



ID del documento: SAI-Vol.3.N.2.006.2025

Tipo de artículo: Original

La demanda del jabón artesanal y su inversión. Caso de estudio emprendimiento Mareesi de la ciudad de Loja

The demand for artisanal soap and its investment: A case study of the Mareesi venture in the city of Loja

Autores:

Carlos Roberto Carpio Ayala¹, Kerlly Rocío Namicela Benítez², Zoila Mónica Ortega Pesantez³, Rosa Paola Flores Loaiza⁴

¹Universidad Nacional de Loja, Loja, Ecuador, carlos.carpio@unl.edu.ec, <https://orcid.org/0000-0002-6893-4470>

²Universidad Nacional de Loja, Loja, Ecuador, kerlly.namicela@unl.edu.ec, <https://orcid.org/0009-0000-4259-4626>

³Universidad Nacional de Loja, Loja, Ecuador, zoila.ortega@unl.edu.ec, <https://orcid.org/0000-0003-3411-5386>

⁴Universidad Nacional de Loja, Loja, Ecuador, rosa.flores@unl.edu.ec, <https://orcid.org/0000-0003-2754-8191>

Corresponding Author: Carpio Ayala Carlos Roberto, carlos.carpio@unl.edu.ec

Reception:14-September-2025 **Acceptance:**23-October-2025 **Publication:**27-November-2025

How to cite this article:

Carpio Ayala, C. R., Namicela Benítez, K. R., Ortega Pesantez, Z. M., & Flores Loaiza, R. P. (2025). La demanda del jabón artesanal y su inversión. Caso de estudio emprendimiento Mareesi de la ciudad de Loja. *Sapiens Discoveries International Journal*, 3(2), 1-17. <https://doi.org/10.71068/hyv6e160>

Resumen

En Ecuador, en los últimos años se ha observado un crecimiento dentro del mercado de productos artesanales, impulsado por el interés de los consumidores en productos naturales, ecológicos y con un valor agregado. La ciudad de Loja se ha caracterizado por ofrecer un entorno favorable para el inicio y consolidación de emprendimientos. En este contexto, el



emprendimiento Mareesi surge con la propuesta de producir y comercializar jabones artesanales cuya base es la glicerina, buscando satisfacer una demanda creciente y contribuir a la economía local. El objetivo general del estudio fue determinar la viabilidad comercial, técnica y financiera para la consolidación del emprendimiento Mareesi, identificando la demanda y la inversión requerida. El proceso metodológico tuvo un enfoque cuantitativo, de método deductivo, de tipo descriptivo y diseño no experimental, el instrumento utilizado es un cuestionario estructurado aplicado a una muestra de 398 personas económicamente activas de la ciudad de Loja, lo que permitió conocer sus gustos y preferencias sobre el producto de interés. Los datos obtenidos y procesados permitieron confirmar la factibilidad del proyecto.

Palabras clave: demanda, inversión; emprendimiento, jabón; artesanal

Abstract

In Ecuador, recent years have seen growth in the market for artisanal products, driven by consumer interest in natural, organic products with added value. The city of Loja has been known for offering a favorable environment for starting and consolidating businesses. In this context, the Mareesi venture emerged with the proposal to produce and market handmade glycerin-based soaps, seeking to meet growing demand and contribute to the local economy. The overall objective of the study was to determine the commercial, technical, and financial viability of consolidating the Mareesi venture, identifying demand and the required investment. The methodological process took a quantitative, deductive, descriptive, and non-experimental approach. The instrument used was a structured questionnaire applied to a sample of 398 economically active people in the city of Loja, which allowed us to learn about their tastes and preferences regarding the product of interest. The data obtained and processed confirmed the feasibility of the project.

Keywords: demand, investment; entrepreneurship, soap; artisanal

1. INTRODUCCIÓN

El consumo de productos artesanales y naturales ha aumentado significativamente en el Ecuador durante los últimos años, impulsado por una mayor conciencia ambiental y búsqueda de alternativas saludables. Según las cifras emitidas por el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2025) en Ecuador la tasa de crecimiento para el mercado artesanal es 11,80% para el año 2025 a 2034,. A partir de este contexto, el emprendimiento Mareesi busca conocer la factibilidad de la producción y comercialización de jabones artesanales en la ciudad de Loja, utilizando la base de glicerina y demás esencias e ingredientes que sumados a un proceso artesanal dan como resultado un producto diferenciado y sostenible.



