



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE LECHE DESMAQUILLANTE BASADA EN
PRODUCTOS NATURALES EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI.**

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de Ingeniera en
Administración de Empresas y Negocios.

Autor(a): Maldonado Reinoso María José

Tutor: Ing. Ríos Mariño Marcelo Javier Msc.

QUITO – ECUADOR

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo María José Maldonado Reinoso, declaro ser autor del trabajo de Titulación con el nombre “PLAN DE NEGOCIO PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LECHE DESMAQUILLANTE BASADA EN PRODUCTOS NATURALES EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI”, como requisito para optar al grado de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios de RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con los cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en el cantón Rumiñahui, a los veintisiete días del mes de septiembre, firmo conforme:

Autor: María José Maldonado Reinoso

Firma: 

Número de Cédula: 17154642094

Dirección: Pichincha, Rumiñahui, San Rafael, Capelo

Correo electrónico: mary_maldonado81@hotmail.com

Teléfono: 0984 663 440

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LECHE DESMAQUILLANTE BASADA EN PRODUCTOS NATURALES EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI” presentado por María José Maldonado Reinoso, para optar por el Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Quito, 08 de octubre de 2020

Ing. Marcelo Javier Ríos Mariño Msc.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo a la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 08 de octubre de 2020



María José Maldonado Reinoso

1715642094

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LECHE DESMAQUILLANTE BASADA EN PRODUCTOS NATURALES EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI”, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 10 de octubre de 2020

.....
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....
VOCAL

.....
VOCAL

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mis hijos Mateo y Jennifer, quienes son el motor de mi vida, a mis padres quienes me han inculcado valores de responsabilidad y dedicación, me han dado ejemplo de preparación profesional y han guiado mi camino.

La Autora.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por poner las personas adecuadas, que me dieron la oportunidad de seguir estudiando, a mi madre por acompañarme en cada noche de desvelo y darme fuerzas para concluir, a mi hermana Paula, por su apoyo incondicional, a mis profesores por su tiempo y dedicación, en especial al Ing. Marcelo Ríos por brindarme su guía para cumplir esta meta.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

TEMA: “PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LECHE DESMAQUILLANTE BASADA EN PRODUCTOS NATURALES EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI, AÑO 2020”.

Autor: Maldonado Reinoso María José

Tutor: Ing. Ríos Mariño Marcelo Javier

RESUMEN EJECUTIVO

Los cambios permanentes en el ambiente, como la contaminación, los rayos del sol y el paso de los años, han generado en las personas una preocupación mayor al momento de cuidar su piel, en el caso específico de las mujeres que ocupan maquillaje, han visto la necesidad de ocupar un producto que limpie su rostro completamente y también que les proporcione cuidado, es por esto que, este proyecto de negocio, propone la creación de un producto que limpia, desmaquilla y cuida la piel a la vez, empleando como ingrediente base el pepinillo; que ha sido conocido desde la antigüedad y utilizado para la limpieza del cutis, ya que ofrece hidratación, vitaminas y es muy útil en el tratamiento contra el envejecimiento de la piel. Se realiza el estudio de mercado en la parroquia San Rafael, que pertenece al cantón Rumiñahui, con posibles clientes que usan maquillaje ocasionalmente o lo usan a diario, en edades que oscilan entre los 18 y 55 años, la encuesta realizada, muestra resultados de alta aceptación de la Leche desmaquillante de Love Your Skin, por lo que se busca darnos a conocer con un producto efectivo, con entregas a tiempo y aplicando controles de calidad que garantizan los resultados del producto. El precio con el que se lanza al mercado este producto es muy competitivo, ya que en el mercado se encuentran productos similares, con un precio, entre \$15 y \$25 dólares, en farmacias, supermercados o catálogos de belleza, el canal de distribución para este producto de Love Your Skin, es directo, con contactos personalizados en empresas que funcionan en el cantón y con contactos de Facebook y Whatsapp. Se realiza la estructura funcional de la empresa, el análisis FODA, se determina la capacidad de producción y se termina el estudio con el Análisis Financiero de la empresa, con sus respectivos indicadores.

Palabras clave: desmaquillante, limpieza, pepinillo

**TECHNOLOGICAL UNIVERSITY INDOAMERICA FACULTY OF
ADMINISTRATIVE AND ECONOMIC SCIENCES CAREER BUSINESS
AND BUSINESS ADMINISTRATION**

TOPIC: “BUSINESS PLAN FOR THE PRODUCTION AND MARKETING OF MAKE-UP REMOVER MILK BASED ON NATURAL PRODUCTS IN THE CANTON RUMIÑAHUI, YEAR 2020”

Author: Maldonado Reinoso María José

Tutor: Ing. Ríos Mariño Marcelo Javier

ABSTRACT

Permanent changes in the environment, such as pollution, the sun's rays and the passage of time, have generated in people a greater concern when caring for their skin, in the specific case of women who use makeup, they have seen the need to use a product that cleanses your face completely and also provides care, that is why this business project proposes the creation of a product that cleanses, removes make-up and cares for the skin at the same time, using as the base ingredient pickle; It has been known since ancient times and used to cleanse the skin, as it offers hydration, vitamins and is very useful in the treatment against aging of the skin. The market study is carried out in the San Rafael parish, which belongs to the Rumiñahui canton, with possible clients who wear makeup occasionally or use it daily, in ages ranging between 18 and 55 years old, the survey carried out shows high results. acceptance of Love Your Skin's make-up remover milk, which is why it seeks to make us known with an effective product, with deliveries on time and applying quality controls that guarantee the results of the product. The price with which this product is launched on the market is very competitive, since in the market there are similar products, with a price between \$ 15 and \$ 25 dollars, in pharmacies, supermarkets or beauty catalogs, the distribution channel for this Product of Love Your Skin, it is direct, with personalized contacts in companies that operate in the canton and with Facebook and WhatsApp contacts. The functional structure of the company is carried out, the SWOT analysis is carried out, the production capacity is determined and the study is completed with the Financial Analysis of the company, with its respective indicators.

Keywords: cleaning, make-up remover, pickle

ÍNDICE

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iv
APROBACIÓN TRIBUNAL	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN	1
Objetivo General	3
Objetivos Específicos	3
1. ÁREA DE MARKETING	4
1.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	4
1.2 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	4
1.2.1 Especificación del Producto o Servicio.....	4
1.2.2. Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.....	5
1.3 DEFINICIÓN DEL MERCADO	6
1.3.1 Qué mercado se va a tocar en general.....	6
1.3.1.1 Categorización de Sujetos	6
1.3.1.2 Estudio de Segmentación	7
1.3.1.3 Plan de muestreo	8
1.3.1.4 Instrumentos para recopilar información.....	9
1.3.1.5 Análisis e Interpretación de datos	12
Pregunta N°1.....	12
Pregunta N°2.....	13
Pregunta N°3: <i>¿ Utiliza una marca específica?</i>	14
Pregunta N°4.....	15
Pregunta N°5.....	16
Pregunta N°6.....	17
Pregunta N°7.....	18
Pregunta N°9.....	20
Pregunta N°10.....	21
Pregunta N°11.....	22

Pregunta N°12.....	23
Pregunta N°13.....	24
1.3.2 Demanda Potencial	25
1.4 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICROAMBIENTE	27
1.4.1 Análisis del Microambiente	27
1.4.2 Análisis del macroambiente	28
1.4.3 Proyección de la Oferta.....	31
1.5 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	32
1.6 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD QUE SE REALIZARÁ. (CANALES DE COMUNICACIÓN).....	32
1.7 SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN A UTILIZAR (CANALES DE DISTRIBUCIÓN)	36
1.8 SEGUIMIENTO DE CLIENTES	36
1.9 ESPECIFICAR MERCADOS ALTERNATIVOS	38
2. ÁREA DE PRODUCCIÓN OPERACIONES	39
OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE PRODUCCIÓN.....	39
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	39
Descripción del proceso de transformación del bien o servicio	39
2.2.1.1 Mapa de Procesos	39
2.2.1.2 Descripción de los procesos operativos.....	40
2.2.2 Descripción de instalación, equipos y personas.....	44
2.2.2.1 Instalaciones	44
2.2.2.2 Equipos.....	46
2.2.2.3 Personal.....	47
2.2.3 Tecnología a aplicar.....	48
2.3 FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES	48
2.3.1 Ritmo de producción.....	48
2.3.2 Nivel de inventario promedio.....	49
2.3.3 Número de trabajadores	50
2.4 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	51
2.4.1 Capacidad de Producción Futura	51
2.5 DEFINICIÓN DE RECURSOS PARA LA PRODUCCIÓN	52
2.5.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que puede presentar ...	52
2.6 CALIDAD	53
2.6.1 Métodos de control de calidad.....	53
2.7 NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN	57

2.7.1 Seguridad e Higiene ocupacional	57
3. ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	58
3.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	58
3.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	58
3.2.1 Visión de la Empresa	58
3.2.2 Misión de la Empresa	58
3.2.2 Análisis FODA	59
3.2.3 Valores	61
3.3 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA.....	61
3.3.1 Organización Interna.....	61
3.3.2 Descripción de puestos.....	63
3.4 CONTROL DE GESTIÓN	67
3.5 NECESIDADES DE PERSONAL.....	69
4. ÁREA JURÍDICO LEGAL	70
4.1 OBJETIVOS DEL ÁREA JURÍDICO Y LEGAL.....	70
4.2 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA.....	70
4.3 PATENTES Y MARCAS	71
4.4 LICENCIAS NECESARIAS Y DOCUMENTOS LEGALES.....	72
4.4.1 LUF GAD Rumiñahui	72
4.4.2 Registro Sanitario.....	73
4.4.3 Buenas Prácticas de Manufactura	73
4.4.4 Permiso del Cuerpo de Bomberos.....	74
5. ÁREA FINANCIERA.....	75
5.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO FINANCIERO.....	75
5.2 PLAN DE INVERSIONES.....	75
5.3 PLAN DE FINANCIAMIENTO.....	78
5.4 CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS	79
5.5 MANO DE OBRA	84
5.6 DEPRECIACIÓN.....	86
5.7 CÁLCULO DE INGRESOS.....	87
5.8 FLUJO DE CAJA.....	88
5.9 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	89
5.10 ESTADOS DE RESULTADOS.....	91
5.11 EVALUACIÓN FINANCIERA.....	92

Conclusiones.....	95
Recomendaciones.....	96
ANEXOS	99

INTRODUCCIÓN

El Proyecto que se presenta a continuación, busca conocer la factibilidad de poner en marcha un negocio de producción de leche desmaquillante, formulada con base de pepinillo y otros ingredientes que aportan al cuidado de la piel, sirvan como producto cosmético natural de limpieza y no tengan un precio elevado, en un inicio se enfoca en el sector del Valle de los Chillos, parroquia San Rafael, cantón Rumiñahui, con proyección a cubrir otras zonas de la ciudad de Quito.

Actualmente el mercado cosmético del cuidado de la piel ha tenido un crecimiento considerable, ya que las personas cuidan mucho de su aspecto, no solamente por vanidad sino también por salud. Los ingredientes que se emplean para la elaboración de este producto no son abrasivos para la piel, se usa el pepinillo como ingrediente natural de limpieza e hidratación, lo cual, de acuerdo con estudios científicos tiene propiedades astringentes. Cumpliendo el proceso de producción de este producto, se termina con el envasado y etiquetado, en donde con colores sencillos, una descripción breve del producto y el uso de un código QR, se brinda información completa al consumidor.

Este estudio está distribuido en cinco capítulos con contenidos de relevancia para conocer la factibilidad de este.

Capítulo I: Se realiza un estudio de mercado a una muestra de 369 personas, mediante una encuesta de 13 preguntas, orientadas a las 4P's precio, producto, plaza, promoción; se determina aceptación de un 98%, se realizan los cálculos de oferta y demanda.

Capítulo II: Se determina la capacidad de producción de la empresa, los equipos que se utilizarán, se presenta el Mapa de Procesos y las herramientas de control de calidad que se aplicará.

Capítulo III: Se muestra la estructura de la empresa mediante organigrama y la descripción de los cargos.

Capítulo IV: Se establece el tipo de organización para Love Your Skin, con sus respectivos requisitos para constitución y permisos de funcionamiento.

Capítulo V: Se realiza el análisis financiero, mediante cálculo de costos, gastos, ingresos y una proyección a 5 años; con esto se obtiene el VAN, TIR, TMAR, Costo Beneficio, con lo cual se puede conocer la viabilidad del negocio.

Objetivo General

Conocer la factibilidad de la producción y comercialización de leche desmaquillante, elaborada a base de productos naturales en el Cantón Rumiñahui, mediante el estudio de los capítulos: Marketing, Producción, Organización, Legal y Financiero.

Objetivos Específicos

- Conocer la aceptación del producto, mediante un estudio de mercado realizado en la parroquia de San Rafael, para saber que parte de la Demanda Insatisfecha se puede cubrir.
- Determinar los procesos de producción de la empresa, con tiempos óptimos y uso de la materia prima adecuada, mediante análisis y herramientas de control de calidad, para aprovechar los recursos de manera eficiente.
- Establecer la estructura organizacional y funcional, mediante organigramas y descripción de funciones, de la empresa Love Your Skin.
- Establecer los requisitos necesarios, mediante la aplicación de la normativa vigente para que la empresa se ponga en funcionamiento.
- Obtener un estudio financiero de la organización, mediante el análisis de indicadores financieros, para evaluar el plan de negocio.

CAPÍTULO I

1. ÁREA DE MARKETING

1.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Conocer la aceptación, mediante un estudio de mercado realizado en la parroquia de San Rafael, para saber que parte de la Demanda Insatisfecha se puede cubrir.

1.2 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

1.2.1 Especificación del Producto o Servicio

El producto que la empresa Love your Skin, elabora es leche desmaquillante a base de productos naturales, que proporciona una limpieza efectiva, brindado suavidad a la piel a la vez que otorga humectación y protección. En el mercado no existen productos desmaquillantes elaborados con ingredientes naturales como pepinillo, manzanilla, los existentes en el mercado contienen productos químicos, que pueden alterar el ph. Mientras que la leche desmaquillante de Love your Skin, tiene un proceso de control de calidad, con regulación de ph.

La presentación de la leche desmaquillante es en crema ligera, compuesta de extracto de pepinillo, vaselina pura, lanolina, agua destilada y excipientes. El envasado es en frascos de cristal o plástico de 200ml.

El fruto del pepinillo, por su alto contenido de agua, tiene propiedades astringentes e hidratantes, está muy recomendada su aplicación para limpiar y tonificar. Tiene propiedades que ayudan a disminuir los dolores musculares.

Dentro de las propiedades emolientes de la piel, hay que mencionar propiedades cosméticas que este fruto puede aportar a la piel, mejorando su aspecto, rejuveneciéndola. Se considera que este fruto tiene propiedades astringentes y refrescantes, es además removedor de grasas, por lo que se recomienda mascarillas contra el acné, además posee una gran capacidad para suavizar el cutis y disminuir las manchas o pecas. (Flores, 2016)

Tabla N°1: Características del producto

Producto	Características	Beneficios
Leche desmaquillante a base de productos naturales.	Presentación en crema	Propiedades astringentes.
	Ligera	Remueve la grasa.
	Aroma suave	Hidrata la piel.
		Retira el maquillaje.
		Cuida la piel.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

1.2.2. Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona

Este producto se caracteriza por brindar beneficios de ser un desmaquillante con un precio más bajo que el común en el mercado, y brinda a la piel humectación a base de productos naturales sin afectar el ph natural de la piel. Además, en su envase lleva un código QR, con indicaciones y tips de belleza, para las usuarias. Su precio es más accesible, que los productos desmaquillantes industrializados que se encuentran en el mercado.

1.3 DEFINICIÓN DEL MERCADO

Como se ha definido al mercado, es el lugar en donde se reúnen los oferentes y demandantes para intercambiar bienes y servicios, utilizando el dinero y acordando un determinado precio, para efectos de este estudio es importante, dar a conocer un concepto de mercado del productor o industrial, el cual está formado por individuos y organizaciones que adquieren productos, materia prima y servicios para la producción de otros bienes y servicios; dichas adquisiciones están orientadas hacia un fin posterior. En el mercado industrial se razona más la compra, utilizando métodos muy sofisticados (requerimientos a través de computadoras) o sencillos (a través de cotizaciones de pocos proveedores), pero siempre se hacen evaluaciones de quiénes están ofreciendo mejores precios, mejor tiempo de entrega, más crédito, etc. (Fisher, 2017)

1.3.1 Qué mercado se va a tocar en general

El mercado al cual está dirigido el producto es, a mujeres, señoras o señoritas, entre 18 a 55 años, que por lo general salen a diario a estudiar, trabajar en oficinas, atención al público, ocupan maquillaje de manera diaria u ocasional. Las cuales apreciarían un producto que retire el maquillaje, de manera fácil y a la vez le brinde beneficios a su piel, a un precio adecuado a su economía.

1.3.1.1 Categorización de Sujetos

A continuación, la tabla muestra la categorización de sujetos:

Tabla N°2: Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Mujeres (Entre 18-55 años)
¿Quién usa?	Mujeres (a partir de los 18 años)
¿Quién decide?	Mujeres
¿Quién influye?	Referidos, experiencia, utilidad, precio.

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

1.3.1.2 Estudio de Segmentación

El desarrollo del proyecto se realizará en Ecuador en la región Sierra, provincia de Pichincha, Cantón Rumiñahui, en donde el INEC, de acuerdo a las proyecciones para el año 2020 determina que existen 58.870 mujeres, lo cual representa el 51% de la población total del cantón. (INEC, 2020)

El estudio de mercado está enfocado en la Parroquia de San Rafael, en donde se contabilizan 9.952 habitantes, realizando un cálculo proporcional, se obtiene que 5.075 son mujeres.

