



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**PLAN DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PAÑALES
ECOLÓGICOS EN LA PROVINCIA DE ORELLANA CANTÓN JOYA DE
LOS SACHAS.**

Componente práctico examen complejo previo a la obtención del Título de
Licenciado (a) en Administración de Empresas

Autora

Doris Selena Chanaluisa Choloquina

Tutor

MSc. Christopher Neptalí López Samaniego

AMBATO– ECUADOR
2022

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

Yo, Doris Selena Chanaluisa Choloquina declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “PLAN DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PAÑALES ECOLÓGICOS”, como requisito para optar al grado de Licenciatura en Administración de Empresas 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 del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las 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 la ciudad de La Joya de los Sachas, a los 04 días del mes de Agosto de 2022, firmo conforme:

Autor: Doris Selena Chanaluisa Choloquina

Firma: 

Número de Cédula: 2200125090

Dirección: Orellana, Joya de los Sachas.

Correo Electrónico: selena_17g@hotmail.com

Teléfono: 0979567976

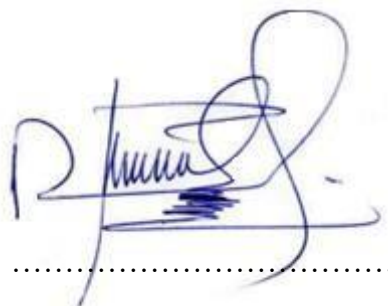
APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “Plan de Marketing para la comercialización de Pañales Ecológicos” presentado por Doris Selena Chanaluiza Choloquina, para optar por el Título de Licenciatura en Administración de Empresas

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.

Ambato, 04 de agosto del 2022

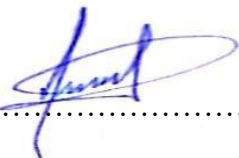
A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'López Samaniego Christopher Neptalí', is written over a horizontal dotted line.

MSc. López Samaniego Christopher Neptalí

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente Trabajo de Investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciada en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Ambato, 04 de agosto del 2022

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized 'D' followed by 'S' and 'C', is positioned above a horizontal dotted line.

Doris Selena Chanaluisa Choloquina

C.I 2200125090

APROBACIÓN EXAMINADORES

El Trabajo de Titulación ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “PLAN DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PAÑALES ECOLÓGICOS”, previo a la obtención del Título de Licenciatura en Administración de Empresas, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del Trabajo de Titulación.

Ambato, 04 de agosto de 2022.



Ing. Salazar Mera Juan Eduardo

EXAMINADOR



Ing. Espinoza Guano Mónica Paulina

EXAMINADOR

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación está dedicado a mis padres, Manuel Chanaluisa y María Choloquinga quienes me han brindado su amor y apoyo incondicional en todo momento para cumplir cada una de mis metas, a mi hijo Mathias Rueda quien ha estado en los buenos y malos momentos junto a mí, ser mi inspiración a que con esfuerzo y dedicación se puede cumplir lo que nos propongamos. Gracias por inculcarme valores, principios y la confianza que me han brindado a lo largo de mi vida estudiantil para dejarme una herencia de ser una buena profesional.

Doris Chanaluisa

•

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por permitirme culminar mi carrera con sabiduría, salud, junto a mi familia. A mis padres por brindarme todo su apoyo incondicional, a no desistir en la lucha de lograr culminar mis estudios.

A la Universidad Tecnológica Indoamérica, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Administración de Empresas, por brindarme la oportunidad de formarme académicamente, a los docentes por compartir sus conocimientos y experiencias para ser una buena profesional.

Doris Chanaluisa

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLA.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xii
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
ABSTRACT	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
EL PROBLEMA	2
Micro contextualización	2
Poder de negociación de los Proveedores.....	5
Poder de negociación de los Clientes	5
Amenaza de Nuevos Entrantes	6
Amenaza de Productos Sustitutos	6
Rivalidad entre los Competidores	6
Análisis Crítico	7
JUSTIFICACIÓN	8
OBJETIVOS.....	10
Objetivo General	10
Objetivos específicos	10
CAPÍTULO II	11
PROPUESTA	11
Objetivos de la propuesta	11

<i>Objetivos Generales de la propuesta</i>	11
<i>Objetivos Específicos de la propuesta</i>	11
Modelo Operativo de ejecución de la propuesta	11
MODELO GRÁFICO	12
MODELO VERBAL	12
<i>Herramienta de Gestión</i>	12
Datos informativos	12
Diseño del Producto	13
Proceso Productivo	13
Flujograma de Proceso	14
Organización de las actividades	15
<i>Misión</i>	15
<i>Visión</i>	15
Estructura Organizacional	15
Manual de funciones.	16
Presupuesto de Nómina para los trabajadores	19
ESTUDIO DE MERCADO	19
<i>Metodología de la investigación de mercado</i>	19
Identificación del problema	20
<i>Problema de decisión gerencial</i>	20
<i>Problema de investigación de mercados</i>	20
<i>Formulación del diseño de la investigación</i>	20
<i>Diseño muestral</i>	20

<i>Definición de la población meta</i>	20
<i>Determinación del marco muestral</i>	20
Selección de la técnica de muestreo	21
<i>Definición del tamaño de la muestra</i>	21
ANÁLISIS DEL ENTORNO	28
ESTRATEGIAS	29
MODELO MATEMÁTICO.....	30
Capacidad Productiva del Negocio.....	30
Requerimiento de Recursos.....	30
CONCLUSIONES.....	32
RECOMENDACIONES.....	33
Bibliografía	34
ANEXOS	35

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1. Características del pañal ecológico	3
Tabla 2. Descripción de Funciones de Cargos Gerente	16
Tabla 3. Descripción de Funciones de Cargos jefe de Comercialización.....	16
Tabla 4. Descripción de Funciones de Cargos jefe de Producción.....	17
Tabla 5. Descripción de Funciones de Cargos jefe de Contabilidad	17
Tabla 6. Descripción de Funciones de Cargos Costurera	18
Tabla 7. Descripción de Funciones de Cargos Personal de ventas	18
Tabla 8. Nómina de empleados.....	19
Tabla 9. Determinación del marco muestral	21
Tabla 10. Utilización de pañales ecológicos	23
Tabla 11. Medio de comunicación.....	24
Tabla 12. Promociones	25
Tabla 13. Distribución.....	26
Tabla 14. Disponibilidad de pago	27
Tabla 15. Disponibilidad de pago	28
Tabla 16. Requerimiento de recursos	31

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Prototipo de pañal ecológico	3
Figura 2. Análisis del microentorno.....	4
Figura 3. Árbol de problemas	7
Figura 4. Modelo Gráfico.....	12
Figura 5. Proceso Productivo	13
Figura 6. Flujograma de Proceso	14
Figura 7. Estructura Organizacional.....	15
Figura 8. Utilización de pañales ecológicos	23
Figura 9. Medio de comunicación.....	24
Figura 10. Promociones	25
Figura 11. Promociones	26
Figura 12. Disponibilidad de pago	27
Figura 13. Estrategias.....	29

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1. Encuesta.....	35
-------------------------------	-----------

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: “PLAN DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PAÑALES ECOLÓGICOS EN LA PROVINCIA DE ORELLANA CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS”

AUTOR: Doris Selena Chanaluisa Choloquinga

TUTOR: Ing. Christopher Neptalí López
Samaniego Mg.

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación tiene como fin diseñar una propuesta de un plan de marketing, mismo que se encuentre al nivel de las necesidades de la empresa diseñadora y comercializadora de pañales ecológicos, para ello se identificó como problema la inexistencia de un plan y por ende se tiene una baja participación en el mercado, siendo un factor negativo para la rentabilidad de la empresa. Para dar solución al problema mismo que es la baja participación del mercado por la inexistencia de un plan de marketing, se tomó como base la información general de la empresa para la realización del mismo.

PALABRAS CLAVES. – *Plan, marketing, pañales ecológicos.*

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

THEME: “MARKETING PLAN FOR THE COMMERCIALIZATION OF ECOLOGICAL DIAPERS IN THE PROVINCE OF ORELLANA CANTON JOYA DE LOS SACHAS”

AUTHOR: Doris Selena Chanaluisa Choloquina

TUTOR: Ing.Christopher Neptalí López

Samaniego Mg.

