

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR – MATRIZ  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

TRABAJO TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIATURA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

PLAN DE EXPORTACIÓN DE COSMÉTICOS NATURALES HACIA EL  
MERCADO DE COLOMBIA, CASO BIODESPENSA

JOSELINE LISBETH PONCE VELA

DIRECTOR: DR. FRANCISCO JAVIER QUISIGUIÑA, MBA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: NEGOCIOS INTERNACIONALES

QUITO, FEBRERO – 2022

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo de titulación a mis padres, quienes han sido mi guía y mi ejemplo a seguir desde pequeña, este logro no hubiese sido posible sin su apoyo e incondicionales consejos.

A mi tío Gustavo, aunque físicamente no pueda estar junto a mí, siempre está presente en mi alma y corazón.

**Joseline Lisbeth Ponce Vela**

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios, mi familia, tíos, abuelitos, primas y especialmente a mis padres, Hugo y Adriana, a mis hermanos, Fernando y Paulette quienes me han apoyado en cada momento de mi vida universitaria y son un pilar fundamental en mi vida. A mis amigos quienes han sabido llegar a ser una segunda familia y por supuesto a mis profesores que a lo largo de estos 4 años y medio me han sabido orientar y guiar para llegar a este momento. Por último, quiero agradecerme a mí por el esfuerzo y dedicación que puse para cumplir sus objetivos.

**Joseline Lisbeth Ponce Vela**

## **Glosario**

**Delivery:** servicio de reparto que ofrece un comercio para entregar sus productos en el domicilio del comprador (Andrade, 2022).

**Granel:** se puede comercializar al peso sin la necesidad de un empaque nuevo sino reciclado (Andrade, 2022).

**Refill:** termino en inglés utilizado para indicar una cantidad de algún material necesario para llenar de nuevo un objeto que se ha quedado vacío (Andrade, 2022).

**Packaging:** se refiere tanto al empaque en que viene contenido un producto de manera temporal, como el diseño y la fabricación de los embalajes para transportar al producto final (Andrade, 2022).

**Tetrapack:** envase hecho de cartón o papel que usualmente se lo utiliza para empaquetar leche o ciertas bebidas (Andrade, 2022).

**Plástico PET:** palabra en inglés que significa tereftalato polietileno, es un tipo de plástico fuerte y flexible que se puede reutilizar, como el de las botellas plásticas (Andrade, 2022).

**Eco-friendly:** no dañino para el medio ambiente (Andrade, 2022).

**Ecológico:** quiere decir relativo a la ecología. Que se relaciona con el uso adecuado y sostenible de los recursos naturales que protege el medio ambiente y reduce el nivel de contaminación (Andrade, 2022).

**Champú sólido:** producto biodegradable, compostable y natural en forma de pastilla (Andrade, 2022).

**Crema sólida:** producto cosmético 100% natural en forma de barra, puede ser vegana, libre de crueldad animal. No necesita de ningún envase, ni de conservantes antifúngicos y antibacterianos (Andrade, 2022).

**Bio regalos:** productos respetuosos con el medio ambiente. Usualmente son producidos a base de materiales reutilizados o reciclados (Andrade, 2022).

## **Resumen Ejecutivo**

En los últimos años se ha notado que la crisis climática avanza en todo el mundo, cada día se escuchan noticias sobre la contaminación ambiental y muy poco se hace para combatir esta problemática. Ecuador es un país que cuenta con grandes hectáreas de amazonia, fauna y flora endémica. Las cuales muchas veces han sido destrozadas parcial o totalmente por procesos de explotación del crudo de petróleo. Se sigue viendo a la exportación del petróleo como el motor fundamental de ingresos del país cuando en el 2021 se logró un récord en exportaciones no petroleras, incluso superó el doble de las petroleras. Lo cual ratifica que existen más opciones de productos y servicios de buena calidad para comercializar a nivel mundial.

Por ello, Biodespensa ha juntado el trabajo de los artesanos locales con los productos naturales y ecológicos en una misma tienda. La primera tienda ecológica del centro sur del país. Los mismos que están libres de maltrato animal, contaminación ambiental y denigración social. Estos ya se han logrado comercializar en todo el Ecuador, buscando ahora internacionalizarse a nivel de Latinoamérica.

Este proceso se realiza a través de alianzas estratégicas con gerentes de otras tiendas ecológicas de Sur América. Por lo mismo se ha buscado la asesoría de empresas de exportación e importación que brinden ayuda a micro, pequeños y medianos comerciantes. Para ello, Laar Courier Express será quien lleve los tres productos de cosmética natural: champú sólido, crema sólida y jabón de arroz al mercado colombiano.

**PALABRAS CLAVES:** tienda ecológica, Biodespensa, Ecuador, exportaciones de América Latina, cosmética natural, alianzas estratégicas y mercado colombiano.

## **Abstract**

In recent years it has been noticed that the climate crisis is advancing throughout the world, every day news is heard where it is emphasized how advanced environmental pollution is and very little is done to combat it or become aware of the actions that each person contributes to this problem.

Ecuador is a country that has large hectares of Amazon, endemic fauna, and flora that are unique in their kind. Many times, these areas have been partially or totally destroyed by processes that are not ethical or responsible for the exploitation of crude oil. The export of oil continues to be seen as the fundamental engine of income for the country when in 2021 a record in non-oil exports was achieved, even exceedingly twice that of oil exports. Which affirms that there are more options of good quality products and services that the country can market worldwide.

For this reason, Biodespensa has brought together the work of local artisans with natural and ecological products in the same store. The first ecological store in the center-south of the country. These products made by Ecuadorians are free from animal abuse, environmental pollution, and social denigration. Which have already been commercialized throughout the country, now seeking to internationalize at the Latin American level,

This process is sought through strategic alliances with managers of other ecological stores in South America. However, to carry out this export plan, strong investment capital is needed and for this reason, it has sought the help of export and import companies that provide help to micro, small and medium-sized businesses. For this, the management of exports would be carried out with Laar Courier Express, granting a discount on their costs to bring the three natural cosmetic products to the Colombian market: solid shampoo, solid cream, and rice soap.

**Keywords:** ecological store, Biodespensa, Ecuador, Latin American exports, natural cosmetics, strategic alliances, Colombian market

## **Introducción**

El presente trabajo de titulación tiene seis capítulos en los que se abordan puntos importantes para la ejecución del plan de exportación de tres productos naturales y ecológicos al mercado de Bogotá en Colombia.

En el primer capítulo se abordan los lineamientos y la metodología a seguir en esta investigación para la recaudación de información y el proceso a seguir.

En el capítulo dos se describe la primera tienda ecológica de Riobamba: Biodespensa. Los productos que tienen para ofertar y sus características para ser considerados como naturales y ecológicos. También cómo es la forma de trabajar tanto con el proveedor nacional como con el cliente final.

Para el tercer capítulo, se hace una comparación de las exportaciones entre el año 2020 y 2021, donde se analizan que países fueron los principales destinos de esta comercialización y los valores obtenidos. A su vez se describen el intercambio comercial que existe entre Ecuador y sus alianzas estratégicas al ser miembro de la CAN y el MERCOSUR.

En el cuarto capítulo, se detallan los productos seleccionados para exportación al mercado colombiano y sus partidas arancelarias. Así mismo los requisitos y procedimientos a realizar para transportar la mercadería desde Ecuador a Colombia.

El quinto capítulo aborda todo el análisis financiero de este proyecto para determinar su factibilidad de ejecución o el rechazo de este.

Por último, en el capítulo seis se analizan los resultados estructurados en conclusiones y recomendaciones para Biodespensa en su plan de exportación.

<b>Contenido</b>	
Dedicatoria.....	II
Agradecimiento.....	III
Glosario.....	IV
Resumen Ejecutivo .....	V
Abstract.....	VI
Introducción .....	1
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>5</b>
<b>1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>5</b>
1.1. Tema de Investigación .....	5
1.2. Planteamiento del Programa .....	5
1.3. Formulación del Programa.....	5
1.4. Objetivos de la Investigación.....	6
1.4.1. <i>Objetivo General</i> .....	6
1.4.2. <i>Objetivos Específicos</i> .....	6
1.5. Justificación de la Investigación .....	6
1.6. Marco Metodológico.....	7
1.7. Metodología .....	7
<b>CAPITULO II .....</b>	<b>9</b>
<b>2. BIODESPENSA Y SUS PRODUCTOS A EXPORTAR .....</b>	<b>9</b>
2.1. Origen de Biodespensa .....	9
2.1.1. <i>Misión de Biodespensa</i> .....	10
2.1.2. <i>Visión de Biodespensa</i> .....	10
2.1.3. <i>Valores Corporativos de Biodespensa</i> .....	10
2.2. Productos ofertados y su caracterización.....	11
2.2.1. <i>Cosméticos Naturales</i> .....	12
2.2.2. <i>Alimentos Saludables</i> .....	13
2.2.3. <i>Artículos Ecológicos</i> .....	15
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>17</b>
<b>3. SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR EXPORTADOR DEL ECUADOR.....</b>	<b>17</b>
3.1. Exportaciones tras la COVID-19.....	17
3.1.1. <i>Exportaciones ecuatorianas en el 2020</i> .....	17
3.1.2. <i>Exportaciones ecuatorianas en el 2021</i> .....	18
3.2. Alianzas comerciales con países latinoamericanos .....	20

3.2.1.	<i>La Comunidad Andina de Naciones</i> .....	20
3.2.1.1.	<i>Exportaciones entre Ecuador y la Comunidad Andina de Naciones</i> .....	21
3.2.2.	<i>El Mercado Común del Sur</i> .....	22
3.2.2.1.	<i>Exportaciones entre Ecuador y el Mercado Común del Sur</i> .....	23
	<b>CAPÍTULO IV</b> .....	25
4.	<b>PROCESO DE EXPORTACIÓN</b> .....	25
4.1.	Condiciones para calificar como exportador .....	25
4.1.1.	<i>Registro de exportadores</i> .....	25
4.2.	Requisitos de exportación al país de destino: Colombia .....	26
4.2.1.	<i>Partidas arancelarias</i> .....	26
4.2.2.	<i>Certificado de origen</i> .....	28
4.3.	Logística para ingresar a Colombia .....	28
4.3.1.	<i>Acceso Aéreo</i> .....	28
	<b>CAPÍTULO V</b> .....	30
5.	<b>ANÁLISIS FINANCIERO</b> .....	30
5.1.	Detalle de Indicadores Económicos.....	30
5.1.1.	<i>Inversión Inicial</i> .....	30
5.1.2.	<i>Accionistas</i> .....	31
5.1.3.	<i>Financiamiento</i> .....	31
5.1.4.	<i>Amortización</i> .....	32
5.1.5.	<i>Activos Fijos</i> .....	32
5.1.6.	<i>Depreciación</i> .....	33
5.1.6.1.	<i>Depreciación Acumulada</i> .....	33
5.2.	Estado de Resultados Presupuestado .....	34
5.3.	Indicadores de Evaluación .....	36
5.3.1.	<i>Valor Actual</i> .....	36
5.3.2.	<i>Valor Actual Neto</i> .....	36
5.3.3.	<i>Tasa Interna de Retorno</i> .....	36
5.3.4.	<i>Índice Costo Beneficio</i> .....	37
5.4.	Análisis de Sensibilidad.....	37
	<b>CAPÍTULO VI</b> .....	39
6.	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	39
6.1.	Conclusiones .....	39
6.2.	Recomendaciones .....	40

Bibliografía .....	41
Anexos .....	43
Índice de Tablas .....	51
Índice de Figuras.....	51
Índice de Anexos .....	51

## CAPÍTULO I

### 1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 1.1.Tema de Investigación

“Plan de exportación de cosméticos naturales hacia el mercado de Colombia, caso Biodespensa.”