En la siguiente tabla se muestra la dimensión conductual:

Tabla N°3: Dimensión conductual

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
TIPO DE NECESIDAD:	ESTIMA
TIPO DE COMPRA:	COMPARACIÓN
RELACION CON LA MARCA:	SI
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO:	POSITIVA

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

A continuación, la tabla muestra la dimensión geográfica:

Tabla N°4: Dimensión geográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	N° HABITANTES
PAÍS	Ecuador	17'510.643
REGIÓN	Sierra	7'847.136
PROVINCIA	Pichincha	3'228.233
CANTÓN	Rumiñahui	115.433
PARROQUIA	San Rafael	9.952
MUJERES	San Rafael	5.075

Fuente: (INEC, 2020)

Elaborado por: La Autora

1.3.1.3 Plan de muestreo

Para el cálculo de la muestra se tomó como referencia el tamaño de la población de mujeres de la parroquia San Rafael que es de 5.075 que es una población finita, por consiguiente, la fórmula (Hernandez & Bautista, 2006) que se aplicará es igual a:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Z = nivel de confianza	95% = 1,96
p = probabilidad a favor	0,5
q = probabilidad en contra	0,5
n = número de elementos	?
e = error de estimación	0,05

N= Universo

5.075

$$n = \frac{(1,96)^2(5.075)(0,5)(0,5)}{(0,05)^2 (5.075-1)+(1,96)(0,5)(0,5)} = 369$$

Luego de haber aplicado la fórmula de la muestra de población finita el resultado que se obtuvo fue de 369 mujeres, a quienes se les va a realizar la encuesta. Ver Anexo.

1.3.1.4 Instrumentos para recopilar información

Se detalla métodos de recopilación necesarios, para aplicar en cada capítulo, teniendo en cuenta los objetivos específicos.

Métodos de recolección de marketing

Objetivo Específico: Conocer la aceptación, mediante un estudio de mercado realizado en la parroquia de San Rafael, para saber que parte de la Demanda Insatisfecha se puede cubrir.

Tabla N°5: Métodos de recolección de marketing

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Determinar tamaño del mercado	Secundaria	INEC	Servicios agrupados
Determinar demandas insatisfechas	Secundaria	INEC	Servicios agrupados
Conocer la competencia	Secundaria	WEB	Datos de organizaciones con productos similares
Gustos y preferencias de los consumidores	Primaria	Mujeres	Encuestas

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Métodos de recolección operativo

Objetivo Específico: Determinar la producción de la empresa, y un control efectivo de calidad, mediante herramientas de control, para aprovechar los recursos de manera eficiente.

Tabla N°6: Métodos de recolección operativo

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Tipos de instrumentos	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
Capacidad productiva	Secundaria	WEB	Servicios agrupados
Calidad de insumos	Secundaria	Proveedores	Servicios agrupados
Herramientas de control de calidad	Secundaria	Libros	Servicios agrupados

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Métodos de recolección administrativo

Objetivo Específico: Establecer la estructura organizacional y funcional, mediante organigrama y descripción de funciones, de la empresa Love Your Skin.

Tabla N°7: Métodos de recolección administrativo

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Determinar objetivos estratégicos	Secundaria	Biblioteca virtual	Servicios agrupados
Elaboración de organigramas	Secundaria	Biblioteca virtual	Servicios agrupados
Descripción de puestos	Secundaria	Biblioteca virtual	Servicios agrupados
Indicadores de gestión	Secundaria	Biblioteca virtual	Servicios agrupados

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Métodos de recolección legal

Objetivo Específico: Establecer las normativas legales requeridas, para que la empresa se ponga en funcionamiento.

Tabla N°8: Métodos de recolección legal

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Requisitos para el RUC	Secundaria	SRI	Servicios agrupados
Temas tributarios	Secundaria	SRI	Servicios agrupados
Constitución de la Empresa	Secundaria	Superintendencia de Cías.	Servicios agrupados
Permisos, Bomberos	Secundaria	GAD de Rumiñahui	Servicios agrupados

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Métodos de recolección financiero

Objetivo específico: Obtener un estudio financiero de la organización, mediante el estudio de indicadores financieros, para evaluar el plan de negocio.

Tabla N°9: Métodos de recolección financiero

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Proyecciones	Secundaria	Biblioteca virtual	Servicios agrupados
Indicadores Financieros	Secundaria	Biblioteca virtual	Servicios agrupados
Bases de Contabilidad	Secundaria	Biblioteca virtual	Servicios agrupados

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

1.3.1.4.1 Diseño y recolección de la información

Para esta investigación se realizó 369 encuestas en la provincia de Pichincha, cantón Rumiñahui, parroquia San Rafael, a mujeres que comprendan edad de entre 18 a 55 años, con actividad económica o educativa, a continuación, se realiza la tabulación de cada pregunta.

1.3.1.5 Análisis e Interpretación de datos

Se procede a realizar análisis e interpretación de la encuesta planteada:

Pregunta N°1: ¿Con qué frecuencia ocupa maquillaje?

TABLA N.- 10: Uso de maquillaje

OPCIONES	# de Respuestas	%
Diario	200	54,20%
Una a dos veces por semana	79	21,41%
Solo fines de semana	17	4,61%
En ocasiones especiales	63	17,07%
Nunca	10	2,71%
TOTAL	369	100,00%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

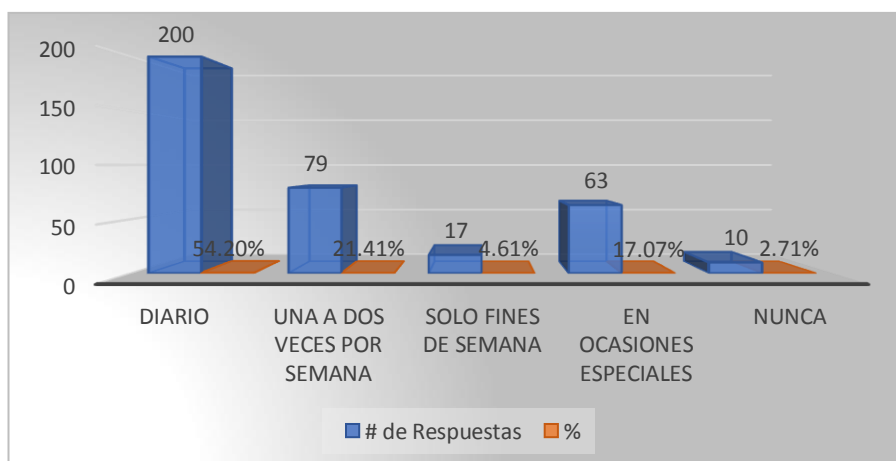


GRÁFICO N.- 1 Uso de maquillaje

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Análisis

El 54,20% utiliza algún tipo de maquillaje a diario, seguido por un 21.41% que lo hace una o dos veces por semana; en ocasiones especiales respondió un 17,07% ; sólo fines de semana el 4,6% y por último nunca utiliza maquillaje un 2.71%.

Interpretación

Se determina que la mayoría de las encuestadas ocupa maquillaje a diario, lo cual es factible, ya que ese uso deriva el uso de un producto desmaquillante, de igual manera las usuarias con menos periodicidad usarían el producto, aunque en menos cantidad.

Pregunta N°2: ¿Qué producto usa para desmaquillarse?

TABLA N°11: Producto para desmaquillarse

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Crema	28	7,59%
Paños	142	38,48%
P. Desm.	170	46,07%
Vaselina	14	3,79%
Otros	15	4,07%
TOTAL	369	100,00%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

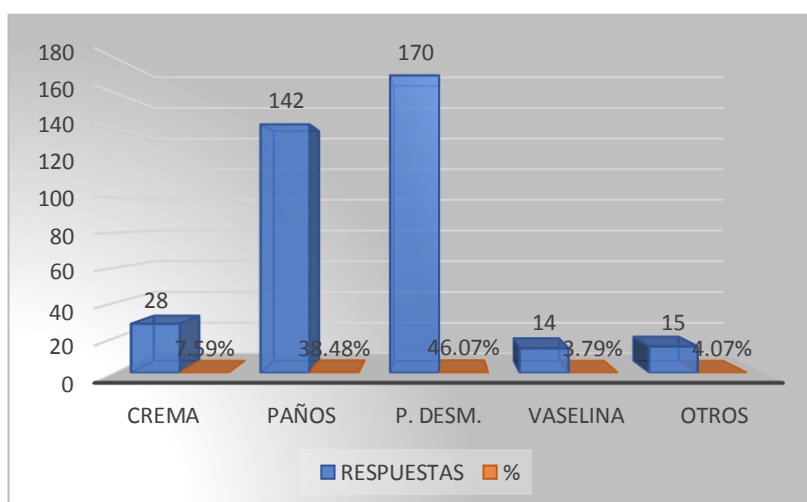


GRÁFICO N.- 2 Producto para desmaquillarse

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Análisis

El 46.07% utiliza un producto desmaquillante; el 38,48% utiliza paños húmedos; en tercer lugar, está la crema con un 7,59%, otros productos un 4,07% y ocupa vaselina un 3,79%.

Interpretación

Se observa que la mayoría de encuestadas si ocupa productos desmaquillantes, lo cual indica que la leche desmaquillante puede tener aceptación.

Pregunta N°3: ¿Utiliza una marca específica?

TABLA N°12: Marca específica utilizada

OPCIONES	RESPUESTAS	%
SI	164	44,44%
NO	205	55,56%
TOTAL	369	100,00%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

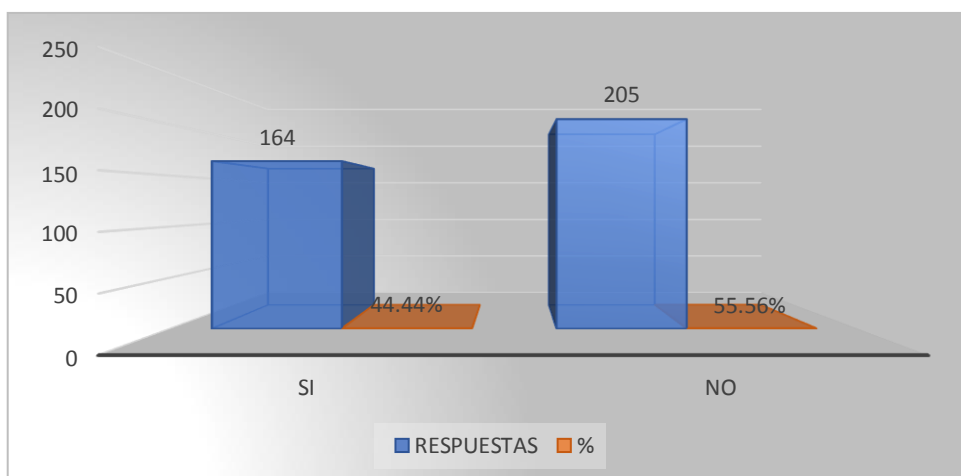


GRÁFICO N.- 3 Uso de marca específica

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Análisis

El 44,44% si utiliza una marca específica, mientras que el 55,56% no tiene una marca específica al adquirir su producto desmaquillante.

Interpretación

Se puede llegar a las encuestadas que no usan una marca específica, como compradoras futuras, y diseñar una estrategia para aquellas que usan una marca específica.

Pregunta N°4: ¿De qué tamaño preferiría su producto desmaquillante?

Tabla N°13: Tamaño del envase

OPCIONES	RESPUESTAS	%
180 ml	88	23,85%
200 ml	202	54,74%
300 ml	79	21,41%
TOTAL	369	100,00%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora



GRÁFICO N.- 4 Tamaño del envase

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Análisis

El 23,85% prefiere un envase de 180ml, el 54,74% respondió su preferencia por un envase de 200ml y un 21,41% prefiere un envase de 300ml.

Interpretación

La presentación que se debe lanzar al mercado es de 200ml, la misma que es la de preferencia en el mercado.

Pregunta N°5: ¿Qué precio pagó la última vez que adquirió un producto desmaquillante?

Tabla N°14: Precio que paga por el producto

OPCIONES	RESPUESTAS	%
\$3 a \$5	88	23,85%
\$6 a \$9	107	29,00%
\$10 a \$15	174	47,15%
\$más	0	0,00%
TOTAL	369	100,00%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

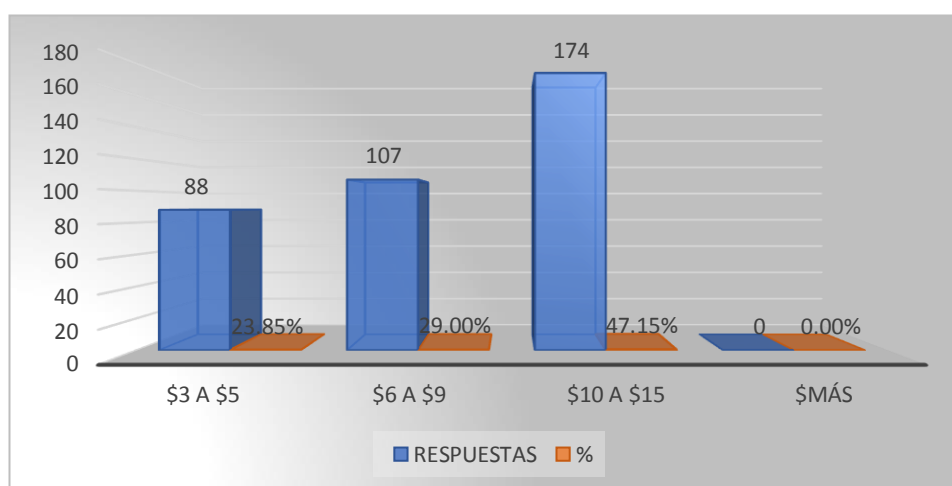


GRÁFICO N.- 5 Precio que paga por el producto

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Análisis

El 47,15% de las encuestadas ha pagado de \$10 a \$15 por su producto desmaquillante, mientras que un 29% ha pagado entre \$6 a \$9, un 23,35% ha pagado de \$3 a \$5 y nadie pagó más de los valores mencionados.

Interpretación

De esta pregunta, se puede observar que la mayoría de las posibles compradoras están dispuestas a pagar entre \$10 a \$15, de esto se puede tener noción para el precio de venta aceptado.

Pregunta N°6: ¿Qué característica valora más en su producto desmaquillante?

Tabla N°15: Características preferidas al comprar

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Textura	32	8,67%
Aroma	34	9,21%
Efectividad	280	75,88%
Precio	23	6,23%
TOTAL	369	100,00%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

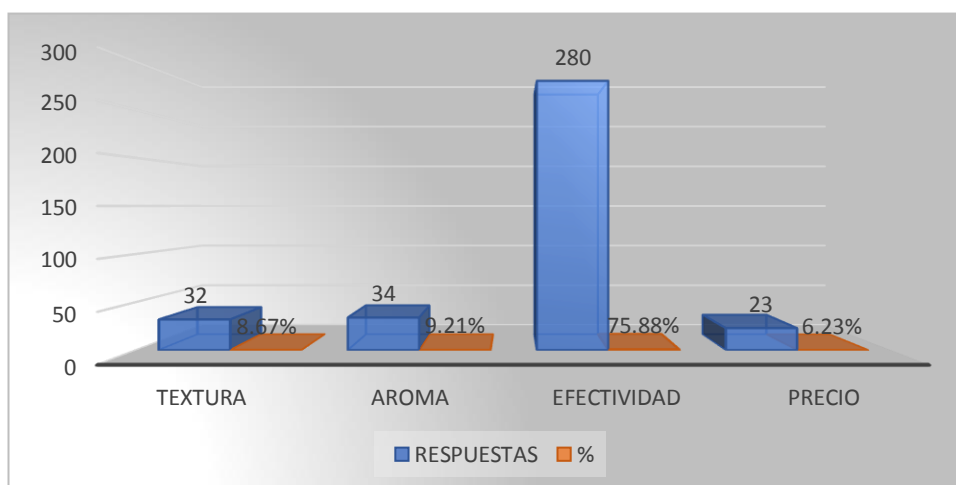


GRÁFICO N.- 6 Característica preferidas al comprar

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Análisis

El 75,88% se inclina por la efectividad del producto, seguido por un 9,21% que prefiere decidir por el aroma; un 8,67% se guía por la textura y un 6,23% decide de acuerdo con el precio.

Interpretación

Se entiende que para los consumidores es de mucha importancia la efectividad, por ende, es factible que se hagan pruebas como control de calidad, enfocadas en la efectividad de actuar de la leche desmaquillante.

Pregunta N°7: ¿Cuántas veces al mes usted adquiere un producto desmaquillante?

Tabla N°16: Periodicidad de compra

OPCIONES	RESPUESTAS	%
1 vez	154	41,73%
2 veces	138	37,40%
3 veces	46	12,47%
4 veces	31	8,40%
TOTAL	369	100,00%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

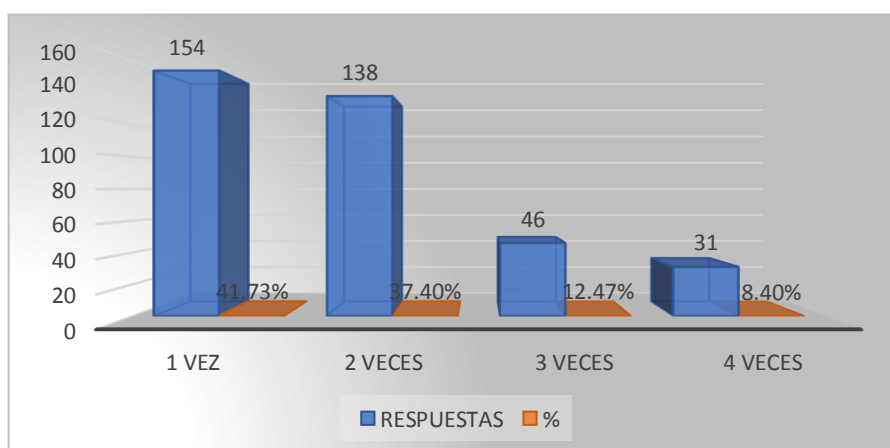


GRÁFICO N.- 7 Periodicidad de compra

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Pregunta N°8: ¿En dónde adquiere su producto desmaquillante?

Tabla N°17: Lugar de adquisición

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Supermercado	112	30,35%
Catálogos de producto	70	18,97%
Internet	47	12,74%
Farmacia	140	37,94%
TOTAL	369	100,00%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

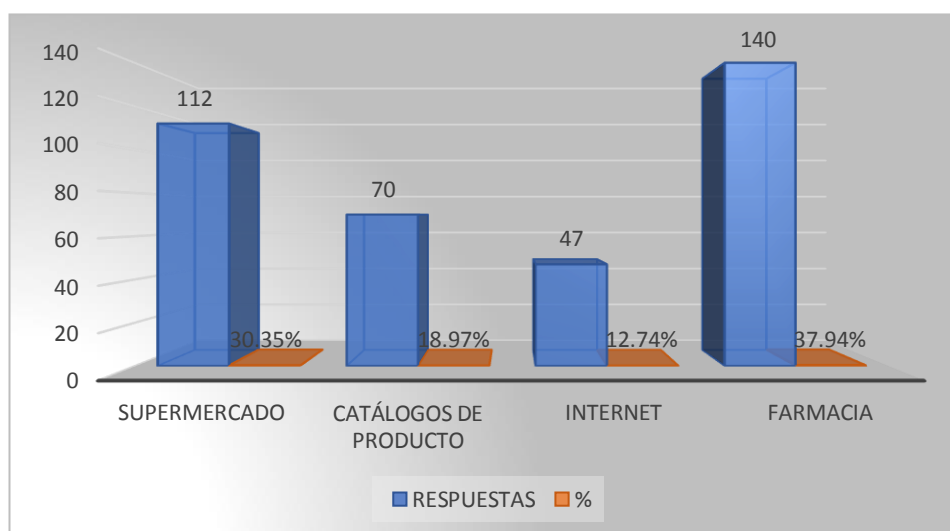


GRÁFICO N.- 8 Lugar de adquisición

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Análisis

El 37,94% adquiere el producto en farmacias, el 30,35% lo hace en el Supermercado, seguido por un 18,97% que compra mediante catálogo y un 12,74% que compra por Internet.