ABSTRACT

The purpose of this research is to design a proposal for a marketing plan, which is at the level of the needs of the designer and marketer of ecological diapers, for which the lack of a plan was identified as a problem and therefore it has a low participation in the market, being a negative factor for the profitability of the company. In order to solve the problem itself, which is the low market share due to the lack of a marketing plan, the general information of the company was taken as a basis for its realization.

KEYWORDS. – Plan, marketing, ecological diapers.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo está orientado a la creación del análisis de un Plan De Marketing Para La Comercialización De Pañales Ecológicos En La Provincia De Orellana Cantón Joya De Los Sachas a fin de poner en práctica nuestros conocimientos desarrollados a lo largo de toda nuestra preparación académica.

La relevancia que posee la incorporación de un planteamiento nuevo a una empresa que se dedica a la confección y comercialización de un producto con buena acogida dentro del mercado local es el direccionamiento a mejoras que pueden crear un negocio más estable y más rentable.

Se busca cumplir con el esquema institucional para la creación del plan, buscando estrategias encaminadas a la mejor acogida por parte de los clientes potenciales, sabemos que un plan de marketing es un documento que realiza una síntesis de la planificación de estrategias de marketing para un periodo un producto determinado, el mismo que incluye objetivos, indicadores, análisis y enfoques todo esto orientado al mejoramiento continuo de las propuestas de ventas en una empresa.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Tema

Plan de Marketing para la comercialización de Pañales ecológicos en la Provincia de Orellana Cantón Joya de los Sachas.

Contextualización

Micro contextualización

De manera local no existe un estudio apropiado sobre el consumo de pañales en el Cantón Joya de los Sachas, de esta manera se busca crear un análisis de estudio tomando como referencia la base de una encuesta direccionado específicamente en el consumo de pañales con características ecológicas, para de esta manera obtener datos más específicos para la investigación

De la misma manera es necesario resaltar que la utilización del producto se podría considerar como ayuda de medida de disminución y mitigación al problema del cambio climático, la alternativa como la creación de un producto amigable con el medio ambiente (pañales ecológicos) en este caso, ya que los mismo son de ciclo de vida reutilizable.

Pañales Ecológicos Reutilizables

La suavidad de la tela de los pañales ecológicos FUCHISS le da mayor movimiento al bebé, adaptándose a su piel.

Tabla 1. *Características del pañal ecológico*

Tamaño:	Ajustable (3-15 kg)
Material:	Exterior: Tela PUL a prueba de agua. Interior: gamuza suave.
Ajuste:	Con broches

Nota. - Son ajustables, tienen broches para regular, se adaptan desde que nace el bebé hasta que deja el pañal.

Elaboración Propia

- Tela suave e impermeable.
- Incluye un inserto absorbente de 3 capas.
- Reforzado en las piernas para evitar fugas
- Tela con lindos diseños, duradera y heredable.
- Fáciles de lavar en lavadora.
- Son amigables con el medio ambiente, no contaminan como los pañales desechables, los cuales se degradan cada pañal en 500 años
- Ahorro de dinero, ya que se realiza una sola compra que dura más de 2 años.
- Ayudan a mantener la salud de los bebés, ya que no contienen químicos
- Se usan también en la piscina.
- Evitan la dermatitis y la pañalitis, mantienen al bebé fresco y sequito.

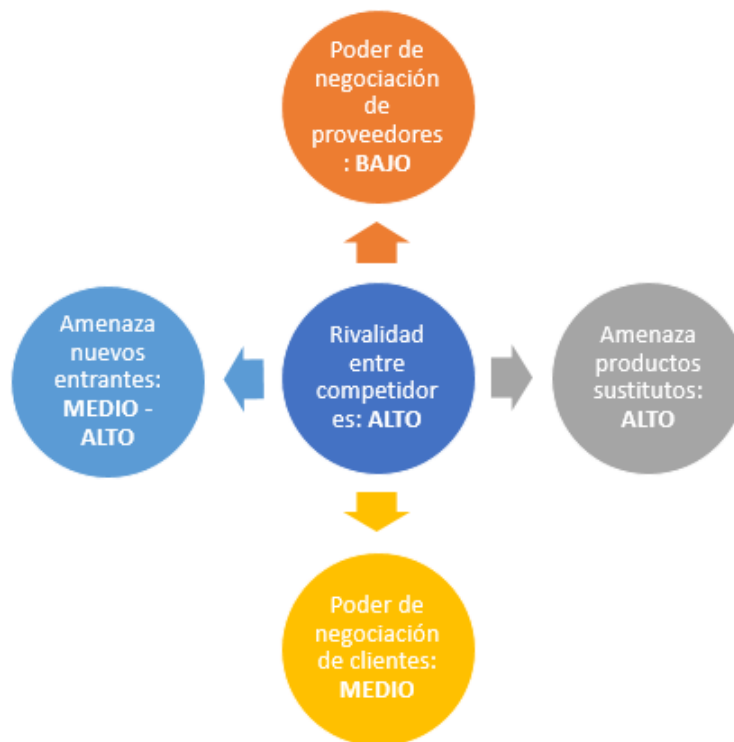
Figura 1. *Prototipo de pañal ecológico*



Fuente: www.google.com

Analizando las características que contemplan la fabricación y diseño de los pañales ecológicos es considera significativo realizar el análisis de las 5 fuerzas de Porter, el mismo que es un modelo desarrollado por el Autor Michael Porter, un prestigioso profesor de Harvard, modelo que ayuda a al manejo de objetivos creando negocios más competitivos. Gracias a un análisis del entorno de la empresa, es posible encontrar una estrategia para alcanzar los objetivos propuestos (Urbina Galindo , 2018)

Figura 1. *Análisis del microentorno*



Elaborado por: Doris Chanaluisa

Las estrategias no deben surgir de la nada, las misma deben responder al entorno del negocio al que se está direccionando, de ahí nace la importancia de realizar el análisis de la situación actual del entorno como tal en base a los datos generales de la sociedad.

El pronóstico, exploración y vigilancia en el entorno es fundamental para la detección de oportunidades y tendencias claves en los datos históricos y futuros de las necesidades de las sociedades. El éxito de un sistema de negocio y la supervivencia del mismo está enfocado en la capacidad de desarrollo que posee el mismo ya que un negocio que se encuentre a la par de las necesidades y de los numerosos cambios que se producen en el entorno, se encuentra listo para innovar y permanecer activo y fuerte en el mercado (Martínez & Milla, 2012)

A continuación, se realiza este análisis en el entorno de la industria de pañales ecológicos para bebé:

Poder de negociación de los Proveedores

El poder de negociación que existe por parte de los proveedores es **BAJO**, ya que los materiales necesarios y la materia prima necesaria para la elaboración y diseño de los pañales ecológicos son suministrados por una cantidad considerable de empresas a nivel nacional, existiendo varias alternativas al momento de elegir el proveedor idóneo para la empresa.

Poder de negociación de los Clientes

El poder de negociación que existe por parte de los clientes es **MEDIO**, ya que a la considerable cantidad de variedades de marcas, diseños, características y precios que existen en los pañales, y contando que existen grandes industrias que mantienen a sus marcas bien posicionadas dentro del mercado, además de que existen una variedad de empresas que ofertan pañales con características y especificaciones similares al nuestro, por lo tanto el cliente posee opciones variadas y tiene algunas marcas para escoger y estos lo harán según sus necesidades, economía, gustos y preferencias.

Amenaza de Nuevos Entrantes

La amenaza de competencia nueva entrante es **MEDIA ALTA**, ya que existe la facilidad de entrar al mercado, en vista de que existe una baja inversión al momento de incorporar un negocio de estas características (pañales ecológicos) y el incentivo de la creación de emprendimientos eco-amigables gracias a la creciente demanda a productos de estas características.

