE. (s.f.). Recuperado el 2020, de <https://www.minambiente.gov.co/index.php/noticias-minambiente/4317-colombia-el-segundo-pais-mas-biodiverso-del-mundo-celebra-el-dia-mundial-de-la-biodiversidad>

Nonino, M. (s.f.). *La red hispana*. Recuperado el 2021, de <https://www.laredhispana.org/actualidades/el-devastador-impacto-ambiental-producido-por-la-industria-de-los-maquillajes>

Núñez Márquez, D. F. (Agosto de 2015). *UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA*. Obtenido de

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

163

<http://www.repositorio.usac.edu.gt/3225/1/Daniel%20Fernando%20Nu%C3%B1ez%20M%C3%A0rquez.pdf>

Osseiran, N. (2006). *Organización mundial de la salud*. Recuperado el 2021, de

<https://www.who.int/mediacentre/news/releases/2006/pr32/es/>

PROCOLOMBIA. (2015). *Colombia, tras el mercado mundial de cosméticos y productos*.

Obtenido de www.colombiatrader.com.co/node/27243

Ramírez, C. (22 de 05 de 2019). *El Universal*. Obtenido de <https://www.eluniversal.com.mx/ultima/ingredientes-cosmeticos-que-danan-el-medio-ambiente>

Rodríguez, L. (Mayo de 2016). *tdx*. Recuperado el 2021, de

<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/392715/lrm1de3.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

SAAVEDRA, A. (11 de MARZO de 2020). *Portafolio*. Obtenido de

<https://www.portafolio.co/negocios/futuro-prometedor-para-la-industria-de-la-cosmetica-en-colombia-518772>

SCOPUS. (s.f.). Recuperado el 2020, de <https://www.scopus.com/home.uri>

Semana. (22 de 7 de 2014). *Semana*. Obtenido de

<https://www.semana.com/internacional/articulo/encuesta-consumo-productos-belleza-mundo/198815/>

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

164

Semana. (31 de Enero de 2019). Obtenido de <https://www.semana.com/colombia-uno-de-los-paises-que-mas-demanda-sostenibilidad-corporativa/42819/>

Silva, H. D., & Galindo, J. S. (2016). *UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA*. Recuperado el 2021, de

<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/12566/4/IMPACTOS%20AMBIENTALES%20PRODUCIDOS%20POR%20EL%20USO%20DE%20MAQUINARIA%20EN%20EL%20SECTOR%20DE%20LA%20CONSTRUCCION.pdf>

Smith, M., & Ledesma, A. (27 de enero de 2021). *Bieco actual*. Recuperado el 2021, de

<https://www.bioecoactual.com/2021/01/27/cosmetica-natural-ecologica-mercado-2021/>

Vargas, K. X., Bernal, L. A., & Flores, R. (2020). ¿Porque contaminan los detergentes?

Velandia, X. A. (2019). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA. COMERCIALIZADORA DE JABONES ARTESANALES A BASE DE ARAZÁ*, 16. BOGOTÁ, COLOMBIA. Recuperado el 2021, de

<https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/9512/VelandiaXimena2019.pdf;jsessionid=3C4BC11E59D4008F42948662AB65976B?sequence=1>

Vicedo, J. (s.f.). *Ainia*. Recuperado el 2020, de <https://www.ainia.es/en/innovation-insights/cosmetica-mirada-futuro/>

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones corporales con enfoque de sostenibilidad.

165

Vivanco, G. E. (12 de mayo de 2016). Investigación y desarrollo gráfico de productos. *Tesis de grado presentada como requisito*, 4. Quito, Ecuador. Recuperado el 2021, de <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/5784/1/124604.pdf>