La relevancia de este estudio radica en que, a pesar del crecimiento del mercado artesanal, existen barreras de conocimiento en cuanto a la demanda real y la inversión requerida para el establecimiento y funcionamiento de emprendimientos rentables dentro de esta área. Se han identificado desafíos en la comprensión precisa de las preferencias del consumidor y en la correcta estructuración de la planta para asegurar la viabilidad operativa y financiera. Esta problemática evidencia la necesidad de contar con estudios integrales que permitan diseñar estrategias efectivas para el desarrollo y crecimiento del emprendimiento.

El consumo de productos naturales para el cuidado personal ha crecido debido a una mayor conciencia ambiental y de la salud. Cerón y Alcántara (2022), indican que los consumidores optan por productos que poseen ingredientes más naturales y libres de químicos sintéticos. Lay et al. (2020) destacan el interés de la población por jabones artesanales por sus grandes beneficios en la piel. A la par Abreu et al. (2025) señala que los productos artesanales representan una valiosa opción para los consumidores que buscan productos con características únicas, beneficios para la salud y un vínculo cultural y tradicional, además este tipo de insumos contribuyen al fortalecimiento de las economías locales y promueven la sostenibilidad, lo que lo posiciona como una alternativa atractiva y prometedora dentro del mercado actual.

La investigación tiene como finalidad determinar la viabilidad comercial, técnica y financiera en el emprendimiento Mareesi, estimando la demanda y la inversión requerida para la producción de jabones artesanales.

2. METODOLOGÍA

Se empleó un enfoque cuantitativo lo que quiere decir que sus resultados serán demostrados con datos y cálculos estadísticos, de método deductivo, de tipo descriptivo y de diseño no experimental, orientado a describir y analizar la demanda y oferta del jabón artesanal en la ciudad de Loja, con el propósito de determinar la cantidad óptima de producción y estimar los costos asociados a dicho proceso.

La población en estudio corresponde a la Población Económicamente Activa (PEA) de la ciudad de Loja, que para el año 2025 asciende a 95.760 personas (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos , 2022). La muestra estuvo conformada por 398 habitantes seleccionados



mediante un muestreo no probabilístico simple, y se complementó con la participación de productores y comercializadores locales. Se aplicó una encuesta estructurada con preguntas dicotómicas, escalas de Likert y de selección múltiple. El instrumento fue validado mediante un pilotaje previo, lo que garantizó la confiabilidad de los datos obtenidos y permitió obtener información sobre hábitos de consumo, frecuencia de compra, disposición a pagar y características de la oferta actual, lo que a su vez permitió determinar los estudios necesarios para definir la inversión del proyecto. Las encuestas se aplicaron de forma presencial.

3. RESULTADOS

La investigación se desarrolló en tres componentes principales: el estudio de mercado, el estudio técnico y el estudio financiero. Cada uno analiza aspectos esenciales vinculados con la producción y comercialización del jabón artesanal en la ciudad de Loja, con el propósito de evaluar su viabilidad como emprendimiento local.

A partir de la información cuantitativa recopilada sobre la oferta, la demanda y los canales de comercialización, fue posible caracterizar el mercado y respaldar decisiones estratégicas fundamentadas en datos reales. Con ello, se construye una base sólida para diseñar estrategias de producción y venta acordes con las necesidades del mercado, considerando la demanda actual y las proyecciones de crecimiento, que reflejan un interés cada vez mayor por alternativas ecológicas que promuevan el bienestar personal y el cuidado del medio ambiente.

Tabla 1. Proyección y análisis de la demanda, oferta y demanda insatisfecha (2025-2030)

Periodos	PEA Proyectada	% P. P.	D. Potencial	% P. R.	D. Real	% P. E.	D. Efectiva	C.P.A (unidades)	D. Efectiva (unidades)	Oferta Proyectada	D. Insatisfecha
2025	95.760	88%	84.268	42%	35.392	99%	35.038	19	651.804	6.708	645.096
2026	97.081	88%	85.431	42%	35.881	99%	35.522	19	660.810	7.500	653.311
2027	98.421	88%	86.610	42%	36.376	99%	36.012	19	669.926	8.384	661.542
2028	99.779	88%	87.805	42%	36.878	99%	36.509	19	679.172	9.374	669.798
2029	101.156	88%	89.017	42%	37.387	99%	37.013	19	688.546	10.480	678.066
2030	102.552	88%	90.246	42%	37.903	99%	37.524	19	698.049	11.717	686.332

Nomenclatura:

% P. P. = Porcentaje de población potencial

% P. R. = Porcentaje de población real

% P. E. = Porcentaje de población efectiva

C.P.A.= Consumo promedio anual

Nota: Datos estimados a partir de encuestas realizadas a la población demandante y ofertante



La proyección de la demanda efectiva del jabón artesanal para el periodo 2025–2030 refleja un crecimiento sostenido, impulsado por el aumento gradual de la población económicamente activa (PEA) en la ciudad de Loja. En el año base 2025, la PEA proyectada alcanza 95.760 personas, de las cuales el 88% representa la población potencial consumidora. De este grupo, el 42% conforma la demanda real, y el 99% de ellos se considera población efectiva, es decir, quienes efectivamente adquirirían el producto.

