



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**CARRERA PUBLICIDAD Y MERCADOTECNIA**

**PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE  
PRODUCTOS PARA EL CUIDADO PERSONAL, COMO:  
JABÓN LÍQUIDO CORPORAL, GEL ANTIBACTERIAL,  
ENJUAGUE BUCAL, Y GEL REDUCTOR; A TRAVÉS DE  
UN SERVICIO PERSONALIZADO.**

Proyecto de Tesis que se presenta como requisito para optar por el título de LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y MERCADOTÉCNICA.

**Autor: Vélez Rosales Danny Javier**

**Tutor: Ab. Pablo Díaz**

**Guayaquil, Diciembre 2011**

## APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación sobre el tema:

Proyecto de Inversión ~~%~~Producción y Comercialización de Productos para el Cuidado Personal Como: Jabón Líquido Corporal, Gel Antibacterial, Enjuague Bucal, y Gel Reductor; A Través de un Servicio Personalizado+.

Del egresado:

Danny Javier Vélez Rosales

De la Carrera de ~~%~~Publicidad y Mercadotecnia+; considero que el presente trabajo de Titulación reúne los requisitos y meritos suficientes para ser sometido a la evaluación y sustentación correspondiente.

Guayaquil, Diciembre del 2011.

---

Ab. Pablo Díaz López

### **APROBACIÓN DEL JURADO EXAMINADOR**

Los miembros designados para la sustentación, aprueban el Trabajo de Titulación sobre el tema.

Proyecto de Inversión ~~%~~ Producción y Comercialización de Productos para el Cuidado Personal Como: Jabón Líquido Corporal, Gel Antibacterial, Enjuague Bucal, y Gel Reductor; A Través de un Servicio Personalizado+.

Del egresado:

Danny Javier Vélez Rosales

De la Carrera de ~~%~~ Publicidad y Mercadotecnia+;

Guayaquil, Diciembre 2011

Para constancia firman:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por ser el que ha llenado con bendiciones cada uno de mis días, y me ha dado el regalo más grande y maravilloso de mi vida, mis hijos.

A mis padres que a la vez son mis mejores amigos, pues son quienes han luchado contra viento y marea para que yo sea un hombre de bien.

A mis hermanos, por su apoyo incondicional y fraternal.

A la FACSO y a cada uno de los docentes que dio su granito de arena para formarme como un gran profesional.

Y a todos y cada uno de los que directa e indirectamente fueron claves durante mi carrera universitaria.

## DEDICATORIA

Este trabajo es dedicado a todos quienes son parte primordial en mi vida:

A Dios por sobre todas las cosas, por que me da su amor infinito, su paciencia, y me enseña a ser mejor cada día..

A Mis hijos, Gabucho y Cris por ser el motor que me impulsa a luchar día a día por una vida mejor.

A mis padres, Lizardo e Inés por todo su amor, confianza y eterno apoyo ya que con sus consejos y enseñanzas supieron guiarme para alcanzar mis metas y objetivos personales.

A mis hermanos Edward y Carlos por ser parte importante de mi vida.

A mis Abuelitos: Carlos Rosales y Bienvenido Vélez, quienes desde el cielo son mis protectores celestiales.

A mis Abuelitas: Gloria Espinoza y Ventura Demera mis amorosas guías en la tierra.

## **DECLARATORIA DE DE RESPONSABILIDAD DE LOS AUTORES**

La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, nos corresponde exclusivamente; El problema de inversión se refiere a:

**Producción y comercialización de productos para cuidado personal como: jabón líquido corporal, gel antibacterial, enjuague bucal, y gel reductor; a través de un servicio personalizado.**

Vélez Rosales Danny Javier

094091210

Tutor: Ab. Pablo Díaz

## Índice General

<b>CONTRAPORTADA</b>	<b>i</b>
<b>APROBACIÓN DEL TUTOR</b>	<b>ii</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>iv</b>
<b>DEDICATORIA</b>	<b>v</b>
<b>DECLARATORIA DE DE RESPONSABILIDAD DE LOS AUTORES</b>	<b>vi</b>
<b>Índice General</b>	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE DE ANEXOS</b>	<b>xi</b>
<b>INDICE DE CUADROS</b>	<b>xii</b>
<b>INDICE DE GRÁFICOS</b>	<b>xiii</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>xiv</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>CAPITULO I</b>	<b>2</b>
<b>1. ANTECEDENTES</b>	<b>2</b>
<b>1.1. DATOS GENERALES DEL PROYECTO</b>	<b>3</b>
<b>1.1.1. Nombre del Proyecto</b>	<b>3</b>
<b>1.1.2. Entidad Ejecutora</b>	<b>3</b>
<b>1.1.3. Cobertura y Localización</b>	<b>4</b>
<b>1.1.4. Monto</b>	<b>4</b>
<b>1.1.5. Plazo de ejecución</b>	<b>4</b>
<b>1.1.6. Sector y Tipo del Proyecto</b>	<b>4</b>
<b>1.2. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA</b>	<b>5</b>
<b>1.2.1. Descripción de la situación actual</b>	<b>5</b>
<b>1.2.2. Identificación del problema</b>	<b>6</b>
<b>1.3 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA</b>	<b>6</b>

1.4. OBJETIVOS	7
1.4.1. Objetivo General	7
1.4.2. Objetivos Específicos	7
1.5. MISIÓN	7
1.6. VISIÓN	8
CAPITULO II	9
2. ENFOQUE DEL MARCO LÓGICO	9
2.1. HERRAMIENTAS ANALITICAS	10
2.1.1. Matriz de Involucrados	11
2.2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	21
CAPITULO III	22
3. ESTUDIO DE MERCADO	22
3.1 FASES DE APLICACIÓN	23
3.1.1 Análisis Del Entorno	23
3.2 MERCADO	34
3.2.1 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	34
3.2.2 Análisis de la demanda	36
3.2.4. Análisis de la oferta	49
3.2.4.1. Estrategias	49
CAPITULO IV	51
ESTUDIO TÉCNICO	51
4.1 Proceso	51
4.1.1 Diagrama	51
4.1.2 Narrativa	53
4.1.2. Desarrollo del producto o servicio	54
4.2. Localización del Negocio	55

<b>CAPITULO V</b>	<b>58</b>
<b>5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO</b>	<b>58</b>
<b>5.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</b>	<b>59</b>
<b>5.2 MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>60</b>
<b>5.3 REGLAMENTOS</b>	<b>61</b>
<b>5.4 POLÍTICAS DE LA EMPRESA</b>	<b>62</b>
<b>CAPÍTULO VI</b>	<b>63</b>
<b>6. ESTUDIO LEGAL Y SOCIAL</b>	<b>63</b>
<b>CAPITULO VII</b>	<b>66</b>
<b>7. ESTUDIO FINANCIERO</b>	<b>66</b>
<b>7.1 Requerimiento de Maquinaria y Equipo</b>	<b>66</b>
<b>7.2. Presupuesto de Ingreso</b>	<b>67</b>
<b>7.3 Presupuesto de Mano de obra</b>	<b>69</b>
<b>7.4 Presupuesto de Gastos de Operación</b>	<b>69</b>
<b>7.5 Presupuesto de Gastos de Administración</b>	<b>70</b>
<b>7.6 Presupuesto de Materia Prima</b>	<b>71</b>
<b>7.7. Depreciaciones</b>	<b>72</b>
<b>7.8 Análisis de Costos</b>	<b>73</b>
<b>CAPÍTULO VIII</b>	<b>74</b>
<b>8. EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO</b>	<b>74</b>
<b>CAPÍTULO IX</b>	<b>79</b>
<b>9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>79</b>
<b>a. CONCLUSIONES</b>	<b>79</b>
<b>b. RECOMENDACIONES</b>	<b>80</b>

<b>CAPITULO X</b>	<b>81</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>81</b>
<b>10.1. Modelos de Instrumentos de Investigación</b>	<b>81</b>
<b>Encuesta</b>	<b>81</b>
<b>Entrevista</b>	<b>84</b>
<b>10.2. Requisitos para la solicitud de los permisos habilitantes</b>	<b>87</b>
<b>a) Solicitud para registro de patente: personas naturales</b>	<b>87</b>
<b>b) PARA OBTENER LA TASA DE HABILITACIÓN</b>	<b>88</b>
<b>Permiso Benemérito Cuerpo de Bomberos (Guayaquil)</b>	<b>90</b>
<b>c) Obtención del Registro Sanitario</b>	<b>91</b>
<b>10.3 Modelo de etiquetas de los productos</b>	<b>96</b>
<b>CÁPITULO XI</b>	<b>98</b>
<b>11. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>99</b>

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

<b>Modelos de instrumentos de investigación</b>	<b>82</b>
<b>Encuesta</b>	<b>82</b>
<b>Entrevista</b>	<b>84</b>
<b>Permisos de habilitación</b>	<b>88</b>
<b>Solicitud de Patente</b>	<b>88</b>
<b>Tasa de Habilitación</b>	<b>89</b>
<b>Permiso de Bomberos</b>	<b>91</b>
<b>Registro Sanitario</b>	<b>92</b>
<b>Modelo de Solicitud</b>	<b>95</b>
<b>Modelo de Etiquetas</b>	<b>96</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro # 1 Matriz de Involucrados</b>	<b>12</b>
<b>Cuadro # 2 Marco Lógico</b>	<b>20</b>
<b>Cuadro # 3 Balanza Comercial</b>	<b>28</b>
<b>Cuadro # 4 Desempleo</b>	<b>31</b>
<b>Cuadro # 5 Tamaño de la Muestra</b>	<b>36</b>
<b>Cuadro # 6 Extracción de la Muestra</b>	<b>37</b>
<b>Cuadro # 7 Sexo del Informante</b>	<b>38</b>
<b>Cuadro # 8 Estado Civil</b>	<b>39</b>
<b>Cuadro # 9 Horas de trabajo semanales</b>	<b>40</b>
<b>Cuadro # 10 Lugar de Compra</b>	<b>41</b>
<b>Cuadro # 11 Tiene Mascotas</b>	<b>42</b>
<b>Cuadro # 12 Productos que usa fuera del hogar</b>	<b>43</b>
<b>Cuadro # 13 Preferencia del Jabón</b>	<b>44</b>
<b>Cuadro # 14 Aromas Agradables</b>	<b>45</b>
<b>Cuadro # 15 Razón de no uso</b>	<b>46</b>
<b>Cuadro # 16 Adquisición de Maquinaria y Equipo</b>	<b>67</b>
<b>Cuadro # 17 Presupuesto de Ingresos</b>	<b>68</b>
<b>Cuadro # 18 Presupuestos de Mano de Obra</b>	<b>69</b>
<b>Cuadro # 19 Presupuestos de Gastos de Operación</b>	<b>69</b>
<b>Cuadro # 20 Presupuestos de Gastos Administrativos</b>	<b>70</b>
<b>Cuadro # 21 Presupuestos de Materia Prima</b>	<b>71</b>
<b>Cuadro # 22 Depreciaciones</b>	<b>72</b>
<b>Cuadro # 23 Análisis de Costos</b>	<b>73</b>
<b>Cuadro # 24 Evaluación Económica Financiera</b>	<b>77</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico # 1</b>	<b>Árbol de Problemas</b>	<b>14</b>
<b>Gráfico # 2</b>	<b>Diagrama de Objetivos</b>	<b>16</b>
<b>Gráfico # 3</b>	<b>Diagrama de Alternativas</b>	<b>18</b>
<b>Gráfico # 4</b>	<b>PIB</b>	<b>24</b>
<b>Gráfico # 5</b>	<b>Inflación</b>	<b>26</b>
<b>Gráfico # 6</b>	<b>Empleo</b>	<b>29</b>
<b>Gráfico # 7</b>	<b>Desempleo</b>	<b>31</b>
<b>Gráfico # 8</b>	<b>Subempleo</b>	<b>32</b>
<b>Gráfico # 9</b>	<b>Migración</b>	<b>33</b>
<b>Gráfico # 10</b>	<b>Sexo del Informante</b>	<b>38</b>
<b>Gráfico # 11</b>	<b>Estado Civil</b>	<b>39</b>
<b>Gráfico # 12</b>	<b>Horas de trabajo semanal</b>	<b>40</b>
<b>Gráfico # 13</b>	<b>Lugar de Compra</b>	<b>41</b>
<b>Gráfico # 14</b>	<b>Tiene Mascotas</b>	<b>42</b>
<b>Gráfico # 15</b>	<b>Productos que usa fuera del hogar</b>	<b>43</b>
<b>Gráfico # 16</b>	<b>Preferencia del tipo de jabón</b>	<b>44</b>
<b>Gráfico # 17</b>	<b>Aromas agradables</b>	<b>45</b>
<b>Gráfico # 18</b>	<b>Razones de no uso</b>	<b>46</b>
<b>Gráfico # 19</b>	<b>Adquisición de Materia prima Æ Diagrama</b>	<b>51</b>
<b>Gráfico # 20</b>	<b>Contacto con el Cliente - Diagrama</b>	<b>52</b>
<b>Gráfico # 21</b>	<b>Localización del Negocio</b>	<b>55</b>
<b>Gráfico # 22</b>	<b>Distribución</b>	<b>57</b>
<b>Gráfico # 23</b>	<b>Estructura Organizacional</b>	<b>60</b>
<b>Gráfico # 24</b>	<b>Punto de Equilibrio</b>	<b>76</b>
<b>Gráfico # 25</b>	<b>Sensibilidad Tasa Vs VAN</b>	<b>78</b>

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El objetivo principal de esta tesis es la propuesta de un proyecto que consiste en la Producción y Comercialización de Productos de cuidado Corporal a través de un servicio personalizado, viendo la oportunidad que existe en el mercado debido a que los consumidores por el ritmo de vida se les acorta el tiempo para realizar compras con respecto a este tipo de productos.

A nivel Mundial la población se ha visto afectada por enfermedades inesperadas, debido a esto la preocupación por el cuidado personal ha ido incrementando, además del hecho de que el cuidado personal (imagen) es un tópico importantísimo dentro de la sociedad.

Los beneficios que ofrecen estos productos son múltiples puesto que además de cuidar externamente nuestro cuerpo de organismo extraños como virus y bacterias, también ayuda que el usuario sea más agradable ante la sociedad y que se sienta satisfecho consigo mismo.

Este proyecto es un proyecto de Inversión, es decir que su objetivo es Satisfacer las necesidades del target y a su vez recibir a cambio una utilidad monetaria. El área en el cual se desarrollara el proyecto es el sector de Mucho Lote 6ta etapa, esto se debe a que actualmente el sector se encuentra poblado, pero no existe una cantidad de oferta que satisfaga sus necesidades.

Cada uno de los productos a desarrollarse debe cumplir las normas ISO referentes a la calidad. Esto incluye también el servicio que se les brinda a los clientes.

Entre las estrategias de distribución se utilizarán lugares como tiendas, bazares y comerciantes minoristas. Ya que el costo de los productos nos permite brindar buenos precios a este tipo de clientes. Además, se tendrá una oficina, donde se atenderá también a los consumidores finales. Se tomara en cuenta que el precio, este no será el mismo que para los detallistas, de esta manera se cuida la cadena de distribución y no afectamos a ninguno de nuestros clientes.

Se realizó un análisis de mercado con la finalidad de conocer las tendencias de compras de los consumidores, inclusive para conocer sus gustos y preferencias. El Plus de este proyecto es dar un servicio personalizado, es decir que se adapte a las necesidades de cada uno de nuestros clientes, como ejemplo esta el horario de atención extendido, la entrega a domicilio, capacitación y servicio post venta.

Dentro del estudio económico se realizaron todos los presupuestos que conciernen al proyecto. Estos son de suma importancia puesto que nos da una idea de la realidad y evita dolores de cabeza innecesarios por gastos que se pudieron prever.

Dentro del Análisis Financiero se demostró que el proyecto es totalmente viable, Puesto que con la inversión de un promedio de \$3000, en menos de 8 meses se habrá recuperado la inversión total. Un punto a favor del Proyecto es que la mayoría de los objetos necesarios ya se los tiene, y solo es necesaria la compra de materia prima y ciertos equipos de oficina.

Se recomienda en el caso de llevarse acabo la implementación del negocio, se deben revisar constantemente las acciones realizadas, para que en el caso de ser necesario se cambien los fallos del proyecto, por esto es importante que este sea flexible y con mira hacia los objetivos, sin desviaciones innecesarias del camino.

## INTRODUCCIÓN

El proyecto busca resaltar la viabilidad de la producción y comercialización de productos de cuidado personales, tales como el jabón líquido corporal, gel reductor, enjuague bucal y gel Antibacterial en la ciudad de Guayaquil, principalmente en el sector de la 6<sup>ta</sup> etapa de Mucho Lote. Lo anterior se debe al incremento de la preocupación de la población, por la infinidad de agentes patógenos que pueden afectar su salud y la de su familia, principalmente causado por el desbalance eco-ambiental de nuestro planeta.

Para el desarrollo de lo antes mencionado ya se cuenta con la mayoría de los utensilios para la elaboración y envasado de dichos productos. Solo es necesaria la compra de algunos activos que se detallaran en capítulos posteriores.

Para este proyecto se busca analizar un presupuesto detallado que pueda servir de base para la toma de decisiones de una oportunidad positiva que sea viable y con el que se pueda tener la plena seguridad de que lo que se integra en el proyecto a futuro sea una realidad. Cada una de las acciones a realizar deberá tener un seguimiento regular, para así prever cualquier cambio que sea necesario, para que el éxito del proyecto no se convierta en una utopía.

## **CAPITULO I**

### **1. ANTECEDENTES**

Un proyecto es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas; la razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso previamente definido. La gestión de proyectos es la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas a las actividades de un proyecto para satisfacer los requisitos del proyecto.

Se puede decir que un proyecto consiste en reunir varias ideas para llevarlas a cabo, es un emprendimiento que tiene lugar durante un tiempo limitado, y que apunta a lograr un resultado único. Surge como respuesta a una necesidad, acorde con la visión de la organización, aunque ésta puede desviarse en función del interés. El proyecto finaliza cuando se obtiene el resultado deseado, y se puede decir que colapsa cuando desaparece la necesidad inicial, o se agotan los recursos disponibles.

Un proyecto también es un esfuerzo temporal que se lleva a cabo para crear un producto, servicio o resultado único.