#### 1.2.Planteamiento del Programa

En los últimos años se ha podido evidenciar las grandes afecciones en el medio ambiente, desde incendios en grandes hectáreas de bosques como hasta en playas contaminadas por desechos generados por las personas. Esta problemática está latente a nivel mundial y con el pasar del tiempo se va agravando. Por ello, varios artesanos y emprendedores ecuatorianos han empezado a crear artículos ecológicos, alimentos saludables y cosméticos naturales que sean más sustentables con el medio ambiente y a su vez generar una economía sólida y más justa.

Todos estos productos mencionados se pueden encontrar en un mismo sitio: Biodespensa, que es una tienda ecológica riobambeña orientada a brindar alternativas sostenibles al público. Estos productos son hechos por artesanos locales y están garantizados tanto en calidad como en precio, por lo cual el objetivo ahora es poder expandir las fronteras del país y llevarlos a más personas junto con el mensaje de que sí es posible tener una vida más armónica con la naturaleza sin la necesidad de invertir tanto dinero.

El presente proyecto está orientado a promover la exportación de esta mercancía al vecino país Colombia, ya que además de promover el producto ecuatoriano, se quiere incentivar a más países latinoamericanos a implementar una cultura de conciencia social y ambiental donde se prefiera lo sustentable y ecológico. Así como también, un comercio justo y solidario con los pequeños y medianos empresarios.

#### 1.3.Formulación del Programa

¿Es posible crear un plan de exportación de cosméticos naturales hacia el mercado de Colombia?

## **1.4.Objetivos de la Investigación**

### *1.4.1. Objetivo General*

Crear un plan de exportación de cosméticos naturales hacia el mercado de Colombia, caso Biodespensa.

### *1.4.2. Objetivos Específicos*

- Detallar el contexto de Biodespensa como exportador de cosméticos naturales al mercado colombiano.
- Estudiar la competitividad exportable de Biodespensa.
- Analizar las exportaciones de la Comunidad Andina de Naciones y el Mercado Común del Sur con Ecuador en los últimos dos años.
- Definir la logística internacional para ingresar los productos de cosmética natural al mercado colombiano.
- Analizar la capacidad financiera y operativa de Biodespensa para el plan de exportación.
- Determinar la factibilidad del presente proyecto de exportación.

## **1.5.Justificación de la Investigación**

Una de las grandes problemáticas que la pandemia por COVID-19 puso en evidencia mundial fue como las acciones, comportamientos y costumbres de los seres humanos afecta al ecosistema en el que se habita. Un ejemplo de ello es el consumo excesivo de desechos plásticos de un solo uso, sobre todo en el *delivery*.

Por la cuarentena, la mayoría de las personas elegía pedir comida o artículos a sus hogares sin darse cuenta de la cantidad de basura que se generaba por estos contenedores. Es decir, hizo visible una problemática que antes ya se había hablado, pero no se le daba la connotación necesaria y es la contaminación ambiental.

Varias personas al ver que todos esos desechos iban a parar en los océanos tomaron conciencia y empezaron a cultivar nuevos hábitos en sus vidas. Es por ello por lo que, en 2020 a pesar de la cuarentena, Biodespensa siguió generando ventas por la comercialización de sus productos, la mayoría de estos fueron entregadas a domicilio. Y para sorpresa muchos de los compradores fueron nuevos e incluso personas de otros

países latinoamericanos como Bolivia, Colombia y México solicitaron estos productos, ya que empezaron a buscar nuevas formas de contribuir al cuidado ambiental. (Andrade, 2022).

Por lo cual, con este proyecto se espera incentivar a la población ecuatoriana y colombiana a consumir más consciente y a su vez dejar un camino claro para que posteriormente se puedan exportar a más países latinoamericanos. Esto permitirá que más personas tengan a su alcance una variedad de productos ecológicos, logrando así evidenciar que los mismos pueden ser sustentables y sostenibles en esquemas de compañías. Puesto que no existen muchas empresas con este giro de negocio y que mejor que la mano de obra sea local.

### **1.6.Marco Metodológico**

A pesar de que la falta de compromiso y conciencia ambiental sigue siendo una gran problemática en la actualidad, en el periodo del 2016 al 2019 tras un estudio realizado por la Economist Intelligence Unit (EIU) y delegado por el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF) ha evidenciado que existió un aumento del 71% de personas que prefieren y buscan productos más sostenibles. La mayoría de esta población que empieza a tener más conciencia ambiental se encuentran en países de América Latina y Asia.

En consecuencia, se ha visto un incremento de la población que empieza a buscar lugares o formas de poder adquirir productos naturales, artículos ecológicos y alimentos saludables para tener vidas más sustentables y sostenibles en pro del medio ambiente, con el objetivo también de incentivar a más personas a tomar conciencia de las fuertes consecuencias del calentamiento global (Villares, 2019).

Por lo cual, Biodespensa trata de ser un motor de inspiración para que otros emprendedores puedan incursionar en esta nueva modalidad de negocio que se espera se pueda llegar a más personas en Ecuador y de todo el mundo si es posible. Para ello también, se lo debe hacer desde la comercialización interna con los proveedores. Es importante asegurarse de que los artesanos sean bien remunerados y se les pague un precio justo por su trabajo, al igual que los procesos sean realmente exceptos de contaminación (Andrade, 2022).

### **1.7.Metodología**

En este presente trabajo de titulación se utilizará el método deductivo el cual está basado

en el razonamiento humano, este permite ir de lo general hasta llegar a situaciones específicas, lo cual posibilita analizar a los países latinoamericanos y determinar cuál es la logística más adecuada para comercializar estos productos ecológicos al mercado de Colombia.

A su vez, también se utilizará el método cuantitativo que se lo define como la forma de obtener datos estadísticos y numéricos que en este caso se verán reflejados en los análisis financieros y el método cualitativo permite obtener información relevante que se lo hará a través de entrevistas a las personas encargadas del funcionamiento del negocio.

## CAPITULO II

### 2. BIODESPENSA Y SUS PRODUCTOS A EXPORTAR

#### 2.1. Origen de Biodespensa

La idea de negocio surge por la Magister Andrea Andrade quien, tras hacer su maestría en España sobre Restauración de Ecosistemas en la Universidad Politécnica de Madrid, retornó al país con la iniciativa de emprender un nuevo negocio que agrupará sus conocimientos con proteger los recursos naturales. Es ahí donde nace este emprendimiento familiar junto a su madre Teresa Arévalo.

Este está ubicado en el centro de la ciudad de Riobamba desde el 19 de agosto del 2019. Siendo esta la primera tienda eco saludable de esta urbe. Inicialmente comenzó el negocio comercializando alrededor de 7 marcas ecuatorianas y con proyección a crear la suya. Actualmente, en Biodespensa se puede encontrar con más de 300 diferentes tipos de productos entre cosmética natural, alimentos saludables y artículos ecológicos.

La gerente propietaria busca que el consumidor pueda tener en un mismo sitio la mayor cantidad de productos ecológicos y alimentos. Es así como el SRI ha designado a este negocio como tienda que comercializa gran variedad de productos.

Además, este emprendimiento pone a disposición de la población productos hechos por artesanos ecuatorianos para ecuatorianos con precios equitativos, es decir, una economía circular manteniendo activa la renta del país.

**Figura 1.** Logo de Biodespensa



**Fuente:** (Biodespensa, 2022)

### 2.1.1. Misión de Biodespensa

Según Roberto Espinosa (2012) la misión de una empresa permite que el consumidor sepa que hace la empresa, su actividad en el mercado, giro del negocio y cuál es la propuesta de valor que lo diferencia de la competencia.

Teniendo en claro la definición, Biodespensa tiene como misión:

“Fomentar un consumo más responsable a través de un sistema de mercado más solidario y justo. Vender productos que son de emprendimientos o empresas locales las cuales generan empleo local y ayudan a preservar los recursos naturales al producir menos impacto ambiental” (Biodespensa, 2022).

### 2.1.2. Visión de Biodespensa

Según Roberto Espinosa (2012) la visión son las metas que las empresas tienen para su futuro, por lo mismo, estas deben ser de carácter realizable y alcanzables.

Entendiendo la definición, Biodespensa ha definido su visión como:

“Proteger el medio ambiente y la salud de las personas, fomentando el consumo de productos más ecológicos y saludables. Seguir avanzando en el desarrollo de otras actividades que permitan generar conciencia y compromiso con el cuidado del planeta y tener un consumo más responsable, convirtiéndonos en un espacio de aprendizaje en la comunidad. Ser referentes en el centro del país como un lugar donde podrás encontrar variedad de productos en cosmética natural, alimentos saludables y artículos *ecofriendly*” (Biodespensa, 2022).

### 2.1.3. Valores Corporativos de Biodespensa

Según Roberto Espinoza (2012) los valores corporativos de una empresa son los principios éticos que se practican, creencias que se tienen, la cultura que se imparte en el ambiente laboral e imparten al momento de interactuar con proveedores y clientes.