Bajo estas condiciones, la demanda efectiva inicial se estima en 651.804 unidades para 2025, con un consumo promedio anual (C.P.A.) de 19 unidades por persona. Este comportamiento se mantiene constante a lo largo de los años analizados, evidenciando un leve pero constante incremento en la demanda efectiva, que alcanza las 698.049 unidades en 2030.

El aumento sostenido responde al crecimiento demográfico y al fortalecimiento de la conciencia ambiental y de consumo responsable entre los ciudadanos. Estos factores favorecen la aceptación del jabón artesanal como alternativa ecológica, consolidando su posicionamiento en el mercado local y mostrando un panorama positivo para la expansión del emprendimiento en los próximos años.

La proyección de la oferta y la demanda insatisfecha del jabón artesanal entre 2025 y 2030 evidencia una marcada brecha entre la capacidad de producción y las necesidades del mercado. En el año base 2025, la oferta alcanza apenas 6.708 unidades frente a una demanda efectiva de 651.804 unidades, lo que genera una demanda insatisfecha de 645.096 unidades.

A lo largo del periodo analizado, se observa un crecimiento progresivo de la oferta, que pasa de 6.708 unidades en 2025 a 11.717 en 2030. Sin embargo, este aumento resulta insuficiente para cubrir el ritmo de crecimiento de la demanda, que mantiene un déficit considerable. Para el 2030, la demanda insatisfecha aún asciende a 686.332 unidades, lo que refleja una oportunidad significativa para ampliar la producción e introducir nuevos emprendimientos en este sector.

Este comportamiento confirma el potencial del mercado artesanal en Loja y resalta la necesidad de fortalecer la capacidad productiva, la eficiencia en los procesos y las estrategias de distribución, con el fin de



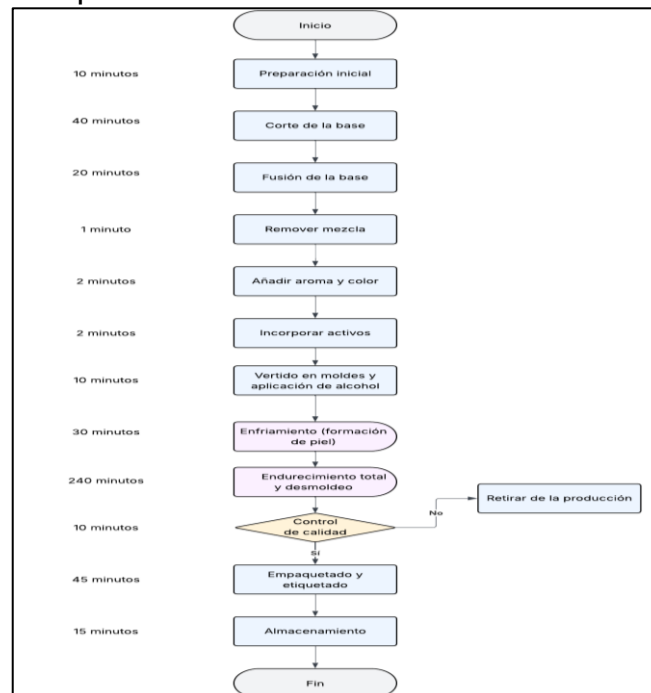
aprovechar la alta demanda y responder de manera más competitiva a las expectativas del consumidor local.

En conjunto, la información reflejada en la tabla permite identificar con claridad la relación entre demanda y oferta, ofreciendo parámetros para la toma de decisiones estratégicas. Asimismo, establece un marco para los análisis posteriores en los estudios técnico y financiero, donde se evaluará la capacidad de producción necesaria, los recursos requeridos y la rentabilidad esperada del negocio, con el fin de alinear la oferta con las necesidades del mercado local.

Con base en los resultados del estudio de mercado, se definió un plan de comercialización que busca posicionar el jabón artesanal a través de una estrategia de distribución y promoción efectiva. La venta se llevará a cabo mediante puntos de venta físicos ubicados en el centro artesanal "Lolita Samaniego Idrovo", lo que permitirá un contacto directo con los consumidores interesados en productos naturales. A ello se suman canales de venta directa que facilitan la conexión entre el productor y el cliente, aplicando una estrategia de tipo B2C. En cuanto a la promoción, se emplearán redes sociales como Facebook e Instagram, cuyos niveles de aceptación fueron del 52% y 25% respectivamente para atraer y fidelizar al público objetivo, fortaleciendo así la presencia del jabón artesanal en el mercado local.