Existen variadas clasificaciones de los proyectos, una de ellas los considera como de inversión y sociales, solo se detallan estos

dos por considerarse importantes dentro de la elección del tipo de plan a realizarse.

*Proyecto de inversión:* Son proyectos que buscan generar rentabilidad económica y obtener ganancias en dinero. Los promotores de estos proyectos suelen ser empresas e individuos interesados en alcanzar beneficios económicos.

*Proyecto público o social:* Son los proyectos que buscan alcanzar un impacto sobre la calidad de vida de la población, los cuales no necesariamente se expresan en dinero. Los promotores de estos proyectos son el estado, los organismos multilaterales, las ONG y también las empresas, en sus políticas de responsabilidad social.

## **1.1.DATOS GENERALES DEL PROYECTO**

### **1.1.1. Nombre del Proyecto**

Producción y Comercialización de Productos para Cuidado Personal como: Jabón Líquido Corporal, Gel Antibacterial, Enjuague Bucal, y Gel Reductor; a Través de un Servicio Personalizado

### **1.1.2. Entidad Ejecutora**

El ente que ejecutara este proyecto se llama ~~%~~Danny Vélez Rosales+, el nombre comercial a usarse ~~%~~AXIOS+ cuya traducción al español es +Digno de+.

### **1.1.3. Cobertura y Localización**

Este proyecto se aplicara en el sector norte, Mucho lote en la 6<sup>ta</sup> etapa, en la ciudad de Guayaquil.

### **1.1.4. Monto**

El monto requerido para la aplicación de este proyecto es de \$3.500,00 (a pesar de que se puede iniciar con un monto de 2.014,00, el resto se lo deja para cualquier imprevisto que pueda surgir en el trayecto de la realización del proyecto) que se obtendrá a través de un capital propio.

### **1.1.5. Plazo de ejecución**

El Plazo para la culminación del proyecto es de 1 año para cumplir los objetivos, principalmente el de introducción y posicionamiento del producto.

### **1.1.6. Sector y Tipo del Proyecto**

Un proyecto es una planificación que consiste en la consecución de actividades con la finalidad de alcanzar un objetivo. Dentro de los principales tipos de proyectos encontramos el Proyecto de inversión cuyo objetivo principal es la de conseguir satisfacer las necesidades de consumidores para obtener beneficios monetarios; el otro tipo es de Proyecto Social busca satisfacer necesidades sin fines de lucro.

Este proyecto apunta al Sector Productor y se aplicara un Proyecto de inversión cuya finalidad será lograr los objetivos del mismo.

## **1.2.DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA**

En este punto se realizara un análisis del problema en el cual se destacaran las causas del mismo. Este es el punto de partida del Proyecto puesto que nos permitirá conocer los verdaderos problemas y así encontrar soluciones efectivas.

### **1.2.1. Descripción de la situación actual**

Es notorio que la preocupación del ser humano por su aspecto físico y cuidado personal se ha convertido en algo casi religioso, puesto que el entorno social así lo exige. La imagen de una persona la marca dentro de la sociedad. Hoy en día, las Ofertas y la demanda que satisfacen este tipo de necesidades han aumentado y lo seguirán haciendo mientras los seres humanos creamos en el cuidado y la presencia personal.

En la actualidad el tiempo parece no alcanzar para culminar las distintas actividades que realizamos, siempre hay que dejar de lado o para otro momento lo que tiene un menor grado de importancia en nuestra vida. Prácticamente, terminamos dejando de lado o disminuyendo el tiempo que dedicamos a nuestro aspecto, puesto que lo más relevante es la responsabilidad que cada uno tenemos dentro de nuestro hogar.

### **1.2.2. Identificación del problema**

Ciertas empresas se han dedicado a la comercialización de algunos productos de cuidado persona. La forma en que estos son distribuidos varia, podemos encontrar productos de limpieza corporal en: tiendas, supermercados, farmacias e inclusive en catálogos de venta. Pero el factor que impera en la actualidad es el tiempo, puesto que como se mencionó anteriormente, este recurso indispensable parece no estar equilibrado con las actividades cotidianas

Casi no hay tiempo para ir de compras y terminamos delegando las compras generales a terceras personas.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA**

Este proyecto fue desarrollado con la finalidad de satisfacer la necesidad de muchos consumidores en el Mercado Objetivo. Tiene Varios Beneficiarios, entre ellos encontramos: Clientes externos y los clientes internos de la empresa, cada uno de ellos con una necesidad diferente pero que a través de la implementación de este proyecto se podrá crear un alto grado de satisfacción en todos los clientes internos y externos.

La importancia de esto la encontramos en el valor agregado del producto, en este caso es el servicio personalizado y especialidad cuyo fin es alcanzar un alto grado de satisfacción en los clientes y por lo tanto Posicionamiento 100% eficaz.

## **1.4. OBJETIVOS**

Los objetivos son elementos programáticos que identifican la finalidad hacia la cual se deben dirigir los recursos y esfuerzos para dar cumplimiento a los propósitos; este se da en un tiempo definido y nos da un resultado el cual la entidad aspira lograr a través del discernimiento de la misión.

### **1.4.1. Objetivo General**

Implementar un plan de negocio cuya actividad sea la producción y comercialización de productos Cuidado Corporal a través de un servicio que se acople a las necesidades de cada uno de nuestros clientes en la 6<sup>t</sup>a etapa de Mucho Lote en la ciudad de Guayaquil.

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- ✓ Legalizar la compañía.
- ✓ Crear e implementar un plan estratégico de negocios.
- ✓ Conseguir financiamiento.

## **1.5. MISIÓN**

Cubrir las necesidades de las personas cuyo horario de trabajo no les permita adquirir productos para el cuidado personal, producir cada uno de los productos con un alto grado de calidad, permitiendo

así asegurar la salud de nuestros clientes y generar un servicio personalizado para lograr altos índices de satisfacción.

## **1.6. VISIÓN**

Convertirnos en los líderes de la comercialización personalizada de productos de Cuidado Corporal en el mercado guayaquileño, ofreciendo verdaderas soluciones a nuestros clientes con un amplio surtido de productos, que nos permita como compañía, alcanzar nuestras metas y propósitos empresariales.

## **CAPITULO II**

### **2. ENFOQUE DEL MARCO LÓGICO**

La Matriz del Marco Lógico es una herramienta analítica, desarrollada en los años 1970, para la planificación de la gestión de proyectos orientados por objetivos.

En el Enfoque del Marco Lógico se considera que la ejecución de un proyecto es consecuencia de un conjunto de acontecimientos con una relación causal interna. Estos se describen en: insumos, actividades, resultados, objetivo específico y objetivo global. Las incertidumbres del proceso se explican con los factores externos (o supuestos) en cada nivel.

De modo general, se hace un resumen del proceso de desarrollo en una matriz que consiste en los elementos básicos arriba mencionados, dicha matriz es conocida como la Matriz del Proyecto (MP) a veces es conocida como Matriz de Planificación.

Se denomina Matriz del Proyecto, de un programa o proyecto de desarrollo social, a un documento que sintetiza el objetivo general; los objetivos específicos; los resultados esperados; las actividades necesarias para alcanzar dichos resultados; los recursos

necesarios para desarrollar las actividades; las limitantes externas del programa o proyecto; los indicadores medibles y objetivos para evaluar el programa o proyecto; y, el procedimiento para determinar los indicadores.

Las pasos para realizar la marco lógico son, la matriz de Involucrados, Diagrama de Problemas, Diagrama de Objetivos, Diagrama de Alternativa y el último paso pero no el menos importante, la Matriz del Marco Lógico.

Como veremos más adelante cada uno de estos pasos tiene su grado de importancia y el saltarse uno de ellos podría significar un gran error al plantear el marco lógico.

Para la mejor comprensión de cada uno de ellos en este capítulo se desarrollara cada ítem con su correspondiente conceptualización.

## **2.1. HERRAMIENTAS ANALÍTICAS**

Para una mejor comprensión del marco lógico y sus componentes es necesario el uso de herramientas analíticas. Estas, nos permiten analizar, con una mejor claridad cada uno de los componentes del Marco Lógico. Dentro de las herramientas

principales encontramos: Matriz de Involucrados, Árbol de problemas, Árbol de Objetivos, Árbol de Alternativas y el último pero no menos importante La Matriz del Marco Lógico.

### **2.1.1. Matriz de Involucrados**

La metodología marco lógico contempla como factor importante la participación de los principales involucrados desde el inicio del proceso, por lo tanto identificar los grupos y organizaciones que pudieran estar directa o indirectamente relacionados con el problema y analizar su dinámicas y reacciones frente al avance del proyecto, permitirá darle mayor objetividad al proceso de planificación y concitar acuerdos entre involucrados, al considerar diversos puntos de vista y fomentar un sentido de pertenencia por parte de los beneficios.

A pesar de que el análisis de involucrados se presenta antes del análisis del problema con el objeto de clasificar a quienes debe involucrarse para participar en dicho análisis, está presente a lo largo del diseño y de la ejecución del proyecto jugando un papel muy importante en la selección de las estrategias y en el monitoreo y evaluación del mismo. Cada etapa del proyecto puede presentar una dinámica diferente de los involucrados, por lo que es importante conocer dichas dinámicas o reacciones a medida que avanza el proyecto y generar estrategias acordes.

## CUADRO # 1

### MATRIZ DE INVOLUCRADOS

ESTRATOS	INTERÉS
Clientes	Satisfacción de necesidades
Proveedores	Rentabilidad
Medios de comunicación	Rentabilidad
Inst. financieras	Rentabilidad
Municipio	Control
Cuerpo de Bomberos	Control
SRI	Control
Competencia	Mejoramiento continuo

**F:** Manual de Marco Lógico

**Elaboración:** Investigador

#### 2.1.2. *Árbol De Problemas*

Para asegurar un buen análisis es necesario, en primer lugar, conocer el problema. Esto es, identificarlo plenamente para poder proponer alternativas de solución que respondan a ese problema.

Hacer una buena identificación del problema es determinante para un buen resultado de un proyecto, ya que a partir de esto se establece toda la estrategia que implica la preparación del proyecto.

No se puede llegar a la solución satisfactoria de un problema si no se hace primero el esfuerzo por conocerlo razonablemente.

En este sentido, la primera cuestión a resolver en el análisis es la de identificar el problema central, esto significa buscar la forma como se debe expresar comprensivamente la cuestión que deseamos resolver.

GRÁFICO # 1

ÁRBOL DE PROBLEMAS



Fuente: Manual de Marco Lógico

Elaboración: Investigador

### **2.1.3. *Árbol de Objetivos***

Después de construido el árbol de objetivos se examinan las relaciones entre medios y fines establecidos para garantizar que el esquema de análisis es válido e íntegro. Si en el proceso de pasar de problemas a objetivos se determinaron inconsistencias es necesario volver a revisarlo para detectar las fallas que se pudieran haber producido. De ser necesario, pero teniendo en cuenta la flexibilidad del método, pueden modificarse las formulaciones que no se consideren correctas, agregar nuevos objetivos que se consideren relevantes y no estaban incluidos y eliminar aquellos que no eran efectivos.

En la medida en que las causas estén bien identificadas, los medios estarán y las alternativas serán más acertadas para la resolución del problema y obtención de los fines que persiga el proyecto. Por ello, las causas deben ramificarse todo lo que sea posible para tener mucho más desagregadas las posibles vías de solución al problema en estudio.

GRÁFICO # 2

ÁRBOL DE OBJETIVOS



Fuente: Manual de Marco Lógico

Elaboración: Investigador

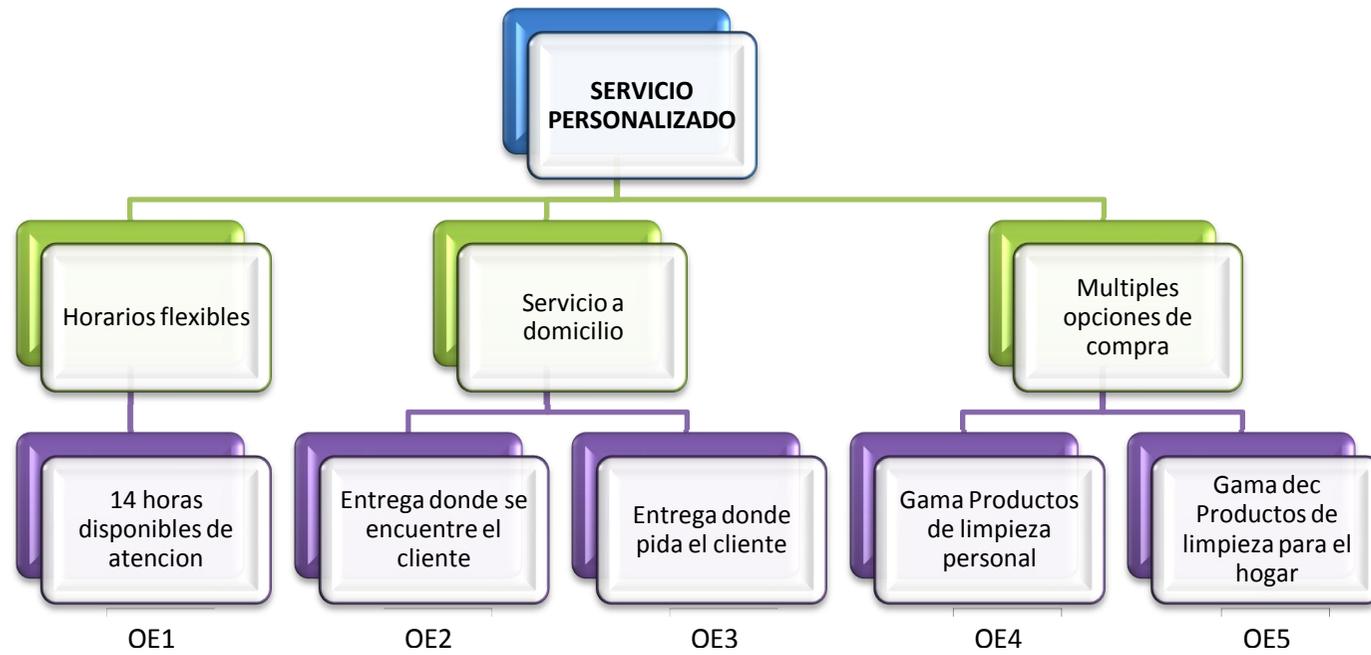
#### **2.1.4. ARBOL DE ALTERNATIVAS**

En este punto se deben formular acciones para solucionar el problema planteado, para esto se debe utilizar como herramienta el árbol de objetivos (medios) con el fin de buscar de manera creativa, una acción que lo concrete efectivamente en la práctica.

Es importante verificar, también, la coherencia entre causa, medio y acción. Esto, porque existe una relación lógica entre estos tres aspectos del análisis. En este sentido la relación se puede expresar como sigue: la existencia de un problema se explica por la existencia de una causa que lo provoca, para solucionarlo es necesario recurrir a unos medios que eliminen la causa, para hacer efectivos este medio se debe identificar una acción que lo operacionalize.

**GRÁFICO # 3**

**ÁRBOL DE ALTERNATIVAS**



**Fuente:** Manual de Marco Lógico

**Elaboración:** Investigador

### **2.1.5. MATRIZ DE MARCO LÓGICO**

La Metodología de Marco Lógico es una herramienta para facilitar el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos. Su énfasis está centrado en la orientación por objetivos, la orientación hacia grupos beneficiarios y el facilitar la participación y la comunicación entre las partes interesadas.

Puede utilizarse en todas las etapas del proyecto: En la identificación y valoración de actividades que encajen en el marco de los programas país, en la preparación del diseño de los proyectos de manera sistemática y lógica, en la valoración del diseño de los proyectos, en la implementación de los proyectos aprobados y en el Monitoreo, revisión y evaluación del progreso y desempeño de los proyectos

**CUADRO # 2**  
**MARCO LÓGICO**

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<b><u>FIN</u></b> <b>SERVICIO PERSONALIZADO</b>	IE= $\frac{\# \text{ pedidos despachados} * 100}{\# \text{ pedidos atendidos}}$ A: Operativa C: Eficiencia	Informes, libreta de pedidos, facturas	- Que se Realice el servicio. - Servicio adecuado a las necesidades del cliente.
<b><u>PROPÓSITO</u></b> <b>Horarios flexibles</b> <b>Servicio a domicilio</b> <b>Múltiples opciones de compra*</b>	IE= $\frac{\text{Of Productos} * 100}{\text{Do Productos}}$ A: Administrativa C: Eficiencia	Informe de despacho	- Existencia de producto
<b><u>COMPONENTES</u></b> <b>14 horas disponibles de atención</b> <b>Entrega donde se encuentre el cliente *</b> <b>Entrega donde pida el cliente</b> <b>Gama Productos de limpieza personal</b> <b>Gama dec Productos de limpieza para el hogar</b>	IE= $\frac{\# \text{ despachos}}{\# \text{ pedidos}}$ A: Operación C: Eficacia	Informes y ruterros	- Dirección correcta - Horarios a tiempo - Pedidos listos - Vehículo listo - Presencia del cliente
<b><u>ACTIVIDADES</u></b> <b>VER ANEXO (PLAN DE ACCIÓN)</b>			

**Elaboración: Investigador**

## **2.2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

La implementación de este proyecto generara beneficiario múltiples (internos y externos), toda empresa nace con la finalidad de satisfacer necesidades de varias personas; para el dueño y los empleados de la empresa es una manera de generar ingresos para mantener a la familia, Los clientes buscan productos o servicios que satisfagan una o varias necesidades que tengan a lo largo de su vida.

Mi empresa producirá y comercializara productos que satisfagan la necesidad de consumo de artículos para el cuidado corporal a través de un servicio que se adapte a las necesidades de cada uno de los clientes.

Esta empresa colaborara en el desarrollo de la economía del país a través del pago de los impuestos, también creará plazas de trabajo, lo que aumentara el porcentaje de personas con poder adquisitivo y esto a su vez permitirá que el dinero en el país avance cíclicamente y no se estanque.

## **CAPITULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

Este nos ayudará a determinar la existencia de un mercado para el producto o servicio, y mediante la información que se obtenga se podrá diseñar una estrategia de penetración y diferenciación de los mismos.

Un análisis de mercado debe contemplar los siguientes puntos: Aspectos generales del sector, clientes potenciales, análisis de la competencia y las barreras de entrada.