Definiendo el concepto, Biodespensa ha identificado los siguientes valores corporativos:

“**Honestidad:** Actuamos de forma coherente con nuestros valores, pensamientos y sentimientos, para establecer buenas relaciones entre las personas con las que nos involucramos” (Biodespensa, 2022).

**“Innovación:** Estamos en la búsqueda y adquisición continua de productos saludables y ecológicos con el fin de lograr la satisfacción de nuestros clientes, y ser más competitivos” (Biodespensa, 2022).

**“Conciencia medioambiental:** Nuestra filosofía general es fomentar la educación ambiental y tener un estilo de vida más saludable interna y externamente” (Biodespensa, 2022).

**“Calidad de Producto:** Promovemos lo mejor de nuestros productos, atendiendo las necesidades y preferencias de nuestros clientes, con una relación coste y beneficio para que estos tengan la mejor percepción y satisfacción” (Biodespensa, 2022).

**“Transparencia y confianza:** Damos acceso a nuestros clientes a la información que nos soliciten sobre los productos, para mostrar la transparencia, generar confianza y dar soluciones adecuadas en situaciones puntuales” (Biodespensa, 2022).

**“Sostenibilidad:** Consumir local, es una forma de preservar el medio ambiente y de fomentar un consumo responsable. El pequeño comercio ofrece un trato más cercano. Al comprar en nuestra tienda gastas tu dinero en un comercio local, el beneficio permanece en nuestro entorno, volviendo de nuevo al circuito y generando más riqueza y bienestar.” (Biodespensa, 2022).

## **2.2.Productos ofertados y su caracterización**

Biodespensa oferta al mercado productos en cosmética natural, alimentos saludables, artículos *ecofriendly* y bioregalos. La gran mayoría de estos son elaborados por artesanos locales y aquellos que su materia prima es el bambú son importados de países asiáticos, ya que este tipo de planta es originario de esas zonas. También están los productos The Ordinary que es una marca Estado Unidense con productos de cuidado de la piel con diferentes ingredientes como el ácido hialurónico y las copas menstruales que son fabricadas en Alemania.

El bambú es de los materiales más renovables del mundo al ser una planta milenaria de domesticación desde la prehistoria en la gran mayoría de países en el continente de Asia. Esta es la materia primera de varios artículos, empezando desde hojas hasta vigas para construcción de viviendas (Gonzalez, 2019).

Todos los productos son hechos de materiales naturales y no hay consumo ni expendio de plástico de un solo uso como el Tetrapak o plástico PET. Esta empresa usa un *packaging* con fundas de papel y los envases donde se encuentran la mercancía son de vidrio y también hay la opción del *refill* en el caso de productos líquidos como el champú.

Es importante mencionar que en Biodespensa no se comercializa productos a granel a excepción del champú líquido y adicional a ello, ya se ofertan productos de Romelia, que es la marca de la Ingeniera Andrade donde ha creado jabones naturales, crema sólida, tratamientos capilares, cejas y pestañas, sales de baño y champús sólidos. De hecho, los más demandados son los jabones, cremas y champús sólidos.

### 2.2.1. *Cosméticos Naturales*

Los cosméticos naturales son aquellos que son elaborados con materia prima de origen natural, es decir, están compuestos de fórmulas aborígenes en agricultura ecológica, evitando ser procedentes de animales, derivados de petroquímicos, perfumes sintéticos, composición de amonio cuaternario y conservantes. Así también como se garantiza que el empaquetado, etiqueta, transporte y distribución tienen procesos de higiene, reciclaje, limpieza de residuos y evaluaciones de trazabilidad no tienen un impacto nocivo con el medio ambiente (Alcalde, 2008).

En esta categoría Biodespensa cuenta con champú sólido, bálsamos labiales, desodorantes, aceites esenciales, perfumes sólidos, jabones faciales y corporales, exfoliantes cremosos, polvos corporales, pasta de dientes, cremas hidratantes, mantenga corporal, tónicos, entre otros productos que son 100% naturales.

Para lo cual, en esta división se ha puesto a disposición los productos más demandados y vendidos que son: el champú sólido de Ancestral que es comercializado en Biodespensa alrededor de 2 años y el jabón aclarante de arroz de Romelia, cosmético que es fabricado en las instalaciones de la empresa mismo.

**Figura 2.** Champú sólido de Ancestral



**Fuente:** Elaboración Propia

**Figura 3.** Jabón aclarante de arroz de Romelia



**Fuente:** Elaboración Propia

### 2.2.2. Alimentos Saludables

Según la Administración de Drogas y Alimentos (FDA) define que un alimento saludable es aquel que tiene al menos un 10% de calcio, proteína, fibra o vitaminas A y C, y no debe aportar al cuerpo más de 460 mg de sodio, 13 gr de grasas totales, 60 mg de colesterol y 4 gr de grasa saturada.

De este tipo de productos Biodespensa cuenta con galletas integrales de quinua y avena, chocolate orgánico, terrones de azúcar y panela, café de haba, mantequilla clarificada, yogurt griego, ají rocoto, miel de agave, sal de hierbas entre otros.

Los alimentos saludables más aclamados por los clientes de esta tienda ecológica son las galletas de Quinoa Fit, que ahora también se las comercializa en algunas tiendas de Corporación Favorita como en el Supermaxi y Megamaxi, a su vez se encuentra el chocolate orgánico de Dfavian.

**Figura 4.** Galletas de Quinoa de Quinoa Fit



**Fuente:** Elaboración Propia

**Figura 5.** Chocolate orgánico de Dfavian



**Fuente:** Elaboración Propia

### 2.2.3. *Artículos Ecológicos*

Por definición de Andrea Andrade gerente propietaria de este emprendimiento menciona que un artículo ecológico es todo aquel producto que no tiene una producción nociva ni con el medio ambiente ni con el ser humano. En este caso estos artículos no son productos nacionales, ya que son exportados de países asiáticos, sin embargo, ella no se encarga del proceso de importación, prefiere comprar directamente en el país a los comerciantes que gestionan la importación.

Por lo tanto, ofertan cepillos de dientes y de cabello además de algunos utensilios para lavar los platos y copas menstruales provenientes de Alemania.

Para esta clasificación de productos, el más vendido es el cepillo de dientes de bambú.

**Figura 6.** Cepillo de dientes de bambú



**Fuente:** Elaboración Propia

## CAPÍTULO III

### 3. SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR EXPORTADOR DEL ECUADOR

#### 3.1. Exportaciones tras la COVID-19

Tras la pandemia por COVID-19 el mundo se vio afectado, según datos del CEPAL el comercio mundial bajó un 17,7% en los primeros 5 meses del año 2020 en comparación al 2019. Por el lado de Ecuador, de acuerdo con datos recopilados de EXPORDATA, se registró un retroceso del 15% en los bienes totales y 9% en las exportaciones debido a la caída del precio del petróleo, lo que significó una reducción del 40% en las exportaciones petroleras.

##### 3.1.1. Exportaciones ecuatorianas en el 2020

La balanza comercial ecuatoriana tuvo un superávit de USD 641 millones en el ámbito no petrolero que representó el 74% de ingresos de las ventas realizadas al exterior y USD 2.599 millones en el sector petrolero, dando como resultado un superávit total de USD 3.240 millones. A pesar de que las exportaciones petroleras en los primeros meses de la pandemia cayeron, al final del año tuvieron un incremento del 10% (EXPORDATA, 2021).

**Tabla 1.** Balanza Comercial de Ecuador al 2020

	Total	Petrolera	No petrolera	No petrolera No minera
<b>Exportaciones</b>	<b>20.227</b> -9% ▼	<b>5.250</b> -40% ▼	<b>14.976</b> 10% ▲	<b>13.981</b> 6% ▲
<b>Importaciones</b>	<b>16.987</b> -21% ▼	<b>2.651</b> -36% ▼	<b>14.336</b> -17% ▼	<b>14.125</b> -18% ▼
<b>Balanza Comercial</b>	<b>3.240</b>	<b>2.599</b>	<b>641</b>	<b>-145</b>

▲ Crecimiento 2019-2020  
▼ Decrecimiento 2019-2020    Cifras en millones de USD

**Fuente:** (EXPORDATA, 2021)

Entre los principales productos que se exportaron está el camarón con USD 3.824 millones y un decrecimiento en ventas del 2%, banano y plátano con USD 3.669 y con crecimiento del 11%, enlatados de pescado con USD 1.171 y -1%, cacao y elaborados

con USD 935 y un gran crecimiento del 22%, dejando en el quinto lugar a las flores con USD 827 y el descenso de 6%.

Mientras que los principales países fueron la Unión Europea USD 3.314, Estados Unidos USD 3.189, China USD 2.867, Rusia USD 920 y Colombia USD 730. Todos los países de destino tuvieron un incremento en sus ventas, excepto Colombia que decreció en un 7%.

**Tabla 2.** Principales países de destino de exportaciones de Ecuador en el 2020

<b>PRINCIPALES DESTINOS</b>	<b>CRECIMIENTO O DECRECIMIENTO</b>
<b>Unión Europea</b> USD 3.314	+7%
<b>Estados Unidos</b> USD 3.189	+19%
<b>China</b> USD 2.867	+7%
<b>Rusia</b> USD 920	+5%
<b>Colombia</b> USD 730	-7%

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** (EXPORDATA, 2021)

### 3.1.2. *Exportaciones ecuatorianas en el 2021*

Para el año 2021 el Ecuador logró un aumento del 25% en los bienes del comercio total obteniendo una balanza comercial de 2.871 millones. Este superávit es el resultado de las exportaciones petroleras USD 8.607 y no petroleras USD 18.092. Esto se debe a que las exportaciones tuvieron un incremento del 31% gracias a varios factores como son el alza del precio del petróleo, crecimiento en los sectores privados: manufactureros, acuícola, agroindustriales y por ende un aumento en la demanda. En el año 2021 se tuvo mayores ingresos y el volumen de exportación también, lo cual representó una mejoría para el país

en comparación al año 2020 donde se vivió la cuarentena por COVID-19 (EXPORDATA, 2022).