Amenaza de Productos Sustitutos

La amenaza de los productos sustitos es **ALTA**, ya que existen varias marcas que se encuentran posicionados en el mercado nacional ecuatoriano, que ofrecen productos que cubren la misma necesidad pero que poseen características diferentes tales como calidad y precio que están accesibles al público en general.

Rivalidad entre los Competidores

La rivalidad o pugna que existe entre competidores es **ALTA**, debido a que existe un número significativo de marzas posicionadas en el mercado nacional que poseen grandes características de calidad y con precios accesibles, las mismas marcas que poseen gran poder económico en el mercado y en infraestructura.

Finalmente, en la ciudad de La Joya de los Sachas no existe un plan de marketing para la comercialización de pañales ecológicos, más bien existe el sector informal que no cumple con el orden y seguridad para manejo de desechos recuperables. (Ojeda Lozano & Quintero Whitty, 2008)

Análisis Crítico

Figura 2. Árbol de problemas



Elaborado por: Doris Chanaluisa

El entorno del problema se centra en la inexistencia de un plan de Marketing para la comercialización y posicionamiento de la marca de los pañales ecológicos en la provincia de Orellana de manera específica en el Cantón de Joya de los Sachas, debido a la falta de un plan de esta naturaleza se desconoce la implementación del mismo y los beneficios que se dan al momento de incorporar las estrategias.

Ocasionando un impacto negativo en la participación del mercado, la deficiencia en la innovación en nuevos métodos de aplicación para encontrar más plazas de

distribución del producto, desarrollando una evidente insatisfacción de las necesidades que poseen los clientes.

JUSTIFICACIÓN

En los últimos años, la preocupación por la creación de productos ecológicos ha ido creciendo de modo global, teniendo en consideración que el impacto medioambiental por parte de los seres humanos y las costumbres de consumo de que generan los mismo es alta esto crea un problema al verse en peligro el equilibrio de los ecosistemas y de las diversas especies que existen en el mundo, incluido los mismos seres humanos.

La producción de basura es uno de los fenómenos medioambientales con mayor problemática en la actualidad, representando un problema para la salud física ya que la producción de desechos sólidos y el mal manejo del mismo, ocasiona la transmisión de enfermedades, en el Ecuador la situación de residuos sólidos sigue la misma producción, un país en vías de desarrollo con una producción urbana de 0.81 de residuo diario por habitante (Solíz Torres , 2015)

Un pañal desechable común tarde en descomponerse o degradarse en una aproximado de 500 años, pues además de contener alrededor de 35% de fibras de celulosas, el resto de materiales es de características sintéticas no biodegradables, como el polietileno, polipropileno y un polímero sintético muy absorbente. (Velazco Pérez, Sotelo, & Vasquéz , 2020)

En Puerto Francisco de Orellana cuenta con una población menor de cinco años consistente. La fuerza laboral se ha incrementado en el transcurso de los últimos diez años, más en el grupo de las mujeres. En general se visualiza un aumento en toda la población. La edad productiva de la mujer es de 15 a 49 años de edad, en Ecuador la última tasa de variación anual del IPC publicada en junio de 2022 fue del 4,2% (INEC, Instituti Nacional de Estadisticas y Censos, 2022)

Los efectos ambientales de este fenómeno han sido profundizados por diversos investigadores, tanto que en algunos países se discute su prohibición. Un ejemplo de esto es Vanuatu, un país ubicado en el Pacífico Sur prohibió el uso de pañales desechables de un solo uso a partir del 1 de diciembre de 2019, teniendo en cuenta que es un país demasiado vulnerable a los efectos del cambio climático y detectaron que la producción de basura, incluidos los pañales desechables, estaba poniendo en peligro no solo su isla, sino además el equilibrio del mundo entero. (Universidad de Alicante, 2018)

Es importante resaltar que una de los boletos empresariales más significativos en la actualidad, es la creación de empresas y emprendimientos innovadores que sean sustentables y amigables con el medio ambiente, las empresas con responsabilidad social son mejor vistas y tienen mejor acogida por parte del público.

Crear un plan de marketing para la comercialización y diseño de marca de los pañales ecológicos para el cantón Joya de los Sachas se vincula efectivamente con los lineamientos investigativos en el área de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, y por ende con la necesidad mundial de concientizar para crear un efecto positivo a nivel global.

Este plan de marketing procura ser un referente investigativo a nivel de la región amazónica ya que al representar un ecosistema frágil donde habita un sin número de especies vegetales y animales, es importante que se realice hábitos y prácticas amigables con el medio ambiente, y así mismo sirva como base teórica para estudiantes y profesionales interesados en la creación de empresas con conciencia ambiental, y para los investigadores de otras áreas que tengan como objetivo analizar el impacto del uso de pañales y otros residuos no biodegradables en Ecuador y en todo el mundo.

OBJETIVOS

Objetivo General

Realizar un diagnóstico situacional del entorno a la comercialización de pañales con características ecológicas en el cantón de Joya de los Sachas en la Provincia de Orellana.

Objetivos específicos

- ✚ Analizar las normativas legales vigentes que hagan referencia a la comercialización de pañales ecológicos en el cantón de La Joya de los Sachas.
- ✚ Investigar sobre las cifras y el estado sanitarios actual ocasionado por el consumo de pañales ecológicos en el Cantón de la Joya de los Sachas.
- ✚ Determinar el nivel de comercialización, necesidades y hábitos de consumo de pañales ecológicos dentro del Cantón la Joya de los Sachas.

CAPÍTULO II

PROPUESTA

Título de la propuesta a implementarse

Diseño de un Plan de Marketing para la comercialización de pañales ecológicos

Objetivos de la propuesta

Objetivos Generales de la propuesta

Determinar la aceptación de introducir el pañal ecológico de tela en el mercado ecuatoriano.

Objetivos Específicos de la propuesta

-  Identificar si están dispuestos a comprar pañales ecológicos.
-  Establecer los medios de comunicación para la promoción del producto.
-  Conocer los canales de distribución de preferencia por los consumidores del producto.

Modelo Operativo de ejecución de la propuesta

Para la ejecución del presente trabajo se considerarán tres modelos gráfico, verbal y matemático, esto con el fin de cumplir con los objetivos propuestos y elaboración del plan de marketing:

MODELO GRÁFICO

Figura 4. *Modelo Gráfico*

Microentorno	Macroentorno	Plan de Marketing
• Datos Informativos • Diseño del producto • Procesp Productivo • Flujograma de procesos • Misión, Visión Estructura Organizacional • Plan de funciones	• Mercado • Estudio del mercado • Análisis de resultados	• Análisis del entorno • Estrategias

Elaborado por: Doris Chanaluisa

MODELO VERBAL

Herramienta de Gestión

Datos informativos

Nombre del emprendimiento: Taller de Corte y confección KARINA

Ubicación: Joya de los Sachas

Tiempo estimado de ejecución

El tiempo aproximado para la ejecución de esta propuesta es 4 años a partir de su aprobación.

Equipo Técnico Responsable

Doris Chanaluisa

Diseño del Producto

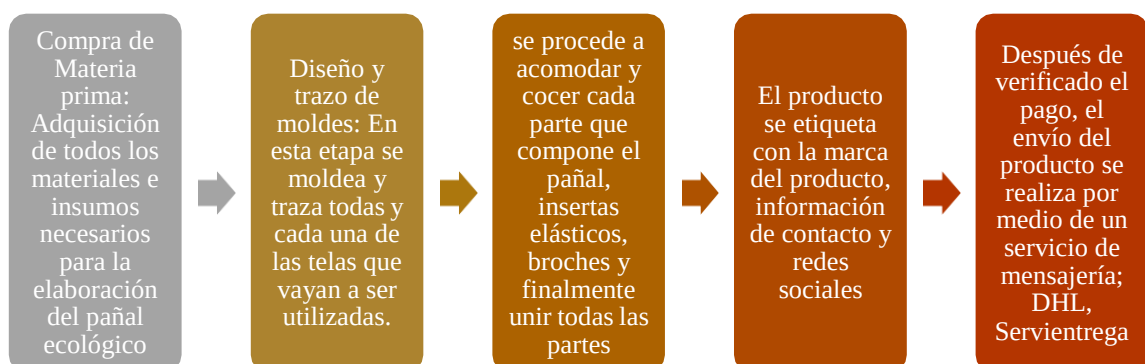
Toda organización, empresa o emprendimiento dedicada a la comercialización debe poseer dentro de su inventario de productos uno que deba ser llevado al mercado para su adquisición por parte del consumidor final, entonces que es lo que hace que dicho consumidor se enfoque hacía adquirir el producto que nos encontramos ofertando, que es lo que lo diferencia del resto, que busca el consumidor en un producto, que lo hace desear y comprarlo (Zabala , Peñaherrera , & Ledesma , 2018)

El taller de Corte y Confección “Karina” ofrece el servicio de diseño y confección a medida, de indumentaria de alta costura para clientela femenina y masculina. La producción y comercialización de pañales de tela ecológicos, pertenece a un área distinta del negocio.