Interpretación

Se debería lograr una estrategia para distribuir en farmacias y supermercados, que es donde las usuarias adquieren el producto en su mayoría.

Pregunta N°9: ¿Le gustaría usar un producto desmaquillante elaborado a base de productos naturales y con beneficios para la piel?

Tabla N°18: Aceptación de un producto natural

OPCIONES	RESPUESTAS	%
SI	365	98,92%
NO	4	1,08%
TOTAL	369	100,00%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

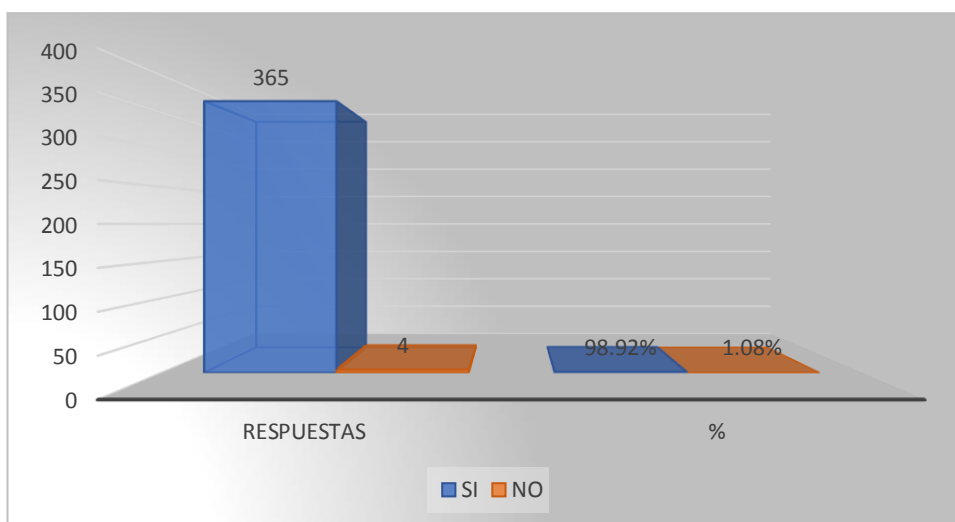


GRÁFICO N.- 9 Aceptación de un producto natural

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Análisis

Un 98,92% de las encuestadas menciona que, si está dispuesta a probar una leche desmaquillante basada en productos naturales, mientras que el 1,08% dijo que no.

Interpretación

Esta pregunta nos indica que el mercado muestra una gran aceptación por los productos naturales, específicamente por la leche desmaquillante. Y otros nuevos productos naturales que pretendamos ofertar.

Pregunta N°10: ¿Seleccione el ingrediente natural que usted preferiría en un producto para la piel?

Tabla N°19: Ingrediente preferido

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Pepinillo	240	65,04%
Coco	55	14,91%
Manzanilla	74	20,05%
TOTAL	369	100,00%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

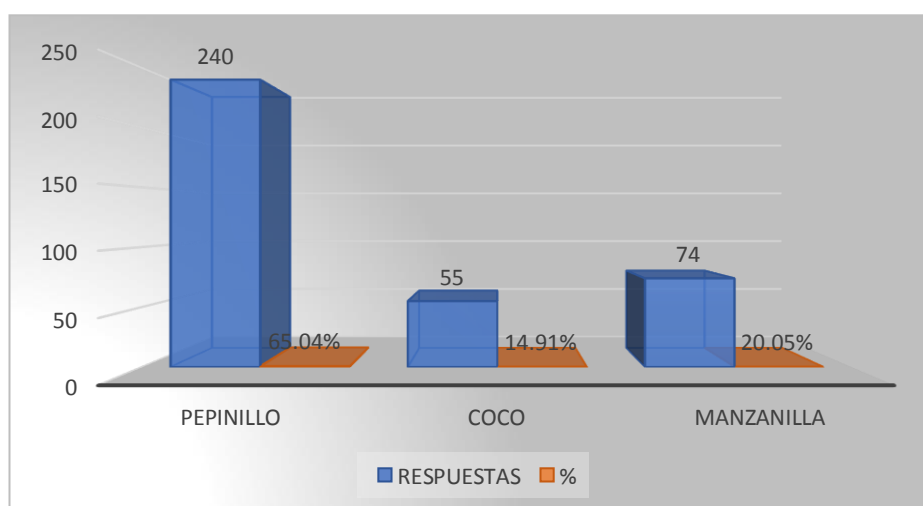


GRÁFICO N.- 10 Ingrediente preferido

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Análisis

De las mujeres encuestadas, un 65,04% respondió que prefiere el pepinillo, luego un 20,05% dijo que sería la manzanilla y un 14,91% se inclinó por el coco.

Interpretación

De acuerdo con las respuestas efectuadas, se indica que el producto natural a ser utilizado en la leche desmaquillante es el pepinillo.

Pregunta N°11: *¿Se siente satisfecha con el producto que encuentra actualmente en el mercado?*

Tabla N°20: Aceptación del producto en mercado actual

OPCIONES	RESPUESTAS	%
SI	176	47,70%
NO	193	52,30%
TOTAL	369	100,00%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

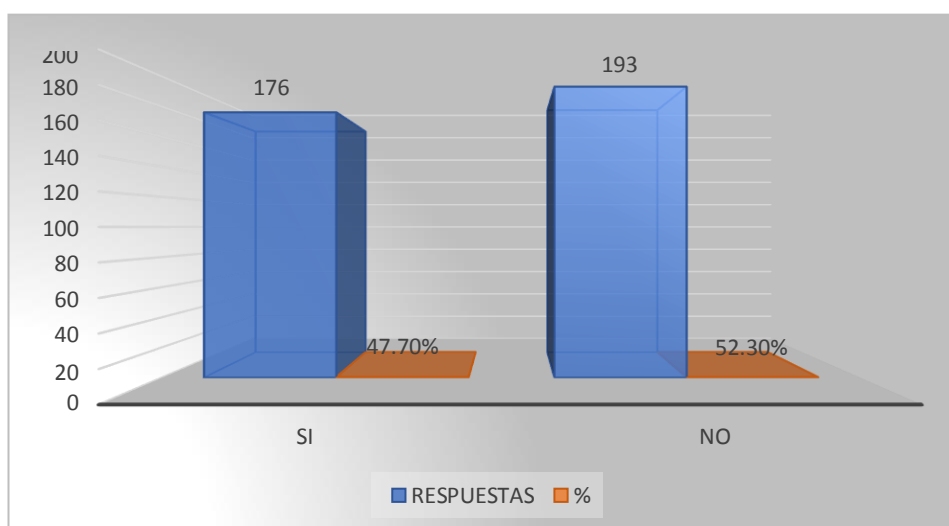


GRÁFICO N.- 11 Satisfacción producto actual

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Análisis

El 52,30% no se siente satisfecho con el producto actual en el mercado y un 47,70% si está satisfecho.

Interpretación

Se desea satisfacer las expectativas de las posibles compradoras que no están satisfechas y lo ideal es superar las expectativas del otro grupo que, si se siente satisfecho, para que prefieran la nueva leche desmaquillante.

Pregunta N°12: ¿Cuál de los siguientes nuevos productos estaría dispuesto a utilizar?

Tabla N°21: Otra opción de producto

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Crema cicatrizante	95	25,75%
Crema relajante	184	49,86%
Crema de manos	90	24,39%
TOTAL	369	100,00%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

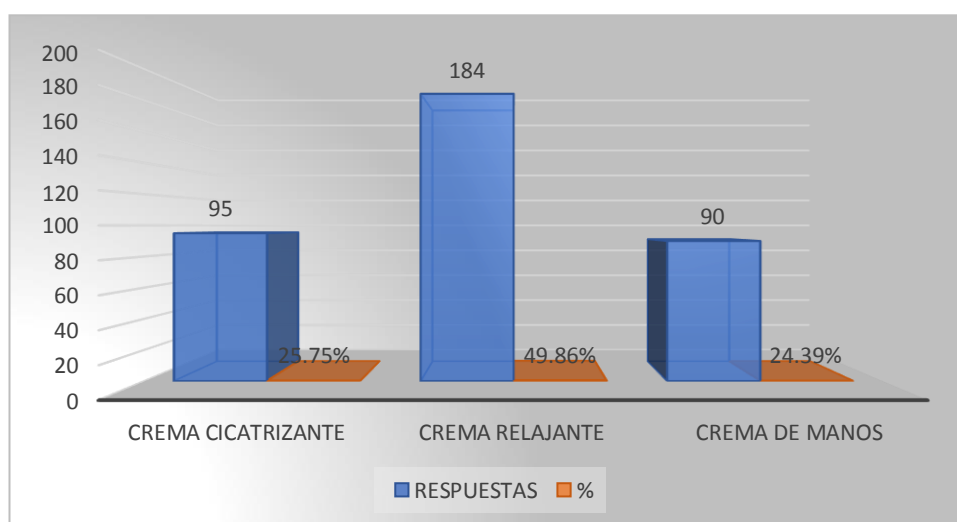


GRÁFICO N.- 12 Otra opción de producto

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Análisis

Un 49,86% respondió que le gustaría utilizar crema relajante; un 25,75% dijo que usaría una crema cicatrizante y en tercer lugar la crema de manos respondió un 25,75%

Interpretación

Es factible conocer las preferencias del mercado, para tener la noción de elaborar un producto nuevo. Y así planear de mejor forma la producción.

Pregunta N°13: *¿Por qué medio desearía recibir información de este y otros productos de cuidado de la piel?*

Tabla N°22: Medio de publicidad

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Correo electrónico	43	11,65%
Redes sociales	162	43,90%
Referidos	129	34,96%
Radio	35	9,49%
TOTAL	369	100,00%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

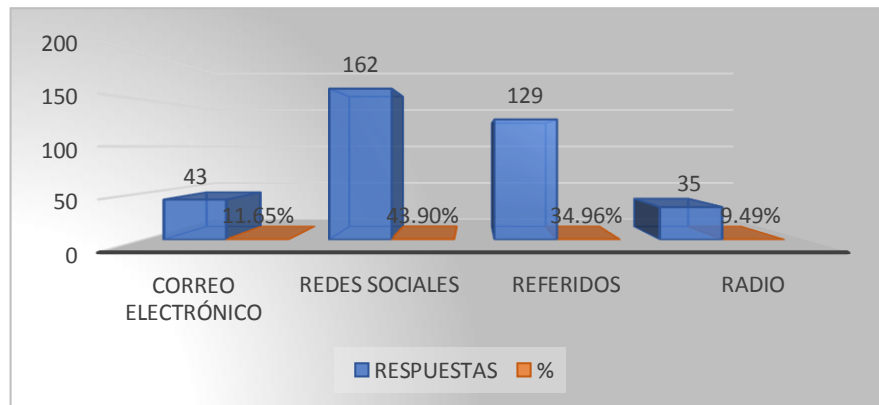


GRÁFICO N.- 13 Medio de publicidad

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Análisis

El 43,90% de las mujeres encuestadas prefiere recibir información a través de redes sociales, el 34,96% le gusta recibir referencias de otros usuarios; el 11,65% seleccionó su preferencia por medio de correo electrónico y un 9,49% se inclina por la radio.

Interpretación

Para dar a conocer el producto es factible usar canales digitales como Whatsapp, Facebook, Instagram, ya que son redes sociales de acogida para las posibles usuarias.

1.3.2 Demanda Potencial

Para el cálculo de demanda potencial, se aplicará la fórmula

$$Demanda\ potencial = n * p * q$$

Para lo cual se tomará en cuentas las siguientes preguntas de la encuesta

Pregunta N°9: ¿Le gustaría usar un producto desmaquillante elaborado a base de productos naturales y con beneficios para la piel?

En donde se obtuvo que el 98,92% si le gustaría probar el producto.

Población: 5075

$$5075 * 98.92\% = 5020$$

Pregunta N°5: ¿Qué precio pagó la última vez que adquirió un producto desmaquillante?

En donde las respuestas fueron 47,15% de las encuestadas ha pagado de \$10 a \$15 por su producto desmaquillante, mientras que un 29% ha pagado entre \$6 a \$9, un 23,35% ha pagado de \$3 a \$5 y nadie pagó más de los valores mencionados.

Tabla N°23: Promedio de precio

<u>Precio</u>	<u>%</u>	<u>Promedio</u>
\$3 - \$5	23,85	4
\$6 - \$9	29,00	7,5
<u>\$10 - \$15</u>	<u>47,15</u>	<u>12,5</u>

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

En la Tabla 23, se calcula el promedio de precios de la pregunta N°5, y la que mayor respuesta obtuvo es el promedio de precio \$12,50 con el 47,15%

Pregunta N°7: ¿Cuántas veces al mes usted adquiere un producto desmaquillante?

En donde la mayoría de las respuestas fue 1 vez por mes con el 41,53%

Tabla N°24: Cálculo de la demanda en dólares

Variable	Símbolo	Valor
Aceptación 98,92% (5075x98,92%)	n	5020,00
Precio promedio más aceptado	p	12,50
Frecuencia de compra 1 vez por mes x 12	q	12,00
	Demanda	753000,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

En la Tabla 24 se procede a multiplicar la cantidad de mujeres que aceptarían el nuevo producto, por el precio promedio más aceptado y la periodicidad de consumo en un año, obteniendo una demanda de \$753.000,00

Tabla N°25: Proyección de la demanda

Año	Demanda potencial	Crecimiento poblacional	Proyección Demanda
2020	753000	1,95%	753000,00
2021			767683,50
2022			782653,33
2023			797915,07
2024			813474,41
2025			829337,16

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Para proyectar la demanda en los siguientes 5 años, se usa como índice de referencia la tasa de crecimiento poblacional del 1.95% (INEC, 2020)

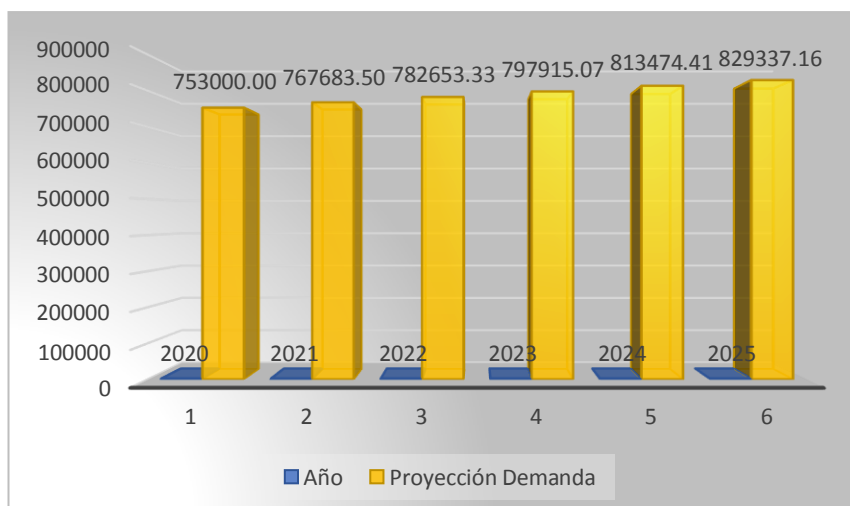


GRÁFICO N.- 14 Proyección de la demanda
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

1.4 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICROAMBIENTE

1.4.1 Análisis del Microambiente

Se realiza un análisis de la industria de acuerdo a las 5 Fuerzas de Porter: “A pesar que son muchos los factores que pueden incidir en la rentabilidad de una industria a corto plazo-entre ellos el clima y el ciclo empresarial-la estructura de la industria manifestada en las fuerzas competitivas, marca su rentabilidad a medio y a largo plazo” (Porter, 2017, pág. 9)

- **Ingreso de nuevos competidores**

Para la producción de leche desmaquillante natural se requiere la asesoría de un biotecnólogo o una cosmetóloga natural, esta podría ser una barrera para el ingreso de nuevos competidores, al no contar con recursos suficientes.

- **Poder de negociación de los proveedores**

El proveedor principal es Botica Alemana, en la cual se obtienen las esencias y materia prima, el poder de negociación es bajo, al no existir otro proveedor que realice esta actividad con productos naturales.

También nos proveemos de pepinillos de un huerto familiar ubicado en la misma parroquia donde se produce la leche desmaquillante.

- **Negociación con clientes**

Existe un alto poder de negociación con los clientes, ya que, al ofrecer un producto natural, con control de ph y con un precio más económico que el común en el mercado, comparado con la competencia que usa componentes artificiales y a un costo más elevado, se tiene un margen de factibilidad.

- **Productos sustitutos**

De acuerdo con la observación de campo realizada, existen en el mercado algunas marcas de productos desmaquillantes como Nivea, Eucerín, Neutrógena, Yanbal, entre otras, que a pesar de no ser naturales al 100% tienen un posicionamiento importante en el mercado.

- **Rivalidad entre competidores**

En el mercado encontramos algunas variedades de productos desmaquillantes, pero todos contienen químicos y colorantes artificiales, por tanto, no se tiene una competencia directa con un desmaquillante natural.

1.4.2 Análisis del macroambiente

El Análisis Pest es un análisis de los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos en el entorno externo de la organización, los cuales pueden afectar las actividades y el desempeño. Este análisis es una herramienta simple y eficaz que se utiliza para evaluar la situación actual de la empresa y de esta manera identificar las principales fuerzas externas (a nivel macro) que puedan afectar al negocio. (Riquelme, 2014)

Se realiza el análisis PEST, de modo que los factores externos que influyen en la organización puedan ser analizados y se pueda determinar acciones para cada panorama.