**Tabla 3.** Balanza Comercial de Ecuador al 2021

	Total	Petrolera	No petrolera	No petrolera No minera
<b>Exportaciones</b>	<b>26.699</b> 31%	<b>8.607</b> 64%	<b>18.092</b> 20%	<b>15.969</b> 14%
<b>Importaciones</b>	<b>23.829</b> 41%	<b>4.656</b> 79%	<b>19.172</b> 34%	<b>19.135</b> 35%
<b>Balanza Comercial</b>	<b>2.871</b>	<b>3.951</b>	<b>-1.080</b>	<b>-3.166</b>

Crecimiento 2020-2021  
 Decrecimiento 2020-2021

Cifras en millones de USD

**Fuente:** (EXPORDATA, 2022)

Para este periodo del año 2021, los productos que más se exportaron fueron: camarón con USD 5.323 que tuvo un crecimiento del 39% rompiendo récord en volumen y ganancias en ventas, USD 3.485 en banano y plátano con un decrecimiento del 5%, USD 1.263 enlatados de pescado con un 8% más, cacao y elaborados con USD 940 aumentó en un 0,6% y las flores con USD 927 llegaron a incrementar en 12%.

Los principales países a los cuales se realizaron estas exportaciones están liderados por Estados Unidos con USD 3.641 con un incremento del 24%, seguidas por la Unión Europea con USD 3.443 alcanzando un 24% más que en el 2020, China con USD 2.716 y +2%, Rusia con USD 1.000 con el 9% más y Colombia que creció tanto en volumen como en dólares, 11% y 13% respectivamente. Esto da un buen indicador para exportar los productos a este país, ya que la tienda ecológica designada para la distribución y comercialización se encuentra en Bogotá, Colombia.

**Tabla 4.** Principales países de destino de Ecuador en el 2021

<b>PRINCIPALES DESTINOS</b>	<b>CRECIMIENTO O DECRECIMIENTO</b>
<b>Estados Unidos</b> USD 3.641	+24%
<b>Unión Europea</b> USD 3.443	+14%
<b>China</b> USD 2.716	+2%
<b>Rusia</b> USD 1.000	+9%
<b>Colombia</b> USD 823	+13%

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** (EXPORDATA, 2022)

### **3.2. Alianzas comerciales con países latinoamericanos**

Es importante mencionar que para las negociaciones entre países latinoamericanos existen varios acuerdos o alianzas comerciales que permitan tener una mayor facilidad y rentabilidad al momento de ejecutar exportaciones e importaciones. Por ello la CAN y el MERCOSUR serán explicadas y analizadas en este capítulo del presente trabajo de titulación.

#### *3.2.1. La Comunidad Andina de Naciones*

La comunidad Andina de Naciones o por sus siglas “CAN”, conformada por Ecuador, Bolivia, Perú y Colombia desde el 26 de mayo del año de 1969. Inicialmente conocido como el Pacto Andino tras suscribirse el Acuerdo de Cartagena que es un Tratado Constitutivo donde se establecieron políticas, mecanismos, sistema institucional y sus objetivos como integración Andina. Esta entidad tiene como misión mejorar la calidad de vida de los ciudadanos andinos. Además de sus países miembros mencionados, también se encuentra países asociados: Argentina, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay; y países observadores: España y Marruecos (CAN, 2021).

**Figura 7.** Logo de la Comunidad Andina de Naciones



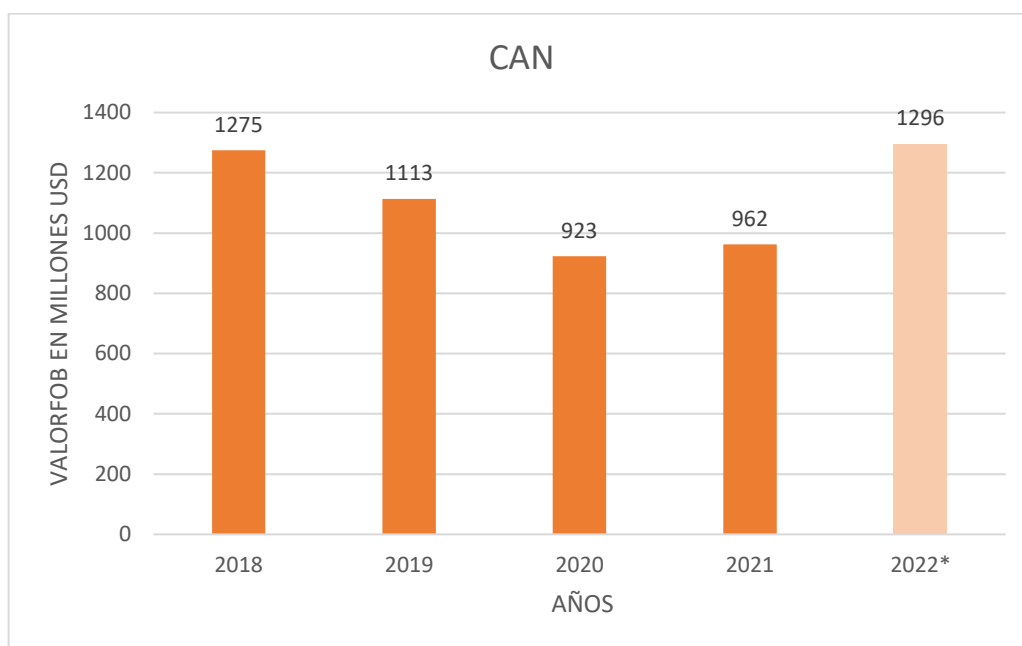
**Fuente:** (CAN, 2021)

### *3.2.1.1. Exportaciones entre Ecuador y la Comunidad Andina de Naciones*

Se analizaron las exportaciones entre la CAN y Ecuador desde el 2018 al 2022. Donde se puede notar una disminución en más de USD 300 millones en estos 4 años. Para el año 2018 las exportaciones estaban en un valor FOB en millones con USD 1.275, para el 2019 se nota una pequeña reducción al USD 1.113, en el año donde inició la pandemia en los países latinoamericanos (2020) redujo notablemente en USD 923 y para el 2021 existe un incremento en casi USD 40 mil teniendo un valor de USD 962. Se ha analizado las exportaciones del 2022 para tener un dato de análisis de cómo se van proyectando, en este caso hasta marzo se tiene USD 1.296.

Por lo tanto, es un camino alentador, debido a que el plan de exportación está dirigido para uno de los países miembros (Colombia) esto debido a una alianza importante con una tienda ecológica “Verde Pluma”.

**Tabla 5.** Exportaciones entre la CAN y Ecuador entre 2018 y 2022



**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** (EXPORDATA, 2022)

### 3.2.2. *El Mercado Común del Sur*

El Mercado Común del Sur o por su acrónimo MERCOSUR es un proceso de integración regional conformado por países partes: Argentina, Brasil, Paraguay, Venezuela (actualmente suspendido) y países asociados: Chile, Colombia, Ecuador, Guyana, Perú, Surinam y Bolivia (actualmente en proceso de adhesión). Su principal objetivo es brindar espacios de comercialización e inversiones por medio de la interacción competitiva de sus economías al mercado internacional. Además de ello, cuentan con tratados comerciales y políticas en varios países del mundo (MERCOSUR, 2022).

**Figura 8.** Logo del Mercado Común del Sur



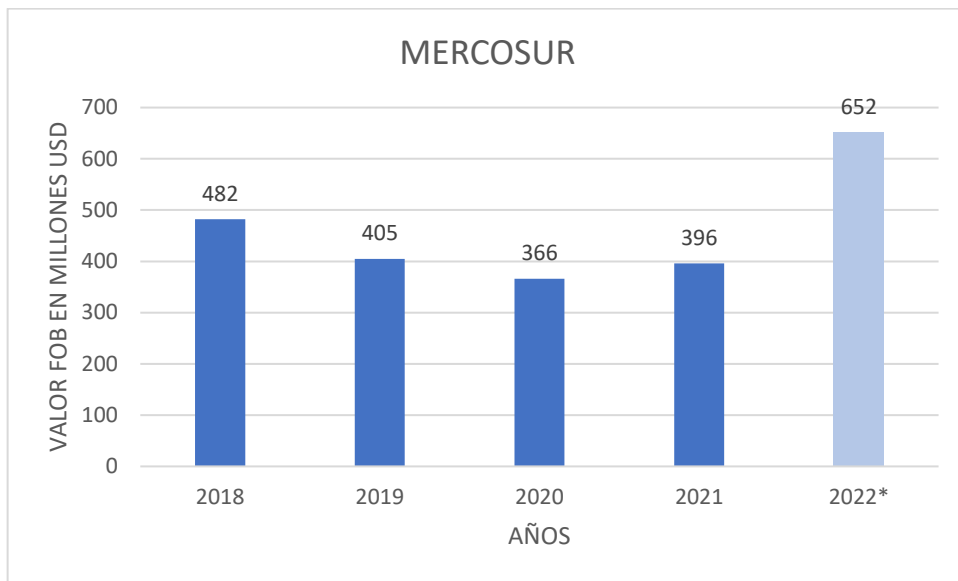
**Fuente:** (MERCOSUR, 2022)

### *3.2.2.1. Exportaciones entre Ecuador y el Mercado Común del Sur*

Para las exportaciones de MERCOSUR y Ecuador se han tomado datos desde el 2018 hasta 2022. Estos valores se encuentran dados en valores FOB en millones de dólares. En el análisis se ha identificado que existe una reducción de USD 82 millones entre el 2018 y el 2021. Por lo cual, en el 2018 el valor en exportaciones fue de USD 482, al 2019 se redujo en USD 405, en el 2020 su reducción fue bastante baja y notaria debido a la pandemia por COVID-19, pero para el 2021 incrementó este valor en USD 30 mil, dando un total de USD 396. Así mismo se tomó los datos hasta el mes de marzo del presente año donde se puede visualizar que las exportaciones entre este bloque comercial y Ecuador asciende a USD 652.

En este caso, la gerente propietaria ha mencionado que le gustaría exportar a Brasil en un futuro, por lo mismo se ha analizado estas alianzas estratégicas de Ecuador con los países latinoamericanos para un análisis preliminar.