En el ámbito técnico, se detalla el proceso productivo del jabón artesanal, desde la preparación de los insumos hasta el emCRCAue final del producto. Este proceso se ha diseñado para garantizar la eficiencia operativa, la calidad del producto y el aprovechamiento óptimo de los recursos disponibles.

Figura 1. Proceso productivo



Nota: El gráfico muestra las etapas del proceso productivo del jabón artesanal.

El proyecto contempla una capacidad productiva anual que permitirá cubrir aproximadamente el 1,49% de la demanda insatisfecha de unidades de jabón artesanal de 60 gramos. Según la planificación técnica, la capacidad utilizada con 3 ciclos por semana, lo que equivale a 12 ciclos productivos al mes y 144 ciclos al año y cada ciclo permite una producción de 4 kg alcanza una producción anual total de 576 kg, que corresponde a 9.600 unidades con las características antes enunciadas.

Este nivel de producción representa una participación inicial baja, pero con alto potencial de crecimiento a medida que se optimicen los procesos y se incrementen los niveles de producción. Para el proceso productivo se empleará maquinaria y herramientas básicas para la elaboración artesanal del jabón, incluyendo moldes de silicona, balanzas digitales, ollas esmaltadas, mesas de trabajo, cuchillos, etc. Esta dotación permite garantizar uniformidad en las presentaciones y eficiencia en la producción.

Desde la perspectiva financiera, el análisis contempla la inversión inicial, la estructura de financiamiento, los costos, ingresos y la proyección de resultados necesarios para validar la viabilidad económica del proyecto. Este estudio permite determinar los niveles



de rentabilidad esperados y evaluar el retorno sobre la inversión, garantizando así que el emprendimiento cuente con bases sólidas para su implementación y sostenibilidad en el mercado local.

Para poder producir las unidades necesarias, se requiere una inversión compuesta por los siguientes valores, los cuales permiten establecer la estructura financiera del proyecto, cubrir los costos iniciales y garantizar la producción adecuada de acuerdo con la demanda proyectada.

Tabla 2. Inversiones estimadas

Concepto	Monto	Porcentaje
Inversión fija	2.199,90	67,16%
Inversión circulante	970,82	29,64%
Inversión diferida	105,00	3,21%
Total	3.275, 72	100%

Nota: Se describe las inversiones para la puesta en marcha de la idea de negocios

Los ingresos proyectados se basan en un precio unitario de \$1,50 por cada jabón artesanal de 60 gramos durante el primer año, considerando un margen de ganancia del 18,50% por unidad, mientras que el costo unitario estimado se sitúa en \$1,27.

Con base a la producción proyectada para el año 0 y el año 5, los ingresos totales se estiman multiplicando las unidades vendidas por el precio de venta unitario.

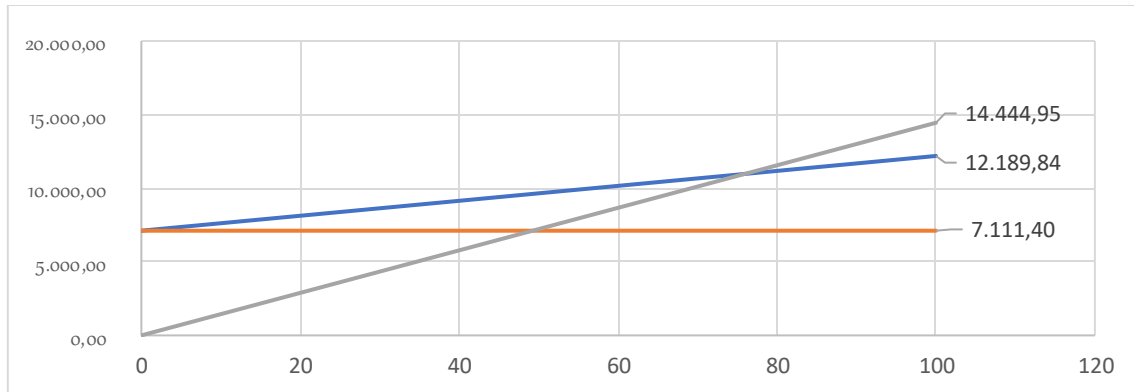
Tabla 3. Ingresos por ventas estimados

Año	Unidades Vendidas	Precio Unitario (USD)	Costo Unitario (USD)	Ingresos Totales (USD)
1	9.600	1.50	1,27	14.444,95
5	9.600	1.58	1,33	15.169,67

Nota: Ingresos por ventas generados

De acuerdo con los ingresos y los costos estimados, el punto de equilibrio representa el volumen mínimo de ventas necesario para cubrir todos los costos fijos y variables, sin generar pérdidas ni utilidades, indicando cuántas unidades deben producirse y venderse para mantener la estabilidad financiera del proyecto.