Es este capítulo se analizará factores internos y externos que contribuyen o no a la oferta y la demanda, dentro de estos factores económicos y sociales; también se realizará el estudio sobre el comportamiento de individuos considerados como clientes potenciales con la finalidad de escoger de la mejor manera el grupo objetivo correcto; se analizarán los datos obtenidos de los instrumentos de investigación, los cuales nos permitirán tomar decisiones sobre el rumbo y actividades del proyecto; Se asentarán las estrategias que nos permitirán cumplir con éxito nuestros objetivos; es decir que es uno de los capítulos más importantes de la planificación pues su análisis proveerá de información específica y relevante según el caso.

### **3.1 FASES DE APLICACIÓN**

Dividiremos en fases el análisis de este capítulo, pues debe prestarse suma importancia a cada elemento que lo componga.

#### **3.1.1 Análisis Del Entorno**

Para que una compañía obtenga una ventaja competitiva, debe permanecer vigilante, y estar permanentemente rastreando los cambios que se producen en su entorno. También tiene que ser ágil para alterar sus estrategias y planes cuando surge la necesidad.

##### **3.1.1.1. VARIABLES ECONOMICAS**

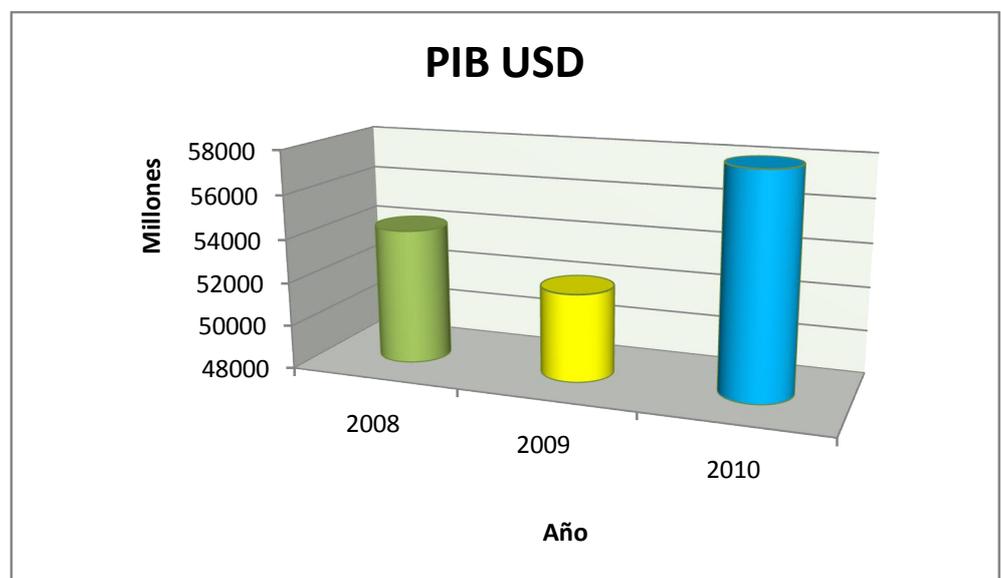
Una variable económica es una magnitud de interés que puede definirse y medirse (v.g.: actitud de los consumidores, cantidad de tractores, precio de las hamburguesas, etc.) que influye en las decisiones relacionadas con el qué, el cómo y para quién de que se ocupa la economía, o describe los resultados de esas decisiones.

**PIB.-** El PIB representa el resultado final de la actividad productiva de las unidades de producción residentes. Se mide desde el punto de vista del valor agregado, de la demanda final o las utilizaciones finales de los bienes y servicios y de los ingresos primarios distribuidos por las unidades de producción residentes.

En el Ecuador el producto interno bruto representado a travez de números en los tres últimos años, ha sufrido subidas y bajadas, en el 2008 el PIB alcanzo 54209.00 millones de USD, mientras que

en el 2009 la cifra descendió a 52022.00 millones de USD y para el año 2010 supero en una suma considerable a los años anteriores con un valor de 57978.00 millones de USD.

**Grafico # 4**



**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaboración:** Investigador

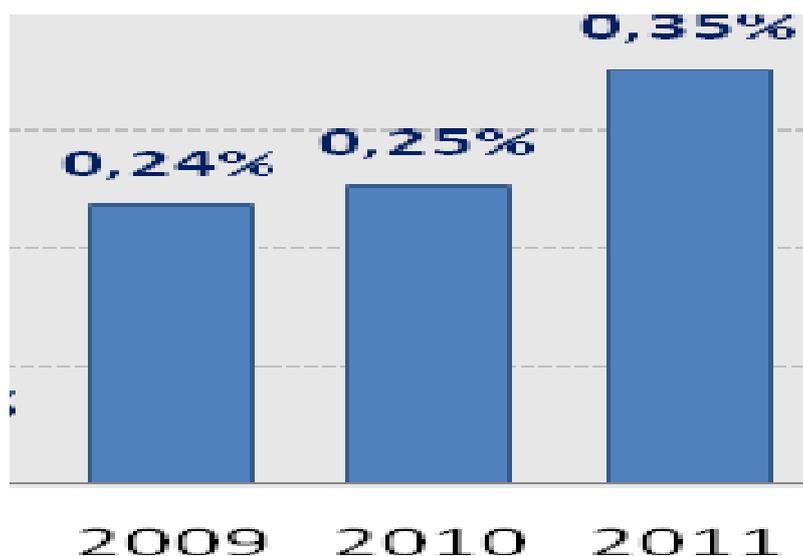
**Inflación.-** El fenómeno de la inflación se define como un aumento sustancial, persistente y sostenido del nivel general de precios a través del tiempo. Vamos a dejar un poco la simpleza conceptual para explicar cómo este fenómeno puede llegar a producir resultados muy dañinos para la economía en general y el desarrollo de un país.

Existen algunos razonamientos según los cuales la inflación tiene cierta capacidad para promover el crecimiento económico, básicamente, en aquellas economías que muestran bajos niveles de ingresos y por tanto, una baja capacidad para generar ahorro que permita financiar inversiones, incrementar el empleo y en general, la actividad productiva. Estos razonamientos llegan a considerar que las autoridades económicas, utilizando su capacidad para crear dinero, pueden aumentarlo, aun haciendo crecer los precios, con la esperanza de que ello traiga mayor crecimiento económico, siempre que el aumento del dinero se destine a estimular la inversión. Los autores de tales planteamientos suponen que el sistema económico tiene suficiente flexibilidad de respuesta, y así, lo que en un principio es exceso de dinero para financiar el sector productivo, se compensa cuando la inversión dé frutos, porque hay una mayor capacidad de oferta de la economía y esta lleva, finalmente, a un ajuste y estabilidad de los precios en el mediano y largo plazo.

Pero esa flexibilidad no es común en las economías en desarrollo, de forma que una acción de ese tipo puede llevar a inestabilidad de precios y pérdida de control sobre la economía, al convertirse en un elemento generador de un mayor deterioro del ambiente económico interno.

**Grafico # 5**

**Inflación Mensual de Octubre**



**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaboración:** Investigador

**Balanza de Pagos.-** El balance o balanza de pagos es un documento contable en el que se registran, de manera sistemática, las operaciones comerciales, de servicios y de movimientos de capitales llevadas a cabo por los residentes en un país con el resto del mundo durante un período determinado, normalmente un año. La balanza de pagos suministra información detallada sobre todas las transacciones entre residentes y no residentes.

Las transacciones registradas en la balanza de pagos aparecen agrupadas en diferentes sub-balanzas, de acuerdo con el

carácter que tengan. La diferencia entre ingresos y pagos de una determinada sub-balanza se denomina saldo de la misma. El saldo final de la balanza de pagos en su conjunto dependerá del régimen de tipo de cambio de la economía.

Según estadísticas del Banco Central del Ecuador (BCE) la balanza comercial cerró con un ligero superávit de USD 6.5 millones en los primeros 7 meses del 2011.

Esto se debe al aumento de las exportaciones petroleras según el BCE. Pese a las restricciones y salvaguardas impuestas por el gobierno desde el año 2009, el saldo de las exportaciones netas en varias épocas registró valores negativos, pese a los esfuerzos de las autoridades para contrarrestar esa tendencia.

Las exportaciones entre los meses de enero y julio sumaron unos USD 12.676 millones, mientras que las importaciones ascendieron a los USD 12.669 millones, según el BCE.

El gobierno anunció la obligación de solicitar licencias a ciertos productos como vehículos, partes para ensamblaje de autos, refrigeradores, neumáticos y celulares, en un nuevo intento de reducir las importaciones que afectan la balanza comercial ecuatoriana.

**Cuadro # 3**  
**BALANZA COMERCIAL**

	Enero 2008			Enero 2009			Enero 2010			Valorización 2009 -2010		
	a	b	b/a	a	b	b/a	a	b	b/a	Valor	USD	Valor
	Valor	USD	Valor	Valor	USD	Valor	Valor	USD	Valor	Valor	USD	Valor
	Volumen	FOB	unitario	Volumen	FOB	unitario	Volumen	FOB	unitario	Volumen	FOB	unitario
<b>Exportaciones totales</b>	2607	1574,310	604	2372	873,378	368	2159	1291,730	598	-	-	62,5%
<b>Petroleras (2)</b>	13,990	1,050178	75	12,225	337,616	28	10,377	743,358	72	15,12%	120,18%	159,4%
<b>No Petroleras</b>	666	524,132	787	675	535,761	794	715	548,372	767	5,94%	2,35%	3,38%
<b>Importaciones Totales</b>	984	1275871	1296	956	1276514	1335	1000	1309603	1310	453%	259%	185%
<b>Bienes de Consumo</b>	83	260781	3147	87	306778	3,525	63	245787	3932	28,18%	19,88%	11,56%
<b>Materias primas</b>	623	445268	715	465	405699	872	523	443,051	847	12,48%	9,21%	2,91%
<b>De capital</b>	39	310092	8035	39	381208	9,885	36	355,685	9,787	5,77%	6,70%	0,98%
<b>Combustibles y lubricantes</b>	240	204,422	852	365	180176	494	376	256,799	684	2,88%	%	38,53%
<b>Diversas</b>	0,02	157	9150	0,48	2653	5549	194	8289	4262	306,67%	212,40%	23,18%
<b>Ajustes Importaciones</b>		55,150			0			0				
<b>Balanza Comercial Total</b>		298,438			403,137			17,875			95,57%	(4)
<b>Bal Comercial Petrolera</b>		845,755			157,440			486,565			209,05%	
<b>Cal Comercial no petrolero</b>		-547,317			-560,577			-504440			-10,01%	(4)

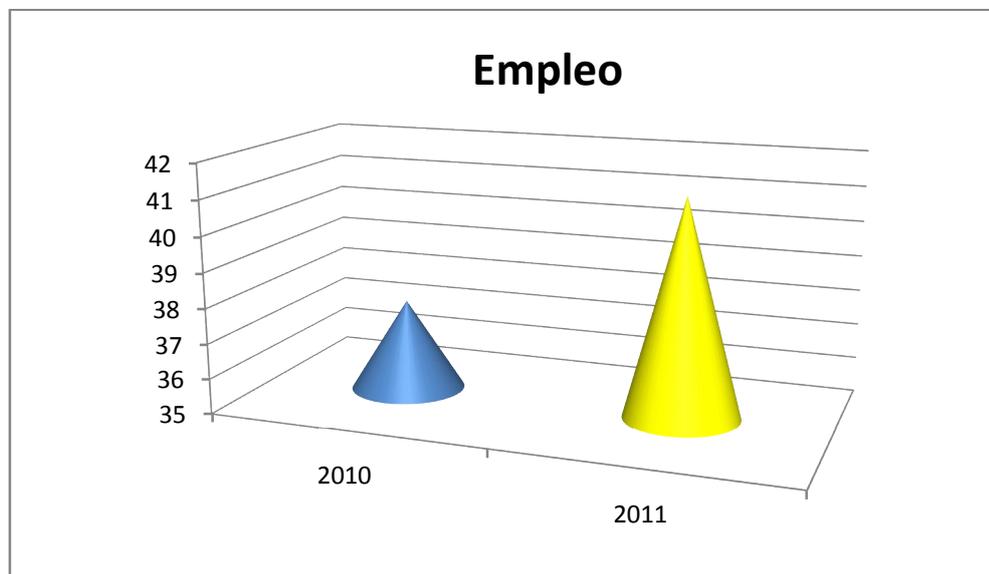
**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaboración:** Investigador

### 3.1.1.2. VARIABLES SOCIALES:

**Empleo.-** El empleo es la concreción de una serie de tareas a cambio de una retribución pecuniaria denominada salario. En la sociedad presente, los trabajadores comercian su capacidades en el denominado mercado laboral, que está regulado por las potestades del estado para evitar conflictos. La empresa sería el lugar donde las facultades de los distintos trabajadores interactúan con la finalidad de percibir una ganancia. Es La suma de población ocupada y desocupada por sectores de producción industrial, agricultura y servicios.

**Gráfico # 6**



**Fuente: INEC**

**Elaboración: Investigador**

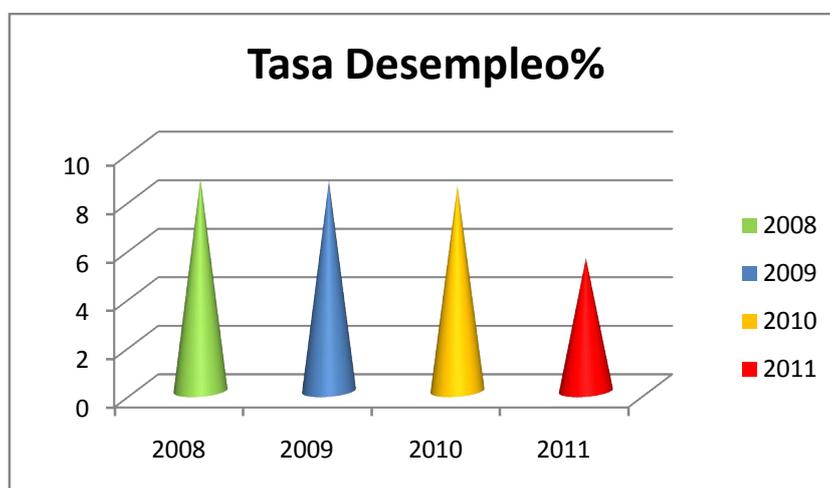
La ocupación plena, en tanto, subió a un 41,2%, desde el 37,6% de igual trimestre del 2010, precisó el INEC.

**Desempleo.-** El fenómeno del desempleo se presenta, entre otras razones, cuando la cantidad de equipos, recursos financieros y técnicos con que cuenta un país son insuficientes para permitir el empleo de toda la fuerza de trabajo disponible. Aquí hay que considerar que en unas regiones existen factores de producción que no están disponibles en otras y que en cada región se los usa en proporciones distintas. También, entre una región y otra varían las condiciones de crecimiento y evolución del aparato económico y de la estructura de preferencias de la población. Como resultado de todo ello, las características del fenómeno del desempleo en una economía no necesariamente son iguales a las de otra.

Aun en economías en donde existe una gran movilidad del factor trabajo, es decir, en donde los trabajadores pueden desplazarse fácilmente de una región a otra, o de una empresa a otra, o de una actividad a otra, la eliminación total del desempleo es imposible. En efecto, dentro de los complejos sistemas económicos actuales no existe completa y clara información sobre las oportunidades de trabajo y acerca de la existencia de las personas a las que se puede contratar. Por eso muchas veces se presentan recesos en la participación de los individuos en el proceso productivo, o sea que se genera desempleo temporal, porque el oferente o el demandante de trabajo están cumpliendo una etapa de selección de lo que más les conviene. Este desempleo temporal

puede convertirse en estructural o permanente si no hay, por ejemplo, suficiente mano de obra calificada para desarrollar ciertas actividades técnicas, o si no hay empleo para determinadas profesiones o clases de personas, ya sea porque no tienen una adecuada educación y entrenamiento, o porque están sometidas a discriminaciones sociales por condición de raza, sexo, edad, etc.

**Grafico # 7**



**Fuente: Index Mundi**

**Elaboración: Investigador**

**TABLA # 4**

**TASA DE DESEMPLEO**

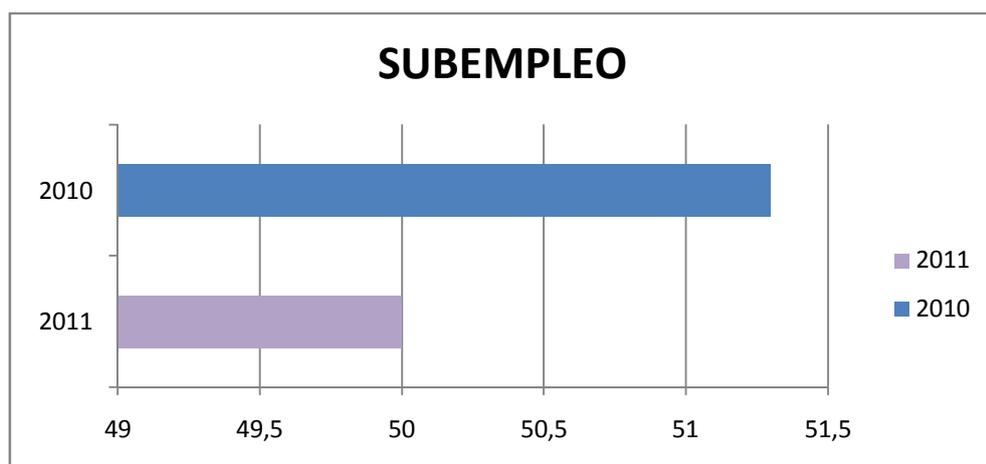
Año	Tasa de desempleo
2008	8,80 %
2009	8,70 %
2010	8,50 %
2011*Sep	5,50 %

**Subempleo.-** Acción y efecto de subemplear. Este verbo hace referencia, de acuerdo a la Real Academia Española (RAE), a emplear a alguien en un puesto inferior al que le correspondería de acuerdo a su capacidad.

El subempleo puede surgir por diversos factores, aunque suele considerarse como un fenómeno instalado en la sociedad cuando el mercado laboral presenta distorsiones y las condiciones de empleo son malas. Los trabajadores no logran acceder a los puestos que deberían ocupar según su formación y experiencia y terminan aceptando trabajar en otros cargos que implican una menor remuneración y prestigio.