Tabla N°26: Análisis PEST

Político	Económico
Expedición de normativa técnica sanitaria para productos cosméticos.	Reducción de sueldos y pérdida de empleo en algunos casos
Tiempo de aplicación: Vigente hasta nueva disposición	Tiempo: de 6 meses a 1 año
Social	Tecnológico
Llegada de la pandemia Covid19	Uso de herramientas de Internet para llegar a más clientes
Tendencia de uso de los consumidores por productos naturales	
Tiempo indefinido	Tiempo indefinido

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Tabla N°27: Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)

FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERADO
OPORTUNIDADES			
Crecimiento del mercado de cosméticos	0,11	2	0,22
Interés en el cuidado diario de la piel	0,15	4	0,60
Preferencia por productos naturales	0,13	3	0,39
Financiamiento para PYMES en Banco Privados	0,10	2	0,20
			1,41
AMENAZAS			
Crecimiento de competencia en farmacias y supermercados	0,17	4	0,68
Productos importados de similares características.	0,14	3	0,42
Crisis económica	0,10	2	0,20

Emergencia sanitaria a causa de COVID19	0,10	2	0,20
			1,50
TOTAL	1,00		2,91

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La autora

Se analiza el resultado obtenido en la matriz EFE, en donde el resultado ponderado de las oportunidades es 1,41 y el resultado ponderado de las amenazas es 1,50; obteniendo una suma de 2,91 lo cual arroja un resultado positivo.

Tabla N°28: Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)

FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERADO
FORTALEZAS			
Producto elaborado con ingredientes naturales	0,20	3	0,60
Materia prima fácil de conseguir	0,15	3	0,45
Instalaciones propias	0,10	3	0,30
Posibilidad de elaborar varios productos	0,05	2	0,10
			1,45
DEBILIDADES			
El producto no está posicionado	0,17	4	0,68
Escasa trayectoria de la empresa	0,15	2	0,30
No contar con página web	0,08	2	0,16
Inversión limitada	0,10	2	0,20
			1,34
TOTAL	1,00		2,79

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La autora

En este análisis EFI, se observa que la fortaleza con mayor peso es la elaboración del producto, la cual contiene ingredientes naturales, seguido por la materia prima fácil de conseguir, instalaciones propias; para superar las debilidades se requiere ganar experiencia y se podría invertir posteriormente en una página web.

Tabla N°29: Matriz de perfil competitivo (MPC)

FACTORES CLAVE	POND.	YANBAL		NIVEA		LOVE YOUR SKIN	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Calidad del producto	0,30	4	1,2	4	1,2	4	1,2
Estructura de bajo costo	0,09	3	0,27	3	0,27	4	0,36
Experiencia en el mercado	0,30	4	1,2	4	1,2	2	0,6
Canales de distribución	0,40	3	1,2	2	0,8	3	1,2
TOTAL	1,09		3,87		3,47		3,36

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

En la matriz MPC se analiza que marcas como Yanbal, Nivea tienen un puntaje mayor, debido a su trayectoria en el mercado y la calidad que ofrecen, sin embargo, la estructura a bajo costo no es una de sus fortalezas, como Love Your Skin, que a bajo costo puede obtener una excelente calidad en el producto Leche desmaquillante, hasta obtener experiencia en el mercado y lograr posicionamiento.

1.4.3 Proyección de la Oferta

Para conocer la oferta en el mercado de cosméticos, se consultó las cifras proporcionadas por Procosméticos en donde se indica que las ventas anuales específicamente de productos desmaquillantes en el año 2018 es de \$33.013,28 (Procosméticos, 2018), con este valor se realiza la proyección desde al año 2020 al 2025, teniendo en cuenta un crecimiento del sector de un 18% anual. (A. El Telégrafo, 2019)

Tabla N°30: Proyección de la oferta

AÑO	OFERTA EN DÓLARES
2018	33013,28
2019	38955,67
2020	45967,69
2021	54241,88
2022	64005,41
2023	75526,39
2024	89121,14
2025	105162,94

Fuente: Ventas 2018: (Procosméticos, 2018)

Crecimiento del Sector: (A. El Telégrafo, 2019)

Elaborado por: La autora

1.5 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Tabla N°31: Demanda Potencial Insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DPI Año	DPI día
2020	753000,00	45967,69	707032,31	1937,07
2021	767683,50	54241,88	713441,62	1954,63
2022	782653,33	64005,41	718647,92	1968,90
2023	797915,07	75526,39	722388,68	1979,15
2024	813474,41	89121,14	724353,27	1984,53
2025	829337,16	105162,94	724174,22	1984,04

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

1.6 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD QUE SE REALIZARÁ. (CANALES DE COMUNICACIÓN)

Los canales de distribución constituyen el o los intermediarios encargados de llevar el producto final hacia el consumidor, las decisiones que se tome sobre estos canales se derivan en los beneficios de lugar y tiempo que se entrega al cliente. (Fisher, 2017)

Se analiza los tipos de publicidad BTL y ATL, para seleccionar la opción óptima.

Tabla N°32: Cuadro comparativo publicidad BTL y ATL

	BTL	ATL
DEFINICIÓN	Acciones de tipo publicitario dirigidas a un segmento de público	Acciones de tipo publicitario dirigidas a público masivo
SIGNIFICADO	Bellow the line (Por debajo de la línea)	Above the line (Por encima de la línea)
ALCANCE	Público segmentado	Público masivo
EJEMPLOS	*Activaciones en puntos de venta. *Acciones de e mail marketing segmentado	*Comerciales de televisión. *Espacios publicitarios en lugares públicos
VENTAJAS	*Segmentación *Control de la estrategia *Personalización de la estrategia	*Mayor alcance *Mejor recordación *Mejor apreciación del producto

Fuente: (Diferenciador, 2020)

Elaborado por: La autora

Se concluye que la publicidad adecuada es BTL, debido a que conlleva menores costos para su aplicación.

Existen varias características que influyen en el diseño de los canales de distribución, en el caso de la leche desmaquillante de Love Your Skin, se debe tener en cuenta que las clientes por lo general estudian o trabajan, el producto es fácil de trasladar, no existirían intermediarios para su entrega, y se cuenta con movilización propia de la empresa para hacer llegar al cliente. En lo referente a la publicidad, esta se realizará mediante página de Facebook, mensajes de WhatsApp, canal de Instagram, correos electrónicos, ya que se cuenta con la aceptación de las clientes para usar este tipo de redes sociales.

A continuación, se presenta el Plan de Medios para la promoción del producto.



Gráfico N°15: Plan de medios
 Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: La autora

Tabla N°33: Plan de medios

Plan de Medios "Love Your Skin Ec."			
1. OBJETIVO:	Introducir un nuevo producto desmaquillante y que éste sea reconocido por su efectividad y pureza.		
2. TARGET:	Mujeres que habitan en el cantón Rumiñahui, de edades entre 18 a 55 años.		
3. ESTRATEGIAS	DE PRECIO	DE ENTREGA	DE DIFERENCIACIÓN
	Precio menor al de la competencia.	Entrega directa sin intermediarios.	Presentación de código QR en los envases.
4. MEDIOS:	Redes Sociales		
5. CANALES:	Facebook, Instagram, Whatsapp, E-mail		
6. FORMATO:	Slogan sencillo, imagen fresca del producto.		
7. PRESUPUESTO:	\$300 anuales		
8. TIEMPO:	Permanente todo el año.		
9. ANÁLISIS:	Ver los resultados en 6 meses		

Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: La autora

Al tratarse de una marca de desmaquillante nueva, se requiere ingresar al mercado con una imagen que llame la atención y esté relacionada con el ingrediente natural principal, que es el pepinillo.

Según Laura Fisher (Fisher, 2017) Las técnicas de promoción y publicidad condicionan imágenes que se proyectan en la mente del consumidor; para que éste seleccione y destaque determinados productos o servicios y, a la vez, garantice su posicionamiento en el mercado.

Es por esto por lo que para el envase, etiqueta, colores y slogan del producto leche desmaquillante, se han seleccionado como color principal el color verde menta, el color verde representa a la naturaleza, crecimiento, fertilidad, el aire libre. (Significados, 2020)



Gráfico N° 16: Envases del producto
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora



Gráfico N° 17: Logo Love Your Skin
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

1.7 SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN A UTILIZAR (CANALES DE DISTRIBUCIÓN)

Es importante seleccionar un canal que refuerce el valor recibido por los clientes, bien sea incrementando sus beneficios, disminuyendo sus costos consiguiendo ambas cosas a la vez, cada canal ofrece ventajas y desventajas en relación con el servicio que presta. (Best, 2007)

Love Your skin, ha seleccionado distribución directa para sus clientes, es decir una vez producido y etiquetado se venderá a las clientes de acuerdo con los pedidos, sin intermediarios, hasta dar a conocer su nombre en la parroquia San Rafael, cantón Rumiñahui, al ser el Valle de los Chillos un sector no muy extenso, se empezará a dialogar con los dueños de farmacias pequeñas y supermercados, para en lo posterior entregar producto para la venta en esos negocios.



Gráfico N°18: Distribución directa
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

1.8 SEGUIMIENTO DE CLIENTES

La organización funciona como resultado a responder la necesidad de los clientes, es por esto que, sin ellos no podríamos continuar, es importante para las empresas la existencia de un CRM, que no es otra cosa que un concepto estratégico, más no tecnológico, que por sus siglas en inglés significa Customer Relationship Management, en español se diría Gestión de la Relación con el cliente; esto

equiparado con aplicaciones tecnológicas y apoyado en tres pilares fundamentales: Tecnología, Procesos y Recursos Humanos. (Reinares, 2017)

Se dará seguimiento a los clientes con las siguientes herramientas:

- CRM, se inicia la administración de clientes con un Software gratuito para poder gestionar a los clientes de forma oportuna y ordenada, con la finalidad de lograr una relación interactiva, generando beneficios a largo plazo.
- E-mail, Se hará llegar a los clientes información relacionada con la limpieza y cuidado de la piel, en fechas determinadas.
- WhatsApp, envío de mensajes para dar a conocer descuentos o premios, en fechas puntuales.
- El Código QR, que es de forma cuadrada, y puede ser fácilmente identificado por su patrón de cuadros oscuros y claros, en tres de las esquinas del símbolo, su nombre va gracias a la frase Quick Response que significa, Respuesta Rápida, ya que se diseñó para ser decodificado a alta velocidad. (Huidrobo, 2009) En los productos Love Your Skin va adherido al envase, de modo que, los clientes acceden a inquietudes o quejas, datos informativos del producto, consejos de cuidado de la piel; como un valor agregado al producto.



Gráfico N° 19: Código QR
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Tabla N°34: Verificación de satisfacción producto

Información en código QR

Estimada cliente por favor seleccione entre las siguientes opciones:

1. ¿El producto cumplió sus expectativas?
2. ¿Por qué?
3. ¿Usted recomendaría el uso de Love Your Skin a alguien?
4. ¿Tiene alguna sugerencia?
5. Consejos sobre limpieza de la piel

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

1.9 ESPECIFICAR MERCADOS ALTERNATIVOS

Tomando en cuenta la opción que se dio a las posibles clientes en la encuesta y enfocados a la línea de productos para cuidado de la piel, como producto alternativo se tiene la crema relajante elaborada con manzanilla o mascarillas de pepinillo, las cuales tienen un bajo costo de producción.

Se inicia en el cantón Rumiñahui, con proyección a ventas en el cantón Quito, para llegar a más usuarias.

CAPÍTULO II

2. ÁREA DE PRODUCCIÓN OPERACIONES

2.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE PRODUCCIÓN

Determinar los procesos de producción de la empresa, con tiempos óptimos y uso de la materia prima adecuada, mediante análisis y herramientas de control de calidad, para aprovechar los recursos de manera eficiente.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

2.2.1 Descripción del proceso de transformación del bien o servicio

El producto tiene la finalidad de satisfacer las necesidades de las clientes, con una leche desmaquillante natural, brindando beneficios de limpieza profunda y cuidado de la piel. La misma que se produce con actividades básicas, como seleccionar los ingredientes con sus cantidades adecuadas, mezclar cuidadosamente, verter, envasar, etiquetar, pasos que se verán a continuación.

2.2.1.1 Mapa de Procesos

A continuación, se plantea el mapa de procesos de la empresa Love Your Skin, en la cual como Proceso estratégico está la Gerencia, como procesos operativos están Compras y Comercialización y de Soporte están procesos financiero y legal.

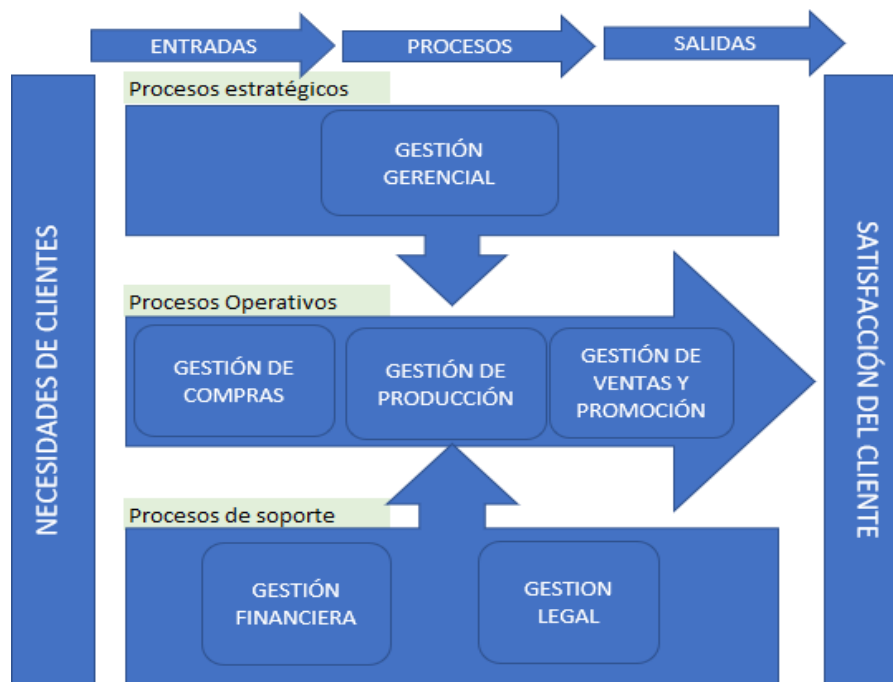


Gráfico N°20 Mapa de Procesos Love Your Skin
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

2.2.1.2 Descripción de los procesos operativos

Para analizar y diseñar un proceso, es muy útil aplicar el diagrama de flujo que es un esquema o dibujo del movimiento de materiales, productos o personas, que coordinadamente logran que se cumpla la transformación del bien o servicio. Cada paso del proceso debe agregar valor, que logre una diferenciación, sea en costos, tiempo, valor para el cliente. (Heizer & Render, 2015)

Los pasos del proceso de producción de la Leche desmaquillante de Love Your Skin, se detallan a continuación:

a) Alistar insumos

Se debe tener listas las cantidades necesarias de vaselina, lanolina, ácido esteárico, agua destilada, esencia de pepinillo y trietanol amina, en los equipos de medición.

b) Fundir

Se enciende la cocina a nivel medio, se funde a baño María la vaselina, lanolina y ácido esteárico.

c) Calentar y disolver

Aparte, se calienta el agua destilada y se disuelve la trietanol amina.

d) Verter

La solución anterior, se vierte sobre la primera fundición y se mezcla para obtener homogenización.

e) Añadir

Casi fría la mezcla, se añade la esencia de pepinillo y se remueve de forma homogénea.

f) Controlar el nivel de ph

Se hace la prueba de ph al lote elaborado, como control de calidad. Se procede a llenar la bitácora.

g) Envasar y etiquetar

Se procede a envasar herméticamente y a etiquetar, con el respectivo número de lote.

A continuación, en el gráfico N°21 se da a conocer el diagrama de flujo del proceso de producción de leche desmaquillante Love Your Skin:

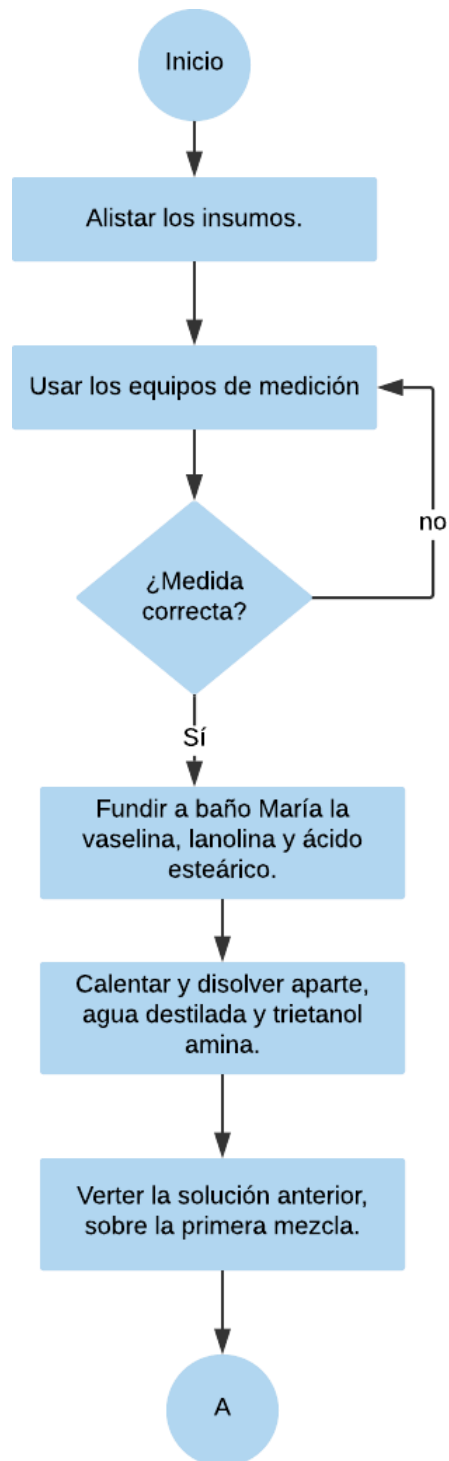


Gráfico N°21: Diagrama de flujo de producción
Fuente: (Guevara, 2015)
Elaborado por: La autora

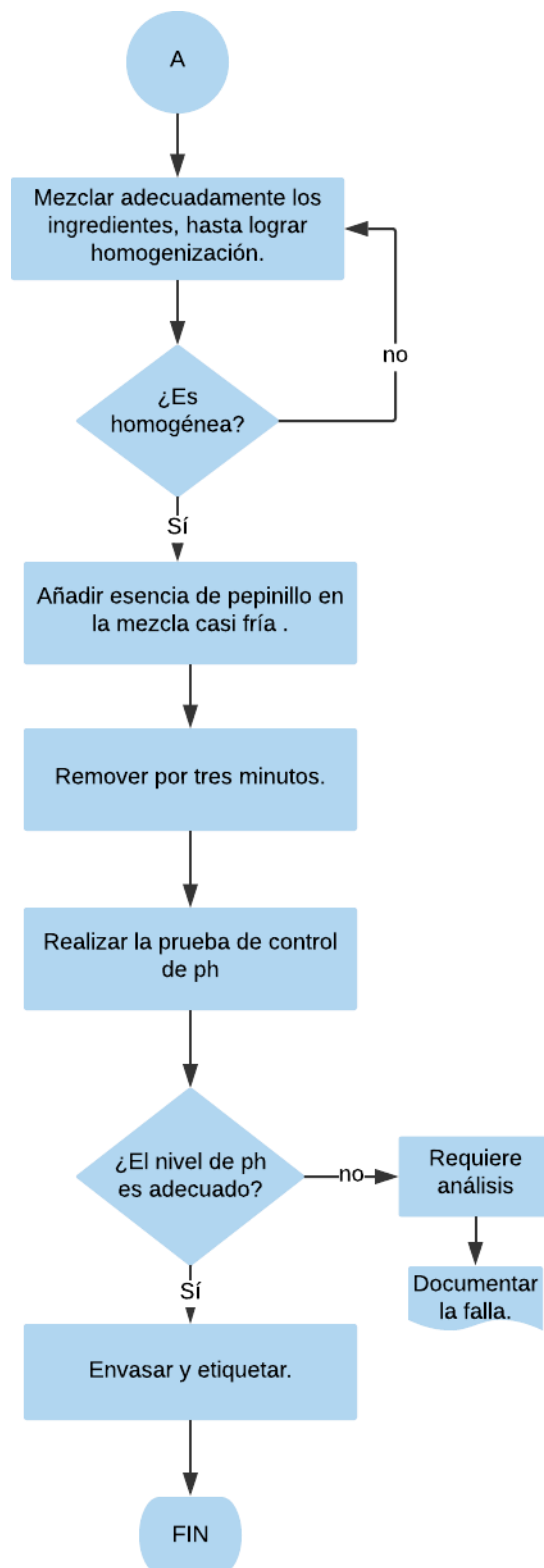


Gráfico N°21: Diagrama de flujo de producción
 Fuente: (Guevara, 2015)
 Elaborado por: La autora

2.2.2 Descripción de instalación, equipos y personas

2.2.2.1 Instalaciones

La empresa Love Your Skin, inicia sus operaciones en el cantón Rumiñahui, parroquia San Rafael, en una instalación propia de 50m², donde se distribuyen de manera ordenada las áreas de producción y envasado, bodega, vestidor, baños, oficinas administrativas y parqueadero.