**Tabla 6.** Exportaciones entre el MERCOSUR y Ecuador entre 2018 y 2022



**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** EXPORDATA (2022)

## CAPÍTULO IV

### 4. PROCESO DE EXPORTACIÓN

#### 4.1. Condiciones para calificar como exportador

Toda persona jurídica o natural puede realizar este proceso de exportación mientras haya realizado previamente el registro como exportador en la página de ECUAPASS y la aprobación necesaria del SENA, Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Para poder desarrollar este procedimiento, es necesario contar con dos requisitos fundamentales que son:

1. Firma electrónica (Token).
2. Registro Único de Contribuyentes RUC.

##### 4.1.1. Registro de exportadores

Como se menciona anteriormente, el registro de exportador se lo debe hacer en el sistema ECUAPASS, cumpliendo los requisitos previos ya explicados. A partir de allí se debe seguir los siguientes pasos:

1. Seleccionar “Nuevo Registro” y dirigirse a “Solicitud de Registro de Usuario de Representante de Comercio Exterior”. En esta pestaña es necesario ingresar la información de la empresa, datos del encargado legal en el Sistema de Rentas Internas, información del representante de comercio exterior.
2. *Click* en la opción “Importador/Exportador” y registrar la información del certificado de la firma electrónica.
3. Adjuntar los documentos solicitados.
4. Por último, se procese a registrar todos los datos hechos previamente y firmar la solicitud.

En este caso, la gerente propietaria de Biodespensa cuenta con RUC, puesto que para el funcionamiento de esta tienda ecológica necesitaba este requisito, el cual es: 0604195255001. Adicional a ello si cuenta con firma electrónica en archivo pfx-p12, la cual debe cambiarse a Token para cumplir con los requisitos y poder registrarse como exportadora.

## 4.2.Requisitos de exportación al país de destino: Colombia

En este caso, se han seleccionado tres productos a exportar que son los más vendidos en Bidespensa por lo cual es importante identificar la partida arancelaria para indagar que permisos y requisitos se necesita.

### 4.2.1. Partidas arancelarias

Los tres productos seleccionas son:

- **Champú sólido de Ancestral**

Este champú sólido es comercializado en Bidespensa y es fabricado por la marca ecuatoriana Ancestral. En este caso la partida arancelaria se le adaptaría a la del champú convencional que es: 3305.10, esto se debe a que no hay una partida exacta que describa como tal las características naturales, orgánicas o de forma de este champú.

**Figura 9.** Champú sólido de Ancestral



**Fuente:** (Bidespensa, 2022)

- **Jabón de arroz hidratante de Romelia**

Este producto es de la marca Romelia y es fabricado en Bidespensa. Para el mismo la partida arancelaria es: 3401.19. En este caso, es la adecuado ya que describe productos orgánicos, sólidos y moldeados. Por lo cual, no existe ningún problema con este producto.

**Figura 10.** Jabón aclarante de arroz de Romelia



**Fuente:** (Biodespensa, 2022)

- **Crema sólida hidratante de Romelia**

Este producto es de la marca Romelia y también es fabricado en Biodespensa. Para este, la partida arancelaria es: 3304.99. Se le adapta a esta, ya que la función de este producto es de hidratar y cuidar a la piel y en la nomenclatura de esta partida menciona que están todos los productos que tengan como objetivo proteger la piel.

**Figura 11.** Crema sólida súper hidratante de Romelia



**Fuente:** (Biodespensa, 2022)

#### 4.2.2. *Certificado de origen*

Este certificado permite que los productos a exportar puedan ser regularizados y controlados bajo los criterios de certificación de origen por cada uno de los acuerdos comerciales suscritos por Ecuador y de preferencias arancelarias otorgadas unilateralmente al país (Ministerio de Producción, 2021).

Para estos tres productos, en el caso del jabón y la crema que son hechos por la gerente propietaria mismo y son pertenecientes a una misma marca, el trámite lo compete hacer a esta persona. En el caso del champú de ancestral, es factible realizar este proceso de certificación de origen, por medio de un permiso de la persona encargada de esta marca o a su vez que esta mismo realice el proceso y sea entregado este certificado luego a la gerente propietaria para el respectivo proceso de exportación. Este certificado dura dos años y tiene un costo de \$10.

#### **4.3. Logística para ingresar a Colombia**

Para esta exportación, se utilizará el incoterm, *Free On Board* “FOB” lo que quiere decir que los productos serán exportados desde Ecuador hasta un puerto en Colombia puesto que la mercancía ha sido acordada llegue al país destino y el gerente de Verde Pluma será quien traslade el paquete a la tienda.

El significado de un incoterm hace referencia a reglas y/o lenguaje creado por la Cámara de Comercio Internacional que se utilizan a nivel mundial para la definición de los derechos y responsabilidades tanto del vendedor como del comprador, así de esta forma se pueden delimitar los costes y riesgos de cada parte interviniente en la operación (Logistics, 2020).

##### 4.3.1. *Acceso Aéreo*

Para este proceso se ha cotizado la operación de traslado con una empresa autorizada por UPS que es “Laar Courier Express”, que tiene descuentos especiales para los pequeños empresarios que recién están empezando a internacionalizarse. Por lo cual, ha sido factible el presupuesto para contratar dicha empresa, ya que el costo total es de \$508,98.

Esto debido a que se plantea exportar 114 ítems de cada producto seleccionado en una caja de dimensiones: 1,50 de largo, 0,75 de profundidad y ancho con un peso total de 29,64 kg.

Se tiene previsto que llegue a Bogotá, Colombia desde Quito, Ecuador en un intervalo de tiempo de 3 a 5 días. Cada encargo se realizará a fin de mes para que los primeros días del siguiente puedan ser comercializados al mercado colombiano.

## CAPÍTULO V

### 5. ANÁLISIS FINANCIERO

#### 5.1. Detalle de Indicadores Económicos

**Tabla 7.** Detalle de Indicadores Económicos

<b>BIODESPENSA RIOBAMBA</b>	
<b>TASA DE RENDIMIENTO ESPERADA</b>	
<b>DETALLE DE INDICADORES ECONÓMICOS</b>	
<b>Tasa Pasiva</b>	4,15%
<b>Inflación</b>	0,18%
<b>Riesgo País</b>	7,75%
<b>Tasa Activa</b>	12,08%
<b>Riesgo Negocio</b>	1,92%
<b>Rendimiento Esperado</b>	<b>14%</b>

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** Dr. Francisco Javier Quisiguiña, MBA

Para el análisis financiero se ha tomado en cuenta indicadores económicos a nivel de país como son el porcentaje de la tasa pasiva, inflación, riesgo país, tasa activa y riesgo negocio para poder obtener un rendimiento esperado del 14% propuesto en la tabla 7.

#### 5.1.1. Inversión Inicial

**Tabla 8.** Inversión Inicial

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	
<b>Activos Fijos</b>	3465,65
<b>Gasto de Investigación de mercado</b>	250
<b>Capital de Trabajo</b>	5839,32
<b>Total Inversión Inicial</b>	9554,97

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** Dr. Francisco Javier Quisiguiña, MBA

Para el cálculo de la inversión de Biodespensa se tomó tres valores importantes: activos fijos los cuales estarán detallados en el anexo 1, gasto de investigación de mercado que

es la logística que se tuvo para acceder a un convenio con Pluma Verde en Colombia y el capital de trabajo se visualizará en el anexo 11.

### 5.1.2. Accionistas

**Tabla 9.** Accionistas

<b>ACCCIONISTAS</b>	<b>Capital</b>	<b>Acc.circul</b>	<b>Porcentaje</b>
Andrea Andrade	3000	600	54,5%
Teres Arévalo	2500	500	45,5%
	5500	1100	100,0%

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** Dr. Francisco Javier Quisiguiña, MBA

En Biodespensa la estructura está dividida por la gerente propietaria, la socia accionista y una trabajadora a tiempo completo. En este caso las acciones están distribuidas en un 54.5% para Andrea Andrade quien es la gerente y Teresa Arévalo con 45.5% quien es la socia accionista de la empresa.

### 5.1.3. Financiamiento

**Tabla 10.** Financiamiento

<b>FINANCIAMIENTO</b>				
	<b>Valor</b>	<b>% Participación</b>	<b>Rendimiento Deseado</b>	<b>Tasa Desc/CPPC</b>
<b>Aporte Socio</b>	5500	57,56%	5%	2,88%
<b>Préstamo Bancario</b>	4054,97	42,44%	9%	3,82%
<b>Total Financiamiento</b>	9554,97	100%		6,70%

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** Dr. Francisco Javier Quisiguiña, MBA

Como se visualiza en la tabla 10 el financiamiento está compuesto de dos partes, el aporte de los socios y por un préstamo bancario que representa el 42,44% de participación en la empresa con un rendimiento deseado del 9% y del 5% por parte de los socios que fueron quienes decidieron este porcentaje. En cuanto a la tasa de descuento sobre el coste promedio ponderado de capital se tiene un total del 6,70% que se la tomará para la tasa de descuento en el Estado de Resultados Presupuestario y obtener el Valor Actual.

#### 5.1.4. Amortización

**Tabla 11.** Amortizaciones

<b>Tabla de Amortización</b>	
<b>Monto</b>	4055
<b>Plazo</b>	5
<b>Tasa</b>	9%

<b>TASA DE INTERES</b>	<b>9%</b>			
<b>Periodo</b>	<b>Monto</b>	<b>Capital</b>	<b>Interés</b>	<b>Cuota</b>
<b>0</b>	4.055			
<b>1</b>	3.377	678	365	1.043
<b>2</b>	2.639	739	304	1.043
<b>3</b>	1.834	805	237	1.043
<b>4</b>	956	877	165	1.043
<b>5</b>	0	956	86	1.043
<b>Total</b>		<b>4.055</b>	<b>1.158</b>	<b>5.213</b>

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** Dr. Francisco Javier Quisiguiña, MBA

Para el préstamo bancario se tiene una tasa de interés del 9% a 5 años plazo por un monto de \$4.055. El cual estos cálculos reflejan que se podría pagar con intereses de un valor total de \$5.213.

#### 5.1.5. Activos Fijos

**Tabla 12.** Activos Fijos

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Equipo de oficina</b>	1616,4	1616,4	1616,4	1616,4	1616,4
<b>Equipo de computo</b>	1499,25	1499,25	1499,25	1499,25	1499,25
<b>Maquinaria y equipo</b>	350	350	350	350	350
<b>TOTAL</b>	<b>3.465,65</b>	<b>3.465,65</b>	<b>3.465,65</b>	<b>3.465,65</b>	<b>3.465,65</b>

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** Dr. Francisco Javier Quisiguiña, MBA

En el anexo 1 se presenta de forma más detallada cada bien integrado en los equipos de oficina, equipo de cómputo y maquinaria y equipo, los cuales se están sujetos a depreciación. Como se presenta en la tabla 12 en el total de activos fijos de Bidespensa es de \$3465,65.