**Grafico # 8**

**TASA DE SUBEMPLEO**



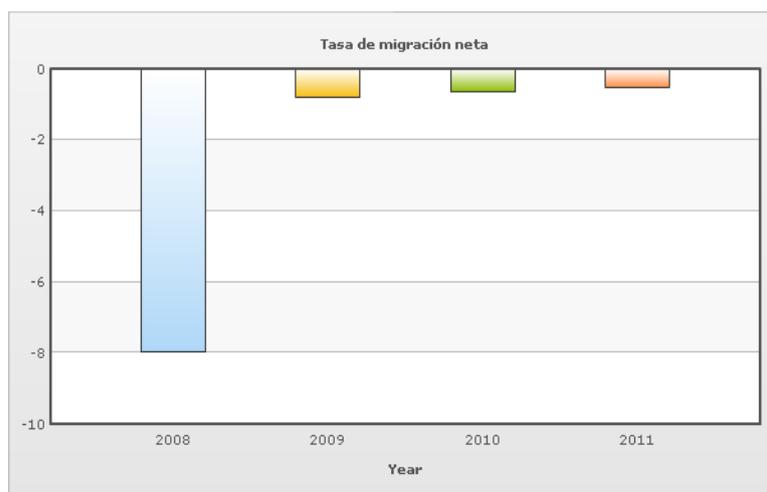
**Fuente: INEC**

**Elaboración: Investigador**

El subempleo se ubicó en un 50% en el primer trimestre del año, inferior al 51,3% de enero-marzo del 2010.

**Migración.-** Es todo desplazamiento de población que tiene lugar desde un lugar de origen hacia otro destino. La migración es un fenómeno presente a lo largo de la historia de la humanidad. Diversas culturas y religiones tienen como referencia algún tipo de migración, como en el caso del éxodo del pueblo judío desde Egipto. Las causas de las migraciones humanas pueden ser políticas, económicas, por catástrofes naturales, etc.

**Grafico #9**



Año	Tasa de migración neta	Posición	Cambio Porcentual	Fecha de la Información
2008	-7,98	167		2008 est.
2009	-0,81	119	-89,85 %	2009 est.
2010	-0,66	148	-18,52 %	2010 est.
2011	-0,52	138	-21,21 %	2011 est.

**Fuente: Index Mundi**

**Elaborado por: Investigador**

La falta de empleo es una de las principales causas de migración, muchos migrantes tienen la mira hacia un futuro, pero fue del país que los vio nacer,

## **3.2 MERCADO**

El mercado es la plataforma en la que se realizan transacciones como la oferta y la demanda, este puede ser físico o virtual.

El mercado está formado por todos los consumidores o compradores actuales y potenciales de un determinado producto. El tamaño de un mercado, desde este punto de vista, guarda una estrecha relación con el número de compradores que deberían existir para una determinada oferta.

### **3.2.1 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

Los instrumentos de investigación nos permiten recopilar información valiosa para el proyecto, tanto así que de no recopilar la información como se debe podríamos tomar una decisión inadecuada ya que partimos del hecho de tomar una decisión frente a información no confiable.

Entre los instrumentos esenciales para nuestra investigación encontramos las encuestas, las entrevistas y las observaciones. Cada una está destinada para estratos específicos dentro de nuestra investigación, es así, que las encuestas solo se realizan a los clientes; la observación es para la competencia; y las entrevistas para los demás estratos.

La **encuesta** es una técnica que al igual que la observación está destinada a recopilar información; de ahí que no debemos ver a estas técnicas como competidoras, sino más bien como complementarias, que el investigador combinará en función del tipo de estudio que se propone realizar.

El **cuestionario** es un conjunto de preguntas, preparado cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación, para que sea contestado por la población o su muestra.

La **entrevista** en cambio es un diálogo intencional, una conversación personal que el entrevistador establece con el sujeto investigado, con el propósito de obtener información necesaria para el desarrollo del proyecto.

La **observación** es la percepción sistemática que tiene como finalidad captar aspectos importantes (en el caso de este proyecto, la competencia) con la finalidad de recolectar información que sirva para la formulación de hipótesis con respecto al mismo.

### 3.2.2 Análisis de la demanda

Para realizar este análisis se procesara la información obtenida a través de los instrumentos de investigación tales como la encuesta.

#### Tamaño de la muestra

Cuadro # 5

ESTRATOS	POBLACION (N)	TAMAÑO DE LA MUESTRA (n)
Clientes	700	<b>231</b>
Proveedores	3	<b>1</b>
Medios de comunicación *	3	1
Inst. financieras	3	1
Inst. Públicas	3	<b>1</b>
Competencia	4	1
<b>TOTAL</b>	<b>716</b>	<b>236</b>

**Fuente: Técnicas de Muestreo Estadístico**

**Elaborado por: Investigador**

## Cuadro # 6

### Proceso de extracción e la muestra

<p><b>Formula del tamaño de la muestra</b></p> $n = \frac{PQ * N}{(N-1) * \frac{E^2 * PQ}{K^2} + PQ}$ $n = \frac{0.25 * 716}{(716-1) * 0.0006 + 0.25}$ $n = \frac{179}{0.679}$ $n = 236.62$	<p>Aplicamos la regla de 3 simple para obtener el porcentaje a calcular:</p> <p>Si 716 es el 100% ¿Cuánto % representaría 236.62?</p> <div style="text-align: center; margin: 20px 0;"> </div> $\% = \frac{236.62 * 100}{716} = 33\%$
---	---

**Fuente:** Técnicas de Muestreo Estadístico

**Elaborado por:** Investigador

**Población(N):** Conjunto de los individuos o cosas sometido a una evaluación estadística mediante muestreo.

**Muestra (n):** Subconjunto de individuos de una población Estadística.

**Varianza media (PQ):** Media aritmética de las desviaciones de la media elevadas al cuadrado.

**Error(E):** Medida de dispersión de una variable

### 3.2.2.1. ANALISIS DE RESULTADOS

#### INFORMACION GENERAL

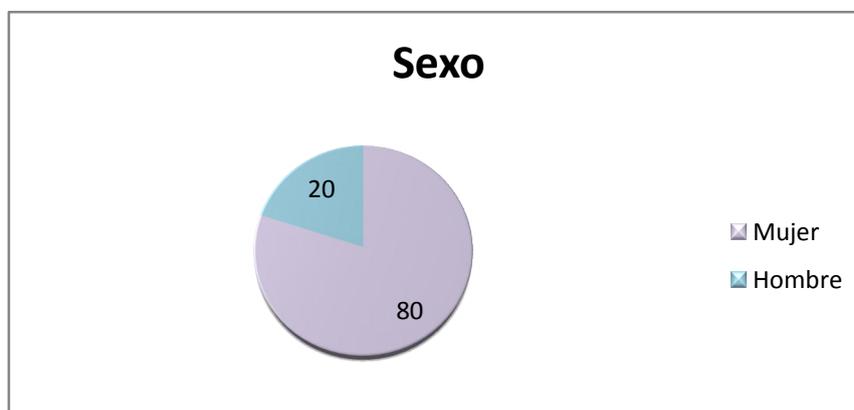
**Cuadro # 6**

#### **Sexo del informante**

OPC	Sexo	Frec Abso	Frecu Relativa
1	Masculino	46	20%
2	Femenino	151	80%
<b>Total</b>		<b>231</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Investigador

**Grafico # 10**



Elaboración: Investigador

El mayor porcentaje de personas encuestadas estuvo conformada por mujeres, esto puede deberse principalmente a que el mayor porcentaje de las mujeres dedica parte de las horas de su día, al hogar, ya sea como empleada, abuela, madre, tía, etc.

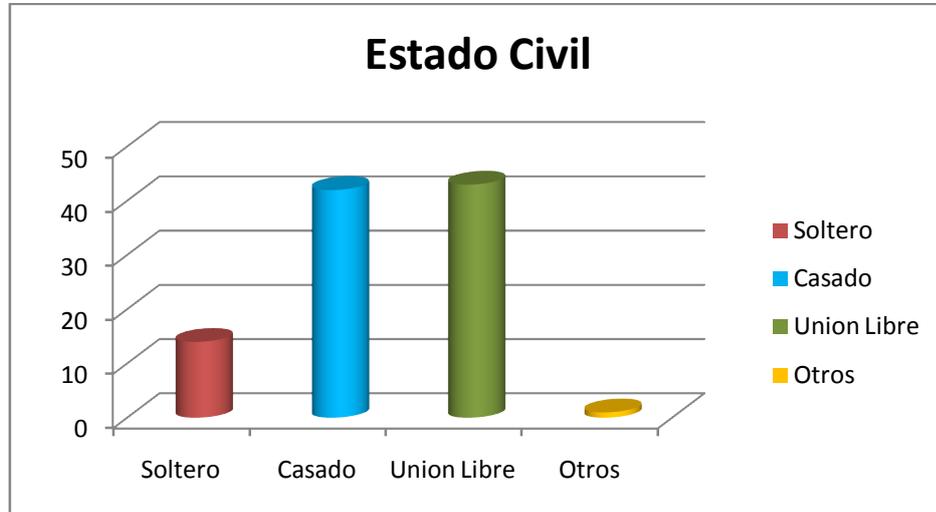
### Cuadro # 7

#### Estado Civil

	Descripción	FA	FR	FAA	FRA
1	Soltero	33	14%	33	14%
2	Casado	97	42%	130	56%
3	Unión libre	99	43%	229	99%
4	Otros	2	1%	231	100%
<b>Total</b>		<b>231</b>	<b>100%</b>	<b>231</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Investigador

### Grafico # 11



Elaboración: Investigador

Dentro de las personas encuestadas más del 80% esta actualmente en compañía de alguna pareja, por lo tanto la responsabilidad dentro del hogar es aun mayor y el tiempo que se dedican al trabajo absorbe casi la totalidad de las horas del día.

**Cuadro # 8**

**Horas Semanales de trabajo**

	Descripción	FA	FR	FAA	FRA
1	40	64	28%	64	28%
2	41-48	73	32%	137	60%
3	49-56	47	20%	184	80%
4	> 56	47	20%	231	100%
<b>Total</b>		<b>231</b>	<b>100%</b>	<b>231</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Investigador

**Grafico # 12**



Elaboración: Investigador

Más del 70% de los encuestados dedica más de 40 horas a la semana al trabajo, esto resta tiempo que pueden dedicarle en otras actividades, Principalmente a la familia.

## INFORMACIÓN ESPECÍFICA

**Cuadro # 9**

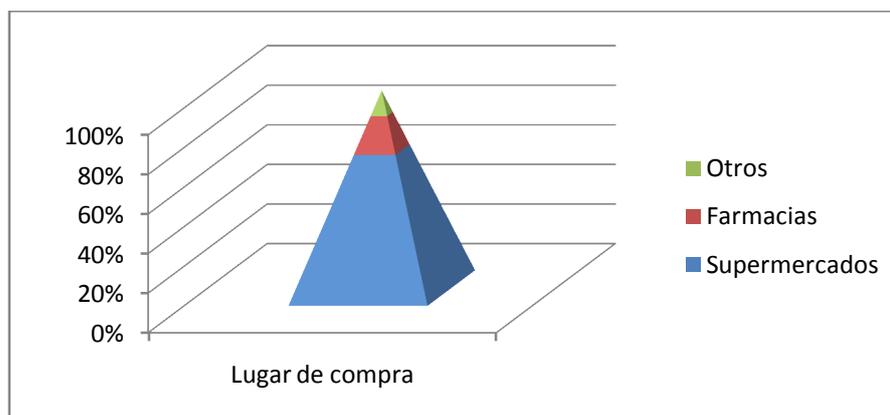
### **Lugar de Compra de los productos de cuidado personal**

Opci	Descripción	FA	FR	FAA	FRA
1	Supermercado	162	70%	162	70%
2	Farmacia	41	18%	203	88%
3	Otros	28	12%	231	100%
<b>Total</b>		<b>231</b>	<b>100%</b>	<b>231</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Investigador

**Gráfico # 13**

### **Lugar de compra**



Elaboración: Investigador

Más de la mitad de los encuestados realizan las compras de productos de limpieza principalmente en los supermercados y farmacias, esto debido a q en estos lugares les dan mayor información sobre los productos en cuestión.

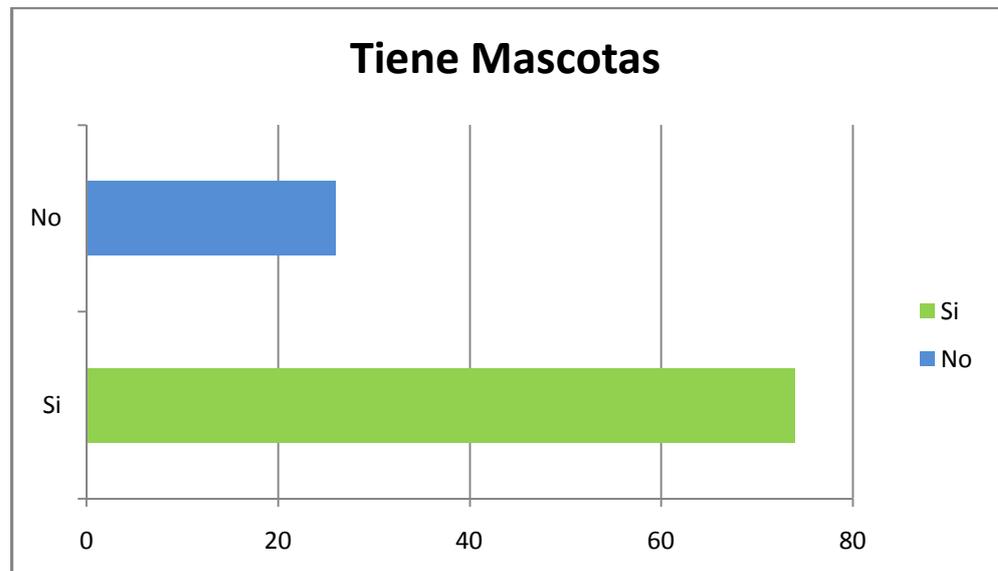
**Cuadro # 10**

**Tienen perros y/o gatos en su casa**

opc	Categoría	Frec Absa	Frecu Relativa
1	Si	171	74%
2	No	60	26%
<b>Total</b>		<b>231</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Investigador

**Grafico # 14**



Elaboración: Investigador

Más del 70 % de los encuestados tiene animales domésticos en su hogar, estos animales son considerados miembros de la familia, por esto podemos implementar una línea de cuidado personal para mascotas.

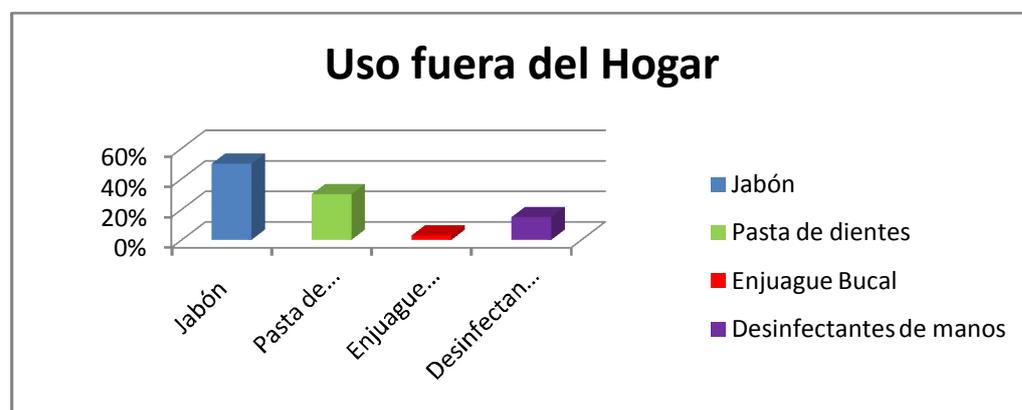
**Cuadro # 11**

**Productos de cuidado personal que usa fuera de la casa**

Opci	Descripción	FA	FR	FAA	FRA
1	Jabón	115	50%	115	50
2	Pasta de Dientes	69	30%	174	80
3	Enjuague Bucal	8	3%	192	83
4	Desinfectante de manos	34	15%	226	98
5	Ninguno	5	2%	231	100
<b>Total</b>		<b>231</b>	<b>100%</b>	<b>231</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Investigador

**Gráfico # 15**



Elaboración: Investigador

Los productos de cuidado personal que se usan con mas frecuencia fuera del hogar son el jabón, pasta de dientes y el gel Antibacterial, productos importantes para evitar el contagio de enfermedades y un aseo óptimo.

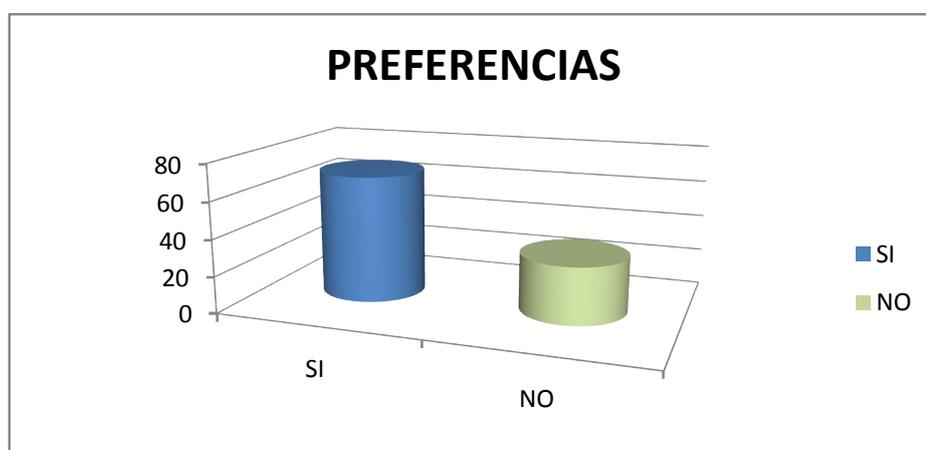
**Cuadro # 12**

**Preferencias del tipo de jabón**

Opci	Categoría	Frec Abso	Frecu Relativa
<b>1</b>	Si	159	<b>69%</b>
<b>2</b>	No	72	<b>31%</b>
<b>Total</b>		<b>231</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Investigador

**Grafico # 16**



Elaboración: Investigador

Más de la mitad de las personas encuestadas prefieren usar jabón líquido debido a q se evita el contacto con productos que pueden ser usados por personas desconocidas, además de que se evita q se contamine por el contacto de cualquier cosa.