Las medidas de las áreas de la empresa se muestran en la Tabla N° 35

Tabla N°35: Dimensión de las áreas

<u>ÁREA</u>	<u>m²</u>
GERENCIA	4
VENTAS	3
PRODUCCIÓN	10
ETIQUETADO	7
BODEGA	10
VESTIDORES	5
BAÑOS	5
SALA DE REUNIÓN	4
<u>PARQUEADERO</u>	<u>6</u>

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

A continuación, en el gráfico N°22 se visualiza el plano de las instalaciones.

Instalaciones Love Your Skin

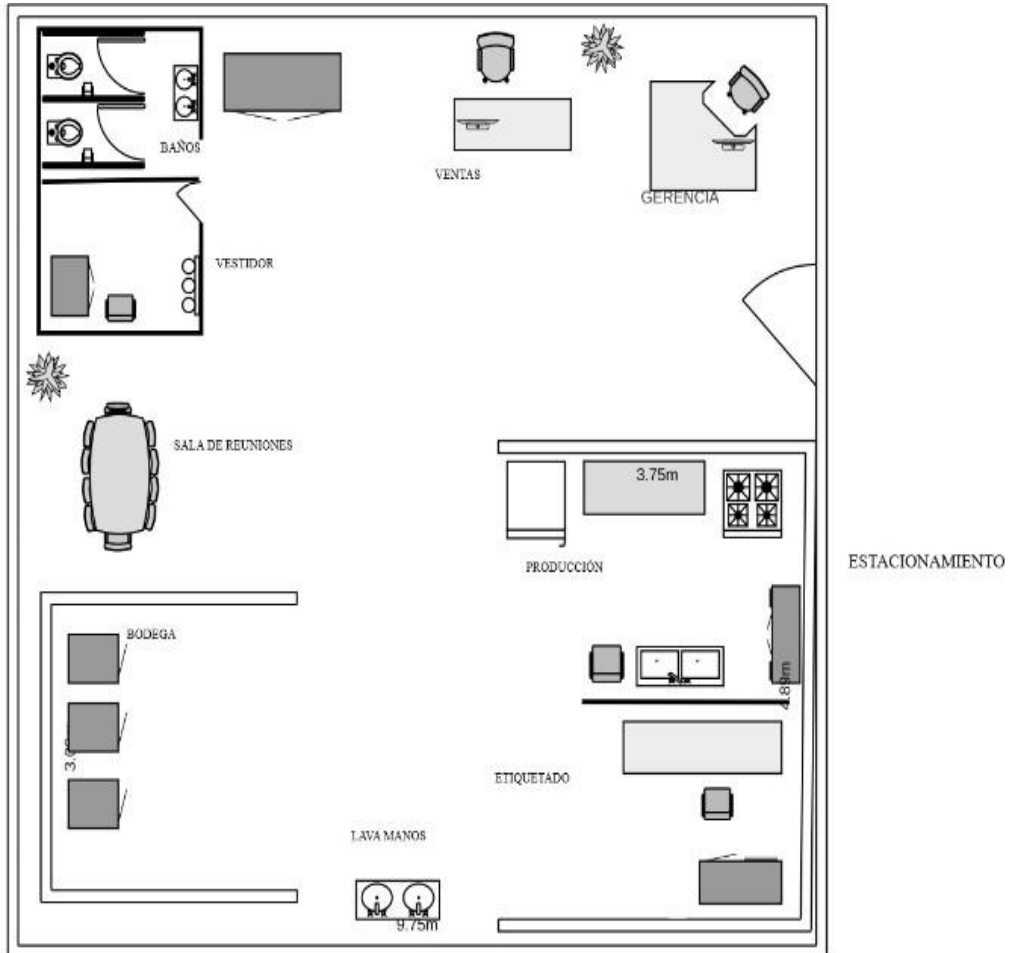


Gráfico N°22 Instalaciones empresa
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

2.2.2.2 Equipos

A continuación, se detallan los equipos utilizados en el proceso de producción de la empresa Love Your Skin, con su descripción y costo.

Tabla N°36: Equipos de producción empresa Love Your Skin

ACTIVIDAD	EQUIPO	DESCRIPCIÓN	COSTO
Pesar		Balanza analítica	200,00
Medir		Probetas graduadas	40,00
Calentar		Cocina eléctrica	480,00
Colocar		Juego de recipientes refractarios pyrex	140,00
Manipular		Espátula	15,00

Contener		Matraz Erlenmeyer	16,00
Verter		Vasos de precipitación	13,70
Conservar		Refrigerador	500,00
Mezclar		Mezclador	400,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

2.2.2.3 Personal

La empresa Love Your Skin, va a funcionar con el siguiente personal:

- Gerente – Representante Legal
- Tecnólogo Químico – Procesador
- Vendedor – Promotor
- Asistente Administrativo – Apoyo compras y logística

2.2.3 Tecnología a aplicar

La leche desmaquillante de Love Your Skin, lleva una elaboración semi industrial, al tratarse de un producto con base en ingredientes naturales, no se requiere un procesamiento invasivo, ni con uso de químicos procesados, es lo que da el valor agregado al cliente, en el mundo los productos que están marcando la diferencia son aquellos que tienen como base lo natural y ecológico. (Rugeles, Ortiz, Huertas, & Guaitero, 2016)

2.3 FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES

El horario de trabajo del personal administrativo, producción y ventas, será de 8 horas diarias, de lunes a viernes. Por lo que la planta de producción estará habilitada 40 horas a la semana. Se realizará una producción por lotes de acuerdo con la fecha, de manera constante y se despachará bajo pedidos.

2.3.1 Ritmo de producción

Los estándares de mano de obra son relevantes tanto en organización de manufactura como de servicio y sirven de referencia para establecer algunos datos como: necesidades de personal, costo de mano de obra, tamaño de grupos de trabajo, producción esperada, planes de incentivos, medir eficiencia. (Heizer & Render, 2015)

A continuación, se detalla la tabla con los tiempos destinados a producir la leche desmaquillante Love Your Skin.

Tabla 37: Ritmo de Producción

Actividad	Personas	Tiempo Promedio	Tiempo Normal	Ritmo de trabajo
Seleccionar	1	2 min	8 horas	Moderado
Fundir	1	2 min	8 horas	Moderado
Calentar	1	3 min	8 horas	Moderado
Verter	1	1 min	8 horas	Alto
Añadir	1	1 min	8 horas	Alto
Remover	1	2 min	8 horas	Alto
Control de Calidad	1	2 min	8 horas	Alto
Envasar	1	2 min	8 horas	Alto
Etiquetar	1	1 min	8 horas	Alto
Total	1	16 min	8 horas	

Fuente: (Guevara, 2015)

Elaborado por: La autora

Se obtiene que el tiempo promedio para producir un envase de leche desmaquillante es de 16 minutos, en una jornada laboral de 480 minutos, se producen 30 unidades, con un solo operario, 150 semanales y 600 mensuales, en temporada alta se podría trabajar con dos operarios para obtener 60 unidades diarias, 300 semanales y 1200 mensuales.

2.3.2 Nivel de inventario promedio

Es factible para la organización mantener un nivel de inventario, que asegure la producción para la entrega oportuna de pedidos, evitando que esto genere mantener inventario estancado o que la materia prima se deteriore.

El inventario de productos terminados se manejará de acuerdo con los pedidos realizados.

En Love Your Skin el inventario promedio de materia prima que se manejará para una producción en temporada normal, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 38: Inventario promedio

Producto	Mensual
Vaselina	4 kg
Lanolina	4kg
Ácido esteárico	1kg
Agua destilada	40 lt
Trietanol amina	0,5 kg
Esencia de pepinillo	<u>0,25 kg</u>

Fuente: (Guevara, 2015)

Elaborado por: La autora

2.3.3 Número de trabajadores

La empresa Love Your Skin contará con una persona para la producción, un asesor comercial que manejará redes sociales y visitas, la asistente administrativa que se encargará de compras y logística, el Gerente General, responsable de planificar, controlar, dirigir y verificar que se cumplan procesos y está a cargo de desarrollar estrategias.

Las personas con contratos de servicios profesionales serán el contador y el asesor legal.

Tabla N°39: Número de trabajadores

Área	Cargo	Tiempo	Contrato
Administrativa	Gerente	8 horas	Fijo
Administrativa	Asistente	8 horas	Fijo
Comercial	Asesor	8 horas	Fijo
Producción	Técnico	8 horas	Fijo
Financiera	Contador	8 horas	Ocasional
Legal	Asesor Legal	8 horas	Ocasional

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

2.4 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

2.4.1 Capacidad de Producción Futura

De acuerdo con el ritmo de producción se obtuvo que, al día se producen 30 envases de leche desmaquillante, entonces da lugar a las siguientes cantidades.

Tabla N°40: Ritmo de producción

Período	Total Envases (200 ml)
Diario	30
Semanal	150
Mensual	600
<u>Anual</u>	<u>7200</u>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Para calcular la Capacidad de Producción Futura se toma en cuenta la tasa de crecimiento del sector, que de acuerdo con el dato proporcionado por el artículo de diario El Telégrafo (A. El Telégrafo, 2019) manifiesta que es del 18%. Para aplicarlo en este estudio, se multiplica la producción del primer año que es de 3600 unidades por el porcentaje de crecimiento, incrementado cada año.

Tabla N°41: Capacidad de Producción futura

AÑO	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN FUTURA
2020	7.200
2021	8.496
2022	10.025
2023	11.830
2024	13.959
2025	16.472

Fuente: (A. El Telégrafo, 2019)

Elaborado por: La autora

Se puede determinar que se inicia con una producción de 7.200 unidades en el año 2020, y para el año 2025 se tendría una producción anual de 16.472 envases de leche desmaquillante.

2.5 DEFINICIÓN DE RECURSOS PARA LA PRODUCCIÓN

2.5.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que puede presentar

Tabla N°42: Materia Prima y grado de sustitución

PROVEEDOR	MATERIA PRIMA	IMPORTANCIA	GRADO DE SUSTITUCIÓN
Farmacias en general	Vaselina	Es importante, pero se la puede conseguir fácilmente.	Bajo
Botica Alemana	Lanolina	Se la usa como excipiente, para dar consistencia cremosa.	Medio
Botica Alemana	Ácido esteárico	Se lo aplica como emulgente y regulador de ph	Medio
Farmacias / Supermercados	Agua destilada	Es pura y libre de contaminantes	Alto
Botica Alemana	Trietanol amina	Neutraliza ácidos grasos y estabiliza el ph	Bajo
Tiendas naturistas	Esencia de pepinillo	Es la base de la leche desmaquillante, brinda beneficios de limpieza a la piel.	Medio

Fuente: (Guevara, 2015)

Elaborado por: La autora

En la tabla se detallan los elementos que se emplean para elaborar la leche desmaquillante, los mismos que se los puede obtener durante todo el año, como proveedor principal está la Botica Alemana, farmacias en general, supermercados y tiendas naturistas. Por lo que la materia prima no genera complicaciones para adquirirla. En lo referente a envases, se tiene como proveedor a Frascosa y Ecuavases.

2.6 CALIDAD

2.6.1 Métodos de control de calidad

La empresa Love Your Skin, llevará métodos de control de calidad desde la elaboración del producto leche desmaquillante hasta la entrega del producto final para satisfacción del consumidor final.

El control de la calidad en el sector de los cosméticos involucra, muestreo, evaluación de las especificaciones, organización y documentación de la fabricación para asegurar que las pruebas físicas, microbiológicas y de ph necesarias y relevantes se lleven a cabo, y que los materiales y los productos solo sean liberados para su comercialización, una vez que su calidad ha sido evaluada de manera satisfactoria. (Rodríguez, Arroyo, & Trejo, 2020)

Esto conlleva el uso de herramientas que se detallan a continuación.

Al tratarse de un producto para la piel, es muy importante contar con métodos de control eficientes, se realizará un control colorimétrico con el cual se mide el ph, (potencial hidrógeno), que debe medir en un rango normal para cosméticos faciales entre 5.5 a 7, esto se registra en una hoja de control por lotes.

En la tabla N°43, se llevará a cabo la hoja de control de ph y la verificación de servicio al cliente que sería un control de calidad posventa se muestra en la tabla N°44

Tabla N°43: Hoja de control de ph en producto

LOVE YOUR SKIN EC. 
HOJA DE CONTROL
DE PH

Fecha: _____

Producto: _____

Lote: _____

Rango	Aprobado	
	SI	NO
3 a 4		
4,1 a 5		
5,1 a 6		
6,1 a 7		
7,1 a 8		

Responsable

Fuente: (Guevara, 2015)

Elaborado por: La autora

Tabla N°44: Verificación de servicio al cliente



Verificación de servicio al cliente

Fecha: _____

SI

NO

Preguntas:

1. El producto llegó en la fecha ofrecida?
2. Está conforme con la presentación?
3. El vendedor fue claro y amable?
4. Ud. Obtuvo efectividad al usar el producto?
5. Tiene alguna sugerencia?

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Otra herramienta de control de calidad, que se utilizará es el diagrama de Pareto, en el que se aplican posibles problemas que se pueden presentar durante el proceso de producción de la leche desmaquillante, y que ayudan a la empresa Love Your Skin a tomar los correctivos necesarios para reducir y eliminar esas fallas. A continuación, un ejemplo de su aplicación:

Tabla N°45: Frecuencia de causas de posibles problemas en la producción

FRECUCIAS ORDENADAS					
CAUSAS		FRECUCIAS	%	FRECUCIA ACUMULADA	% ACUMULADO
1	Faltan bandas de medición de ph	20	25,00%	20	25,00%
2	Falla de los equipos	18	22,50%	38	47,50%
3	Temperatura inadecuada para fundición	16	20,00%	54	67,50%
4	La solución no es homogénea	16	20,00%	70	87,50%
5	Personal no conoce los insumos	10	12,50%	80	100,00%
		80	100,00%		

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

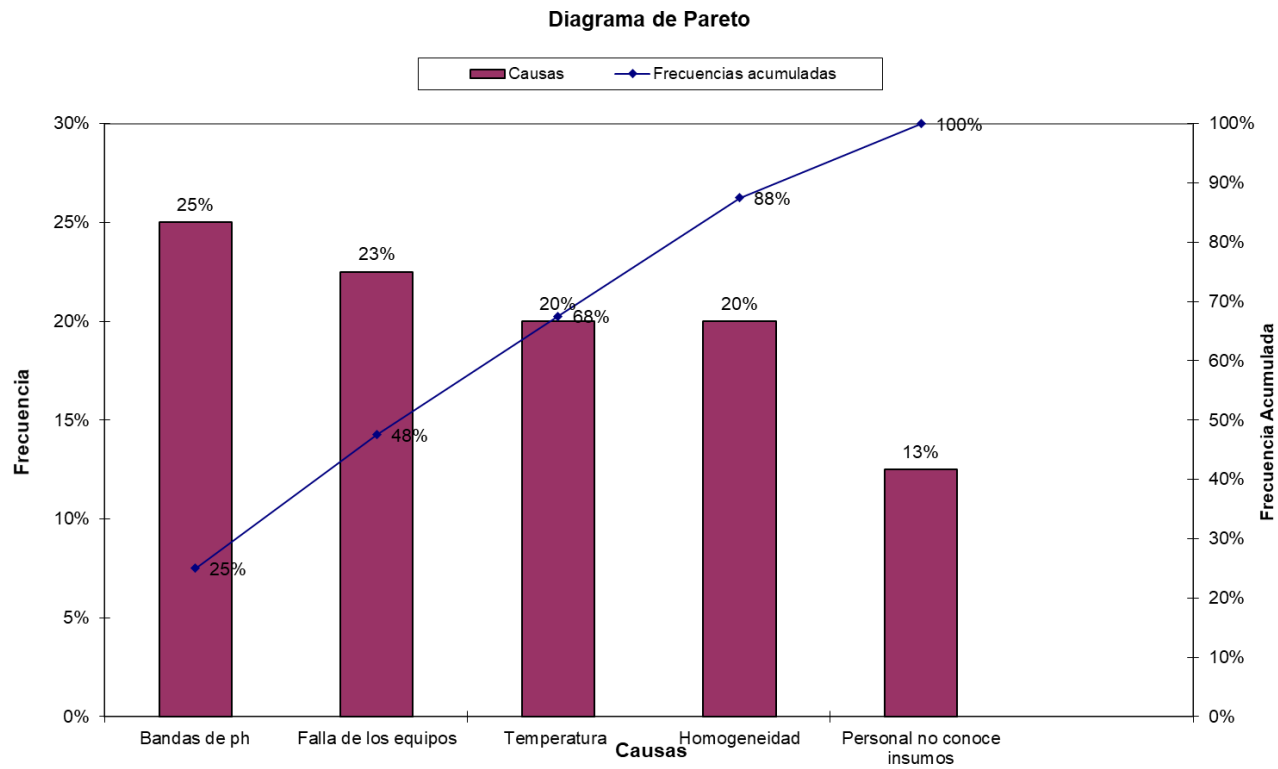


Gráfico N°23 Diagrama de Pareto
 Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: La autora

2.7 NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN

2.7.1 Seguridad e Higiene ocupacional

La empresa Love Your Skin, pensando en la seguridad de su personal aplicará los siguientes puntos:

- Permiso de funcionamiento Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Rumiñahui. LUAF
- Inspección respectiva del Cuerpo de Bomberos
- Se debe de cumplir con el Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo las disposiciones del presente reglamento se aplicarán a toda actividad laboral y en todo centro de trabajo, teniendo como objetivo la prevención, disminución o eliminación de los riesgos del trabajo y el mejoramiento del medio ambiente de trabajo.
- Certificado de buen estado de salud de los colaboradores de la empresa.
- Uso de trajes, mascarilla y guantes en el puesto de trabajo.
- Distanciamiento mínimo de 2 metros con el resto del personal de la empresa.
- Certificado de libre venta.
- Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura.