Este pañal es elaborado completamente de tela, por lo que es libre de químicos y componentes que afectan la piel del bebé y el medio ambiente. Es lavable, reutilizable, repelente a líquidos y cuenta gel biodegradable reusable. Además, tiene broches que se ajustan según la talla del bebé, pudiendo ser usado por el bebé en toda su etapa crecimiento hasta que deje de usar pañal.

Proceso Productivo

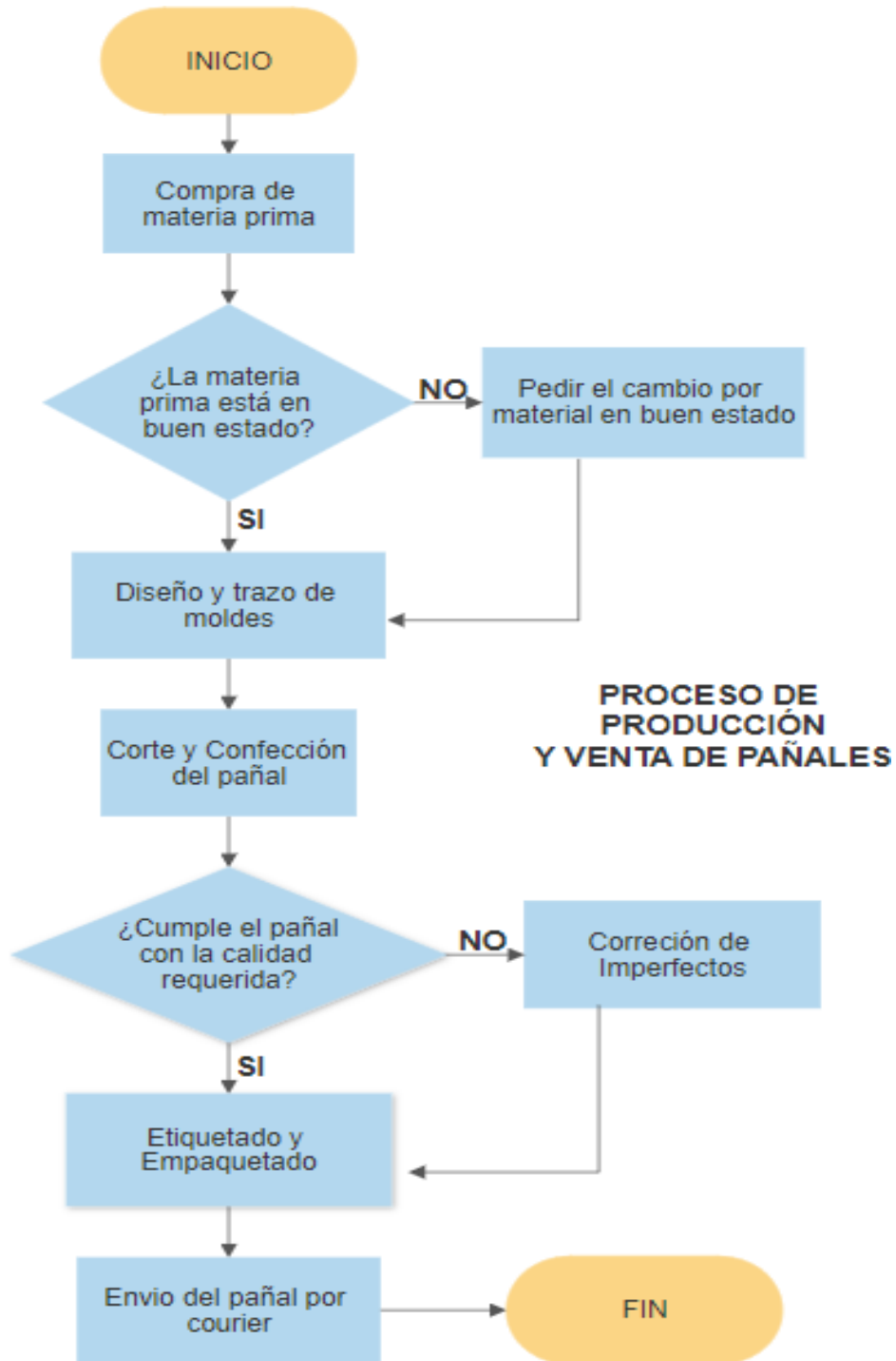
Figura 5. Proceso Productivo



Elaborado por: Doris Chanaluisa

Flujograma de Proceso

Figura 6. *Flujograma de Proceso*



Elaborado Por: Doris Chanaluisa

Organización de las actividades

Misión

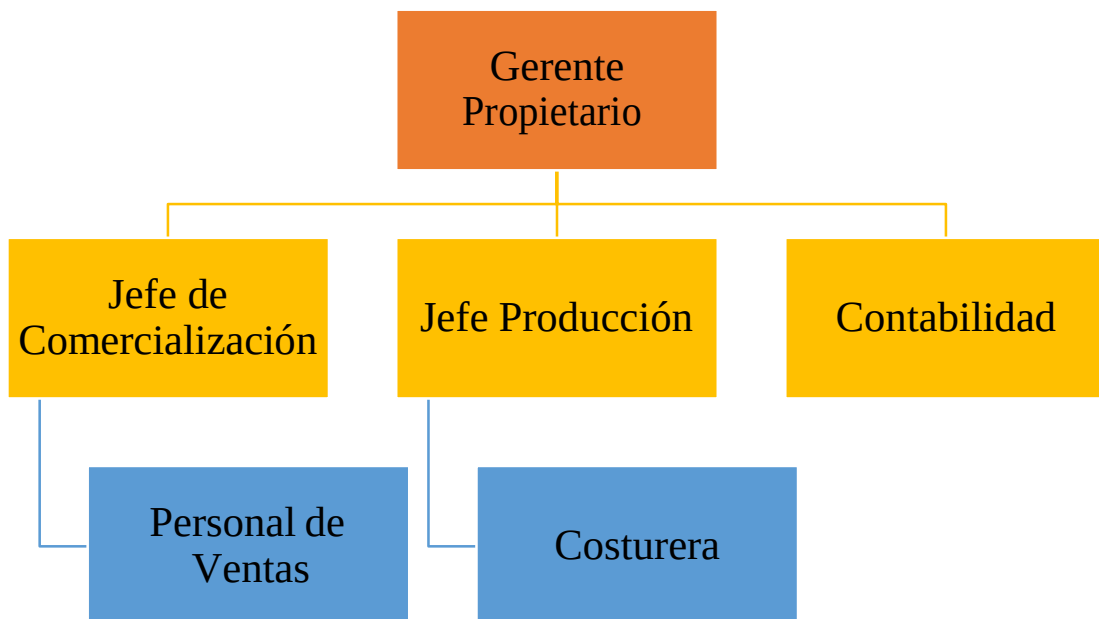
Satisfacer completamente las necesidades de nuestros clientes, contando con un personal calificado para la producción, diseñando productos de calidad permanente y presentaciones innovadoras.

Visión

Diferenciar nuestro mercado al 100% en cuanto a producto, ofreciendo una atención personalizada y de acuerdo a las necesidades de los clientes, llegar a ser una empresa reconocida como productora de pañales ecológicos líder en el mercado ecuatoriano.