Figura 2. Punto de equilibrio año 1



Nota: Se describe el punto de equilibrio a partir de las ventas y la capacidad instalada

La gráfica muestra que en el año 1 el proyecto debe operar al 75,92% de su capacidad instalada y alcanzar ventas por un valor de \$10.967,13 para cubrir todos sus costos, lo que indica que el punto de equilibrio se encuentra en ese nivel de actividad, y que a partir de ese porcentaje de producción o ventas el proyecto comenzará a generar utilidades. Asimismo, el estado de pérdidas y ganancias refleja la evolución financiera del proyecto, mostrando cómo se distribuyen los ingresos, los costos y la utilidad neta esperada desde el Año 1 hasta el Año 5, permitiendo entender el desempeño económico proyectado a lo largo del tiempo.

Tabla 4. Estado de pérdidas y ganancias proyectado

Concepto	Año 1 (\$)	Año 5 (\$)
Ventas	14.444,95	15.169,67
Total Egresos	12.189,84	12.801,41
Utilidad antes impuestos	2.255,12	2.368,26
Impuestos y aportes	601,21	628,66
Utilidad líquida	1.653,91	1.739,60

Nota: Estado de pérdidas y ganancias año 1 y 5

4. DISCUSIÓN

El análisis parte del flujo de caja proyectado, el cual muestra los ingresos y egresos estimados durante el periodo de evaluación. Esta información permite comprender el comportamiento financiero del proyecto y constituye la base para el cálculo de los indicadores de evaluación financiera.

Tabla 5. Flujo de caja proyectado

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
---------	-------	-------	-------	-------	-------

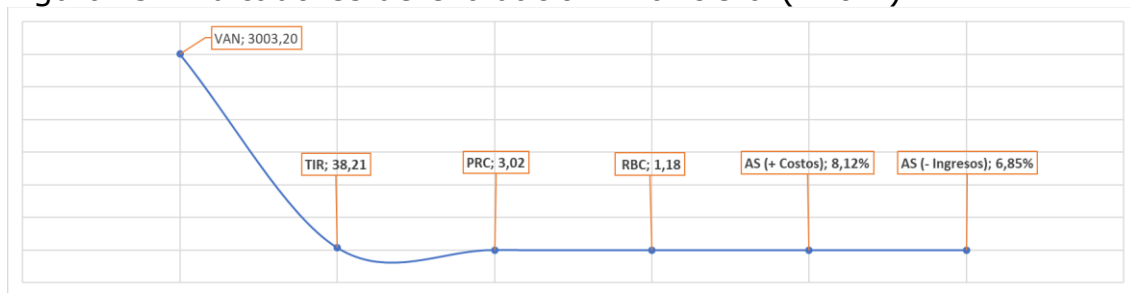


Total ingresos (\$)	14.444,95	14.552,84	15.050,31	14.966,19	15.644,25
Total egresos (\$)	13.621,86	12.516,99	13.649,73	12.881,47	13.060,88
Flujo de caja neto (\$)	823,1	2.035,85	1.400,58	2.084,73	2.583,37

Nota: Flujo de caja año 1 al 5

A partir del flujo de caja proyectado, se aplican los principales indicadores financieros, como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), Periodo de Recuperación del Capital, la Relación Beneficio-Costo (RBC) y el análisis de sensibilidad, con el propósito de evaluar la rentabilidad y viabilidad económica del proyecto.

Figura 3. Indicadores de evaluación financiera (Año 1)



Nota: El gráfico muestra el comportamiento de los indicadores de evaluación financiera.

El análisis financiero realizado permite observar que el proyecto presenta resultados favorables y un buen nivel de estabilidad económica. El Valor Actual Neto (VAN) de 3.003,20 confirma que los beneficios superan a los costos cuando se descuentan los flujos futuros evidenciando que el proyecto no solo es rentable en el corto plazo, sino también sostenible a largo plazo. Además, la Tasa Interna de Retorno (TIR) de 39,21% mayor al costo de oportunidad, el Periodo de Recuperación de Capital (PRC) es de 3,02 lo que quiere decir que la inversión se recupera en 3 años, 2 meses y 6 días, demostrando la capacidad del proyecto para recuperar la inversión en un plazo razonable, manteniendo una rentabilidad atractiva.