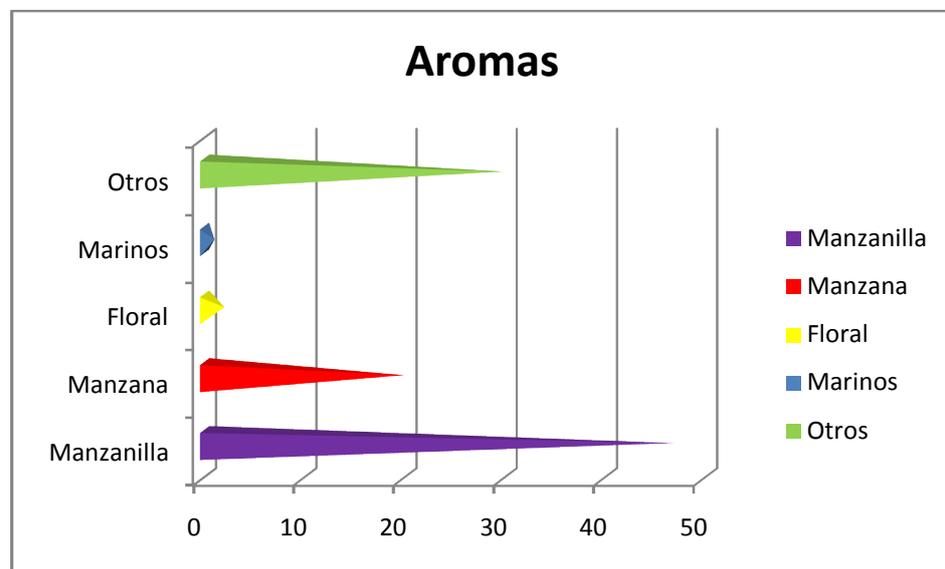
**Cuadro # 13**

**Aromas agradables**

Opci	Descripción	FA	FR	FAA	FRA
1	Manzanilla	108	47%	108	47%
2	Manzana	46	20%	154	67%
3	Floral	6	2%	160	69%
4	Marinos	2	1%	162	70%
5	Otros	69	30%	231	100%
<b>Total</b>		<b>231</b>	<b>100%</b>	<b>231</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Investigador

**Grafico # 18**



Elaboración: Investigador

Los aromas que más agradan a los encuestados son manzanilla, manzana y fresa debido a que perdura más tiempo.

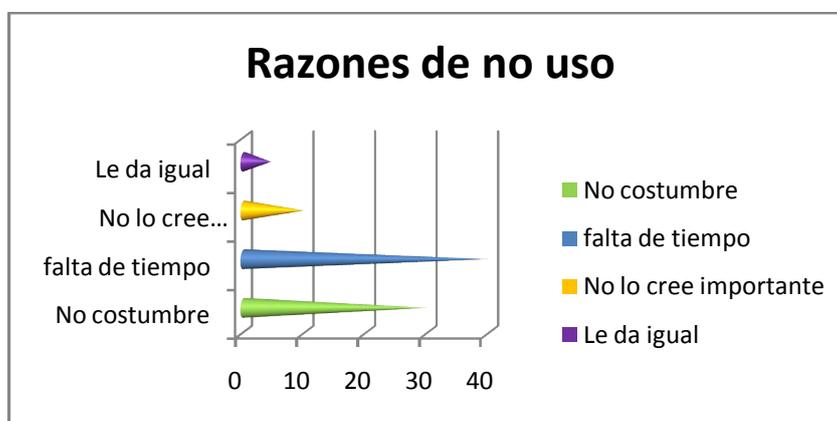
**Cuadro # 14**

**Razones por las que no usa el producto**

Opci	Descripción	FA	FR	FAA	FRA
1	No Costumbre	69	30%	69	30%
2	No tiempo de compra	93	40%	162	70%
3	No lo cree importante	23	10%	185	80%
4	Le da igual	46	20%	231	100%
<b>Total</b>		<b>231</b>	<b>100%</b>	<b>231</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Investigador

**Grafico # 19**



Elaboración: Investigador

Dentro de los datos recolectados encontramos información relevante que concierne al no uso de los productos de cuidado personal, entre los principales esta que por falta de tiempo y de costumbre, mientras que en rangos menores se encontró que por desconocimiento de beneficios no lo encuentran importante.

## **7. Observaciones o Recomendaciones con la que pueda aportar**

Dentro de las Recomendaciones se destacaron las presentaciones de bolsillo, precios módicos, perdurabilidad en el aroma, y calidad en el producto.

### **3.2.3. Interpretación General de Resultados**

A partir de los datos recolectados me encontrado las siguientes similitudes con el mercado provincial:

En la actualidad gran número de personas trabajan mas de 40 horas a la semana, esto se debe a que un gran porcentaje de personas tienen responsabilidades dentro del hogar ya que tienen una familia a quien mantener. El tiempo que queda para dedicar a la familia se ve sacrificado muchas veces por realizar compras de víveres y productos para el cuidado personal. Esta gente pasa mas de la mitad de su tiempo (sin contar las horas de sueño) fuera de su casa por tal motivo la mayoría no tiene ala mano este tipo de productos.

El cuidado personal es una medida importantísima dentro del círculo laboral y social, por tal motivo el consumo de productos para la homeostasis del organismo aumenta. El principal problema se encuentra en el poco tiempo con los que cuentan los consumidores para obtener dichos productos. Otra causa importante es que no se

considera importante o no se conoce los verdaderos servicios sobre el cuidado personal.

Otro factor importante es que mas del 70% de la población tiene mascotas como perros y gatos, y es muy bien sabido que estos animales son considerados un miembro mas de la familia, aquí he encontrado un grupo de clientes potenciales.

De las entrevistas que se realizaron concluimos que de ser posible es inyectar dinero propio al negocio puesto q el préstamo a un banco implica tiempo, además que las utilidades disminuirían con respecto a los intereses que cobra en banco, por ser un monto pequeño es mejor no prestar al banco.

Sobre los permisos y requisitos para la habilitación del negocio se encuentra en el siguiente capitulo.

Dentro de las observaciones que se realizaron a la competencia concluido que no se le da mucha importancia a los productos de cuidado personal, que aprovechan campañas de limpieza personal ( el problema es que estas campañas no son continuas) y que ciertas empresas ofrecen estos productos a través de catálogos pero por lo general hay q esperar de 20 a 15 días para que le entreguen el producto y en muchos de los casos puede haber la posibilidad de que no llegue.

### **3.2.4. Análisis de la oferta**

Este ítem será la guía inicial para la parte oferente del producto, aquí se plasma en forma gráfica y explicativa los beneficios de los productos y servicios que ofrece la empresa.

Como existe un alto porcentaje de competencia, se debe encontrar la forma de ser diferente y mejor a lo que ya existe en el mercado. LA principal estrategia de enganche hacia el cliente es generar al producto y/o servicio un Valor agregado, este puede ser monetario, sentimental o material.

Debido a que los gustos, modas y todo lo que influye en el comportamiento de nosotras las personas son extremadamente variables, todas las estrategias deben ser flexibles para permitir realizar un cambio en el momento que así lo amerite y evitar el descontento del cliente por cualquier motivo.

#### **3.2.4.1. Estrategias**

- ✓ Crear e implementar un plan comercial que incluya estrategias de marketing y publicidad.
- ✓ Incluir nuevos servicio al cliente con la finalidad de lograr un máximo beneficio de los productos. Entrega a domicilio.
- ✓ Ofrecer productos a través de medios electrónicos, web, redes sociales, teléfonos, etc. al igual que se realiza visitas en el lugar donde se encuentre el cliente.

- ✓ Hacer uso de intermediarios para lograr una mayor cobertura. (tiendas, bazares, etc.).
- ✓ Ofrecer descuentos por cantidad de productos.
- ✓ Crear afiches, folletos o calendario publicitario.
- ✓ Reconocer con beneficios los esfuerzos del personal.
- ✓ Se realizan promociones como packs, 2x1, muestras gratis.
- ✓ El precio estar a un nivel competitivo es decir que no excederá ni será menor al rango de precio de la competencia.

#### **3.2.4.2. Elaboración de la Etiqueta**

El rótulo o etiqueta llevará los siguientes datos, (Norma Técnica INEN 1334):

- ✓ Nombre del producto
- ✓ Marca Comercial
- ✓ Identificación del lote
- ✓ Razón Social de la Empresa
- ✓ Contenido Neto en unidades del Sistema Internacional
- ✓ Número de Registro Sanitario
- ✓ Fecha de elaboración
- ✓ Tiempo máximo de consumo
- ✓ Lista de Ingredientes
- ✓ Forma de conservación
- ✓ Precio de venta al público, P.V.P.
- ✓ Ciudad y país de origen

Ver en anexos la ilustración de las etiquetas.

## CAPITULO IV

### ESTUDIO TÉCNICO

Aquí se estudia la ingeniería del proyecto, tamaño y localización de la compañía, con el objetivo de identificar el equipo e instalaciones, así también como determinar el servicio que brindara la compañía.

#### 4.1 Proceso

Un Proceso es un conjunto de actividades que se realizan con la finalidad de llegar a cumplir un objetivo.

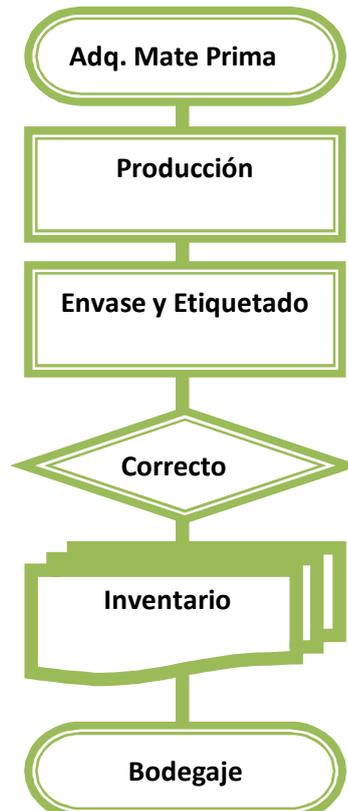
##### 4.1.1 Diagrama

Este diagrama es una representación gráfica del o los procesos que deben seguirse para cumplir con los objetivos de la compañía.

Gráfico # 20

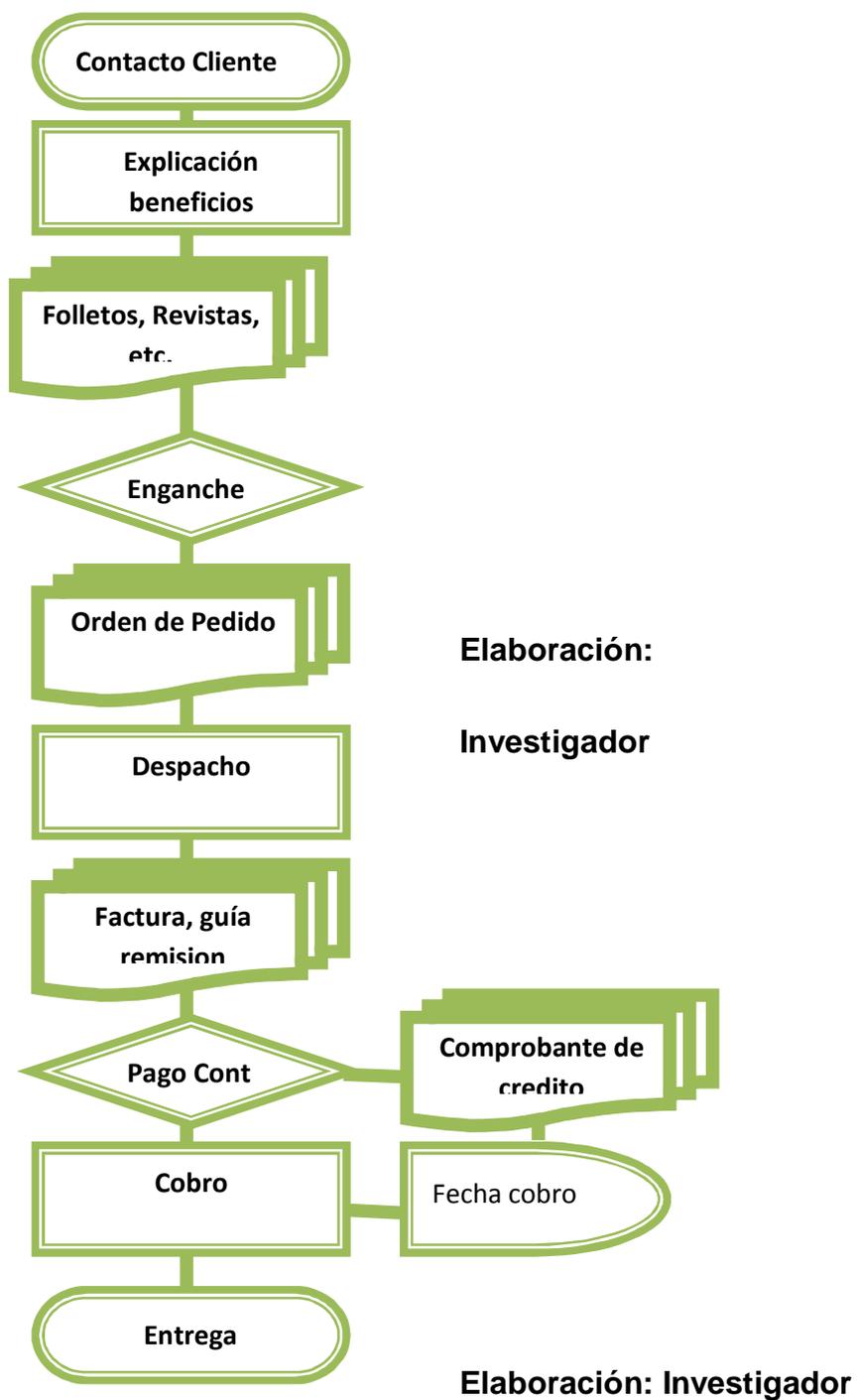
Elaboración:

Investigador



**Gráfico # 21**

**Diagrama del contacto con cliente**



## 4.1.2 Narrativa

Aquí se realiza una breve explicación de los hechos del proceso, paso a paso.

### 4.1.1.1 Procesos de producción

- Adquisición de materia prima para la producción.
- Realizar el proceso de producción.
- Envase y etiquetado del producto.
- El proceso se realiza correctamente?
  - ✓ **No:** Regresar al proceso de producción
  - ✓ **Si:** Siguiendo paso.
- Fin bodega.

### 4.1.1.2 proceso de comercialización

- Contacto con el cliente (teléfono, red, otros).
- Explicación con folletos sobre productos y beneficios.
- El cliente aceptó la oferta?
  - ✓ **No:** Regresar al paso 1
  - ✓ **Si:** siguiente paso
- Recoger el pedido (orden de pedido)
- Despachar según pedido (planificación)
- Realizar factura y guía de remisión
- ¿Realiza pago en efectivo?
  - ✓ **No:** realizar documento por crédito y cumplido el plazo saltar al siguiente paso

- ✓ **Si:** siguiente paso
- Realizar cobro por entrega
- Fin. entrega del producto y factura

#### **4.1.2. Desarrollo del producto o servicio**

En la actualidad los clientes no solo se fijan en la apariencia del producto, se fijan en factores importantes como la calidad del producto, los beneficios a corto y largo plazo, la calidad del servicio con el que lo han atendido y un sin número de cosas importantes. Es por este motivo que estamos orientados a cumplir normas internacionales con la finalidad de ofrecer un producto de alta calidad al igual que brindar un servicio óptimo para asegurar así una satisfacción positiva.

Las normas que nos sirven de guía son:

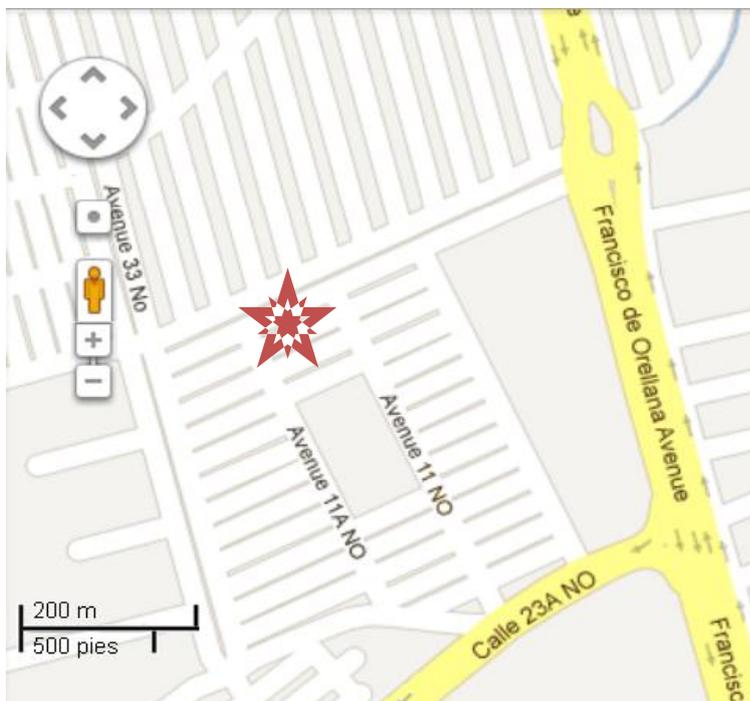
**SGS ISO 9000** le permite demostrar su compromiso con la calidad y satisfacción del cliente así como también su compromiso de mejora continua de sus sistemas de calidad, integrando las realidades de un mundo cambiante.

**ISO 9001:2008** está basada en ocho principios de gestión de la calidad:

- ✓ Orientación al Cliente
- ✓ Liderazgo
- ✓ Implicación
- ✓ Enfoque de proceso
- ✓ Enfoque de sistema
- ✓ Mejora continua
- ✓ Toma de decisiones basadas en hechos
- ✓ Relaciones de beneficio mutuo con proveedores

#### 4.2. Localización del Negocio

Este negocio está ubicado en el centro de la ciudad, en Ciudadela Mucho lote, en la 6ª villa alegría mz 2581 villa 14.