### 5.1.6. Depreciación

**Tabla 13.** Depreciación

DEPRECIACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Equipo de oficina	161,64	161,64	161,64	161,64	161,64
Equipo de computo	500	500	500		
Maquinaria y equipo	35	35	35	35	35
<b>TOTAL</b>	696	696	696	197	197

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** Dr. Francisco Javier Quisiguiña, MBA

Las depreciaciones de los activos fijos se las hicieron en base a las normas de contabilidad de vida útil de los mismos. Teniendo así: equipo de oficina 10 años, equipo de cómputo 3 años y maquinaria y equipo 10 años. Como se presenta en la tabla 13. Del año 1 al año 3 el total de depreciación es de \$696 y a partir del año 4 desciende a \$197, esto se debe a que los equipos de cómputo, como bien se menciona anteriormente tienen una vida útil de 3 años.

#### 5.1.6.1. Depreciación Acumulada

**Tabla 14.** Depreciación Acumulada

DEPRECIACIÓN ACUMULADA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Equipo de oficina	161,64	323	485	647	808
Equipo de computo	500	1.000	1.499		
Maquinaria y equipo	35	70	105	140	175
<b>TOTAL</b>	696	1.393	2.089	787	983

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** Dr. Francisco Javier Quisiguiña, MBA

Para la depreciación acumulada en la tabla 14 se muestra como del año 1 al año 5 se obtiene un valor total de \$983, ya que a cada año se les suma el valor inicial de las depreciaciones.

## 5.2.Estado de Resultados Presupuestado

**Tabla 15.** Estado de Resultados Presupuestado

<b>EMPRESA BIODEPENSA RIOBAMBA</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADOS PRESUPUESTADO</b>					
<b>Del 1 de Enero del 2020 del 31 de Diciembre del 2024</b>					
<b>AÑOS</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b>Crema Súper Hidratante Romelia</b>					
Unidades vendidas	375	519	1.368	1.477	<b>1.551</b>
Precio	<b>1</b>				
	6,0	6,0	7,0	7,0	8,0
Costo	<b>4%</b>				
	4,09	4,252	4,422	4,598	4,782
<b>Jabón Aclarante de Arroz Romelia</b>					
Unidades vendidas	680	714	1.368	1.477	<b>1.551</b>
Precio	<b>1</b>				
	4,5	4,5	5,5	5,5	6,5
Costo	<b>4%</b>				
	3,3	3,46	3,59	3,74	3,89
<b>Champú Solido Ancestral</b>					
Unidades vendidas	370	457	1.368	1.477	<b>1.551</b>
Precio	<b>1</b>				
	5,0	5,0	6,0	6,0	7,0
Costo	<b>4%</b>				
	3,5	3,6	3,8	3,9	4,1
Ventas	7.160	8.612	25.308	27.333	33.353
<Costo de ventas>	5.088	6.338	16.144	18.133	19.802
Utilidad Bruta en Ventas	2.072	2.274	9.164	9.199	13.552
Utilidad Bruta en Ventas %	28,9%	26,4%	36,2%	33,7%	40,6%
<Gastos de operación>					
<Gatos de Administración y Ventas 10%	<b>10%</b>				
	716	861	2.531	2.733	3.335
<Depreciación>					
	696	696	696	197	197
<Amortización>	<b>250</b>				
	50	50	50	50	50

<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	610	667	5,887	6,219	9,970
<b>UTILIDAD OPERACIONAL %</b>	8,5%	7,7%	23,3%	22,8%	29,9%
<b>(+/-) MOVIMIENTOS FINANCIEROS</b>					
Intereses ganados					
Intereses pagados	365	304	237	165	86
Utilidad antes participación e impuestos	245	363	5.649	6.054	9.884
(-)15% Participación Trabajadores	37	54	847	908	1.483
Utilidad antes de impuestos	208	308	4.802	5.146	8,401
(-) 25% Impuesto a la Renta	52	77	1.200	1.287	2.100
<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	156	231	3.601	3.860	6.301
<Depreciación>	696	696	696	197	197
<Amortización>	50	50	50	50	50
flujo neto de caja FEO	903	978	4.348	4.106	6.547
Inversión en Activo Fijo	-3465,65				
Inversión en Investigación Mercado	-250				
Inversión en Capital de trabajo	-5.839				
Préstamo	4.055	-678	-739	-805	-877
flujo neto total	-5.500	225	239	3.543	3.229
tasa de descuento	11,88%				

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** Dr. Francisco Javier Quisiguiña, MBA

Como se presenta en la tabla 15, en el año 2020 Biodespensa vendió 375 cremas humectantes a \$6 cada una, 680 jabones de arroz a \$4,50 y 370 champuses sólidos a \$5,50 Para el 2021, sus ventas incrementaron, pero mantuvieron los mismos precios. Sin embargo, para este año 2020 por el alza del combustible varios de las materias primas también han subido por lo cual los precios subieron \$1 más. En cuanto a la cantidad

presupuestada que se plantea exportar es de 114 unidades por cada producto de forma mensual. Esto tras haber analizado la capacidad de fabricación de Biodespensa.

### 5.3. Indicadores de Evaluación

#### 5.3.1. Valor Actual

**Tabla 16.** Valor Actual

<b>VA</b>	<b>\$ 9.872</b>
-----------	-----------------

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** Dr. Francisco Javier Quisiguiña, MBA

El análisis financiero da un resultado del Valor actual de \$9872 lo que refleja el valor que se va a recibir en lo posterior de acuerdo con las ventas proyectadas hasta el 2024. Lo cual es un índice bueno, ya que la inversión inicial es de \$9.554,97. Es decir, se generan ganancias.

#### 5.3.2. Valor Actual Neto

**Tabla 17.** Valor Actual Neto

<b>VAN</b>	<b>\$ 4.372</b>
------------	-----------------

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** Dr. Francisco Javier Quisiguiña, MBA

El VAN da un valor de \$4.372 siendo mayor a cero, lo que indica que el proyecto generará beneficios prósperos para Biodespensa. Por lo cual, el plan de exportaciones de estos productos naturales es aceptado y rentable.

#### 5.3.3. Tasa Interna de Retorno

**Tabla 18.** Tasa Interna de Retorno

<b>TIR</b>	<b>23,8%</b>
------------	--------------

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** Dr. Francisco Javier Quisiguiña, MBA

Este proyecto muestra una TIR de 23,8% y al compararlo con la tasa de descuento que es 6,70%. La tasa interna de retorno es superior con más de 17 puntos, lo cual indica que el proyecto se acepta porque es superior a la tasa mínima de rentabilidad exigida para la inversión.

#### 5.3.4. Índice Costo Beneficio

**Tabla 19.** Índice Costo Beneficio

<b>C/B</b>	<b>1,8</b>
------------	------------

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** Dr. Francisco Javier Quisiguiña, MBA

El resultado del índice costo beneficio da un valor de 1.8 al ser mayor a 1 indica que los beneficios son mayores que a los costos que se tiene. Por lo tanto, este proyecto se puede aceptar.

#### 5.4. Análisis de Sensibilidad

**Tabla 20.** Análisis de Sensibilidad

<b>ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD</b>								
<b>VA</b>								
<b>VOLUMEN</b>								
<b>\$</b>	500	1.500	2.500	3.500	4.500	5.500	6.500	7.500
<b>9.872</b>								
<b>6</b>	\$ 9.970	\$ 10.754	\$ 11.538	\$ 12.322	\$ 13.105	\$ 13.889	\$ 14.673	\$ 15.457
<b>6,5</b>	\$ 10.104	\$ 11.157	\$ 12.210	\$ 13.263	\$ 14.315	\$ 15.368	\$ 16.421	\$ 17.474
<b>7,0</b>	\$ 10.239	\$ 11.560	\$ 12.882	\$ 14.204	\$ 15.525	\$ 16.847	\$ 18.169	\$ 19.490
<b>7,5</b>	\$ 10.373	\$ 11.964	\$ 13.554	\$ 15.145	\$ 16.735	\$ 18.326	\$ 19.916	\$ 21.507
<b>8,0</b>	\$ 10.508	\$ 12.367	\$ 14.226	\$ 16.086	\$ 17.945	\$ 19.804	\$ 21.664	\$ 23.523
<b>8,5</b>	\$ 10.642	\$ 12.770	\$ 14.899	\$ 17.027	\$ 19.155	\$ 21.283	\$ 23.411	\$ 25.540
<b>9,0</b>	\$ 10.777	\$ 13.174	\$ 15.571	\$ 17.968	\$ 20.365	\$ 22.762	\$ 25.159	\$ 27.556
<b>9,5</b>	\$ 10.911	\$ 13.577	\$ 16.243	\$ 18.909	\$ 21.575	\$ 24.241	\$ 26.907	\$ 29.573

<b>10,0</b>	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	11.045	13.980	16.915	19.850	22.785	25.720	28.654	31.589
<b>10,5</b>	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	11.180	14.384	17.587	20.791	23.995	27.198	30.402	33.606
<b>11,0</b>	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	11.314	14.787	18.259	21.732	25.205	28.677	32.150	35.622

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** Dr. Francisco Javier Quisiguiña, MBA

Al ejecutar esta tabla se ha analizado los posibles escenarios al cambiar el precio y el volumen de los productos a exportar tomando en cuenta el valor actual del proyecto que es \$9.872.

Como se presenta en esta tabla se generan ganancias desde \$9.970 hasta \$35.622 que es cuando el precio de los productos alcanza \$11 y se fabrica 7.500. Esto permite que Biodespensa tenga un panorama más claro de cómo puede ir cambiando sus precios y a qué volumen de ventas se debe llegar para lograrlo. Por el momento no se visualizan pérdidas dado esos márgenes de precios y cantidad de productos de fabricación.