Por su parte, la Relación Beneficio Costo (RBC) de 1,18 indica que por cada unidad monetaria invertida se obtiene un retorno de 0,18 centavos de dólar. Este indicador demuestra que la inversión realizada



genera utilidades razonables y que el proyecto resulta atractivo desde el punto de vista financiero. En cuanto al análisis de sensibilidad, se observa que, si los costos aumentaran hasta en un 8,12%, la rentabilidad del proyecto no se vería afectada. En cambio, si los ingresos se reducen el proyecto soportaría una disminución de hasta un 6,85% lo que evidencia que un control adecuado de los gastos puede incrementar considerablemente los beneficios.

Estos resultados muestran que el proyecto es financieramente viable y cuenta con una estructura económica equilibrada. Sin embargo, también ponen de manifiesto la importancia de mantener una administración eficiente de los costos, ya que cualquier variación considerable podría afectar los márgenes de ganancia.

5. CONCLUSIÓN

El estudio de mercado evidenció una demanda potencial, real y efectiva significativa para jabones artesanales de base de glicerina, con un nivel de consumo estimado de 19 unidades por persona al año. La proyección de crecimiento de la oferta, alienada con la base del 11,80% como tasa de crecimiento para el mercado artesanal, indica que existe una oportunidad clara para cubrir la demanda insatisfecha en los próximos cinco años, fortaleciendo la factibilidad comercial del proyecto.

El estudio técnico determinó que la capacidad utilizada por medio del uso adecuado de la maquinaria y herramientas adaptadas a los niveles de producción, la ubicación estratégica, junto con una estructura organizativa simple pero que funcione, garantiza la correcta operación al mercado objetivo y las actividades del emprendimiento.

La evaluación financiera reflejó indicadores positivos como un VAN favorable, TIR superior a la tasa de interés del préstamo, un periodo de recuperación de capital dentro del tiempo de vida del emprendimiento y una relación beneficio costo mayor que 1. Incluso en escenarios de aumento de costos y con una disminución de ingresos el proyecto mantiene aceptables la rentabilidad, lo que confirma su estabilidad ante las fluctuaciones y cambios dentro del mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abreu, A., Batista, L., Teixeira, S., Pontes, D., & Pereira, G. (2025). *Exploring consumer behavior toward artisanal and industrialized foods through market research*. <https://doi.org/10.55905/oelv23n1-161>



- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2017, marzo 22). *Notificación Sanitaria Obligatoria de Productos Cosméticos*. <https://www.controlsanitario.gob.ec/notificacion-sanitaria-obligatoria-de-productos-cosmeticos/>
- Alonso, R. (2022, junio 24). *Vuelven los jabones de nuestros abuelos*. El Norte de Castilla. <https://www.elnortedecastilla.es/sociedad/salud/vida-sana/vuelven-jabones-abuelos-20220624113835-nt.html>
- ARCSA. (2025). *Permiso de Funcionamiento de ARCSA*. <https://www.controlsanitario.gob.ec/arcsa-atendera-en-nueva-sede-en-loja/>
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. McGraw-Hill/Interamericana Editores.
- Baquero, A. (2021). *Manual de formulación de proyectos de inversión*. UESPEC. <https://uspec.gov.co/sites/default/files/2022-07/ge-ma-001-manual-de-formulacion-de-proyectos.pdf>
- Blanco, A., Vásquez, Á., García, R., & Melamed, E. (2020). Estructura organizacional como determinante competitivo en pequeñas y medianas empresas del sector alimentos. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 26(2). <https://www.redalyc.org/journal/280/28063431012/28063431012.pdf>
- Blank, L., & Tarquin, A. (2006). *Ingeniería económica*. McGraw-Hill/Interamericana Editores.
- Bomberos de Loja. (2025). *Permiso de funcionamiento*. <https://bomberosloja.gob.ec/atencion-al-ciudadano/permiso-de-funcionamiento.html>
- Burgos, M. (2010). *Jabón Artesano en casa*. Arte Natural. <https://marcelaburgos.com/curso-jabones-principiantes/>
- Capriotti, P. (2021). *Dirección estratégica de comunicación*. DircomMAP.
- Carpintero Angulo, A. (2023, mayo 18). *¿Qué es la glicerina y para qué sirve? Usos y beneficios*. Farmacia Angulo. <https://blog.nutricionyfarmacia.com/salud/compuestos-quimicos/que-es-la-glicerina-y-para-que-sirve-usos-y-beneficios/>
- Carrillo, D. A., Vega, V., & Silvia, A. (2019). *Formulación y evaluación de inversión*. Editorial Jurídica del Ecuador.
- Cerón, A., & Alcántara, R. (2022). Comportamiento del consumidor post pandemia hacia el consumo de productos sustentables. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 22(2). <https://doi.org/10.24054/face.v22i2.1331>