Estructura Organizacional

Figura 7. Estructura Organizacional



Elaborado por: Doris Chanaluisa

Manual de funciones.

Tabla 2. Descripción de Funciones de Cargos Gerente

Cargo	Gerente
Función general	• Administrar • Controlar • Organizar • Dirigir La planta de Producción
Funciones específicas	Revisar los informes en referencia a los procesos producción
Instrucción formal	Ing., Comercial o Administración de Empresas
Experiencia	2 años en cargos similares
Otros requisitos	Pro actividad, Liderazgo, Iniciativa, asertividad, conocimiento básico de corte y confección

Elaborado por: Doris Chanaluisa

Tabla 3. Descripción de Funciones de Cargos jefe de Comercialización

Cargo	Jefe de Comercialización
Función general	• Gestiona • Administra • Controlar (Inventarios) La cartera de productos para su comercialización
Funciones específicas	Planificación comercial, planning, SEO, manejo de redes sociales, evaluación del personal de ventas y seguimiento del mismo
Instrucción formal	Ing., Administración de Empresas Ing. Comercial o Marketing.
Experiencia	1 año en cargos similares
Otros requisitos	Pro actividad, Liderazgo, Iniciativa

Elaborado por: Doris Chanaluisa

Tabla 4. Descripción de Funciones de Cargos jefe de Producción

Cargo	Jefe de Producción
Función general	Gestión de calidad
Funciones específicas	Revisar continuamente los procesos producción, coordinación de procesos y evaluación de rendimiento al personal de costura
Instrucción formal	Ing., Industrial, Tecnólogo en corte y diseño de prendas
Experiencia	1 año en cargos similares
Otros requisitos	Pro actividad, Liderazgo, Iniciativa

Elaborado por: Doris Chanaluisa

Tabla 5. Descripción de Funciones de Cargos jefe de Contabilidad

Cargo	Jefe de contabilidad
Función general	Llevar la contabilidad, pago de nómina, tributos entre otros
Funciones específicas	Realizar el libro diario, balance general, balance de resultados, pago de impuestos
Instrucción formal	Ing., Contabilidad y Auditoria
Experiencia	1 año en cargos similares
Otros requisitos	Pro actividad, Liderazgo, Iniciativa

Elaborado por: Doris Chanaluisa

Tabla 6. Descripción de Funciones de Cargos Costurera

Cargo	Costureras
Función general	Diseños, corte y confección total de los pañales ecológicos
Funciones específicas	Realizar el corte de las telas, clasificación de la mismas y control del inventario para conocer el stock de los materiales para el diseño del producto
Instrucción formal	Mínimo Bachiller
Experiencia	1 año en cargos similares
Otros requisitos	Pro actividad, iniciativa, trabajo en equipo

Elaborado por: Doris Chanaluisa

Tabla 7. Descripción de Funciones de Cargos Personal de ventas

Cargo	Personal de Ventas
Función general	Realizar la captación de nuevos clientes por medio de ventas dirigidas y personalizadas
Funciones específicas	Realizar ventas a nivel local y hacer trabajo de campo para ampliar la cartera de clientes
Instrucción formal	Mínimo Bachiller
Experiencia	1 año en cargos similares
Otros requisitos	Pro actividad, iniciativa, trabajo en equipo

Elaborado por: Doris Chanaluisa

Presupuesto de Nómina para los trabajadores

Se considera que no es conveniente pagar un sueldo fijo mensual por el trabajo de los colaboradores de la producción, ya que el rendimiento que se ha visto reflejado de esta manera no es beneficioso para la empresa por lo que se considera mantener una base y incrementar los bonos por desempeño y por volumen de pañales procesados, de la misma manera al personal de ventas, se realizara el pago del salario fijo más las comisiones por sus ventas.

Tabla 8. Nómina de empleados
PRESUPUESTO DE NÓMINA

COLABORADOR	Sueldo	Periodo
GERENTE	800.00	Mensual
JEFE DE PRODUCCIÓN	600.00	Mensual
JEFE DE COMERCIALIZACIÓN	600.00	Mensual
PERSONAL DE VENTAS	425.00	Mensual
COSTURERAS	425.00	Mensual

Elaborado por: Doris Chanaluisa

ESTUDIO DE MERCADO

Metodología de la investigación de mercado

La investigación descriptiva es el procedimiento que se utiliza para describir características de un fenómeno, sujeto o población a estudiar (Martínez A. , 2015).

Según (Tamayo & Tamayo, 2012), el tipo de investigación descriptiva, comprende la descripción, el registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición de los procesos en los fenómenos estudiados; el enfoque se hace sobre las conclusiones dominantes o sobre cómo una persona o grupos funcionan en el presente.

Este método de investigación es aplicado por medio de encuestas electrónicas y físicas hacia los potenciales clientes del producto para conocer su grado de aceptación, patrón de compras, gustos y preferencias.

Identificación del problema

Problema de decisión gerencial

¿Qué se debe hacer para introducir al mercado ecuatoriano un pañal ecológico que permita ahorro familiar y disminución en la contaminación ambiental?

Problema de investigación de mercados

Determinar características del mercado objetivo, percepción, intención, factores que influyen en la compra, preferencias del producto por parte del cliente y alternativas más atractivas para su promoción.

Formulación del diseño de la investigación

Como técnica investigativa se usó una encuesta la cual está compuesta por doce preguntas que pretende recabar la información propuesta en los objetivos de la investigación de mercado.

Diseño muestral

Definición de la población meta

La población en la que se enfoca la investigación son los padres y madres de familia con hijos en edad de usar pañales (menores de 3 años) que habitan en las cuatro regiones de la República del Ecuador.

Determinación del marco muestral

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, DATOS DEL CENSO , 2010) en el año 2019, la población ecuatoriana cuenta con 17.267.986 de habitantes, de las cuales 1.328.395 corresponden a infantes de entre 0 a 3 años. Esta misma cantidad corresponde a los padres y madres de familia objetivos del estudio.

Tabla 9. Determinación del marco muestral
EDADES AÑO 2019

0 A 11.9 MESES	331.773
1 AÑO A 1.11	331.699
2 AÑOS A 3	664.923
TOTAL	1.328.395

Elaborado por: Doris Chanaluisa

Selección de la técnica de muestreo

La técnica de muestreo utilizada es la de muestreo probabilístico mediante un muestreo aleatorio simple, el cual denota que cada individuo de esta población tiene la misma oportunidad de ser elegido para la muestra, mediante una selección aleatoria. Además del muestreo estratificado que permite la división de la población mediante características a analizarse, en este caso, padres y madres de familia de infantes menores a tres años (Otzen & Manterola, 2017)

Definición del tamaño de la muestra

Debido a que la población es finita, es decir, se conoce el total de la población para obtener el tamaño muestral se debe utilizar la fórmula (Arias, 2006)

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{N * e^2 + z^2 * p * q}$$

Para el cálculo se asumieron las siguientes variables:

N= Tamaño de la población
n= Tamaño de la muestra

p= probabilidad de éxito de 0.5 q= probabilidad de fracaso de 0.5
e= error de 0.05

z= valor en un nivel de confianza del 95% es de 1.96

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 1328395}{1328395 * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 385$$

Finalmente se obtiene como resultado un tamaño muestral de 385, que es el número de encuestas a realizarse.