CAPÍTULO III

3. ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

Establecer la estructura organizacional y funcional, mediante organigramas y descripción de funciones, de la empresa Love Your Skin.

3.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

3.2.1 Visión de la Empresa

Llegar a ser una marca reconocida en el sector cosmético, por nuestra calidad e innovación de productos para el cuidado de la piel, en el año 2025.

3.2.2 Misión de la Empresa

En Love Your Skin, elaboramos y comercializamos productos para el cuidado de la piel, con base en ingredientes naturales, empleando estándares de calidad óptimos, buscando la satisfacción de nuestros clientes sin alterar el ph de su piel.

3.2.2 Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta útil que todo gerente de empresa o industria debería ejecutar, ya que ayuda a tener un enfoque mejorado, siendo competitivo ante los nichos de mercado a los cuales se dirige la empresa, creando estrategias para una eficaz competencia. (Riquelme M. , 2016)

Tabla N°46: Matriz FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
MATRIZ FODA "Love your skin"	F1. La elaboración del producto es relativamente sencilla	D1. Ser un producto nuevo
	F2. La materia prima es fácil de adquirir	D2. Poca trayectoria de la empresa
	F3. Existe alta probabilidad de desarrollar nuevos productos	D3. Personal con poca experiencia
	F4. El costo de producción no es elevado	
OPORTUNIDADES (O)	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
O1. Manejo de aplicaciones de internet ayudan a llegar a más usuarios		
O2. Frecuencia de uso diario.	Emplear las redes sociales como Facebook, Instagram, Whatsapp para darnos a conocer e interactuar con los clientes.	Manejar precios menores que la competencia y dar opciones de pago.
O3. Crecimiento de mercado en la parroquia San Rafael		
O4. Aceptación de productos naturales		
AMENAZAS (A)	ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
A1. Presencia de competidores		
A2. Eventos de fuerza mayor (Covid)	Superar a la competencia con la naturalidad del producto leche desmaquillante.	Emplear código QR, como plus informativo del producto o como método de valoración del producto.
A3. Productos importados de similares características		
Fuente: Investigación propia		
Elaborado por: La autora		

3.2.3 Valores

La empresa Love Your Skin tiene como valores corporativos, el profesionalismo al trabajar con productos para la piel, honestidad con sus clientes internos y externos, puntualidad en las actividades, en la entrega de productos a clientes y pago a proveedores.

3.3 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

La realidad organizativa de cualquier empresa se puede representar gráficamente en un organigrama, esta herramienta muestra de manera clara, precisa y sintética posible, los aspectos de la estructura de la organización, es una especie de mapa o esqueleto de la organización en un momento dado. (Morales, 2015)

3.3.1 Organización Interna

En el gráfico 24, se observa el organigrama estructural de la empresa Love Your Skin.

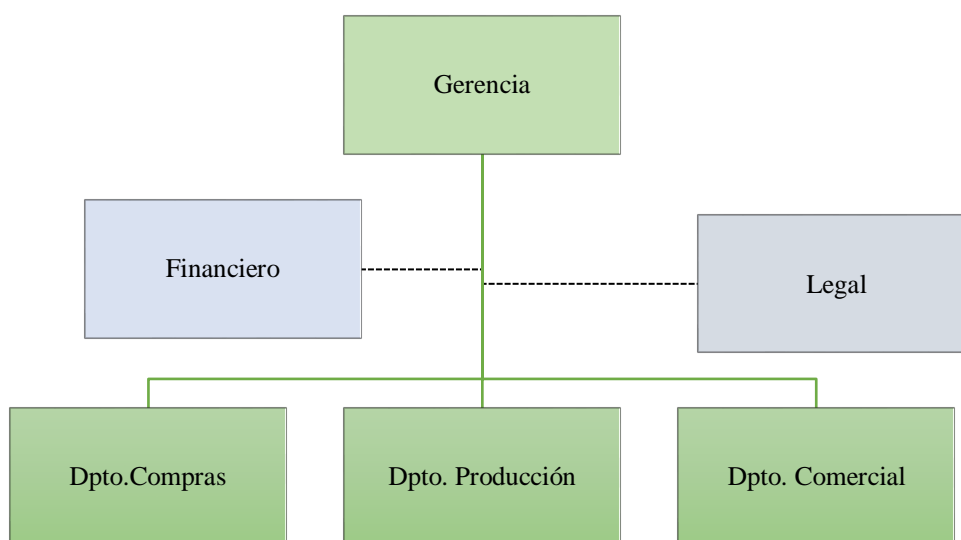


Gráfico N°24: Organigrama Estructural
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

A continuación, en el gráfico N°25 se presenta el Organigrama Funcional de la empresa Love Your Skin

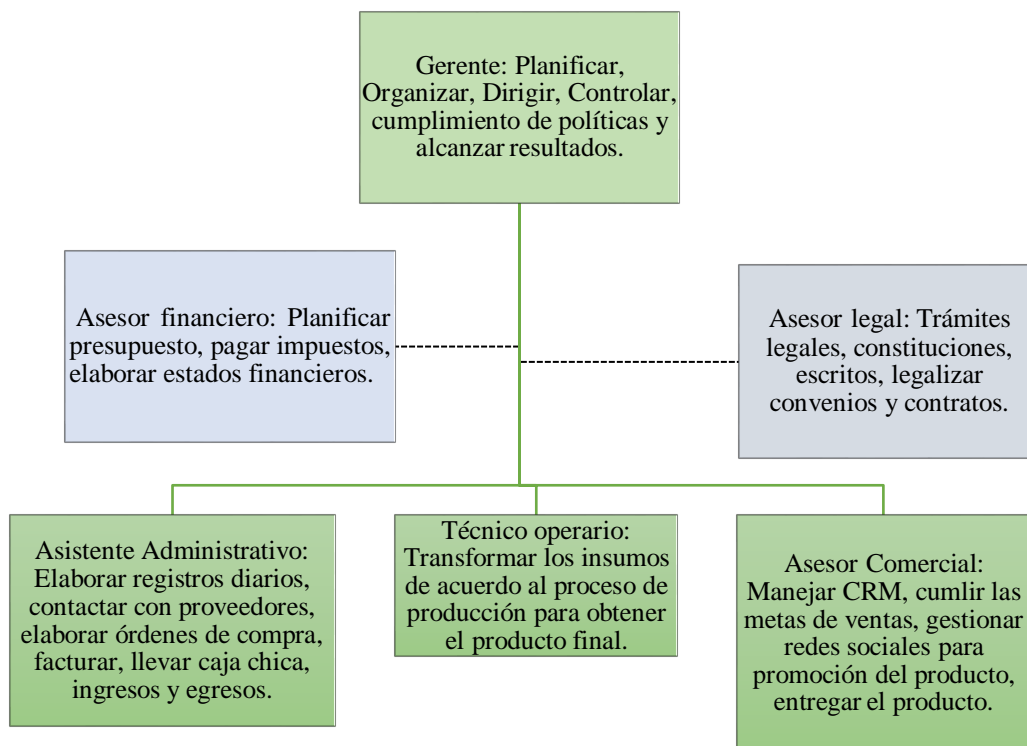


Gráfico N°25: Organigrama Funcional
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

3.3.2 Descripción de puestos

Tabla N°47: Descripción del puesto de Gerente General

I. Información Básica	
Puesto	Gerente General
Jefe inmediato	No tiene
Supervisa a	Empleados
II. Naturaleza del puesto	
Planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar las actividades en la empresa.	
III. Función	
Planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar las actividades en la empresa.	
Ejercer la representación legal de la organización.	
Planteamiento de metas para las diferentes áreas.	
Autorizar pagos de nómina	
IV. Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Ing. Administración de Empresas / Economista
Experiencia	4 años en cargos similares
Habilidades	Capacidad de trabajar bajo presión Toma de decisiones Manejo de grupos
Formación	Título de Tercer Nivel Capacitación en manejo de talento humano Capacitación en elaboración de planes estratégicos

Fuente: (Fernandez, 2007)

Elaborado Por: La autora

Tabla N°48: Descripción del cargo de Asistente Administrativo

I. Información Básica	
Puesto	Asistente Administrativo
Jefe inmediato	Gerente
Supervisa a	NA
II. Naturaleza del puesto	
Asistir al gerente de todas las actividades, coordinar con proveedores, apoyar al departamento financiero.	
III. Función	
Elaborar órdenes de compra	
Elaborar facturas, retenciones, guías de remisión	
Asistir al gerente con la agenda de actividades	
Elaborar registros diarios, ingresos, egresos	
Manejo de caja chica	
Toma de inventarios	
IV. Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Tecnóloga en Administración de Empresas
Experiencia	3 años en cargos similares
Habilidades	Organización Manejo de paquetes de office Buena dicción y ortografía.
Formación	Tecnología en carreras administrativas o a fines Capacitación de herramientas informáticas

Fuente: (Fernandez, 2007)

Elaborado Por: La autora

Tabla N°49: Descripción del cargo de Técnico Operario

I. Información Básica	
Puesto	Técnico Operario
Jefe inmediato	Gerente General
Supervisa a	NA
II. Naturaleza del puesto	
Responsable de transformar los insumos en leche desmaquillante, de acuerdo con el proceso de producción establecido.	
III. Función	
Alistar la materia prima de acuerdo con los pedidos.	
Cumplir los tiempos establecidos de producción	
Usar de manera adecuada los insumos	
Realizar las pruebas de control de ph	
Comunicar a tiempo las necesidades de materia prima e insumos	
IV. Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Tecnólogo o Licenciado en Biofarmacia
Experiencia	2 años en cargos similares
Habilidades	Organizado Ágil / Proactivo
Formación	Tecnología en biofarmacéutica

Fuente: (Fernandez, 2007)

Elaborado Por: La autora

Tabla N°50: Descripción del cargo de Asesor Comercial

I. Información Básica	
Puesto	Asesor Comercial
Jefe inmediato	Gerente General
Supervisa a	Nadie
II. Naturaleza del puesto	
Responsable de cumplir las metas de venta establecidas por la gerencia, manejar redes sociales de la empresa, visitar clientes, promocionar la marca.	
III. Función	
Manejar CRM a diario	
Contactar clientes	
Actualizar publicaciones en Facebook, responder inquietudes	
Visitar clientes	
Cumplir las ventas mensuales	
IV. Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Ingeniero en Marketing y ventas
Experiencia	2 años en cargos similares
Habilidades	Poder de negociación Organizado Ágil / Proactivo
Formación	Cursos de ventas Cursos de atención al cliente

Fuente: (Fernandez, 2007)
Elaborado Por: La autora

3.4 CONTROL DE GESTIÓN

El uso de indicadores de gestión permite evidenciar lo que está sucediendo en cada proceso de la compañía, a través del análisis y valoración de resultados, para identificar en forma oportuna posibles desviaciones con el objeto de tomar medidas correctivas, realizar una adecuada planeación. (Rueda, Garavito, & Calderón, 2020)

Tabla N°51: Indicadores de Gestión

INDICADORES DE GESTIÓN					
EMPRESA:	LOVE YOUR SKIN			REVISIÓN N°:	
FECHA:				RESPONSABLE:	
HORA:					
ÁREA	NOMBRE	FÓRMULA	FRECUENCIA	META	PERSONA A CARGO
PRODUCCIÓN	Productividad Mano de Obra	$\frac{\# \text{ de Productos elaborados} * 100}{\text{Meta de Producción}}$	Diaria	100%	Área de Producción
PRODUCCIÓN	Nivel de desperdicios	$\frac{\text{Total unid.desperdicio MP} * 100}{\text{Total unidades MP utilizadas}}$	Mensual	5%	Área de Producción
VENTAS	Efectividad entregas de producto	$\frac{\text{Total entregas a tiempo} * 100}{\text{Total entregas programadas}}$	Semanal	90%	Área Comercial
POS VENTA	% de Satisfacción de los clientes	$\frac{\text{Número de quejas o reclamos} * 100}{\text{Total de clientes atendidos}}$	Mensual	0%	Gerencia

Fuente: (Rueda, Garavito, & Calderón, 2020)

Elaborado por: La autora

3.5 NECESIDADES DE PERSONAL

La empresa Love Your Skin, inicia sus operaciones con siete personas, 5 de ellas son de planta y dos por servicios profesionales, con el transcurso del tiempo se tiene proyectado la contratación directa de una persona más para el área de producción y un asesor comercial más, para poder cubrir otras zonas de los Valles y Quito.

De acuerdo con la meta de llegar a ser reconocidos a nivel nacional, se trabajará con vendedores zonales y un chofer para entregas más numerosas.

CAPÍTULO IV

3. ÁREA JURÍDICO LEGAL

4.1 OBJETIVOS DEL ÁREA JURÍDICO Y LEGAL

Establecer los requisitos necesarios, mediante la aplicación de la normativa vigente para que la empresa se ponga en funcionamiento.

4.2 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

La empresa se constituirá como Sociedad de Acción Simplificada SAS, que es un tipo de compañía que se constituye por una o varias personas naturales o jurídicas, mediante un trámite simplificado sin costo. Tiene como objetivo impulsar la economía mediante la formalización de los emprendimientos, constituyéndolos en sujetos de crédito y con ello ampliar sus procesos productivos. (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2020)

Tabla N°52: Requisitos SAS

Requisitos para constituir una SAS
1. Certificado electrónico del accionista
2. Reserva de la denominación
3. Contrato privado o escritura
4. Nombramiento (s)
5. Petición de inscripción con la información para el registro de usuario en el sistema.
6. Copias de cédula o pasaporte

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: La autora

Servicio de Rentas Internas SRI

El Registro Único de Contribuyentes RUC, es un documento que la empresa debe obtener de manera obligatoria, se lo puede solicitar de manera virtual en la página web de SRI. Los pasos para seguir son: llenar el formulario correspondiente, original y copia de la escritura de constitución, original y copia de los nombramientos, copias de cédula y papeleta de votación de los socios. (SRI, 2020)

4.3 PATENTES Y MARCAS

Para realizar el registro de la marca Love Your Skin, se debe seguir los pasos que establece el SENADI. Los Estados son los responsables de garantizar una legislación clara para precautelar este bien común. En Ecuador, el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) es el organismo encargado de proteger, fomentar, divulgar y conducir el buen uso de la Propiedad Intelectual desde el enfoque de tres áreas distintas: propiedad industrial, derecho de autor y derechos conexos y obtenciones vegetales y conocimientos tradicionales. (SENADI, 2020)

Se registra la marca Love Your Skin, cumpliendo los siguientes pasos.

Tabla N°53: Pasos para registrar la marca

Pasos para el registro de signos distintivos

1. Búsqueda fonética
2. Apertura de casillero virtual.
3. Presentación de solicitud en el sistema en línea.
4. Pago de tasa de solicitud de registro correspondiente al valor de \$208.00.
5. Examen de forma: en el mismo se verifica que se ha cumplido con todos los requisitos necesarios para la publicación de la marca solicitada en gaceta. Entiéndase por requisitos a los siguientes: poder en el caso de que un tercero autorizado solicite la marca, nombramiento de Representante Legal en el caso de personas jurídicas que presenten la solicitud sin un apoderado, naturaleza del signo, tipo de signo, etc.

6. Publicación de la marca solicitada en la Gaceta de Propiedad Industrial: esta publicación sirve para que terceros que se crean afectados por el posible registro de la marca solicitada presenten oposición, en el caso de que el signo tenga algún parecido con su marca registrada.

7. Oposición: Dentro del término de treinta días hábiles siguientes a la fecha de la publicación, quien tenga legítimo interés podrá presentar oposiciones fundamentadas

8. Examen de registrabilidad: en caso de que no exista oposición, se efectúa el examen de registrabilidad en el cual se resuelve aceptar o rechazarla marca.