**Gráfico # 22**

**Localización del Negocio**

**Fuente: Google Maps**

**Elaboración: Investigador**

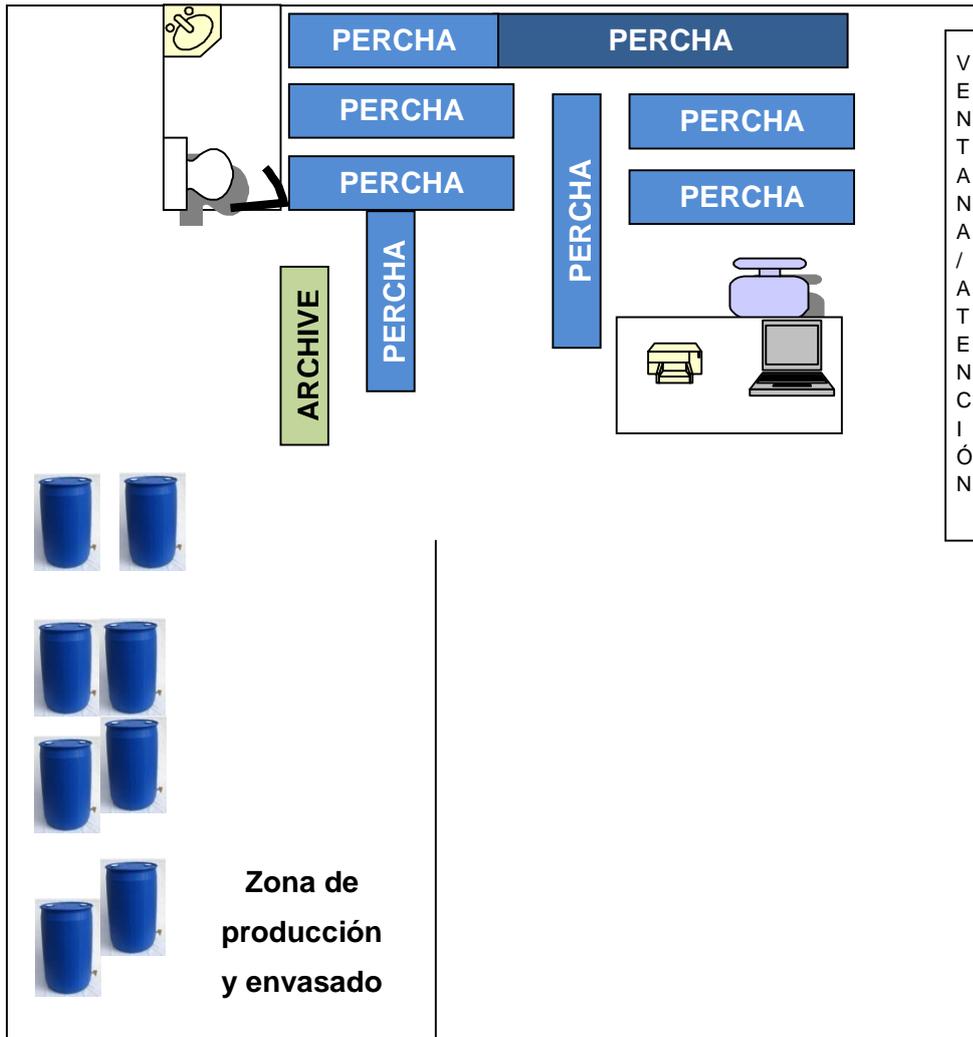
El Domicilio es propio y cuenta con un espacio físico de 12 mts<sup>2</sup>, que será utilizado para el área de perchado y oficina.

También se cuenta con un área de 18 mts<sup>2</sup> que estará destinada para el área de producción.

Los beneficios de este sitio son muchos, puesto que el solo hecho de que no haya que pagar alquiler, el porcentaje de utilidades es mayor y así se puede asignar de una manera mas flexible, precios y promociones del producto; otra de los beneficios es que en el sector hay muy pocos locales en los que se encuentren tipos de limpieza corporal, además de la farmacia que no cuenta con un stock amplio de productos para limpieza corporal no medicados.

Gráfico # 23

Distribución OFICINA



Elaboración: Investigador

## **CAPITULO V**

### **5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

Administrar es Organizar, planificar y llevar un control de las actividades que se realizan.

Para realizar Este análisis es importante tomar en cuenta que mientras las personas encargadas de la administración de la compañía tengan más conocimiento sobre el tema, los recursos de la misma serán utilizados de una manera eficaz.

Como se planteó que la empresa sea unipersonal, quien llevará las riendas del negocio es el Gerente/administrador, lo que permite en ciertas medidas disminuir los costos de producción y comercialización a través de la mano de obra.

Es imperioso que se lleve los controles adecuados para que no se vea afectada la toma de decisiones, y en caso de que sea necesario, se deban aplicar correctamente las medidas del caso.

## 5.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional sirve de marco para las acciones en las que se va a desenvolver la empresa. A partir de este las obligaciones de cada persona son divididas, agrupadas, asignadas y controladas, con la finalidad de la consecución e los objetivos de la compañía.

Como la estructura de la compañía que se desarrolla dentro del proyecto es una microempresa, la estructura organizacional esta puesta de una manera sencilla.

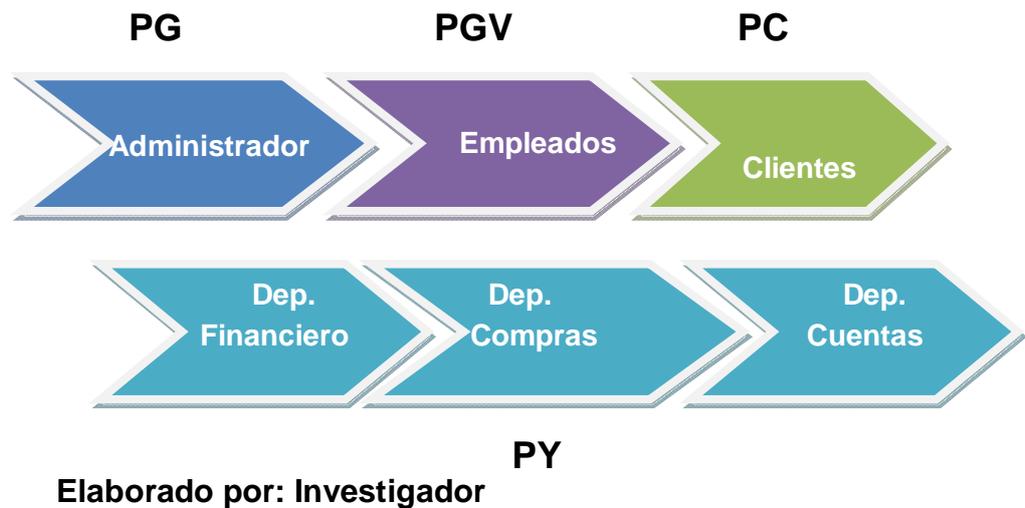
Existen dos partes dentro de la estructura de Axios:

:

**Proceso Gerencial:** Es el encargado de la administración de la empresa. EN los primeros pasos de la empresa El Administrador será quien se haga cargo de l a producción hasta que se necesite la contratación de personal adicional.

**Proceso Clientes:** Dentro de este proceso encontramos al Target al cual nos vamos a dirigir, este esta compuesto por consumidores finales y Detallistas.

**Gráfico # 24**  
**Estructura Organizacional**



Una empresa que no este bien organizada no podrá aprovechar sus recursos al máximo, por lo tanto es importante que desde antes que la empresa sea constituida ya exista un lineamiento de cómo se van a realizar cada una de las acciones dentro de la misma.

## **5.2 MANUAL DE FUNCIONES**

### **ADMINISTRADOR**

**Función:** Cumplir Y hacer cumplir las políticas y reglamento de la empresa, supervisar los trabajos que se realizan y tener al día pagos y cobros de la empresa.

**Perfil:**

Experiencia 2 años en cargos similares

Edad: 30 hasta 50 años

Manejo de Utilitarios e Internet

**OBREROS**

**Función:** Encargado de la producción.

**Perfil:** Bachiller químico biólogo, edad: a partir de 20 años, trabajo en equipo, deseo de superación

- Los obreros solo se empezaran a contratar cuando el Administrador ya no sea suficiente para hacerse cargo de la producción.

**5.3 REGLAMENTOS**

Los reglamentos son códigos que dictan conductas, que haya un control dentro del a empresa. Es una buena herramienta de comunicación y de previsión de contingentes.

- Se encuentra terminantemente prohibido el consumo de alcohol y | cigarrillos dentro de las instalaciones de producción y comercialización de la empresa.
- Todo el personal del área de Producción deben portar los accesorios de seguridad como gafas protectoras, mascarillas, guantes, etc.

- Es imperioso que todo el personal preste toda su atención en las actividades que esta realizando puesto que por un descuido puede causar algún accidente.
- Antes de comer todo el personal debe de asearse, puesto que maneja productos químicos, de esta forma se evita la contaminación de los alimentos.

#### **5.4 POLÍTICAS DE LA EMPRESA**

- Generar empleo de manera directa o indirecta.
- Contribuir en el desarrollo socioeconómico del país a través de la generación de empleo y el pago de impuestos.
- Que el trabajo se realice bajo un ambiente que priorice la seguridad
- Esforzarse para lograr la máxima satisfacción de los clientes
- Realizar y brindar una capacitación constante para todo el personal, con la finalidad de que sean capaces de responder a las inquietudes de los clientes con respecto a los productos o servicios que ofrece la empresa.
- En caso de que haya disponibilidad de ascenso, se tomara en consideración las aptitudes y la antigüedad de los empleados.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. ESTUDIO LEGAL Y SOCIAL**

Toda empresa Jurídica o Natural debe regirse a las leyes del País en el que desarrollara sus actividades. Todo tenemos derechos y obligaciones y son las leyes quienes regulan que todo acto beneficie a la sociedad equitativamente.

El análisis legal y social brindara información sobre los aspectos legales y sociales que debe cumplir la empresa para su constitución, al igual que permite tener un enfoque sobre el impacto social que esta generara.

Para el Desarrollo de este proyecto he decidido escoger la empresa-unipersonal, como persona natural, puesto que los trámites y la inversión para este tipo de negocio son más económicos y más accesibles sin la necesidad de una jocosidad de documentos que necesita toda persona jurídica.

El gobierno de cada país busca el beneficio interno, claro ejemplo es las barreras que se han impuesto a los importadores a través de los impuestos y aranceles, lo que permite un beneficio para las empresas nativas.

## **Requisitos que debe cumplir:**

### **SRI:**

- ✓ RUC nuevo o Actualizado.- Registro Único del Contribuyente. Como ya cuento con RUC el paso a realizar es la actualización de actividades que consiste en aumentar la actividad de %Producción y comercialización de productos para el cuidado corporal, aseo del hogar y para las mascotas+; aun que a corto plazo no se vaya a realizar todas las actividades antes mencionadas, ya se contara con los permisos necesarios para lo mismo, y así se evitara volver a realizar el tramite.

### **Municipio:**

- ✓ Patente.- Toda persona natural o jurídica que ejerza habitualmente actividades comerciales, industriales y,o financieras dentro del cantón, está obligada a obtener su Registro de Patente Municipal. Igual obligación tendrán incluso aquellas personas exentas por ley, del pago del impuesto de patentes.
- ✓ Permiso de Uso de Suelo: Indica inicialmente si la actividad solicitada es permisible y las condiciones adicionales con las cuales deberá cumplir el local.
- ✓ Tasa de Habilitación.- Permiso habilitar y controlar que los establecimientos comerciales e industriales cumplan con los requisitos legales establecidos en las ordenanzas municipales.

### **Cuerpo de Bomberos:**

- ✓ Certificado de Seguridad.- Certificado en el que consta que el establecimiento sigue las normas y condiciones de seguridad para el uso del local.

**Ministerio de Salud:**

- ✓ Registro Sanitario -Certificado de libre venta en el país

Dentro del ámbito social se verá las repercusiones que tiene la empresa dentro de la sociedad.

En el Ecuador, a pesar de que la tasa de empleo ha subido existe aun mucha gente desempleada, nuestro propósito es facilitar una plaza de trabajo a mucha gente, al igual que grandes empresas como Avon, Oriflame, Esika, etc, Cada Persona podrá distribuir su tiempo a su gusto, y dedicarse a alguna otra actividad que necesita.

Dentro de las personas que estarán empleadas obtendrán, una mejor autoestima y un mejor estilo de vida, puesto que al recibir remuneración por su trabajo podrá comprar lo necesario para el hogar.

Al ofrecer plazas de trabajo, se producirá un efecto cíclico puesto que habrá más consumidores con poder adquisitivo por esto el dinero del país cumplirá ciclos y obtendrá mayores beneficios que el estar estancado.

## **CAPITULO VII**

### **7. ESTUDIO FINANCIERO**

Dentro de este capítulo se hará un análisis de cada uno de los procedimientos de inversión a realizarse, dentro de estos se consideraran los gastos administrativos en los cuales se detalla el sueldo a percibir por parte de cada ente de la compañía; también se toman en cuenta los costos directos e indirectos de fabricación, ya que con estos se logrará identificar la cantidad de dinero necesario para costear el proceso de producción y comercialización de los productos.

También se considera los activos fijos en los que la empresa deberá invertir.

#### **7.1 Requerimiento de Maquinaria y Equipo**

En este cuadro se analizará la maquinaria y el equipo requerida para la producción. Dentro del primer año de vida de la empresa la elaboración será manual, hasta que así lo permita el proceso, en caso de ser necesario se realizaría un presupuesto respectivo para la compra de maquinarias para automatizar el proceso.

Como la mayoría de materiales necesarios para la elaboración de los productos ya los tengo lo que se necesita se detalla en el cuadro a continuación.

## Cuadro # 15

### Requerimiento de Maquinaria y Equipos

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Computadora	450	450
1	Impresora	200	200
3	Perchas	60	180
Total			930

**Elaboración:** Investigador

### 7.2. Presupuesto de Ingreso

En este presupuesto se hará una proyección de ventas, hasta el año # 3, este presupuesto servirá de base para saber cual será la cuota de ventas que se debe fijar para alcanzar los objetivos monetarios de este proyecto.

El cuadro a continuación refleja valores en litros, es decir que indica cuanto se debe vender en litros para alcanzar la meta fijada.

### Cuadro # 16

### Ingresos (Lt)

t		1 TRIMESTRE			2 TRIMESTRE			3 TRIMESTRE			4 TRIMESTRE			CONSO	AÑO	AÑO
	Med	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		2	3
Gel Reductor	300ml \$ 7	20	30	30	70	70	70	70	70	60	50	80	80	700 4900	770 5390	847 5929
Jabón Liq Corpo	Lts \$10.68	30	40	40	80	80	80	80	80	85	85	85	85	830 8864.4	913 9750.84	1004.3 10725.92
Antibacterial	Lts \$6.5	30	50	50	80	80	80	80	80	90	90	90	90	890 5785	979 6363.5	1076.9 6999.85
Enjuague Bucal	Lts \$ 9.55	25	35	35	70	70	70	70	70	60	60	80	80	675 6446.25	742.5 7090.88	816.75 7799.66
<b>TOTAL</b>	<b>Lts \$</b>	<b>105</b>	<b>155</b>	<b>155</b>	<b>300</b>	<b>300</b>	<b>300</b>	<b>300</b>	<b>300</b>	<b>295</b>	<b>285</b>	<b>335</b>	<b>335</b>	<b>3095 25595.65</b>	<b>3404.5 28155.22</b>	<b>3744.95 30970.74</b>

Elaborado: Investigador

### 7.3 Presupuesto de Mano de obra

Aquí se hará un análisis del costo de la mano de obra, lo que se refiere a el sueldo que le corresponde al empleado.

**Cuadro # 17**

#### **Mano de Obra**

Ctdad	DENOMINACION	V/M	V/A	AÑO 2	AÑO 3
1	Empleado	264.00	3168	3484.8	3833.28
<b>TOTAL</b>		<b>264</b>	<b>3168</b>	3484.8	3833.28

Elaborado: Investigador

### 7.4 Presupuesto de Gastos de Operación

En este presupuesto se hará un análisis de los gastos necesarios para el funcionamiento de la empresa, dentro de los que están los Servicios básicos (como agua, luz y teléfono), el seguro contra cualquier caso inesperado (robo, incendio, etc.) y los permisos de funcionamiento.

**Cuadro # 18**

#### **Gastos de Operación**

DENOMINACION	V/M	V/A	AÑO 2	AÑO 3
<b>Servicios Básicos</b>	50	600	660	726
<b>Seguro</b>	15	180	198	217.8
<b>Permisos</b>		400	440	484

Elaborado: Investigador

## 7.5 Presupuesto de Gastos de Administración

Aquí se revisaran los gastos que corresponden a la parte administrativa como publicidad, transporte, papelería.

**Cuadro # 19**

### **Gastos de Administración**

<b>DENOMINACION</b>	<b>V/M</b>	<b>V/A</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
<b>Publicidad</b>	50	600	660	726
<b>Transporte</b>	100	1200	1320	1452
<b>Papelería</b>	50	600	660	726
<b>Total</b>	200	2400	2640	2904

**Elaborado: Investigador**

## 7.6 Presupuesto de Materia Prima

En este cuadro de presupuesto se realizara un análisis de la materia prima necesaria para la elaboración de los productos según las cuotas de ventas.

### Cuadro # 20

#### Materia Prima

PRODUCTOS	1 TRIMESTRE				2 TRIMESTRE			3 TRIMESTRE			4 TRIMESTRE				CONSO	AÑO	AÑO
	Med	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	1	2	3	
<b>Gel Reductor</b>	\$2.9 Lts	58 20	87 30	87 30	203 70	203 70	203 70	203 70	203 70	174 60	145 50	232 80	232 80	<b>2030 700</b>	<b>2233</b>	<b>2456,3</b>	
<b>Jabón Liquido Corporal</b>	\$ 6.15 Lts	184,5 30	246 40	246 40	492 80	492 80	492 80	492 80	492 80	522,75 85	522,75 85	522,75 85	522,75 85	<b>5104.5 830</b>	<b>5614.95</b>	<b>6176.45</b>	
<b>Gel Antibacterial</b>	\$2.6 Lts	130 30	215 50	215 50	355 80	355 80	355 80	355 80	355 80	390 90	385 90	400 90	400 90	<b>2314 890</b>	<b>2545.4</b>	<b>2799.94</b>	
<b>Enjuague Bucal</b>	\$5.5 Lts	137,5 25	192,5 35	192,5 35	385 70	385 70	385 70	385 70	385 70	330 60	330 60	440 80	440 80	<b>3712.5</b>	<b>4083.75</b>	<b>4492.13</b>	
<b>TOTAL</b>		<b>510</b>	<b>740,5</b>	<b>740,5</b>	<b>1435</b>	<b>1435</b>	<b>1435</b>	<b>1435</b>	<b>1435</b>	<b>1416,75</b>	<b>1382,75</b>	<b>1594,75</b>	<b>1594,75</b>	<b>13161</b>	<b>14477.1</b>	<b>15924.81</b>	

Elaborado: Investigador

## 7.7. Depreciaciones

Aquí se vera el valor que se deprecia cada equipo y mueble de oficina.