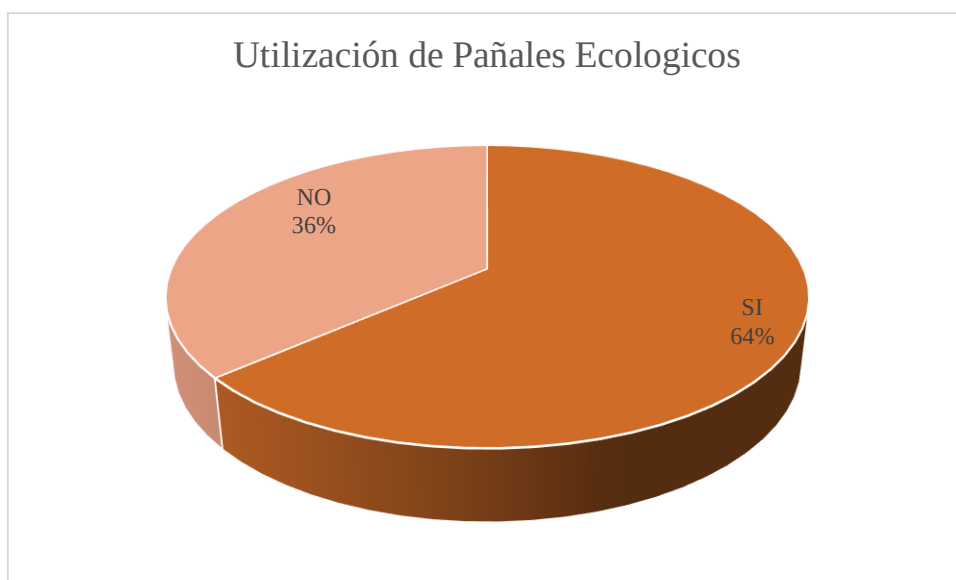
Pregunta 1.- ¿Usaría los pañales ecológicos?

Tabla 10. Utilización de pañales ecológicos

RESPUESTA	FRECUENCIA
SI	245
NO	140
TOTAL	385

Elaborado por: Doris Chanaluisa

Figura 8. Utilización de pañales ecológicos



Elaborado por: Doris Chanaluisa

Análisis e interpretación

En el presente estudio de mercado se obtuvieron los presentes resultados mismos que se adquirieron a través de una encuesta realizada a la población de estudio, se detalla que el 64% de la población encuestada afirma la utilización de pañales de características ecológicas este porcentaje está por encima de la negativa que alcanzó un 36%.

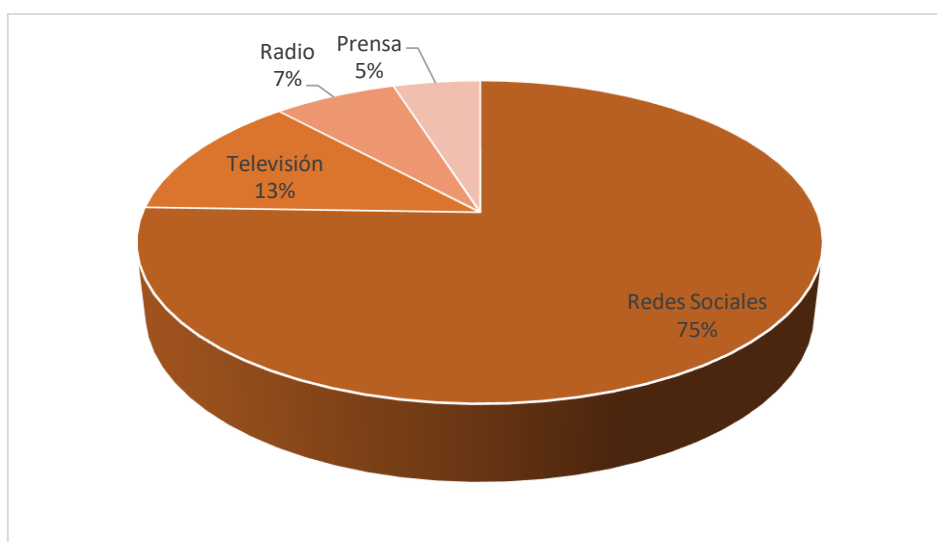
Pregunta 2. ¿Por qué medio le gustaría enterarse de las promociones que tienen los pañales desechables?

Tabla 11. Medio de comunicación

RESPUESTA	FRECUENCIA
REDES SOCIALES	185
TELEVISIÓN	31
RADIO	17
PRENSA	12
TOTAL	245

Elaborado por: Doris Chanaluisa

Figura 9. Medio de comunicación



Elaborado por: Doris Chanaluisa

Análisis e interpretación

En el presente estudio de mercado se obtuvieron los presentes resultados mismos que se adquirieron a través de una encuesta realizada a la población de estudio, se detalla que el 75% de la población encuestada prefiere enterarse de todas las actividades, así como de las ofertas por medio de redes sociales, el 13% se identifica más por el medio tradicional de la televisión un 7% prefiere la radio y tan solo el 5% restante sugiere la prensa escrita.

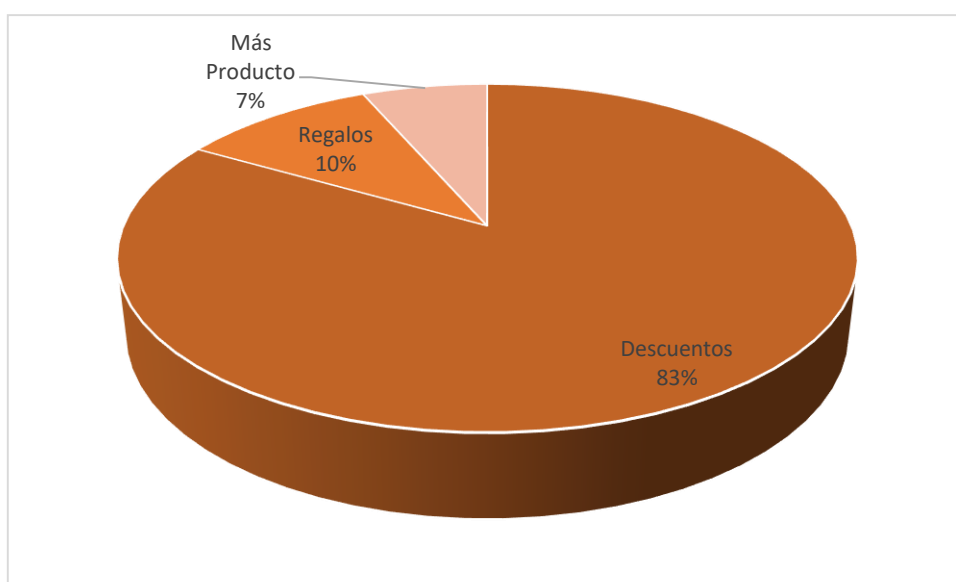
Pregunta 3. ¿Qué promociones le interesa recibir más con los pañales ecológicos?

Tabla 12. Promociones

RESPUESTA	FRECUENCIA
DESCUENTOS	204
REGALOS	25
MÁS PRODUCTO	16
TOTAL	245

Elaborado por: Doris Chanaluisa

Figura 10. Promociones



Elaborado por: Doris Chanaluisa

Análisis e interpretación

En el presente estudio de mercado se obtuvieron los presentes resultados mismos que se adquirieron a través de una encuesta realizada a la población de estudio, se detalla que el 83% de la población encuestada prefiere los descuentos como técnica de promoción, el 10% prefiere recibir regalos por la compra del producto y el 7% restante indica que le gustaría recibir más producto por el mismo valor.

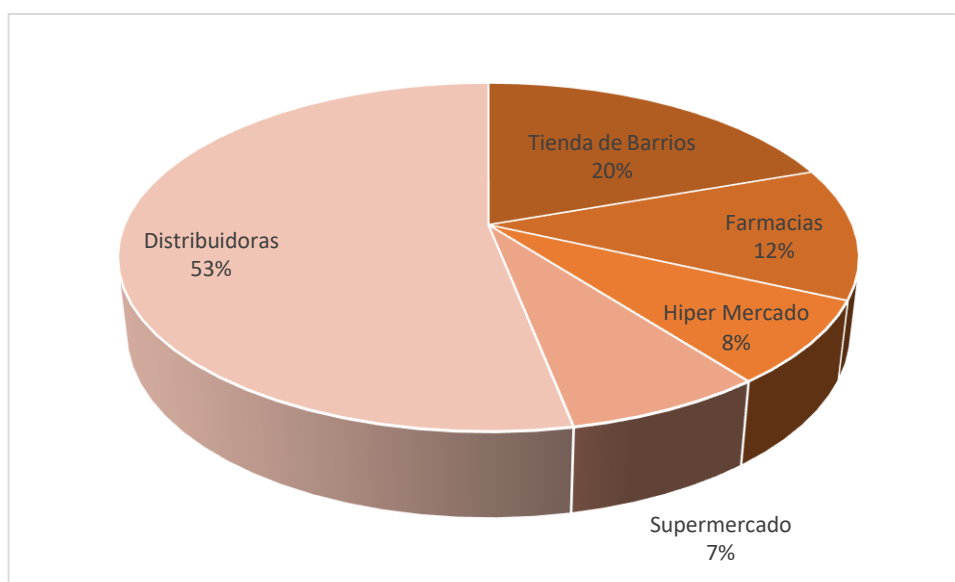
Pregunta 4. ¿Dónde le gustaría que sean distribuidos el producto para su compra?