9. Emisión del título (siempre y cuando la marca haya sido concedida).

Fuente: (SENADI, 2020)

Elaborado por: La autora

4.4 LICENCIAS NECESARIAS Y DOCUMENTOS LEGALES

4.4.1 LUF GAD Rumiñahui

Debido a la localización de la empresa en la Parroquia San Rafael, la Licencia Única de Funcionamiento LUF, se la tramita en el Municipio de Rumiñahui, para lo cual se deben cumplir los siguientes requisitos:

Tabla N°54: Licencia Única de Funcionamiento

Requisitos LUF Cantón Rumiñahui

1. Pago de Impuesto Predial
2. Declaración 1.5 x mil
3. Llenar el formulario
4. Presentar documento Uso del Suelo
5. Pago de Patente Municipal
6. Contrato de arriendo se ser el caso
7. Aprobación de Plan de Emergencia por Cuerpo de Bomberos

Fuente: (GADMUR, 2020)

Elaborado por: La autora

4.4.2 Registro Sanitario

Como parte de la responsabilidad y ética de la empresa, está tramitar el registro sanitario de los productos de la empresa Love Your Skin, para esto se den cumplir los siguientes pasos:

Tabla N°55: Pasos Registro Sanitario

Registro Sanitario
1. En la página web del ARCOSA registrar usuario y contraseña
2. Ingresar a permisos de funcionamiento
3. Llenar el formulario de acuerdo con la actividad de la empresa.
4. Cancelar el valor respectivo en el Banco del Pacífico.
5. Imprimir el permiso de funcionamiento
6. Imprimir factura

Fuente: (ARCOSA, 2020)

Elaborado Por: La autora

4.4.3 Buenas Prácticas de Manufactura

Love Your Skin, de manera voluntaria presenta los requisitos para obtener el certificado de Buenas Prácticas de Manufactura. Los pasos se presentan en la Tabla N°56

Tabla N°56: Pasos para certificado de BPM

Buenas Prácticas de Manufactura
1. Seleccionar el organismo de inspección registrado en el ARCOSA
2. Comunicar fecha, hora e inspector designado con 5 días de anticipación.
3. Revisar el instructivo de sistematización del proceso de BPM para el sector cosmético
4. Cancelar el valor respectivo en el Banco del Pacífico.
5. Enviar comprobante de pago
6. Se emitirá un código de BPM por el organismo de inspección acreditado.

Fuente: (ARCOSA, 2020)

Elaborado por: La autora

4.4.4 Permiso del Cuerpo de Bomberos

Se ingresa la solicitud de Inspección en el Cuerpo de Bomberos del Cantón Rumiñahui, en el área de inspecciones se asigna fecha y un funcionario, el mismo que acudirá para la revisión de instalaciones eléctricas, extinguidores de acuerdo con el área del local, señalética, vías de evacuación. Adicionalmente se presenta el plan de emergencia, el mismo que debe ser elaborado por un profesional y aprobado por el Cuerpo de Bomberos.

CAPÍTULO V

5. ÁREA FINANCIERA

5.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO FINANCIERO

Obtener un estudio financiero de la organización, mediante el análisis de indicadores financieros, para evaluar el plan de negocio.

5.2 PLAN DE INVERSIONES

A continuación, en la tabla N°57 se muestra los recursos con los que la empresa Love Your Skin, inicia sus operaciones.

Tabla N°57: Plan de Inversiones Love Your Skin

PLAN DE INVERSIONES					
EMPRESA LOVE YOUR SKIN ECUADOR					
	CANT	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	SUBTOTAL	TOTAL
ACTIVOS FIJOS					12000,00
Vehículos	1	Aveo emotion año 2014	12000,00	12000,00	
					30000,00
Instalaciones	1	Local propio zona urbana	30000,00	30000,00	
					1415,00
	2	Mesas de trabajo	120,00	240,00	
	1	Mesón largo	300,00	300,00	
Muebles y enseres	1	Escritorio	250,00	250,00	
	1	Archivador	280,00	280,00	
	3	Sillas	65,00	195,00	
	1	Estantería	150,00	150,00	
					1893,70
	1	Cocina	240,00	240,00	
Maquinaria y Equipo	1	Refrigerador	500,00	500,00	
	1	Cocineta eléctrica	30,00	30,00	

	2	Probetas graduadas	20,00	40,00	
	2	Vasos de precipitación	6,85	13,70	
	1	Mezclador	400,00	400,00	
	1	Balanza analítica	200,00	200,00	
	4	Recipientes refractarios pírrex	35,00	140,00	
	1	Matraz Erlenmeyer	16,00	16,00	
	2	Ollas de aluminio	30,00	60,00	
	12	Mascarillas	2,00	24,00	
	1	Extintor	50,00	50,00	
	1	Alarma de fuegos	150,00	150,00	
	5	Utensilios	6,00	30,00	
					1315,00
Equipos de Computación	1	Computador fijo	500,00	500,00	
	1	Computador portátil	450,00	450,00	
	1	Impresora Escáner	320,00	320,00	
	1	Regulador de voltaje	45,00	45,00	
					530,00
Equipos de Comunicación	1	Teléfono Inalámbrico	50,00	50,00	
	2	Teléfonos celulares	240,00	480,00	
CAPITAL DE TRABAJO		Capital de Trabajo			10420,00
ACTIVO DIFERIDO					514,00
Gastos de Constitución	1	Registro de marca	208,00	208,00	
	1	Registro Sanitario	105,00	105,00	
	1	Buenas prácticas manufactura	1,00	1,00	
	1	Gastos Abogado	200,00	200,00	
			TOTAL		58087,70

Fuente: Investigación propia

Elaborado: La autora

Análisis: Se determina que la empresa requiere una inversión inicial de \$58.087,70

Capital de Trabajo

A continuación, se realiza el cálculo de costos y gastos que tendrá la empresa en los primeros tres meses.

Tabla N°58: Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO			
Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total
Personal			
1	Gerente	500,00	1500,00
1	Asistente Administrativo	450,00	1350,00
1	Asesor Comercial	500,00	1500,00
1	Operario	500,00	1500,00
1	Asesor Financiero	500,00	500,00
1	Asesor Legal	500,00	500,00
Servicios Básicos			
1	Luz	60,00	180,00
1	Agua	10,00	30,00
1	Teléfono	30,00	90,00
1	Internet	40,00	120,00
1	Telefonía Móvil	25,00	75,00
Materia Prima			
6kg	Vaselina pura	60,00	180,00
6kg	Lanolina	150,00	450,00
1,5kg	Ácido esteárico	50,00	150,00
600ml	Trietanolamina	30,00	90,00
3000ml	Esencia de pepinillo	180,00	540,00
15galones	Agua destilada	30,00	90,00
Costos indirectos de fabricación			
900	Envases	450,00	1350,00
900	Etiquetas	75,00	225,00
TOTAL			10420,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Análisis: Para el primer trimestre, se necesita un capital de trabajo de \$10.420

5.3 PLAN DE FINANCIAMIENTO

La empresa Love Your Skin iniciará con financiamiento privado al 100%, con el aporte de los dos socios, por lo que no se recurrirá a préstamo de una entidad financiera.

Tabla N°59: Forma de Financiamiento

Forma de Financiamiento			
Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
Recursos Propios			100%
Efectivo	58087,7	100%	
Bienes			
Recursos de terceros			
Préstamo privado			
Préstamo bancario			
TOTAL		100%	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

La empresa cuenta con el aporte de dos accionistas, cada uno realizará el aporte de \$28.543,85

5.4 CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

a) Detalle de Costos

Tabla N°60: Detalle de costos

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Costos directos de fabricación					
COSTOS VARIABLES				\$487,50	\$5.850,00
Materia prima				\$487,50	\$5.850,00
Vaselina pura	kg	6	\$10,00	\$60,00	\$720,00
Lanolina	kg	6	\$25,00	\$150,00	\$1.800,00
Ácido esteárico	kg	1,5	\$25,00	\$37,50	\$450,00
Trietanolamina	ml	600	\$0,05	\$30,00	\$360,00
Esencia de pepinillo	ml	3000	\$0,06	\$180,00	\$2.160,00
Agua destilada	gl	15	\$2,00	\$30,00	\$360,00
COSTOS FIJOS				\$568,00	\$6.816,00
Servicios básicos				\$68,00	\$816,00
Luz Eléctrica 80%	kilovatio			\$60,00	\$720,00
Agua potable 80%	m			\$8,00	\$96,00
MO				\$500,00	\$6.000,00
Mano de obra	persona	1		\$500,00	\$6.000,00
Costos indirectos de fabricación					
Costos variables				\$348,00	\$4.176,00
Envases	unidades	600	0,5	\$300,00	\$3.600,00
Etiquetas	unidades	600	0,08	\$48,00	\$576,00
TOTAL				\$1.403,50	\$16.842,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

b) Proyección de costos

Se realiza la proyección de costos a 5 años, tomando en cuenta una tasa de inflación promedio de 0,36% del año 2016 a julio 2020. Para la materia prima, también se toma en cuenta la tasa de crecimiento del sector cosmético que es del 18%

Para los costos fijos de Mano de Obra, se tomó en cuenta una tasa de crecimiento promedio del salario básico, de los últimos 4 años, del 2.24%

En la tabla N°61 podemos ver los costos proyectados.

Tabla N°61: Proyección de costos

Descripción	Costos anuales		Total año 1	Costos anuales		Total año 2	Costos anuales		Total año 3
	Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Mano de obra	\$6.000,00		\$6.000,00	\$6.134,40		\$6.134,40	\$6.271,81		\$6.271,81
Materia prima		\$5.850,00	\$5.850,00		\$5.871,06	\$6.927,85		\$6.952,79	\$8.204,29
Costos indirectos de fabricación		\$4.176,00	\$4.176,00		\$4.191,03	\$4.191,03		\$4.206,12	\$4.206,12
Servicios Básicos	\$816,00		\$816,00	\$818,94		\$818,94	\$821,89		\$821,89
TOTAL	\$6.816,00	\$10.026,00	\$16.842,00	\$6.953,34	\$10.062,09	\$18.072,22	\$7.093,70	\$11.158,91	\$19.504,11

Costos anuales		Total año 4	Costos anuales		Total año 5
Fijos	Variables		Fijos	Variables	
\$6.412,30		\$6.412,30	\$6.555,93		\$6.555,93
	\$8.233,83	\$9.715,92		\$9.750,90	\$11.506,06
	\$4.221,26	\$4.221,26		\$4.236,46	\$4.236,46
\$824,84		\$824,84	\$827,81		\$827,81
\$7.237,14	\$12.455,09	\$21.174,33	\$7.383,75	\$13.987,36	\$23.126,27

Fuente: (INEC, 2020)

Elaborado por: La autora

c) Detalle de gastos

A continuación, en la Tabla N°62, se detalla los gastos administrativos y gastos de venta de la empresa Love Your Skin.

Tabla N°62: Detalle de Gastos

Detalle	Unidad de medida	Unidad requerida	Valor por paquete	Valor mensual	Valor anual
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Salarios				\$950,00	\$11.400,00
Gerente	\$500,00	1		\$500,00	\$6.000,00
Asistente Administrativa	\$450,00	1		\$450,00	\$5.400,00
Útiles de Oficina				\$14,21	\$170,50
Resma de Hojas Inen A4	Caja	3 al año	\$28,00	\$7,00	\$84,00
Archivadores	Unidad	5 al año	\$2,00	\$0,83	\$10,00
Tablero para apuntes	Unidad	2 al año	\$4,00	\$0,67	\$8,00
Caja de esferos	Unidad	1 al año	\$6,00	\$0,50	\$6,00
Caja de lápices	Unidad	1 al año	\$7,00	\$0,58	\$7,00
Grapadora	Unidad	3 al año	\$5,00	\$1,25	\$15,00
Perforadora	Unidad	2 al año	\$2,50	\$0,42	\$5,00
Caja de grapas	Unidad	3 al año	\$2,50	\$0,63	7,5
Caja de clips	Unidad	3 al año	\$2,00	\$0,50	\$6,00
Block de facturas	Block de 500	1 al año	\$22,00	\$1,83	\$22,00
Útiles de aseo				\$38,93	\$467,10
Escobas	Unidad	2 al año	\$4,00	\$0,67	\$8,00
Trapeador	Unidad	3 al año	\$3,50	\$0,88	\$10,50
Franelas * metro	Unidad	2 al año	\$7,80	\$1,30	\$15,60
Jabón de manos	Galón	3 al año	\$7,00	\$1,75	\$21,00
Alcohol	Galón	4 al año	\$13,50	\$4,50	\$54,00
Mascarillas*12	Paquete	20 al año	\$9,00	\$15,00	\$180,00
Cloro	Galón	3 al año	\$5,00	\$1,25	\$15,00
Desinfectante	Galón	3 al año	\$4,50	\$1,13	\$13,50
Detergente 5kg	Unidad	3 al año	\$7,00	\$1,75	\$21,00
Papel Higiénico*12	Unidad	3 al año	\$6,50	\$1,63	\$19,50
Fundas de basura*24	Paquete	12 al año	\$3,50	\$3,50	\$42,00
Basureros	Unidad	6 al año	\$7,00	\$3,50	\$42,00
Botiquín	Unidad	1 al año	\$25,00	\$2,08	\$25,00
Servicios Básicos				\$47,00	\$564,00
Energía Eléctrica 20%	kilovatio		\$15,00	\$15,00	\$180,00
Agua 20%	m		\$2,00	\$2,00	\$24,00

Teléfono	\$		\$10,00	\$10,00	\$120,00
Internet	Megas		\$20,00	\$20,00	\$240,00
Total Gastos Administrativos				\$1.050,13	\$12.601,60
GASTOS DE VENTAS					
Salarios				\$500,00	\$6.000,00
Vendedor			\$500,00	\$500,00	\$6.000,00
Material promocional				\$17,50	\$210,00
Fundas ecológicas	paq. x 100	3 al año	\$70,00	\$17,50	\$210,00
Total Gasto de Ventas				\$517,50	\$6.210,00
TOTAL GASTOS				\$1.567,63	\$18.811,60

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Análisis: Se observa con detalle los gastos administrativos y los gastos de venta, se obtiene total mensual \$1.567,63 y la cifra anual es \$18.811,60.

d) Proyección de Gastos

Tabla N°63: Proyección de Gastos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Administrativos					
Salarios	\$11.400,00	\$11.655,36	\$11.916,44	\$12.183,37	\$12.456,28
Útiles de Oficina	\$170,50	\$171,11	\$171,73	\$172,35	\$172,97
Útiles de Aseo	\$467,10	\$468,78	\$470,47	\$472,16	\$473,86
Servicios Básicos	\$564,00	\$566,03	\$568,07	\$570,11	\$572,17
Total Gastos Administrativos	\$12.601,60	\$12.861,29	\$13.126,71	\$13.397,99	\$13.675,27
Gastos de Venta					
Salarios	\$6.000,00	\$6.134,40	\$6.271,81	\$6.412,30	\$6.555,93
Material Promocional	\$210,00	\$210,76	\$211,51	\$212,28	\$213,04
Total Gastos de Ventas	\$6.210,00	\$6.345,16	\$6.483,33	\$6.624,58	\$6.768,97

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

Análisis: Se aplica una tasa del 0,36% de inflación promedio de los últimos 5 años (hasta julio 2020) y para los salarios se aplica una tasa de incremento promedio de 2,24%.

5.5 MANO DE OBRA

En la tabla N°64 se detalla el Rol de pagos de la empresa Love Your Skin.

Tabla N°64: Rol de pagos

Cargo	Sueldo	Ingresos			Fondos de Reserva	TOTAL INGRESOS	Descuentos		TOTAL DE CUENTOS	Líquido por pagar
		H. Extras	Comisiones	Subtotal 1			Aporte IESS 9,45%	Anticipos		
Gerente General	\$500,00	\$0,00	\$0,00	\$500,00	\$0,00	\$500,00	\$47,25	\$0,00	\$47,25	\$452,75
Asistente Administrativo	\$450,00	\$0,00	\$0,00	\$450,00	\$0,00	\$450,00	\$42,53	\$0,00	\$42,53	\$407,48
Asesor Comercial	\$500,00	\$0,00	\$100,00	\$600,00	\$0,00	\$600,00	\$56,70	\$0,00	\$56,70	\$543,30
Operario	\$500,00	\$0,00	\$0,00	\$500,00	\$0,00	\$500,00	\$47,25	\$0,00	\$47,25	\$452,75
TOTAL	\$1.950,00	\$0,00	\$100,00	\$2.050,00	\$0,00	\$2.050,00	\$193,73	\$0,00	\$193,73	\$1.856,28

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

En la Tabla N°65, se detalla el Rol de Provisiones de la empresa Love Your Skin.

Tabla N°65: Rol de Provisiones

Cargo	Subtotal 1	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Subtotal 2 Beneficios Sociales	Aporte Patronal 11.15%
Gerente General	\$500,00	\$41,67	\$33,33	\$20,83	\$95,83	\$55,75
Asistente Administrativo	\$450,00	\$37,50	\$33,33	\$18,75	\$89,58	\$50,18
Asesor Comercial	\$600,00	\$50,00	\$33,33	\$25,00	\$108,33	\$66,90
Operario	\$500,00	\$41,67	\$33,33	\$20,83	\$95,83	\$55,75
TOTAL	\$2.050,00	\$170,83	\$133,33	\$85,42	\$389,58	\$228,58

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

5.6 DEPRECIACIÓN

A continuación, se calcula la depreciación de los activos fijos de la empresa.

Tabla N°66: Depreciación de activos fijos

Descripción	Valor del Activo	% de Depreciación	Depreciación mensual	Depreciación anual
Vehículos	\$12.000,00	20%	\$200,00	\$2.400,00
Bienes Inmuebles	\$30.000,00	5%	\$125,00	\$1.500,00
Muebles y Enseres	\$1.415,00	10%	\$11,79	\$141,50
Maquinaria y Equipo	\$1.893,70	10%	\$15,78	\$189,37
Equipos de Computación	\$1.315,00	33,33%	\$36,52	\$438,29
Equipos de Comunicación	\$530,00	10%	\$4,42	\$53,00
		TOTAL	\$393,51	\$4.722,16

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

En la tabla N°67, se muestra la proyección de la depreciación a 5 años, de los activos fijos, excepto de Equipos de Computación que se deprecian en 3 años.