## CAPÍTULO VI

### 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1. Conclusiones

Biodespensa ha logrado mantenerse en el mercado de Riobamba gracias a su forma de comercialización con los pequeños artesanos del país y por como ha sabido llegar a la gente con la importancia de empezar a usar productos ecológicos. Esto debido a que al ser la primera tienda ecológica de la ciudad motivó a que los ciudadanos sean más conscientes de cómo sus compras y consumo afectan al medio ambiente, logrando fidelizar a sus clientes y a su vez ha creado alianzas estratégicas que permite que la comunidad participe en el comercio local ofertando más del 80% de sus productos con marca ecuatoriana.

Colombia es un país de destino con gran potencial para estos productos, ya que a pesar de que en el año 2020 las exportaciones a este país cayeron en un 7% se mantuvo entre los 5 primeros países que más importaron de Ecuador. Ya para el 2021 incrementó sus compras en un 13% lo cual afianza las relaciones económicas entre estos dos países. Sin mencionar que cuenta con varias tiendas ecológicas en todo el país, permitiendo que a futuro se puedan comercializar en más lugares los productos de Biodespensa.

La marca Romelia ha logrado puntuarse con sus productos de crema sólida y jabón de arroz en el mercado ecuatoriano, lo que le ha dado a Biodespensa ganancias constantes y una posición a nivel de tiendas ecológicas, muy buena. Ya que, estos productos solo son comercializados en este punto de entrega. Por lo mismo, las ventas se han incrementado a nivel de varias ciudades del país e incluso existen clientes internacionales de países como México, Colombia y Bolivia interesados en adquirir estos productos.

El plan de exportación de estos productos de cosmética natural al mercado de Colombia ha sido aprobado debido a que los análisis financieros han dado resultados favorables. Teniendo en cuenta que el valor actual supera a la inversión inicial, el valor actual neto es mayor a cero, la tasa interna de retorno es mayor a la tasa de descuento y el costo beneficio es mayor que uno. Por lo cual, Biodespensa se encuentra en condiciones de internacionalizarse a este mercado con los tres productos seleccionados.

## **6.2.Recomendaciones**

A pesar de que Biodespensa ha logrado fidelizar a sus clientes en estos tres años de funcionamiento, podría tener aún más alcance si se planteara una estrategia de marketing digital, tercerizando esta área de la empresa. Puesto que ya cuenta con un perfil de Instagram y página web, pero no se ha diseñado un plan específico, por lo mismo en las redes no se visualiza de forma adecuada lo que la gerente propietaria busca transmitir al consumidor.

Biodespensa debe generar más alianzas con propietarios de otras tiendas ecológicas en más países de Latinoamérica, así como lo ha hecho en Colombia para poder comprender los mercados de otros lugares y las estrategias que estos han usado para poder llegar a sus clientes. De esta forma, se puede llegar a más países con intercambio comercial y expandir la marca de Romelia como tal.

La marca Romelia está teniendo bastante aceptación por los consumidores, por lo cual sería adecuado invertir en una promoción adecuada para que tenga más alcance, pero no se debe mezclar Biodespensa con Romelia. Esta marca debe independizarse de Biodespensa en cuanto a redes y generar contenido separado para que no se mezcle o se confunda con los otros productos de los artesanos locales.

El análisis financiero fue favorable para el plan de exportación de estos productos con destino a Colombia, por lo cual Biodespensa puede expandirse a otros países latinoamericanos e incluso en el mercado europeo con un adecuado análisis de mercado o a través de estas alianzas comerciales generados por medio de las tiendas ecológicas.

En cuanto a los productos, para ser más dinámicos y accesibles a varios tipos de personas, sería favorable que estos cuenten con más presentaciones en cuanto al peso y el tamaño. Es decir, si una persona que está interesada en empezar una vida más sustentable tenga la posibilidad de ir probando productos en pequeñas porciones y así al encontrar el adecuado para su piel, pueda comprar en un tamaño más grande que es el que actualmente se oferta.

## **Bibliografía**

- Alcalde, T. (2008). Cosmética natural y ecológica. Regulación y clasificación. *Offarm*, 96-104. Obtenido de <https://www.elsevier.es/es-revista-offarm-4-articulo-cosmetica-natural-ecologica-regulacion-clasific-13127388>
- Andrade, A. (19 de Marzo de 2022). ¿Qué es Biodespensa? (J. Ponce, Entrevistador) Obtenido de [https://drive.google.com/drive/u/3/folders/1hKP7fJ6jPW-tYTRox\\_k3IAAn\\_8E51RrB\\_](https://drive.google.com/drive/u/3/folders/1hKP7fJ6jPW-tYTRox_k3IAAn_8E51RrB_)
- Biodespensa. (2022). *Sobre nosotros*. Obtenido de <https://www.biodespensariobamba.com/>
- CAN. (2021). *COMUNIDAD ANDINA* . Obtenido de <https://www.comunidadandina.org/quienes-somos/>
- EXPORDATA. (2021). *REPORTE ESTADÍSTICO DE COMERCIO EXTERIOR 2020*. Obtenido de <https://drive.google.com/file/d/1Xly8NT8oAAg7Za6YQMqBvsVKRwhwNCK0/view>
- EXPORDATA. (2022). *Información estadística*. Obtenido de <http://www.expordata.com/>
- EXPORDATA. (2022). *REPORTE ESTADÍSTICO DE COMERCIO EXTERIOR 2021*. Obtenido de <https://drive.google.com/file/d/1askCvr-1TofNiopRUWtpDUV1Vg2LN-y-/view>
- Gonzalez, J. (2019). *Agropedia*. Obtenido de <https://agrotendencia.tv/agropedia/cultivo-de-bambu-2/>
- Logistics, G. T. (2020). *¿Qué es una regla incoterm?* Obtenido de <https://www.dsv.com/es-es/ayuda/faq/que-es-un-incoterm>
- MERCOSUR. (2022). *MERCOSUR*. Obtenido de <https://www.mercosur.int/quienes-somos/en-pocas-palabras/>
- Ministerio de Producción, C. E. (11 de 02 de 2021). *Emisión de Certificados de Origen de productos originarios de Ecuador para exportación*. Obtenido de Portal

Único de Trámites Ciudadanos: <https://www.gob.ec/mpceip/tramites/emision-certificados-origen-productos-originarios-ecuador-exportacion#:~:text=El%20Certificado%20de%20Origen%20tiene,con%20los%20requisitos%20de%20origen.>

Villares, A. (2019). *Modelo de comportamiento de compra de los millennials en relación a los productos ecológicos*. Guayaquil.

## Anexos

### Anexo 1. Detalle Activos Fijos

<b>Activos Fijos</b>			
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>			<b>1616.4</b>
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
Escritorio	1	300	300
Sillas	2	30.5	61
Mesas	4	50	200
Mostradores	8	85.8	686.4
Muebles	3	123	369
<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>			<b>1499.25</b>
iPhone x	1	647	647
Computadora HP Intel Core 7th gen	1	852.25	852.25
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			<b>350</b>
Moldes de fabricación	10	35	350
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>20</b>	<b>2088.55</b>	<b>3465.65</b>

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** (Andrade, 2022)

Se detalla los activos fijos de Biodespensa tiene a disposición tanto para la fabricación de los productos de Romelia como los bienes muebles encontrados en el local.

### Anexo 2. Sueldos

<b>Empleados</b>	<b>Sueldo mensual</b>	<b>Beneficios Sociales</b>	<b>Sueldo anual</b>
<b>Gerente propietaria</b>	1200	1632	19584
<b>Socia Inversionista</b>	600	816	9792
<b>Trabajadora</b>	425	578	6936
<b>Total</b>	<b>2225</b>	<b>3026</b>	<b>36312</b>

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** (Andrade, 2022)

Se presenta como es la repartición de sueldos mensuales con los integrantes de quienes conforman Biodespensa.

### Anexo 3. Mano de Obra Directa

<b>Mano de Obra Directa</b>		
	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
<b>Sueldos</b>	425	6936
<b>Total</b>	425.00	6936

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** (Andrade, 2022)

En la mano de obra se ha detallado solo el sueldo de la empleada a tiempo completo, ya que es quien va a estar encargada de la fabricación de los productos a exportar.

### Anexo 4. Gastos Administrativos

<b>Gastos Administrativos</b>		
	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
<b>Sueldos</b>	1800	29376
<b>Total</b>	<b>1800</b>	<b>29376</b>

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** (Andrade, 2022)

En los gastos administrativos se detalla los sueldos de la gerente propietaria y la socia inversionista.

### Anexo 5. Costos Directos de Fabricación

<b>Costos Directos de Fabricación</b>		
	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
<b>Materia Prima</b>	359.86	4318.32
<b>Mano de Obra Directa</b>	425.00	6936
<b>Total</b>	784.86	11254.32

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** (Andrade, 2022)

Los costos directos de fabricación están dados por la suma de la materia prima y la mano de obra directa. La explicación de la materia prima está dada en el anexo 6.

### Anexo 6. Materia prima de los productos a exportar

<b>Crema Súper Hidratante Romelia</b>	<b>11.765</b>
Aceite Extra virgen de almendras	1.32
Aceite vegetal de caléndula	0.75
Manteca de cacao	4.845
Aceite extra virgen de coco	2.1
Cera de abeja	2.25
Aceite esencial de vainilla	0.5
Costo Total (114 unidades)	<b>223.535</b>
<b>Jabón Aclarante de Arroz Romelia</b>	<b>7.175</b>
Glicerina vegetal solida	4.5
Polvo de arroz	0.4
Aceite esencial de geranio	1.875
Vitamina E	0.4
Costo Total (114 unidades)	136.33
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>359.86</b>

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** (Andrade, 2022)

Se detalla la materia prima con sus costos necesarios para su fabricación y están dados en función de las 114 unidades a exportar.

### Anexo 7. Gastos de Exportación

<b>Gastos de Exportación</b>		
	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Gastos de exportación Lar Courier Express	508.98	6107.76
Otros costos de exportación (certificado de origen)	2.5	30
<b>Total</b>	<b>511.48</b>	<b>6137.76</b>

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** (Andrade, 2022)

En los gastos de exportación se presentan dos valores, el uno es la contratación del servicio para el traslado de la mercancía de Ecuador a Colombia y el valor de los

certificados de origen que tiene un valor de \$10 cada uno.