Tabla 13. Distribución

RESPUESTA	FRECUENCIA
TIENDA DE BARRIOS	48
FARMACIAS	30
HIPER MERCADO	19
SUPERMERCADO	18
DISTRIBUIDORAS	130
TOTAL	245

Elaborado por: Doris Chanaluisa

Figura 11. Promociones



Elaborado por: Doris Chanaluisa

Análisis e interpretación

En el presente estudio de mercado se obtuvieron los presentes resultados mismos que se adquirieron a través de una encuesta realizada a la población de estudio, se detalla que el 53% de la población encuestada prefiere las distribuidoras, mientras que el 20% tiene como preferencia la adquisición en las tiendas de barrio, el 12% prefieren las farmacias, el 8% los hiper mercados y el 7% restante considera mejor los supermercados.

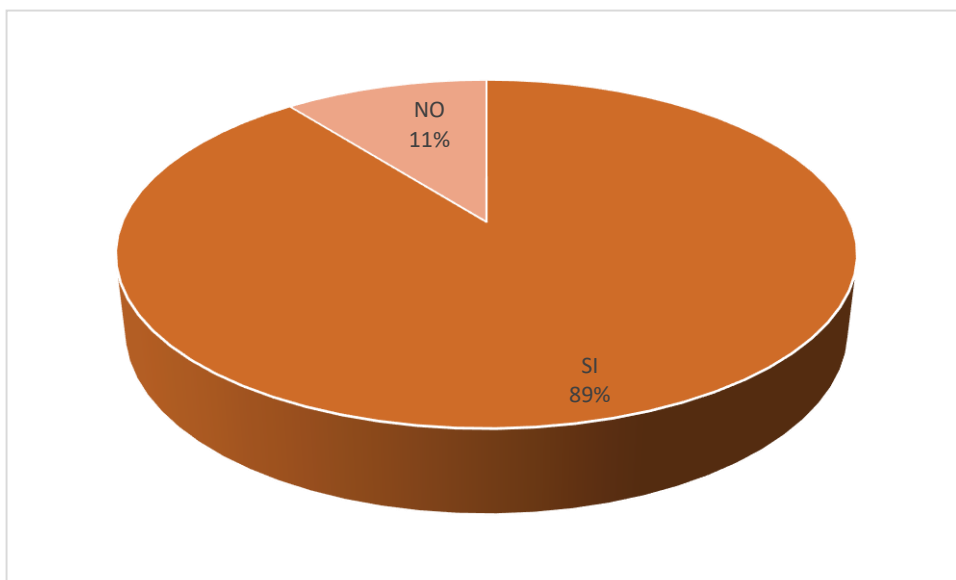
Pregunta 5. ¿Estaría dispuesto a pagar por los pañales ecológicos?

Tabla 14. Disponibilidad de pago

RESPUESTA	FRECUENCIA
SI	219
NO	26
TOTAL	245

Elaborado por: Doris Chanaluisa

Figura 12. Disponibilidad de pago



Elaborado por: Doris Chanaluisa

Análisis e interpretación

En el presente estudio de mercado se obtuvieron los presentes resultados mismos que se adquirieron a través de una encuesta realizada a la población de estudio, se detalla que el 89% de la población encuesta cuenta con la disponibilidad de pago por el producto consultado para el presente estudio de mercado ante un 11% de la negativa se determina que la su mayoría están dispuestos a comprar el producto.

ANÁLISIS DEL ENTORNO

Tabla 15. Disponibilidad de pago

DOFA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1. Producto amigable con el medio ambiente. F2. Personal con experiencia. F3. Disponibilidad de planta propia para la producción y diseño de los pañales F4. Proveedores locales con buenos precios	D1. Ser nuevo en el mercado. D2. No contar con automotor para la distribución de la mercadería por lo que toca alquilar o contratar el servicio. D3. Inexistencia de plan de marketing. D4. Inexistencia de manual de funciones.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIA DO
O1. Producto novedoso con buena aceptación por sus beneficios medioambientales. O2. Costos de fabricación convenientes para el margen de ganancia. O3. Precios y promociones accesibles O4. Utilización de plataformas virtuales para la difusión de la marca ecológica.	• Hacer la identificación del producto como uno amigable con el medio ambiente. • Crear un mecanismo óptimo para la toma del pedido y la distribución del mismo. • Mejorar el servicio de transporte incorporando a la institución su propio mecanismo de transporte • Capacitación al personal de ventas digitales para expandirse en el mercado	• Establecer un mecanismo de contratación con compañías de currier para los envíos a nivel nacional. • Crear una página web donde se puedan personalizar los pañales a elección del consumidor.
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
A1. Empresas con años en el mercado que gozan de un establecimiento solido en el mercado. A2. Competir con precios de las grandes industrias. A3. Leyes que regulen el uso de prendas con algún tipo de registro sanitario para la distribución A4. Falta de canales de acceso para la distribución ya que se encuentran cubiertos por otras marcas	• Crear promociones en los productos con menor salida, los diseños que poseen menor salida realizar descuentos para adquirir la atención del consumidor. • Crear un plan piloto para expandir el mercado con servicios de envíos nacionales. • Contratar un servicio de publicidad con experiencia en manejo de redes sociales	• Incorporar a la empresa un vehículo con un chofer para la distribución a los diferentes canales de venta que se encuentre dentro del cantón y a sus alrededores. • Cumplir con el manual de funciones, respetando y velando porque se cumplan con las actividades establecidas en cada perfil

Elaborado por: Doris Chanaluisa

ESTRATEGIAS

Figura 13. *Estrategias*

Estrategia	Aplicación
Uso de herramientas tecnológicas	En el siglo XXI las redes sociales se han convertido en una fuente de información muy útil para aquellos que desean ofrecer o descubrir un producto, por lo que se plantea la presencia de "Ecopeques" en redes sociales como Instagram y Facebook que han sido las que han logrado acaparar mayor aceptación. A través de estos medios se piensa compartir información de la empresa, producto, promociones, testimonios de usuarios y varios tutoriales acerca del correcto uso del pañal, entre otro tipo de videos interactivos. Más adelante se pretende la creación de una página web.
Fidelización del cliente	La fidelización consiste en ser asertivos con los productos que se ofrecen a los usuarios para que puedan satisfacer sus necesidades y cumplir con las expectativas para así demostrarle al cliente que es importante para la empresa. Existen diversos programas de fidelización, tales como; promociones y ofertas, sin embargo, es importante que antes de iniciar con la planificación del programa, se conozcan a los clientes, sus gustos e interés ya que de esta manera el efecto que tendrá la campaña o publicidad será más preciso y tendrá efectos positivos ante los usuarios.
Garantía del producto	Hoy en día el consumidor busca garantía del buen funcionamiento, asimismo la disponibilidad de artículos complementarios, devolución y cambio de producto, ya que, si la empresa no llegase a brindar este tipo de beneficios o garantía, su probabilidad de atraer un alto número de clientes será menor, por lo que es necesario que las empresas brinden seguridad y garantía del producto que está ofreciendo.