### Cuadro # 21

#### Depreciaciones

##### Equipos de oficina

VIDA UTIL	INFLACION P.A.A	VALOR DEL ACTIVO	AJUSTE	DEPRECIACION	AJUSTE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION ACUMULADA
0		580	0	0	0	0
1	4,3	604,94	24,94	201,65	0	201,65
2	4,3	630,95	26,01	210,32	8,67	420,63
3	4,3	658,08	27,13	219,36	18,09	658,08

##### Muebles de oficina

VIDA UTIL	INFLACION P.A.A	VALOR DEL ACTIVO	AJUSTE	DEPRECIACION	AJUSTE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION ACUMULADA
0		800	0	0	0	0
1	4,3	834,40	34,40	41,72	0	41,72
2	4,3	870,28	35,88	43,51	1,79	87,03
3	4,3	907,70	37,42	45,39	3,74	136,16
4	4,3	946,73	39,03	47,34	5,85	189,35
5	4,3	987,44	40,71	49,37	8,14	246,86
6	4,3	1029,90	42,46	51,50	10,61	308,97
7	4,3	1074,19	44,29	53,71	13,29	375,97
8	4,3	1120,38	46,19	56,02	16,17	448,15
9	4,3	1168,55	48,18	58,43	19,27	525,85
10	4,3	1218,80	50,25	60,94	22,61	609,40
11	4,3	1271,21	52,41	63,56	26,20	699,17
12	4,3	1325,87	54,66	66,29	30,06	795,52
13	4,3	1382,88	57,01	69,14	34,21	898,88
14	4,3	1442,35	59,46	72,12	38,65	1009,64
15	4,3	1504,37	62,02	75,22	43,41	1128,28
16	4,3	1569,06	64,69	78,45	48,52	1255,25
17	4,3	1636,53	67,47	81,83	53,98	1391,05
18	4,3	1706,90	70,37	85,34	59,82	1536,21
19	4,3	1780,29	73,40	89,01	66,06	1691,28
20	4,3	1856,85	76,55	92,84	72,73	1856,85

## 7.8 Análisis de Costos

En este cuadro dividiremos en 2 grupos los Costos, del lado izquierdo los Costos fijos (no variables) y los Costos variables que implica la implementación del proyecto en un plazo anual.

**Cuadro # 22**  
**Análisis de Costos**

<b>Costo Fijo</b>		<b>Costo Variable</b>	
<b>Seguro</b>	180	<b>Serv. Bas</b>	600
<b>Permisos</b>	400	<b>Mat prima</b>	13161
<b>Mano de obra</b>	3168	<b>Public</b>	600
<b>seguro</b>	180	<b>Transp</b>	1200
<b>MAq y equipo</b>	1460	<b>Papelería</b>	600
<b><u>CFT</u></b>	<b><u>5388</u></b>	<b><u>CVT</u></b>	<b><u>16161</u></b>

## **CAPÍTULO VIII**

### **8. EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO**

En este capítulo se hará una evaluación general del proyecto para ver si es o no viable el mismo, y a partir de que cantidades se recuperara la inversión.

Este es un punto clave del proyecto pues dependiendo del resultado de este capítulo se tomara la decisión de implementar o no el negocio.

Para realizar este Análisis aplicaremos las formulas del punto de equilibrio, y el grafico que detalla en resumen el todo del análisis.

**Datos:**

**CT= 21549**

**V= 25595.65**

**CV= 16161**

**CF= 5388**

**CVU = (CV/PA) 5.22**

**PA= 3095**

**PVU= 8.43**

**PC=12**

## Evaluación

### Punto de Equilibrio

$$PE = \frac{CF}{1-CV/V} \rightarrow \frac{5388}{1-16161/25595.65} = \frac{5388}{0.31} = 14562.16$$

### Capacidad Instalada en la empresa

$$CI = PE/V \rightarrow 14562.16/25595.65 = 0.57 \rightarrow 57\%$$

$$UPE = \frac{CF}{PVU-CVU} \rightarrow \frac{5388}{8.43-5.22} = 1678.505$$

$$TE = \frac{12*UPE}{PA} \rightarrow \frac{12*1678.505}{3095} = 6.51$$

### Comprobación de Resultados

$$UPE*PVU = PE \rightarrow 1678.5*8.43 = 14149.80$$

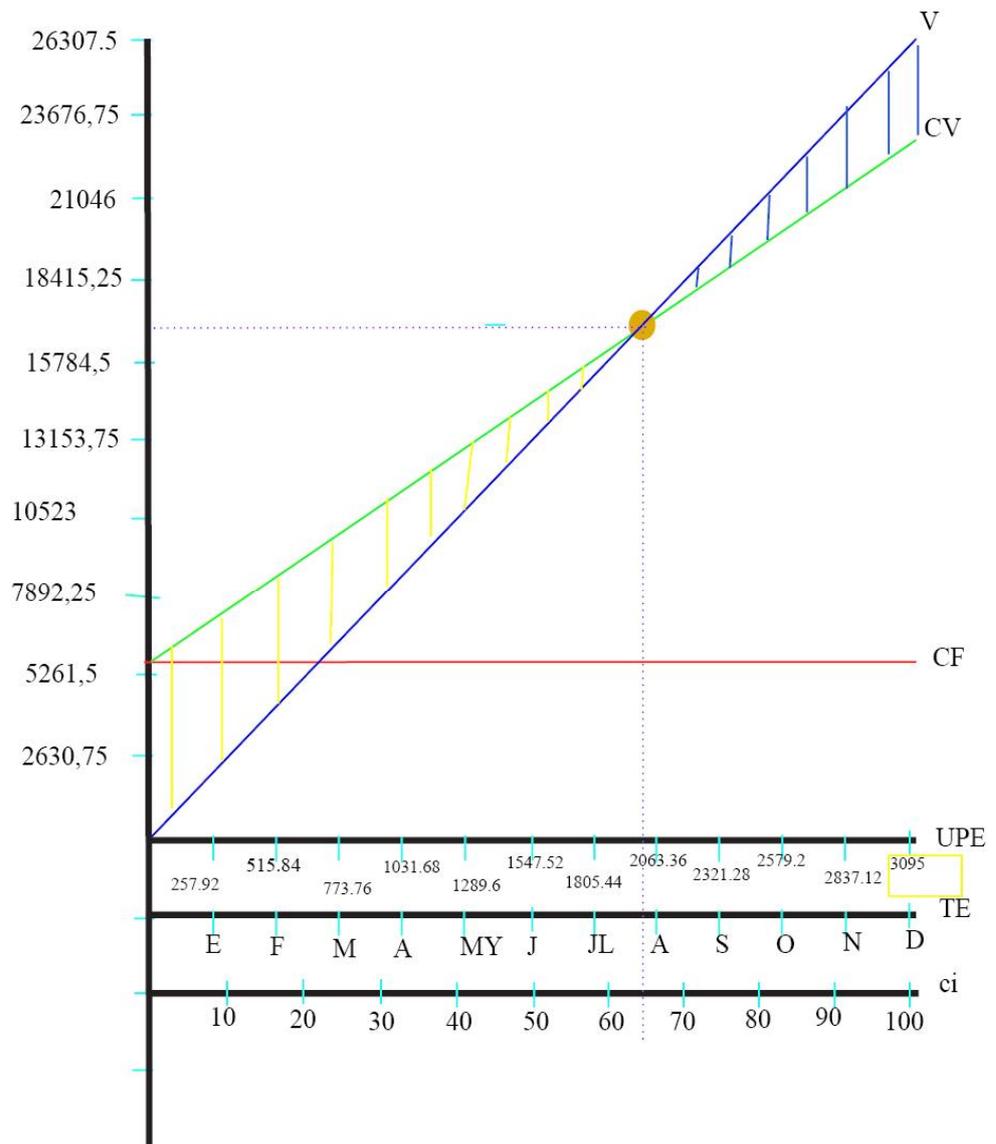
### Márgenes de Competencia: Costo de Producción

$$CTO/PA = 21549/3095 = 6.97$$

### Márgenes de Utilidad

$$PVU-CP = 8.43 - 6.97 = 1.46 \rightarrow 20.95\%$$

**Gráfico # 25**  
**Punto de Equilibrio**

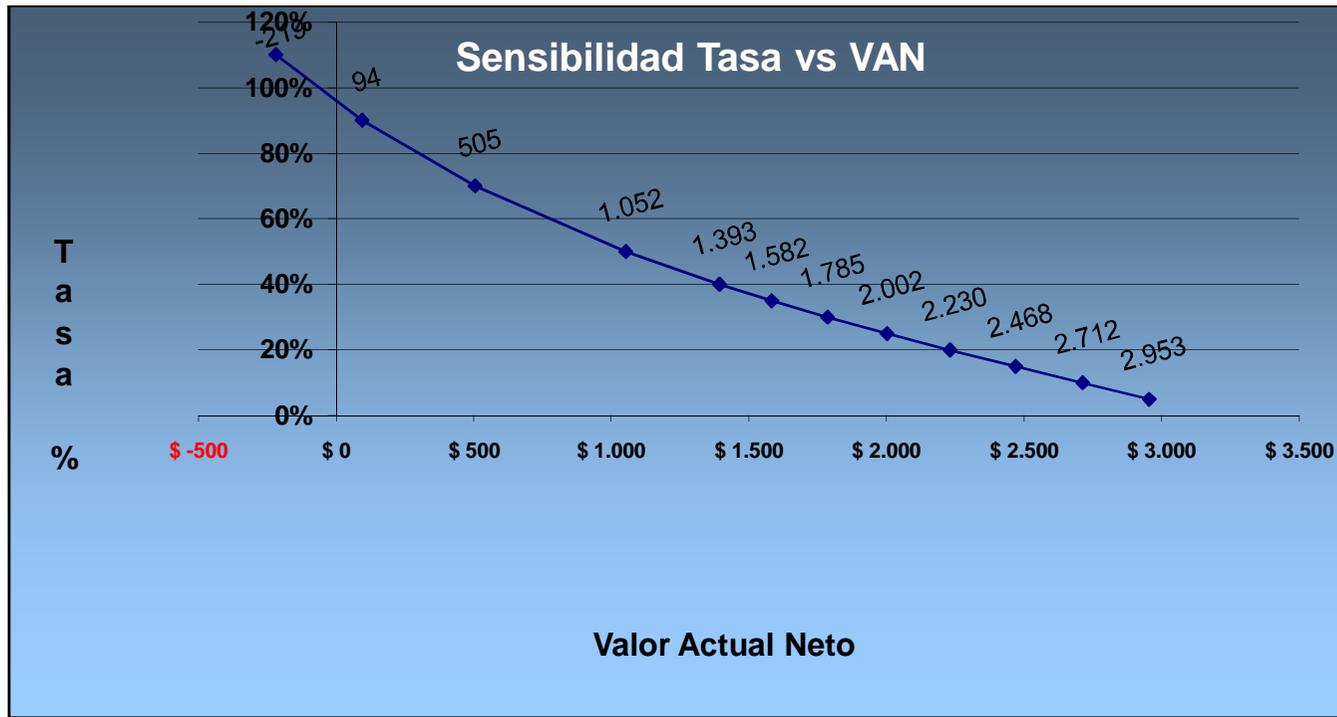


**Elaborado: Investigador**

Este gráfico nos indica apartir de que cantidades se recupera la inversion del proyecto, las cantidades se expresan en valor monetario, tiempo y capacidad instalada.

Empresa		Emprendedores						
		Tasa de crecimiento del negocio		10%	25%	25%	25%	
		0	1	2	3	4	5	Total
<b>Inversion Inicial</b>	(2.169)							
<b>Ingresos</b>		25.640	28.204		31.024	34.127	37.540	156.535
(-) Costos Directos		15.155	16.671		20.838	26.048	32.560	111.271
<b>(=) Margen Bruto</b>		10.485	11.534		10.186	8.079	4.980	45.264
	<b>Inflación</b>		2%		2%	3%	3%	
<b>Gastos Operacionales</b>								
Gastos de Personal		3.168	3.231		3.296	3.395	3.497	16.587
Gastos Administrativos		3.580	3.652		3.725	3.836	3.951	18.744
Depreciacion de Act. Fijos		226	230		235	242	249	1.182
<b>Total Gastos Operacionales</b>		6.974	7.113		7.255	7.473	7.697	36.513
<b>Margen Operacional</b>		3.511	4.420		2.931	606	(2.717)	8.751
Part. Trabajadores	15%	527	663		440	91	0	1.313
Impuesto a la Renta	25%	878	1.105		733	152	0	2.188
<b>Margen Neto</b>		2.107	2.652		1.759	364	(2.717)	5.251
(+) Depreciacion		226	230		235	242	249	1.182
<b>Flujo de Efectivo Neto</b>		2.332	2.882		1.993	606	(2.468)	6.432
<b>Valor Actual del Flujo de Efectivo</b>		1.944	2.002		1.154	292	(992)	4.399
<b>Tasa Requerida</b>	20%							
<b>Resumen de la Evaluación</b>								
Total Valor Actual del Flujo de Efectivo		4.399						
Inversion Inicial		(2.169)						
<b>Valor Actual Neto</b>		2.230						
					<b>Tasa Interna de Retorno</b>		96%	
					Proyecto Viable.			
					Elaborado por Investigador			

Gráfico # 26



Elaborado por Investigador

## **CAPÍTULO IX**

### **9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **a. CONCLUSIONES**

El ritmo de vida de la gente en la actualidad, genera oportunidades para muchos negocios, la importancia de estos negocios es porque facilitan la vida de los clientes con muchos de sus servicios.

La producción y comercialización de productos para el cuidado personal es sumamente importante puesto que en la actualidad la imagen y la presencia de las personas es de mera importancia para la aceptación dentro de la sociedad.

A pesar de que aquí en el Ecuador la gente esta adapta a hacer las compras de los diferentes productos en una tienda especializada o en las tiendas del barrio, hoy por hoy el ritmo de vida empuja a la gente a buscar alternativas de compras, es por esto que las compañías de ventas por catalogo han tenido gran acogida, pues estos se manejan en horarios y fechas que por lo general en los mercados comunes no se podrían realizar, inclusive por el tiempo que se acorta por otras razones.

Como se demostró en esta Tesis, el proyecto es completamente viable, además que tendrá acogida por parte de los clientes, debido al valor agregado que Axios ofrece.

La inversión que se va a realizar por no ser un gran monto, se realizara a través de un financiamiento propio, de tal forma que se evitara pagar tasas por interés.

#### **b. RECOMENDACIONES**

Todo proyecto debe de realizarse de manera flexible puesto que puede surgir situaciones o variables que ameriten un cambio dentro de la planificación.

Se debe llevar un control de todas las actividades dentro de la empresa con la finalidad de que se pueda tener una idea de la eficiencia con la que se llevan a cabo las mismas.

Se debe tener en cuenta y bien claro cuales son los objetivos que se desean alcanzar, para no perder de vista el camino que se debe seguir.

Los presupuestos deben de ser controlados puesto que sirven de guía para ver si hay un desbalance en las acciones que se están llevando a cabo.

## CAPITULO X

### ANEXOS

#### 10.1. Modelos de Instrumentos de Investigación

##### Encuesta

Instrumento de investigación aplicado al público en general.

**Objetivo:** Conocer las tendencias que las personas tienen sobre gama de productos de limpieza.

**Instrucciones:** Lea detenidamente las preguntas y responda de acuerdo a su criterio, utilizando el cuadro de la derecha.

##### INFORMACION GENERAL

###### 1.- Sexo del informante

1. Masculino                      2. Femenino

###### 2.- Estado Civil

1. Soltero    2. Casado    3. Unión libre    4. Otros

###### 3.- Horas de trabajo semanales

1. 40            2. 41-48            3. 49-56            4. >56

## **INFORMACIÓN ESPECÍFICA**

**1. Generalmente ¿Dónde compra usted los productos de cuidado personal?**

1.- Supermercado 2.- Farmacia 3.- Otros

**2. ¿Tiene usted en su casa mascotas, principalmente perros o gatos?**

1.- Sí 2.- No

**3. ¿Cuál de los siguientes productos de limpieza lleva en su cartera/mochila generalmente?**

1.- Jabón 2.- pasta de dientes 3.- enjuague bucal

4.- desinfectante para manos 5.- otros

**4. Prefiere usted ¿usar jabón líquido en vez del jabón en barra?**

1.- Sí 2.- No

**5. A su criterio ¿Cuál de los siguientes tipos de aromas es más agradable en productos de limpieza personal?**

1.- Manzanilla 2.- Manzana 3.- Floral

4.- Marinos 5.- Otros

**6. ¿Por qué circunstancias usted no usa o usaría productos de cuidado personal?**

1.- No estoy acostumbrado

2.- No tengo tiempo para comprarlos

3.- No me parece importante el uso de los mismos

4.- Me da Igual si los uso o no

**7. Observaciones o Recomendaciones con la que pueda aportar**

---

---

---

---

## Entrevista

Instrumento de investigación aplicado a los **proveedores** de materia prima para productos de limpieza.

**Objetivo:** Conocer las ventajas que puede brindarme con respecto a la compra de la materia prima.

### CARTILLA DE PREGUNTAS

1. **¿Ofrece usted materia prima para la producción de artículos de limpieza?**  
-----
2. **¿Qué tiempo lleva usted atendiendo en el mercado?**  
-----
3. **¿Ofrece usted descuentos por volúmenes o montos?**  
-----
4. **¿Cuáles son sus políticas de Cobro?**  
-----  
-----
5. **¿Ofrecen servicio a domicilio?**  
-----
6. **¿Su personal está capacitado para brindar asesoramiento en las compras?**  
-----
7. **¿Cuál es el horario de atención de su negocio?**  
-----  
-----

## **Entrevista**

Instrumento de investigación aplicado a las **instituciones financieras**.

**Objetivo:** Conocer las ventajas que puede brindarme con respecto a créditos.

### **CARTILLA DE PREGUNTAS**

1. ¿Ofrece crédito a microempresarios?