**Anexo 8.** Detalle de los costos y precios de los productos a exportar

	<b>CREMA HIDRATANTE ROMELIA</b>	<b>JABÓN ACLARANTE DE ARROZ ROMELIA</b>	<b>SHAMPO SÓLIDO ANCESTRAL</b>
<b>Materia Prima</b>	223.54	136.33	
<b>Mano de obra</b>	212.50	212.50	
<b>CIF</b>	30	30	
<b>Compra</b>			484.5
<b>TOTAL</b>	466.04	378.83	484.5
<b>Unidades</b>	114	114	114
<b>Costo Unitario</b>	4.088	3.323	4.250
<b>Precio de venta</b>	6	5	6
<b>UTILIDAD</b>	1.912	1.677	1.750
<b>Utilidad Porcentual</b>	32%	34%	29%

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** (Andrade, 2022)

Para la obtención de los de la mano de obra, se dividió en dos el sueldo de la empleada y se reparte en función de los dos productos de Romelia. Ya que su actividad va a estar enfocada a la fabricación de los productos de exportación. Para la obtención del valor del CIF se sumó los gastos de empaquetado y etiquetado que se describirá en el anexo 9.

**Anexo 9.** Empaquetado y etiquetado de los productos a exportar

<b>Detalle</b>	<b>CREMA HIDRATANT E ROMELIA</b>	<b>JABÓN ACLARANT E DE ARROZ ROMELIA</b>	<b>Total</b>
<b>Empaquetado</b>	20	20	40.00
<b>Etiqueta</b>	10	10	20.00

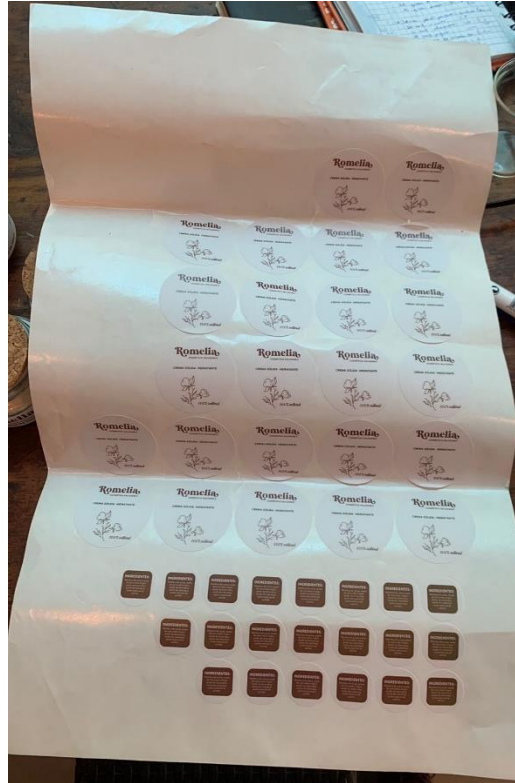
**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** (Andrade, 2022)

Al ser productos naturales y ecológicos no necesitan de un procedimiento mayor, por lo mismo el etiquetado consiste en dos partes que será explicado en el anexo 10 y el empaquetado es el recubrimiento del producto con papel encerado. En este caso se

necesitará 4 tubos para recubrir 228 productos de Romelia y la caja de las dimensiones antes mencionadas para la exportación de estos.

### Anexo 10. Diseño de las etiquetas



**Fuente:** (Andrade, 2022)

En cada lámina vienen 45 etiquetas traseras y delanteras, por lo cual se necesitan 6 láminas para completar el etiquetado en los 228 productos lo que dan un valor de \$20 total.

### Anexo 11. Capital de Trabajo

<b>Capital de Trabajo</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
<b>Costos Directos de fabricación</b>	784.86	11254.32
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>	1860.00	30096
<b>Costos Fijos</b>	2401.60	36595.15
<b>Costos Variables</b>	784.86	11254.32
<b>Total</b>	<b>5831.32</b>	<b>89199.79</b>

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** (Andrade, 2022)

El capital de trabajo está dado por los costos directos e indirecto de fabricación, costos fijos y costos variables que están detallados en los anexos 5,12,13,14

### Anexo 12. Costos Variables

<b>Costos Variables</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
<b>Materia Prima</b>	359.86	4318.32
<b>Mano de obra directa</b>	425.00	6936
<b>Total</b>	784.86	11254.32

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** (Andrade, 2022)

Para el costo total de la materia prima se ha sumado lo de los dos productos de Romelia y explicado anteriormente la mano de obra directa representa al sueldo de la empleada a encargarse de la fabricación de estos productos.

### Anexo 13. Costos Fijos

<b>Costos Fijos</b>		
	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Depreciaciones	58.03	696.39
Gastos de Exportación	511.48	6137.76
Gastos Administrativos	1800.00	29376
Mantenimiento de maquinarias	6.67	80
Suministros de limpieza	10.42	125
Suministros de oficina	15.00	180
<b>Total</b>	<b>2401.60</b>	<b>36595.15</b>

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** (Andrade, 2022)

Para tener el valor total se ha sumado mantenimiento de maquinarias, suministros de limpieza y oficina que son datos fijos que la gerente propietaria otorgó.

### Anexo 14. Costos Indirectos de fabricación

<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>		
	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
<b>Empaquetado</b>	40.00	480
<b>Etiqueta</b>	20.00	240
<b>Mano de Obra Indirecta</b>	1800.00	29376
<b>Total</b>	<b>1860.00</b>	<b>30096</b>

**Elaborado:** Elaboración Propia

**Fuente:** (Andrade, 2022)

Para la mano de obra indirecta, se ha sumado el sueldo de la gerente propietaria, que representa el gasto administrativo y el de la socia accionista, el empaquetado y etiquetada ya se ha detallado en los anexos 9 y 10.

**Anexo 15.** Cotización de exportación de Ecuador a Colombia por parte de Laar Courier Express

**Cotizador Internacional**

**1) Paquetes y Servicio**

<b>Paquete: (*)</b>	<b>Peso - KGS: (*)</b>
PAQUETES	29.64

<b>Largo - CM: (*)</b>	<b>Ancho - CM: (*)</b>	<b>Alto - CM: (*)</b>
0.75	0.75	150

**2) Destino**

<b>Pais: (*)</b>
COLOMBIA

<b>Ciudad: (*)</b>	<b>Postal: (*)</b>
Bogota	118942

<b>Dirección: (*)</b>
Avenida Carrera 19 y calle 147



<b>Flete</b>	<b>Combustible</b>	<b>Subtotal</b>
525.90 USD	125.41 USD	454.45 USD
<b>Descuento 40.00%</b>	<b>Adicionales</b>	<b>IVA 12.00%</b>
210.36 USD	13.50 USD	54.53 USD
<b>Valor Neto</b>		
315.54 USD		

<b>Total</b>
508.98 USD

**Fuente:** Laar Courier Express

Como se mencionó anteriormente se recibió un descuento al ser Biodespensa de los pequeños empresarios. Dando así un total a pagar de \$508.98.

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1.</b> Balanza Comercial de Ecuador al 2020 .....	17
<b>Tabla 2.</b> Principales países de destino de exportaciones de Ecuador en el 2020 .....	18
<b>Tabla 3.</b> Balanza Comercial de Ecuador al 2021 .....	19
<b>Tabla 4.</b> Principales países de destino de Ecuador en el 2021 .....	20
<b>Tabla 5.</b> Exportaciones entre la CAN y Ecuador entre 2018 y 2022 .....	22
<b>Tabla 6.</b> Exportaciones entre el MERCOSUR y Ecuador entre 2018 y 2022 .....	24
<b>Tabla 7.</b> Detalle de Indicadores Económicos .....	30
<b>Tabla 8.</b> Inversión Inicial .....	30
<b>Tabla 9.</b> Accionistas .....	31
<b>Tabla 10.</b> Financiamiento .....	31
<b>Tabla 11.</b> Amortizaciones .....	32
<b>Tabla 12.</b> Activos Fijos .....	32
<b>Tabla 13.</b> Depreciación .....	33
<b>Tabla 14.</b> Depreciación Acumulada .....	33
<b>Tabla 15.</b> Estado de Resultados Presupuestado .....	34
<b>Tabla 16.</b> Valor Actual .....	36
<b>Tabla 17.</b> Valor Actual Neto .....	36
<b>Tabla 18.</b> Tasa Interna de Retorno .....	36
<b>Tabla 19.</b> Índice Costo Beneficio .....	37
<b>Tabla 20.</b> Análisis de Sensibilidad .....	37

## Índice de Figuras

<b>Figura 1.</b> Logo de Biodespensa.....	9
<b>Figura 2.</b> Champú sólido de Ancestral.....	13
<b>Figura 3.</b> Jabón aclarante de arroz de Romelia .....	13
<b>Figura 4.</b> Galletas de Quinoa de Quinoa Fit.....	14
<b>Figura 5.</b> Chocolate orgánico de Dfavian .....	15
<b>Figura 6.</b> Cepillo de dientes de bambú.....	16
<b>Figura 7.</b> Logo de la Comunidad Andina de Naciones .....	21
<b>Figura 8.</b> Logo del Mercado Común del Sur .....	23
<b>Figura 9.</b> Champú sólido de Ancestral.....	26
<b>Figura 10.</b> Jabón aclarante de arroz de Romelia .....	27
<b>Figura 11.</b> Crema sólida súper hidratante de Romelia .....	27

## Índice de Anexos

<b>Anexo 1.</b> Detalle Activos Fijos.....	43
<b>Anexo 2.</b> Sueldos .....	43
<b>Anexo 3.</b> Mano de Obra Directa .....	44
<b>Anexo 4.</b> Gastos Administrativos .....	44
<b>Anexo 5.</b> Costos Directos de Fabricación.....	44
<b>Anexo 6.</b> Materia prima de los productos a exportar .....	45
<b>Anexo 7.</b> Gastos de Exportación.....	45
<b>Anexo 8.</b> Detalle de los costos y precios de los productos a exportar .....	46
<b>Anexo 9.</b> Empaquetado y etiquetado de los productos a exportar .....	46

<b>Anexo 10.</b> Diseño de las etiquetas .....	47
<b>Anexo 11.</b> Capital de Trabajo .....	48
<b>Anexo 12.</b> Costos Variables.....	48
<b>Anexo 13.</b> Costos Fijos .....	49
<b>Anexo 14.</b> Costos Indirectos de fabricación .....	49
<b>Anexo 15.</b> Cotización de exportación de Ecuador a Colombia por parte de Laar Courier Express .....	50