- Cevallos, V. O., Esparza, F. F., Balseca, J. E., & Chafra, J. L. (2002). *Formulación y evaluación de proyectos para financiamiento*. Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador.
- Chiavenato, I. (2017). *Planeación estratégica: Fundamentos y aplicaciones*. McGraw-Hill Interamericana Editores.
- Chulca Casagallo, D. L. (2020). *Estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración de jabones artesanales...* [Tesis]. Instituto Tecnológico Superior Cordillera. <https://apidspace.cordillera.edu.ec/server/api/core/bitstreams/7c5bde40-742e-47e7-9a49-2f4d9c03a87b/content>
- Córdoba Padilla, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Ecoe Ediciones.
- Cosío Hurtado, J. M. (2011). Los proyectos y los planes de negocios. *Perspectivas*, 27, 23–45. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425941231003>
- Delgado, D. D., & Chávez, G. P. (2018, abril 16). *Las PYMES en el Ecuador y sus fuentes de financiamiento*. Observatorio Economía Latinoamericana. <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/pymes-ecuador-financiamiento.html>
- Dini, M. (2020). *Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. <https://hdl.handle.net/11362/44148>
- Domingo Pérez, G. (2007). Aspectos legales de la creación de empresas. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 5(1), 49–71. https://accid.org/wp-content/uploads/2018/09/RCD5_castellano_49.pdf
- Exactitude Consultancy. (2024). *Arts and crafts market share & future growth analysis* 2030. <https://exactitudeconsultancy.com/es/blog/2024/03/26/arts-and-crafts-market/>
- Farmacia San Pablo. (2020, noviembre 25). *Jabones artesanales: ¿Sabes cómo se elaboran?* <https://www.farmaciasanpablo.com.mx/natural/blog/jabones-artesanales>
- Franco, J. A., Pincay, J. A., & Pincay, G. L. (2022). Plan de marketing y comercialización: Asociación de agricultores 11 de octubre. *RECIMUNDO*, 6(1), 41–50. [https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(suppl1\).junio.2022.41-50](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(suppl1).junio.2022.41-50)



- García Chamba, R. M., & Garzón Villao, L. I. (2022). *Análisis de prefactibilidad de producción de jabones artesanales*. ESPOL. <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/55966/1/T-112358>
- García, J., Paz, A., & Suarez, H. (2022). Elementos de la filosofía de gestión... *Revista de Ciencias Sociales*, 28(5), 184–197. <https://www.redalyc.org/journal/280/28071845015/28071845015.pdf>
- GEM. (2024). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023–2024*. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-ecuador-2023-2024>
- Gómez Jurado, V. (2024, agosto 22). *El auge de los ecoemprendimientos en Ecuador*. Diario El Norte. <https://elnorte.ec/el-auge-de-los-ecoemprendimientos-en-ecuador-2024/>
- Guerras, L., & Navas, J. (2022). *La dirección estratégica de la empresa*. Aranzadi.
- IMARC Group. (2025). *Mercado de jabones artesanales: tamaño, segmentación y pronósticos 2025–2034*. <https://www.informesindeexpertos.com/informes/mercado-de-jabones-artesanales>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2022). *Censo Ecuador*. <https://www.censoecuador.gob.ec/resultados-censo/>
- Lay, K., Gonzales, V., Serrano, A., & Mojica, T. (2020). Jabones artesanales a base de cacao. *Revista de Iniciación Científica*, 6. <https://doi.org/10.33412/rev-ric.v6.0.3152>
- Lucas Herrera, E. (2019). Gastos operativos y su incidencia en la rentabilidad. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*. <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/01/gastos-operativos-rentabilidad.html>
- Martínez, A., Ruiz, C., & Escrivà, J. (2014). *Marketing en la actividad*. McGraw-Hill.
- Meza Orozco, J. de D. (2013). *Evaluación financiera de proyectos*. Eco Ediciones.
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2025). *El Ministerio impulsa la competitividad de las artesanías ecuatorianas*. <https://www.produccion.gob.ec/ministerio-de-produccion-impulsa-la-competitividad-de-las-artesantias-ecuatorianas/>
- Miranda Soberón, U., & Acosta, Z. (2009). *Fuentes de información para la recolección de información cuantitativa y cualitativa*.