Programa de capacitación	El programa de capacitación tiene como objetivo que el personal que forma parte de la empresa pueda siempre estar actualizado sobre los últimos acontecimientos en la industria y, por lo tanto, se mantenga una ventaja competitiva ya que se aceleraría el tiempo de salida del producto al mercado (en caso de hacerse una mejora).
Variedad de modelos del producto	Si bien es cierto, la propuesta del proyecto es la comercialización de un pañal ecológico, sin embargo, más adelante se podría pensar en la ampliación de la línea de productos, tales como accesorios para el bebé o para la madre.
Envíos a nivel nacional e internacional	Por el momento se espera tener una buena acogida a nivel nacional y no se descarta que más adelante la empresa pueda expandirse a mercados internacionales.
Método de pago y envío	Los pagos podrán ser realizados en el local de la propietaria del producto o también a través de depósito o transferencia bancaria. Para su envío se realizará alianza con agencia "Servientrega" que da servicios de entrega de paquetes en todo el país.

Elaborado por: Doris Chanaluisa

MODELO MATEMÁTICO

Capacidad Productiva del Negocio

La mano de obra y maquinaria disponible para la elaboración exclusiva de pañales ecológicos permite producir 2 pañales por hora, lo que significa 320 pañales al mes trabajando 8 horas diarias, 20 días al mes. Sin embargo, la producción dependerá de la demanda prevista, por lo que los empleados solo trabajarán y serán pagados por hora.

Requerimiento de Recursos

Si bien el taller ya cuenta con los recursos necesarios para su brindar su principal servicio, va a requerir de ciertos suministros para llevar a cabo correctamente sus operaciones en la producción y comercialización de pañales ecológicos.

Los suministros necesarios se muestran a continuación.

Tabla 16. Requerimiento de recursos

Maquinaria			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Máquina Overlock Singer	1	\$ 400,00	\$400,00
Mesa de Costura	1	\$ 120,00	\$120,00
Máquina recubridora	1	\$ 750,00	\$750,00
Máquina Recta Industrial	2	\$ 550,00	\$1.100,00
Máquina para broches	1	\$ 35,00	\$35,00
TOTAL			\$2.405,00

Suministros para Costura			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Tijera	2	\$ 20,00	\$40,00
Alfiler	50	\$ 0,05	\$2,50
Tiza	2	\$ 1,00	\$2,00
Aguja	10	\$ 0,15	\$1,50
Cinta métrica	2	\$ 1,50	\$3,00
TOTAL			\$49,00

Muebles y Suministros de Oficina			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio	1	\$ 78,00	\$78,00
Silla de Oficina	4	\$ 55,00	\$220,00
Smartphone Galaxy A10	1	\$ 150,00	\$150,00
Archivador	1	\$ 115,00	\$115,00
TOTAL			\$563,00

Equipos de Computación			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Laptop Dell Inspiron Core I3	1	\$480,00	\$480,00
Impresora Epson L4150	1	\$210,00	\$210,00
TOTAL			\$690,00

Elaborado por: Doris Chanaluisa

CONCLUSIONES

- Se concluye que la población encuestada dentro del presente trabajo de investigación se encuentra dispuesta a la adquisición de pañales ecológicos por las características de los mismos, y por el impacto que genera a la mejora del cuidado del medio ambiente con un porcentaje del 64% de aceptación a la adquisición del producto.
- Dentro del enfoque del marketing es indispensable asegurarse de conocer los medios de comunicación por los cuales puede tener mayor acceso al cliente, en el caso del presente proyecto la población encuestada determino que el medio de comunicación por el que le gustaría conocer y saber más de producto es por medio de las redes sociales, con el 81% de respuestas para la utilización de plataformas sociales como medio de principal de comunicación, el 12% identificó como el mejor medio a uno de los tradicionales, propagandas por medio de la televisión con apenas el 4% y 5% se encuentra la radio y la prensa escrita como alternativa.
- El conocimiento de los canales de distribución es primordial para el desarrollo de un producto dentro del mercado, ya que es por donde se realizará la entrega de los productos directo al consumidor, en el caso del presente proyecto de pañales ecológicos los canales que desean los clientes son con un 53% requiere adquirirlos por medio de distribuidoras de artículos de con estas características ya que se puede acceder a mejores precios, el 20% correspondiente identifica como canal y alternativa de distribución a las tiendas de barrio, el 12% prefiere adquirirlos en las farmacias dejando al 10 y 5% con los hiper y super mercados como alternativa de punto de distribución para la compra del producto.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda tomar en consideración las cifras obtenidas a través del estudio de mercado aplicado a la población identificada para la presente investigación, ya que detallan datos significativos para fortalecer la participación dentro del mercado a los pañales de características ecológicas.
- Otra de las recomendaciones es que consideren la aplicación de una página web que este equipada para la recepción de pedidos a nivel nacional, así como la creación de futuros procesos que ayuden a los envíos seguros de los paquetes solicitados.
- El fortalecimiento de la marca en redes sociales es vital para el crecimiento de la marca misma, se sugiere trabajar más en ellas y promover la conciencia del llamado al cuidado ambiental ya que el cuidado del mismo es importante y es una de las bases por la que se creó el proyecto

BIBLIOGRAFÍA

- Arias, J. (2006). Tamaño de la Muestra. En *Tamaño de la Muestra* (pág. 83). Madrid: EFD Ediciones .
- INEC. (2010). DATOS DEL CENSO . Quito .
- INEC. (2022). *Instituti Nacional de Estadisticas y Censos*. Recuperado el 29 de Julio de 2022, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- Martínez , D., & Milla, A. (2012). Análisis del Entorno empresarial . En *Elaboración de un plan estrategico y su implementación a traves de un cuadro integral* . Madrid: Díaz de Santos .
- Martínez, A. (2015). Métodos de Investigación. México.
- Ojeda Lozano & Quintero Whitty. (2008). *Generación de Residuos sólidos domiciliarios por período estacional: el caso de una ciudad mexicana*. México: Pearson.
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Scielo*, 227-232.
- Solíz Torres , M. (2015). Ecología política y geografía crítica de la basura en el Ecuador. *Letras Verdes. Revista Latinoamericana de Estudios Socioambientales*, 4-28.
- Tamayo , C., & Tamayo, R. (2012). Metodología descriptiva . México : Had Mid Ediciones .
- Universidad de Alicante. (2018). *Estrategias tecnológicas de posicionamiento: Internet Invisible*. España.
- Urbina Galindo , A. C. (2018). Modelo de las 5 fuerzas de Porter, aplicación empresas Toks México y Frisby Colombia. *Biblioteca Euclides Jaramillo* .
- Velazco Pérez, M., Sotelo, P., & Vasquéz , A. (2020). Gestión de residuos e impacto ambiental de los productos higiénicos absorbentes: una revisión. *SAGE JOURNALS*, 4-38.
- Zabala , E., Peñaherrera , F., & Ledesma , G. (2018). EL DISEÑO DEL PRODUCTO Y SU IMPORTANCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE. *Universidad Técnica De Babahoyo*.

ANEXOS

ANEXO 1. Encuesta.



ENCUESTA

TEMA: PLAN DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PAÑALES ECOLÓGICOS EN LA PROVINCIA DE ORELLANA CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS

Objetivo: El objetivo principal del siguiente cuestionario es obtener información relevante para la investigación del plan de marketing para la comercialización de pañales ecológicos en la provincia de orellana cantón joya de los sachas.

Sus respuestas serán utilizadas con fines académicos.

La encuesta tomará 5 minutos para completarla y sus respuestas son confidenciales.

Pregunta 1.- ¿Usaría los pañales ecológicos?

SI

NO

Pregunta 2. ¿Por qué medio le gustaría enterarse de las promociones que tienen los pañales desechables?

REDES SOCIALES

TELEVISIÓN

RADIO

PRENSA

Pregunta 3. ¿Qué promociones le interesa recibir más con los pañales ecológicos?

DESCUENTOS

REGALOS	
MÁS PRODUCTO	

Pregunta 4. ¿Dónde le gustaría que sean distribuidos el producto para su compra?

TIENDA DE BARRIOS	
FARMACIAS	
HIPER MERCADO	
SUPERMERCADO	
DISTRIBUIDORAS	

Pregunta 5. ¿Estaría dispuesto a pagar por los pañales ecológicos?

SI

NO	
-----------	--

¡Gracias Por su Colaboración!