Tabla N°67: Proyección de la depreciación

Descripción	Depreciación anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vehículos	\$2.400,00	\$2.400,00	\$2.400,00	\$2.400,00	\$2.400,00	\$2.400,00
Bienes Inmuebles	\$1.500,00	\$1.500,00	\$1.500,00	\$1.500,00	\$1.500,00	\$1.500,00
Muebles y Enseres	\$141,50	\$141,50	\$141,50	\$141,50	\$141,50	\$141,50
Maquinaria y Equipo	\$189,37	\$189,37	\$189,37	\$189,37	\$189,37	\$189,37
Equipos de Computación	\$438,29	\$438,29	\$438,29	\$438,29	\$0,00	\$0,00
Equipos de Comunicación	\$53,00	\$53,00	\$53,00	\$53,00	\$53,00	\$53,00
TOTAL	\$4.722,16	\$4.722,16	\$4.722,16	\$4.722,16	\$4.283,87	\$4.283,87

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

5.7 CÁLCULO DE INGRESOS

Tabla N°68: Cálculo de Ingresos

Producto	Costo mensual	Gasto mensual	Costo Total	Costo de producción unitario	Margen de utilidad	Ingreso mensual	Producción al mes	Precio de venta por frasco
Frasco de leche desmaquillante	\$555,50	\$1.050,13	\$1.605,63	\$2,68	40%	\$4.200,00	600	\$7,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

El precio al público de la Leche desmaquillante Love Your Skin es de \$7

Tabla N°69: Proyección de Ingresos

Producto	Cantidad	Precio	Año 1	Cantidad	Precio	Año 2	Cantidad	Precio	Año 3	Cantidad	Precio	Año 4	Cantidad	Precio	Año 5
Leche desmaquillante	7200	\$7,00	\$50.400,00	8.496	\$7,03	\$59.686,10	10.025	\$7,05	\$70.683,14	11.830	\$7,08	\$83.706,37	13.959	\$7,10	\$84.007,71

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Para la proyección, se aplicó la tasa de inflación del 0.36% para el precio y para la cantidad, la tasa de crecimiento del sector del 18%

5.8 FLUJO DE CAJA

Tabla N°70: Flujo de Caja

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		\$50.400,00	\$59.686,10	\$70.683,14	\$83.706,37	\$84.007,71
(-) Costos de Producción		\$16.842,00	\$18.072,22	\$19.504,11	\$21.174,33	\$23.126,27
(-) Gastos Administrativos		\$12.601,60	\$12.861,29	\$13.126,71	\$13.397,99	\$13.675,27
(-) Gastos de Ventas		\$6.210,00	\$6.345,16	\$6.483,33	\$6.624,58	\$6.768,97
Utilidad antes de Utilidad e						
(=) Impuestos		\$14.746,40	\$22.407,43	\$31.568,99	\$42.509,47	\$40.437,20
(-) Reparto Utilidades		\$2.211,96	\$3.361,11	\$4.735,35	\$6.376,42	\$6.065,58
(=) Utilidades antes de Impuestos		\$12.534,44	\$19.046,32	\$26.833,64	\$36.133,05	\$34.371,62
(-) Impuestos (22% año 1)		\$2.757,58	\$4.761,58	\$6.708,41	\$9.033,26	\$8.592,91
(=) Utilidad Neta		\$9.776,86	\$14.284,74	\$20.125,23	\$27.099,79	\$25.778,72
(+) Depreciaciones		\$4.722,16	\$4.722,16	\$4.722,16	\$4.283,87	\$4.283,87
(-) Vehículos	\$12.000,00					
(-) Local	\$30.000,00					
(-) Maquinaria y Equipo	\$1.893,70					
(-) Muebles y Enseres	\$1.415,00					
(-) Equipos de Computación	\$1.315,00					
(-) Equipos de Comunicación	\$530,00					
(-) Capital de Trabajo	\$10.420,00					
(-) Gastos de Constitución	\$514,00					
Total	\$58.087,70	\$14.499,02	\$19.006,90	\$24.847,39	\$31.383,66	\$30.062,59

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Para el flujo de caja del año 1 al año 5, se trabaja con las proyecciones calculadas anteriormente.

5.9 PUNTO DE EQUILIBRIO

Se calcula el punto de equilibrio en dólares y en unidades, de acuerdo con las siguientes fórmulas.

$$PE(\$) = \frac{\text{Costos fijos mensuales}}{1 - \frac{\text{Costo variable por unidad}}{\text{Precio de venta por unidad}}}$$

$$PE(\text{unidades}) = \frac{\text{Costos fijos mensuales}}{\text{Precio de venta u.} - \text{Costo variable u.}}$$

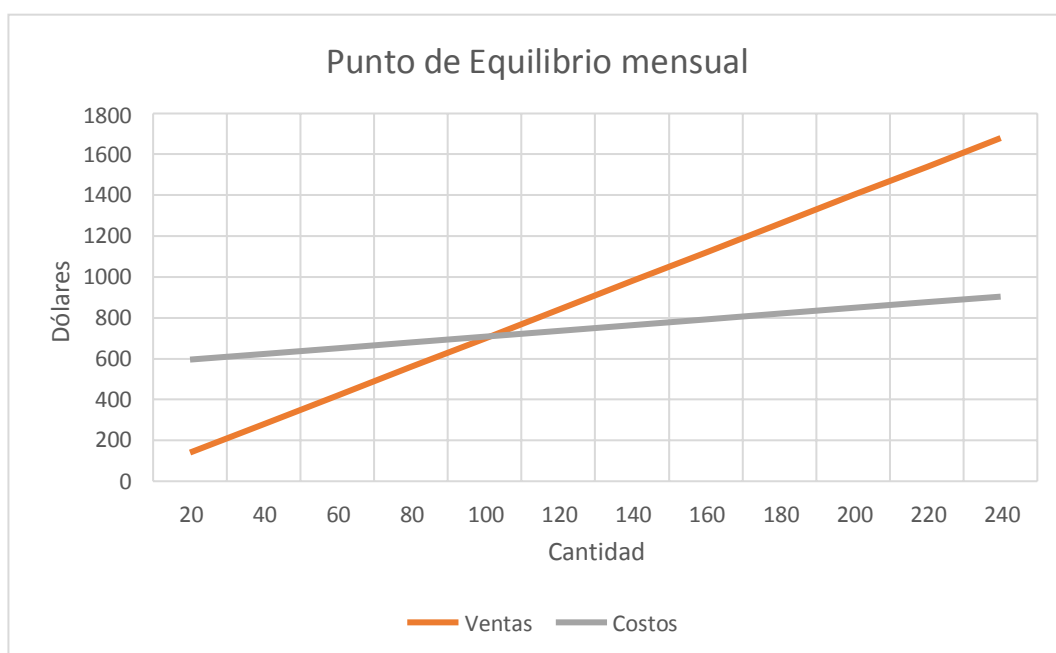


Gráfico N°26

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

TablaN°71: Punto de Equilibrio

Costos fijos mensuales	\$568,00
Costo variable por unidad	\$1,40
Precio de venta por unidad	\$7,00
Punto de Equilibrio en unidades (mes)	101
Punto de Equilibrio en unidades (año)	1212
Punto de Equilibrio en Dólares (mes)	\$710,00
Punto de Equilibrio en Dólares (año)	\$8.520,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Análisis: De acuerdo con el punto de equilibrio encontrado, se necesita producir y vender 101 frascos mensuales de leche desmaquillante, para de ese modo no obtener ni pérdidas, ni ganancias.

5.10 ESTADOS DE RESULTADOS

Tabla N°72: Estado de Resultados

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso de ventas	\$50.400,00	\$59.686,10	\$70.683,14	\$83.706,37	\$84.007,71
(-) Costo de Ventas	\$16.842,00	\$18.072,22	\$19.504,11	\$21.174,33	\$23.126,27
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$33.558,00	\$41.613,88	\$51.179,03	\$62.532,04	\$60.881,44
(-) Gasto de Ventas	\$6.210,00	\$6.345,16	\$6.483,33	\$6.624,58	\$6.768,97
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$27.348,00	\$35.268,72	\$44.695,70	\$55.907,46	\$54.112,47
(-) Gastos Administrativos	\$12.601,60	\$12.861,29	\$13.126,71	\$13.397,99	\$13.675,27
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$14.746,40	\$22.407,43	\$31.568,99	\$42.509,47	\$40.437,20
(-) Gastos Financieros	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(-) Otros Ingresos	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(-) Otros Egresos	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$14.746,40	\$22.407,43	\$31.568,99	\$42.509,47	\$40.437,20
(-) 15% Participación Trabajadores	\$2.211,96	\$3.361,11	\$4.735,35	\$6.376,42	\$6.065,58
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$12.534,44	\$19.046,32	\$26.833,64	\$36.133,05	\$34.371,62
(-) Impuesto a la renta (22% Año1)	\$2.757,58	\$4.761,58	\$6.708,41	\$9.033,26	\$8.592,91
UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO	\$9.776,86	\$14.284,74	\$20.125,23	\$27.099,79	\$25.778,72

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

5.11 EVALUACIÓN FINANCIERA

a) Indicadores Financieros

A continuación, se realiza el cálculo de los indicadores financieros TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento), VAN (Valor Actual Neto), TIR (Tasa Interna de Retorno), Costo Beneficio.

Con esto se puede determinar si el Proyecto de Inversión de la empresa Love Your Skin, es viable.

Valor Actual Neto

$$VAN = II + \sum \frac{FNC_n}{(1+i)^n}$$

Tabla N°73: Cifras para calcular VAN y TIR

Abreviatura	Concepto	Valor
II	Inversión Inicial	\$58.087,70
fn1	Flujo neto año 1	\$14.499,02
fn2	Flujo neto año 2	\$19.006,90
fn3	Flujo neto año 3	\$24.847,39
fn4	Flujo neto año 4	\$31.383,66
fn5	Flujo neto año 5	\$30.062,59
N	Años	5 años
i	TMAR	9,00%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Para calcular el VAN, se requiere conocer la tasa **TMAR**, se aplica en este proyecto, una tasa pasiva de 6.37% (Banco Central del Ecuador, 2020)

La fórmula que se usó para calcular la TMAR es: (Inflación + Tasa Pasiva) + (Inflación * Tasa Pasiva) (Toral, 2019)

$$\text{TMAR} = (\text{Inflación} + \text{Tasa Pasiva}) + (\text{Inflación} * \text{Tasa Pasiva})$$

$$\text{TMAR} = (0,36+6,37) + (0,36*6,37)$$

$$\text{TMAR} = 6,73+2,29$$

$$\text{TMAR} = 9,02\%$$

Para el método de la TIR, mientras más alta sea la TMAR, más alta deberá ser la TIR del proyecto para que este pueda ser aceptado. (Ochoa, 2015)

$$TIR = \frac{FN}{(1 + i)^n}$$

Una vez desarrollada la fórmula de cálculo de VAN y TIR, se obtiene los siguientes resultados

$$\text{VAN} = 32.170,22$$

$$\text{TIR} = 26\%$$

Este resultado indica que el VAN es mayor que cero, por lo que la inversión se considera viable. El resultado de TIR muestra que es mayor a la tasa, por lo que es aceptable. (Morales C. , 2017)

Costo Beneficio

La Relación Costo Beneficio, se obtiene al dividir la sumatoria de Flujo neto de los 5 años, con el descuento de la tasa; dividido para la inversión inicial. (Ochoa, 2015)

Tabla N°74: Costo Beneficio

Año	Flujos futuros	Flujos descontados
0	-58087,70	-58087,70
1	14499,02	13301,85
2	19006,90	15997,73
3	24847,39	19186,74
4	31383,66	22232,98
5	30062,59	19538,62
Sumatoria de los flujos descontados		\$90.257,92
Inversión en valor absoluto		\$58.087,70
Índice Costo Beneficio		\$1,55
VAN		\$32.170,22

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Análisis: En la Tabla N°74, se aplica la TMAR 9% y se divide la suma de los flujos netos descontados, para la inversión; se obtiene que, por cada dólar invertido, retornarán \$0.55

b) Razones

Rentabilidad

Se calcula la rentabilidad de la Empresa Love Your Skin, dividiendo la Utilidad Bruta en Ventas, sobre las Ventas.

$$\begin{aligned} \text{Rentabilidad} &= \frac{\text{Utilidad Bruta en Ventas}}{\text{Ventas}} \\ &= \frac{33.558}{50.400} \\ &= 0,67 \end{aligned}$$

Se determina una rentabilidad en el primer año del 67%.

Conclusiones

- Se demuestra que el Proyecto es viable, al obtener una Demanda Potencial Insatisfecha de \$707.032 en el Año 1.
- El proceso de producción en la empresa es semi industrial, emplea principalmente productos naturales y se somete a un eficiente control de calidad.
- De acuerdo con el estudio realizado, se determinan las actividades del personal, con un organigrama estructurado.
- La empresa se constituirá como Sociedad de Acción Simplificada, siguiendo la normativa de los entes reguladores de renta, compañías y con los permisos necesarios del Municipio de Rumiñahui.
- El proyecto es viable, esto se determina con los indicadores VAN y TIR que dieron un resultado de \$32.170,22 y 26% respectivamente.

Recomendaciones

- La empresa se debe plantear la posibilidad de ofrecer al mercado, productos con mayor diversidad para el cuidado de la piel.
- Desarrollar las fortalezas de la organización, para expandir la producción a otras localidades.
- Considerar la creación de nuevos puestos de trabajo, de acuerdo con el crecimiento de la empresa.
- Seguir la normativa establecida y cumplir los pagos de impuestos.
- Luego del análisis de los índices financieros, se demuestra viabilidad económica, por lo que se recomienda poner en marcha el proyecto.

Bibliografía

- A. El Telégrafo. (29 de Enero de 2019). Industria cosmética ecuatoriana crece en un 18% anual. pág. 18.
- ARCSA. (2020). *Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria*. Obtenido de <http://www.controlsanotario.gob.ec>
- Banco Central del Ecuador. (01 de 08 de 2020). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <http://www.contenido.bce.fin.ec>
- Best, R. (2007). *Marketing Estratégico*. En R. Best. Madrid: Pearson Educación.
- Diferenciador. (2020). *Diferenciador Gestión y Negocios*. Obtenido de <http://www.diferenciador.com>
- Fernandez, M. (2007). *Análisis y descripción de puestos de trabajo: teoría, métodos y ejercicios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Fisher, L. (2017). *Mercadotecnia*. México: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Flores, P. (12 de 11 de 2016). Determinación de las características físicas y químicas de las variedades de pepinillo. Ibarra, Imbabura, Ecuador.
- GADMUR. (2020). *Municipio de Rumiñahui*. Obtenido de <http://www.ruminahui.gob.ec>
- Guevara, R. D. (2015). *Pequeña Industria y Educación*. Quito: Facultad de Filosofía UCE.
- Heizer, J., & Render, B. (2015). *Principios de Administración de Operaciones*. México: Pearson Educación.
- Hernandez, S., & Bautista, P. (2006). *Metodología de la investigación científica*. Mexico: Educacion.
- Huidrobo, J. M. (2009). Código QR. *BIT*, 47-49.
- INEC. (2020). *Ecuador en cifras*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- Morales, C. (06 de Febrero de 2017). *Herramientas Financieras Básicas para el Análisis de un Proyecto de Inversión*. Obtenido de <http://www.repositorio.utmachala.edu.ec>
- Morales, E. (2015). *Estructura Organizacional*. Mexico: Publicaciones Educativas.
- Ochoa, G. (2015). *Administración Financiera*. México D.F.: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A.
- Parra, P. (2010). Cosméticos, se ajustan los niveles de producción. *Gestión Empresarial*, 16-22.
- Peru Retail. (09 de 08 de 2019). *Perú Retail La web del Retail y los canales comerciales*. Obtenido de www.peru-retail.com
- Porter, M. (2017). *Ser competitivo*. Michigan: Grupo Planeta.

- Procosméticos. (2018). *Datos de mercado de cosméticos en Ecuador*. Obtenido de www.procosmeticos.ec
- Reinares, P. (2017). *Los cien errores del CRM: Mitos, mentiras y verdades del Marketing de relaciones*. Madrid: ESIC.
- Riquelme, M. (14 de julio de 2014). *Web y empresas*. Obtenido de <http://www.webyempresas.com>
- Riquelme, M. (25 de 05 de 2016). FODA: Una herramienta esencial para el estudio de la empresa. Guadalajara, Jalisco, México.
- Rodríguez, S., Arroyo, G., & Trejo, R. (2020). Uso de materias primas naturales en la elaboración de cosméticos y su control de calidad. *Jóvenes en la ciencia*, 3.
- Rueda, J., Garavito, Y., & Calderón, J. (2020). Indicadores de gestión como herramienta de diagnóstico para Pymes. *I+D Revista de Investigaciones*, 109-124.
- Rugeles, L., Ortiz, J., Huertas, A., & Guaitero, B. (2016). *La cadena de valor en los ingredientes naturales en las industrias farmacéutica, alimentaria y cosmética*. Bogotá: Fondo Biocomercio.
- SENADI. (2020). Obtenido de <http://www.derechosintelectuales.gob.ec>
- Significados. (16 de 06 de 2020). *Significado de colores*. Obtenido de <http://significados.com>
- SRI. (2020). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2020). *Superintendencia de Cías*. Obtenido de <http://www.supercias.gob.ec>
- Toral, S. (2019). Proyecto de inversión para la construcción y el arrendamiento de un centro comercial en la ciudad de Cuenca. *Universidad del Azuay Facultad de Ciencia y Tecnología*. Cuenca, Azuay, Ecuador.

ANEXOS



ENCUESTA

UNIVERSIDAD INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

La siguiente encuesta tiene fines académicos y sus respuestas no llevan más de 5 minutos.

1. ¿Con qué frecuencia ocupa maquillaje?

- a) Diario
- b) Una o dos veces por semana
- c) Solo fines de semana
- d) En ocasiones especiales
- e) Nunca

2. ¿Qué producto usa para desmaquillarse?

- a) Crema
- b) Paños Húmedos
- c) Productos desmaquillantes
- d) Vaselina
- e) Otros

3. ¿Utiliza alguna marca específica? SI _____ NO _____ Cuál? _____

4. ¿De qué tamaño preferiría el envase de su producto desmaquillante?

- a) 180 ml
- b) 200ml
- c) 300ml

5. ¿Qué precio pagó la última vez que adquirió un producto desmaquillante?

De 3 a 5USD De 6 a 9USD De 10 a 15 USD más....

6. ¿Qué características valora en su producto desmaquillante? (puede responder más de una opción)

- a) Textura
- b) Aroma
- c) Efectividad

d) Precio

7. ¿Cuántas veces al mes, usted adquiere un producto desmaquillante?

a) 1 vez

b) 2 veces

c) 3 veces

d) 4 veces

8. ¿En dónde adquiere su producto desmaquillante?

a) Supermercado

b) Catálogos de productos

c) Internet

d) Farmacia

9. ¿Le gustaría usar un desmaquillante elaborado a base de productos naturales y con beneficios para la piel?

a) SI

b) NO

10. Seleccione el ingrediente natural que usted preferiría en un producto para la piel

a) pepinillo

b) coco

c) manzanilla

11. ¿Se siente satisfecha, con el producto desmaquillante que encuentra actualmente en el mercado? ¿Por qué?

a) Si

b) No

12. ¿Cuál de los siguientes nuevos productos, estaría dispuesta a utilizar?

a) Crema cicatrizante

b) Crema relajante

c) Crema de manos

13. ¿Por qué medio desearía recibir información de este y otros productos de cuidado de la piel?

a) Correo electrónico

b) Redes Sociales

c) Referidos

d) Radio