<https://docs.bvsalud.org/biblioref/2018/06/885032/texto-no-2-fuentes-de-informacion.pdf>

Moncayo Fernández, O. D., & Tombe Fernández, D. S. (2021). *Estudio de factibilidad para una empresa de jabón artesanal a base de arroz*. Universidad A. J. Camacho. <https://repositorio.uniajc.edu.co/bitstreams/ef5af848-d2d3-41a5-bd00-261e0a263c65>

Morales, J. A., & Morales, A. (2009). *Proyectos de inversión: Evaluación y formulación*. McGraw-Hill.

Mosquera Tayupanta, T. (2015). *La investigación en la cosmética natural*. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/19015>

Municipio de Loja. (2025). *Pago del impuesto de patente municipal*. <https://www.loja.gob.ec/contenido/pago-del-impuesto-de-patente-municipal>

O'Farril Rodríguez, I., & Feria Marrero, I. (2019). Los proyectos de inversión: Una vía para el desarrollo sostenible. *Cofin*, 13(1). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2073-60612019000100010

Orozco, M. (2024, junio 11). *El 38% de los ecuatorianos teme al fracaso al comenzar un negocio*. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/tasa-emprendimiento-caida-negocios/>

Pasaca Mora, M. (2017). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. GraficPlus.

Peñaranda Padilla, K. M. (2022). *Estudio de factibilidad en la elaboración de jabones a base de manteca de cacao*. Universidad Católica de Cuenca. <https://dspace.ucacue.edu.ec/...>

Pineda, V., & Erazo, J. (2021). La estructura organizacional y su relación con los procesos administrativos. *KOINONIA*, 6(12). <https://doi.org/10.35381/r.k.v6i12.1272>

Quimiz, G., & Palacios, P. (2020). *Importancia de la implementación de manuales de funciones en empresas*. <https://dspace.formacion.edu.ec/...>

Salvador, L., Jurado, R., Rodríguez, P., Revelo, R., & Haro, E. (2017). *Diseño y evaluación de proyectos de inversión*. Colección Empresarial.

Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de inversión: Formulación y evaluación*. Pearson.



- Serrano, F. G. (2020). *Proyectos de inversión*. Grupo Editorial Prima.
- Terrazas Pastor, R. A. (2009). Modelo conceptual para la gestión de proyectos. *Perspectivas*, 1(24), 165–188. <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942160009.pdf>
- Universidad Rey Juan Carlos. (2019). *Fundamentos de la publicidad*. <https://www.leo.edu.pe/wp-content/uploads/2019/12/Fundamentos-de-la-publicidad-3.pdf>
- Viñán, J., Puente, M., Ávalos, J., & Córdova, J. (2008). *Proyectos de inversión: Un enfoque práctico*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Weber, M. (2002). *Economía y sociedad*. Fondo de Cultura Económica.
- World Bank. (2021). *La vía rápida hacia nuevas competencias*. <https://www.bancomundial.org/es/events/2021/09/17/launch-of-the-world-bank-report-fast-track-to-new-skills>
- Yépez Holguín, J. (2024). Sistema de costos por procesos. *Serie Científica de la Universidad de las Ciencias Informáticas*, 17(4), 108–124. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2306-24952024000400108

Declaración de Conflicto de Intereses: Los autores declaran que no presentan conflictos de intereses relacionados con este estudio y confirman que todos los procedimientos éticos establecidos por esta revista han sido rigurosamente respetados. Asimismo, garantizan que este trabajo es inédito y no ha sido publicado, ni parcial ni totalmente, en ninguna otra revista académica.

Financiación: Los autores declaran que este estudio no recibió ningún tipo de financiación externa por parte de agencias públicas, privadas, ni de organizaciones sin ánimo de lucro. Todas las actividades de investigación, análisis y desarrollo fueron realizadas con recursos propios.

Contribución de Autoría:

Nombres de autores e iniciales: Carlos Roberto Carpio Ayala¹(CRCA), Kerly Rocío Namicela Benítez²(KRNB), Zoila Mónica Ortega Pesantez³(ZMOP), Rosa Paola Flores Loaiza⁴(RPFL)

1. Conceptualización: (CRCA) (KRNB)
2. Curación de datos: (ZMOP)
3. Análisis formal: (RPFL)
4. Adquisición de fondos: (CRCA)
5. Investigación: (ZMOP) (KRNB)
6. Metodología: (RPFL)
7. Administración del proyecto:



8. Recursos: (CRCA) (ZMOP)
9. Software: (KRNB)
10. Supervisión: (KRNB)
11. Validación: (CRCA) (RPFL)
12. Visualización: (ZMOP)
13. Redacción – borrador original: (RPFL)
14. Redacción – revisión y edición: (CRCA) (ZMOP) (KRNB).