-----  
-----

2. ¿Hasta qué montos se puede aplicar?

-----  
-----

3. ¿En cuánto está fijada la tasa de interés? ¿es fija?

-----  
-----

4. ¿Cuál es el plazo máximo de pago?

-----  
-----

5. ¿qué tiempo demora el trámite de aprobación hasta que es entregado el crédito?

-----  
-----

6. Que requisitos son necesarios?

-----  
-----  
-----  
-----

7. ¿Cuál es el horario de atención de su negocio?

-----  
-----

## Entrevista

Instrumento de investigación aplicado a los **Inst. Públicas de control.**

**Objetivo:** Conocer cuáles son los permisos que debo obtener para el funcionamiento del negocio.

### CARTILLA DE PREGUNTAS

1. ¿Otorgan permisos para microempresas dedicadas a la producción de químicos para limpieza?

-----  
-----

2. ¿Qué permisos necesito para la habilitación del mismo?

-----  
-----

3. ¿Qué requisitos son los que necesito?

-----  
-----  
-----

4. ¿En qué agencias puedo realizar todos los tramites?

-----  
-----

5. ¿Cuáles son los horarios de atención de las agencias?

-----  
-----

6. ¿Cada cuanto debo renovar los permisos?

-----  
-----

7. ¿Cuánto tiempo demora el trámite?

-----  
-----

## **10.2. Requisitos para la solicitud de los permisos habilitantes**

### **a) Solicitud para registro de patente: personas naturales**

#### **Requisitos generales:**

- Formulario %Solicitud para Registro de Patente Personas Naturales+
- Original y copia legible de la cédula de ciudadanía del contribuyente.
- Original y copia legible del R.U.C. actualizado.
- Original y copia legible del Certificado de Seguridad (otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos).
- Copia legible de las Declaraciones del Impuesto a la Renta o las declaraciones
- del impuesto al Valor del ejercicio económico anterior al que va a declarar.

#### **Pasos del trámite:**

- Solicitar el formulario %Solicitud para Registro de Patente Personas Naturales+ en la Ventanilla Única Municipal (Cámara de Comercio) o en las Ventanillas de Patente de la Dirección Financiera de la Municipalidad (Bloque Noroeste 2, Palacio Municipal, Planta Baja). El valor de la tasa de trámite para el pago de patente, se incluirá en el Comprobante de Pago de la liquidación de dicho impuesto.
- Llenar la solicitud con letra imprenta o máquina.
- Adjuntar los requisitos indicados a la solicitud y entregar en la Ventanilla Única Municipal (Cámara de Comercio) o en las Ventanillas de Patente de la Dirección Financiera de la Municipalidad (Bloque Noroeste 2, Palacio Municipal, Planta

Baja), donde se le indicará el monto de la liquidación correspondiente. (No se aceptará documentación incompleta, incorrecta o ilegible).

- Cancelar en la Ventanilla Única Municipal (Cámara de Comercio) o en las Ventanillas de Recaudaciones el valor de la liquidación.
- **Nota:** La cancelación del tributo se efectuará en forma inmediata a la presentación de los requisitos.

## **b) PARA OBTENER LA TASA DE HABILITACIÓN**

1er Paso Obtener el Certificado de Uso de Suelo

### **Uso de Suelo**

- Tasa de Trámite por Servicios Técnicos Administrativos (valor \$2, comprar en la ventanilla de Ballén y Pichincha)
- Formulario de Solicitud de Consulta de Uso de Suelo (se lo recibe al comprar la Tasa de Trámite)
- Cumplir con demás requisitos que se indiquen en la Ventanilla Municipal #54 (ubicada en 10 de Agosto y Malecón). Completada la documentación deberá ingresarla en la Ventanilla Municipal #54 (ubicada en 10 Agosto y Malecón).
- **IMPORTANTE** Al recibir el Certificado de Uso de Suelo el Usuario debe verificar que:
  - ✚ El **código catastral** en el que se otorga la factibilidad corresponda al código catastral del predio en el que funciona el local comercial.
  - ✚ La **actividad comercial** otorgada como factible corresponda exactamente a la actividad desempeñada en el local, la cual deberá coincidir con la registrada en el RUC y la Tasa por Servicio Contra Incendios.

✚ La **dirección** en la que se otorga la factibilidad sea la misma que consta como dirección del establecimiento en el RUC de la compañía. Previa a la obtención de la Tasa de Habilitación es imprescindible leer las **OBSERVACIONES** del Certificado del Uso de Suelo, ya que en estas constan los **requisitos adicionales** para la obtención de la Tasa de Habilitación.

**2do Paso** De ser Factible el Certificado de Uso de Suelo ingresar en la Ventanilla Municipal #41 (10 de Agosto y Pichincha) la carpeta con la siguiente documentación

**Documentación General exigida a TODOS los locales**

- Certificado de Uso de Suelo (Incluidos aquellos locales ubicados en Centros Comerciales)
- Tasa de trámite de Tasa de Habilitación (valor \$2, comprar en las ventanillas municipales ubicadas en 10 de Agosto y Pichincha)
- Formulario de Tasa de habilitación (se lo recibe al comprar la Tasa de Trámite de Tasa de Habilitación)
- Copia de Patente Municipal del año en curso
- Copia de última actualización del RUC
- Copia del Nombramiento, Cédula y Certificado de Votación del representante legal (si el solicitante es una persona jurídica)
- Copia de Cédula y Certificado de Votación del dueño del negocio (si el solicitante es una persona natural)
- Tasa por Servicio Contra Incendios (Certificado del Cuerpo de Bomberos) del año en curso

- Carta de Concesión o Contratos de Arrendamientos extendidos de manera legal y con copia de cédula del arrendador (adicionalmente los documentos deben ser notariados)
- Copia del pago de los Impuestos Prediales vigentes (de Enero a Junio el del año anterior, de Julio a Diciembre se recibe el del año en curso)
- Certificado de Desechos Sólidos (se obtiene en la Dirección de Aseo Cantonal, en el 3er piso del lado de 10 de Agosto)
- Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio deberá presentar
- su copia de cédula y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio notariada
- **Importante:** Todos los Documentos deben ser vigentes, y deben contener siempre la dirección
- exacta del local y el nombre del solicitante ya sea persona natural o jurídica.

### **Permiso Benemérito Cuerpo de Bomberos (Guayaquil)**

- Copia del RUC (Registro Único de Contribuyente) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
- Original y Copia de la factura de compra o recarga del extintor, la capacidad del extintor va en relación con la actividad y área del establecimiento.
- Copia de la Calificación Artesanal en caso de ser artesano. (Dependiendo de la actividad si lo requiere)

- Autorización por escrito del contribuyente o de la compañía indicando la persona que va a realizar el trámite y copia de las cédulas de identidad de la persona que lo autoriza y del autorizado.
- Si el trámite lo realiza personalmente, adjuntar copia de la cédula de identidad.

### **c) Obtención del Registro Sanitario**

#### **PARA INSCRIPCION DE PRODUCTOS NACIONALES CARPETA No. 1**

- SOLICITUD dirigida al Director General de Salud, individual para cada producto sujeto a Registro Sanitario.
- PERMISO DE FUNCIONAMIENTO: Actualizado y otorgado por la Autoridad de Salud (Dirección Provincial de Salud de la jurisdicción en la que se encuentra ubicada la fábrica); (Original a ser devuelto y una copia).
- CERTIFICACION OTORGADA POR LA AUTORIDAD DE SALUD COMPETENTE de que el establecimiento reúne las disponibilidades técnicas para fabricar el producto. (Original a ser devuelto y una copia); (Corresponde al acta que levanta la Autoridad de Salud una vez que realiza la inspección del establecimiento).
- INFORMACION TECNICA RELACIONADA CON EL PROCESO DE ELABORACION Y DESCRIPCION DEL EQUIPO UTILIZADO.
- FORMULA CUALI-CUANTITATIVA: Incluyendo aditivos, en orden decreciente de las proporciones usadas (en porcentaje referido a 100 g. Ó 100 ml.). Original.
- CERTIFICADO DE ANALISIS DE CONTROL DE CALIDAD DEL PRODUCTO: Con firma del Técnico Responsable. Original. (Obtenido en cualquier Laboratorio de Control de Alimentos, incluidos los Laboratorios de Control de Calidad del Instituto de Higiene "Leopoldo Izquieta Pérez").
- ESPECIFICACIONES QUIMICAS DEL MATERIAL UTILIZADO EN LA MANUFACTURA DEL ENVASE. (Otorgado por el

fabricante o proveedor de los envases). Con firma del Técnico Responsable.

- Original.
- PROYECTO DE ROTULO A UTILIZAR POR CUADRUPLICADO: Dos Originales.
- INTERPRETACION DEL CODIGO DE LOTE: Con firma del Técnico Responsable.
- LOTE: Una cantidad determinada de un alimento producida en condiciones esencialmente iguales.
- CODIGO DE LOTE: Modo Simbólico (letras o números, letras y números) acordado por el fabricante para identificar un lote, puede relacionarse con la fecha de elaboración.
- PAGO DE LA TASA POR EL ANALISIS DE CONTROL DE CALIDAD, PREVIO A LA EMISION DEL REGISTRO SANITARIO: Cheque certificado a nombre del Instituto de Higiene y Malaria Tropical "Leopoldo Izquieta Pérez" por el valor fijado en el respectivo Reglamento.
- DOCUMENTOS QUE PRUEBEN LA CONSTITUCION, EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL DE LA ENTIDAD SOLICITANTE, cuando de trate de persona jurídica. Original.
- TRES (3) MUESTRAS DEL PRODUCTO ENVASADO EN SU PRESENTACION FINAL Y PERTENECIENTES AL MISMO, LOTE. (Para presentaciones grandes, como por ejemplo: sacos de harina, de azúcar, jamones, etc., se aceptan muestras de 500 gramos cada una, pero en envase de la misma naturaleza).

#### **INSTRUCTIVO GENERAL**

- Los datos de la solicitud deben concordar con los de los rótulos o etiquetas y con los documentos adjuntos.
- El rótulo o etiqueta de los productos que solicitan inscripción puede o no estar impresa (pero deben presentar facsímil).
- El rótulo o etiqueta llevará los siguientes datos, (Norma Técnica INEN 1334):
  - a. Nombre del producto
  - b. Marca Comercial
  - c. Identificación del lote

- d. Razón Social de la Empresa
- e. Contenido Neto en unidades del Sistema Internacional
- f. Indicar si se trata de un alimento artificial
- g. Número de Registro Sanitario
- h. Fecha de elaboración
- i. Tiempo máximo de consumo
- j. Lista de Ingredientes
- k. Forma de conservación
- l. Precio de venta al público, P.V.P.
- m. Ciudad y país de origen

La documentación y muestras debens presentadas en el Instituto Nacional De Higiene "Leopoldo Izquieta Perez".  
 Instituto De Higiene-Quito: Iquique 2045 y Yaguachi.- Teléfonos: (593-2) 568041-565858 Fax: (593-2) 552715  
 Instituto De Higiene-Guayaquil: Julián Coronel 905 y Esmeraldas.- Teléfono: (593-4) 281540 Fax: (593-4) 293189

### **CARPETAS No. 2 y No. 3**

Tanto para productos nacionales como para productos de fabricación Extranjera:

Ingresar, cada una, con una copia de los siguientes documentos:

- ✓ Solicitud
- ✓ Fórmula cuali-cuantitativa
- ✓ Permiso de Funcionamiento
- ✓ Certificación otorgada por la Autoridad de Salud competente
- ✓ Interpretación del código de lote
- ✓ Certificado de análisis de control de calidad del lote del producto en trámite
- ✓ Información técnica relacionada con el proceso de elaboración y descripción del equipo utilizado
- ✓ Proyecto de rótulo o etiqueta

**PARA PRODUCTOS EXTRANJEROS:** A más de los documentos señalados anteriormente, copias de:

- ✓ Certificado de Registro Sanitario o su equivalente
- ✓ Certificado de libre venta
- ✓ Certificado de análisis de control de calidad
- ✓ Autorización legal del fabricante extranjero al Representante Nacional.

**MODELO DE SOLICITUD PARA PRODUCTOS NACIONALES:**

(Original y una copia), individual para cada producto sujeto a Registro Sanitario y deberá contener la siguiente información:

Señor:  
DIRECTOR GENERAL DE SALUD  
Presente.

De conformidad con el artículo 100 del Código de la Salud, solicito a usted la inscripción (o reinscripción) del siguiente producto:

**NOMBRE COMPLETO DEL PRODUCTO:**

Específico: ò ò ò ò ò .

Comercial: ò ò ò ò ò .

LOTE: ò ò ò ò ò ò ò ò ò FECHA DE ELABORACION:  
ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò .

TIEMPO MAXIMO DE CONSUMO: ò ò ò .. FECHA DE VENCIMIENTO: ò .. ò ...

FORMULA CUALI-CUANTITATIVA: Ingredientes en orden decreciente de propiedades usadas, incluyendo aditivos (En caso de productos nacionales debe declarar el número de Registro Sanitario), expresados en unidades del Sistema Internacional, relacionado a 100 g. ó 100 ml.

CONDICIONES DE CONSERVACION:

ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ...

**FORMAS DE PRESENTACION:**

ENVASE: ò ò ò ò ò ò ò ò ò ... MATERIAL DEL ENVASE:  
ò ò ò ò ò ò ò ò ò

(Interno, inmediato y/o externo)

CONTENIDO (En unidades del Sistema Internacional, de acuerdo a la Ley de Pesas y Medidas).

FABRICANTE:

Nombre (Persona natural o jurídica):

ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ...

Ciudad: ò ò ò .Calle: ò ò ò No.: ò ò ò ò Tel./Fax: ò ò  
ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò .

SOLICITANTE DEL REGISTRO SANITARIO (Puede ser el mismo fabricante):

Nombre (Persona natural o jurídica):

ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò ..

Dirección.- Calle: ò ò ò ò ò ò ò ò .No.: ò ò ò ò ò ..Tel./Fax: ò ò ò ò ò ò ò ò ...

a. GERENTE GENERAL O TECNICO:

(f) REPRESENTANTE

REPRESENTANTE LEGAL  
FARMACEUTICO,

QUIMICO

BIOQUIMICO  
FARMACEUTICO O  
INGENIERO EN ALIMENTOS  
CON No. REGISTRO EN EL  
M.S.P.

(f) ABOGADO  
No. Matrícula

## **REQUISITOS Y TRÁMITES PARA OBTENER EL REGISTRO SANITARIO**

### **TITULO 11 DE LAS REFORMAS AL CODIGO DE SALUD**

**Art. 99.- Sustitúyase el Título IV del libro II del Código de Salud  
por el siguiente:**

#### **TÍTULO IV DEL REGISTTRO SANITARIO**

Art. 100.- Los alimentos procesados o aditivos, medicamentos en general, productos naturales procesados, drogas, insumos o dispositivos médicos, productos médicos naturales y homeopáticos unisistas, cosméticos, productos higiénicos o perfumes, y plaguicidas de uso doméstico, industrial o agrícola, fabricados en el Ecuador o en el exterior, deberán contar con Registro Sanitario para su producción, almacenamiento, transportación, comercialización y consumo. El cumplimiento de esa norma será sancionado de conformidad con la ley, sin perjuicio de la responsabilidad del culpable de resarcir plenamente cualquier daño que se produjere a terceros con motivo de tal cumplimiento.

Art. 101.- El registro sanitario para alimentos procesados o aditivos, productos naturales procesados, cosméticos, productos higiénicos o perfumes, y plaguicidas de uso doméstico, industrial o agrícola, o para las empresas que los

produzcan, será otorgado por el Ministerio de Salud Pública, a través de las Subsecretarías y las Direcciones Provinciales que determine el reglamento correspondiente y a través del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Leopoldo Izquieta Pérez.

Registro sanitario

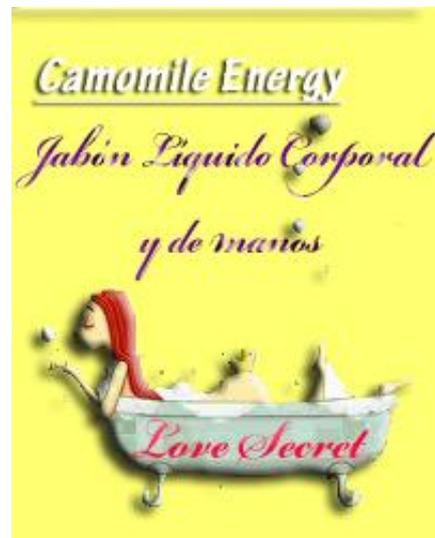
Productos alimenticios industrializados, aditivos, medicamentos o materia prima para elaborarlos, productos farmacéuticos, productos de tocador, plaguicidas. Se solicita registro para exportación, adjuntando documentos y muestras al Instituto de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez.

**Certificado de libre venta en el país**

Aplicable a medicinas, alimentos, productos de higiene o cosméticos, plaguicidas, material médico quirúrgico.

Trámite en el Ministerio de Salud Pública

### 10.3 Modelo de etiquetas de los productos



## Apple Chick

*Jabón Líquido Corporal  
y de manos*



## Strawberry Chick

*Jabón Piquito Corporal  
y de manos*



Axios  
REFRESH BUCAL

Enjuague  
bucal



Elimina el mal aliento.

Axios  
CLEAR HANDS  
Gel  
Antibacterial

Elimina virus y bacterias.

## **CÁPITULO X**

### **BIBLIOGRAFÍA**

- ✓ <http://www.ecuavisa.com/noticias-nacionales/40386.html>  
Domingo 11 de Septiembre de 2011 10:55
- ✓ <http://www.bce.fin.ec>
- ✓ <http://www.inh.gob.ec/>
- ✓ Google MAPS <http://maps.google.com>
- ✓ Kotler P. Dirección de marketing. Editorial. Prentice Hall, 7a edición. 1992.
- ✓ Lambin, J.J. Marketing Estratégico. Mc Graw Hill. París 1985.
- ✓ M. Santesmases Mestre. Márketing Conceptos y estrategias. 3ª edición. Pirámide. 1996
- ✓ Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y a evaluación de proyectos y programas Edgar Ortegón, Juan Francisco Pacheco, Adriana Prieto, Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES) Área de proyectos y programación de inversiones. Santiago de Chile, julio del 2005 Manual de monitoreo y evaluación de las ONGs de Forum Solint. Marzo de 2004.