



**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y TURISMO**

Trabajo de fin de carrera titulado:  
**“ANALISIS DE LA VENTA DIRECTA EN EL SECTOR  
COSMETICO ECUATORIANO Y SU INCIDENCIA EN EL  
DESEMPLEO DEL BARRIO IÑAQUITO AÑO 2014”**

Realizado por:  
**TITO FERNANDO BASTIDAS REYES**

Directora de la investigación:  
**VIVIANA NEIRA GOMEZ MBA**

Como requisito para la obtención del título de:  
**MAGISTER EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS**

Quito, Febrero del 2015

## **DECLARACION JURAMENTADA**

Yo, TITO FERNANDO BASTIDAS REYES, con cédula de identidad # 171392568-1, declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado a calificación profesional; y, que ha consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración, cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

Tito Fernando Bastidas Reyes

C.C.: 171392568-1

## **DECLARATORIA**

El presente trabajo de investigación titulado:  
**“ANALISIS DE LA VENTA DIRECTA EN EL SECTOR COSMETICO  
ECUATORIANO Y SU INCIDENCIA EN EL DESEMPLEO DEL BARRIO  
IÑAQUITO AÑO 2014”**

Realizado por:  
**TITO FERNANDO BASTIDAS REYES**

como Requisito para la Obtención del Título de:  
**MAGISTER EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS**

ha Sido dirigido por la profesora:  
**VIVIANA NEIRA**

quien considera que constituye un trabajo original de su autor

Viviana Neira  
DIRECTORA

Los Profesores Informantes:

MSC. ISRAEL PERALTA

MSC FABRICIO JACOME

Después de revisar el trabajo presentado,  
lo han calificado como apto para su defensa oral ante  
el tribunal examinador

Msc. Israel Peralta

Msc. Fabricio Jacome

Quito, Febrero de 2015

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo de investigación a DIOS, a mis Padres: Anita y Vicente, a mi Esposa Mayra, a mi Hijo Tito Alessandro, a mis Hermanos: Ramiro y Ana Lucia, a mis Sobrinos: Romina y Leonel; quienes son fuentes de inspiración en mi caminar diario por la vida.

## **AGRADECIMIENTO**

A la profesora Viviana Neira por su acertada dirección de la tesis. Su profesionalismo y entrega fueron determinantes a la hora de conformar este documento.

A los profesores Israel Peralta y Fabricio Jacome, quienes con sus lecturas aportaron una visión diferente e integradora de mi investigación.

A la Universidad Internacional SEK, por su esfuerzo de formar profesionales íntegros.

## ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL.....	ii
ÍNDICE DE CUADROS .....	iii
ÍNDICE DE GRÀFICOS .....	iv
CAPÍTULO I.....	1
INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 El problema de investigación.....	1
1.1.1 Planteamiento del problema .....	1
1.1.2 Formulación del problema.....	5
1.1.3 Sistematización del problema.....	6
1.1.4 Objetivo General .....	6
1.1.4 Objetivos específicos .....	6
1.1.5 Justificaciones.....	7
CAPÍTULO II.....	9
MARCO TEÓRICO .....	9
2.1 La venta directa.....	9
2.2 Canales de distribución de la venta directa.....	13
2.3 Estructura del sistema de venta directa.....	17
2.4 Participantes del proceso de venta directa .....	20
2.5 Modelo Win to Win .....	22
2.6 Procesos de desempleo .....	24
2.7 Tipos de desempleo .....	31
2.8 Causas del desempleo .....	32
2.9 Consecuencias del desempleo en la persona.....	34
2.9.1 Ámbito psicológico.....	34
CAPÍTULO III .....	37



EL SECTOR DE COSMÉTICOS EN EL ECUADOR.....	37
3.1 Comportamiento del sector de cosméticos .....	37
3.2 Participación del sector de cosméticos en el PIB .....	43
3.3 Evolución del sector de cosméticos .....	46
3.4 Estudio de importaciones y exportaciones.....	48
3.5 Estudio de los modelos de venta directa del sector de cosméticos .....	55
3.6 Población que trabaja en sistema de ventas directas de cosméticos .....	58
CAPÍTULO IV .....	61
INCIDENCIA DE LA VENTA DIRECTA DE COSMÉTICOS EN EL DESEMPLEO DE MUJERES DEL BARRIO DE IÑAQUITO .....	61
4.1 Estudio de la evolución del desempleo en mujeres .....	61
4.2 Análisis e interpretación de instrumentos de campo .....	62
4.2.1 Población y Muestra .....	62
4.2.2 Resultados de la encuesta .....	64
4.2.3 Resultados de la encuesta .....	84
4.3 Análisis de la incidencia de la venta directa en el desempleo (por tipo de desempleo).....	87
4.4 Posibles escenarios futuros a presentarse .....	90
4.5 Informe de resultados.....	93
Conclusiones:.....	95
Recomendaciones .....	98
REFERENCIAS .....	101
ANEXOS .....	104

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1- Factores originarios de desempleo .....	28
Cuadro No. 2- Principales miembros de Pro cosméticos .....	40
Cuadro No. 3- Producto Interno Bruto .....	44
Cuadro No. 4- Ventas d cosméticos en Ecuador (Millones de USD).....	47
Cuadro No. 5- Tasas de crecimiento en la importación de cosméticos .....	49
Cuadro No. 6-Cálculo de la ecuación de proyección lineal .....	50
Cuadro No. 7- Resultados de la proyección de la importación .....	51
Cuadro No. 8- Tasas resultantes por año en la exportación de cosméticos.....	54
Cuadro No. 9-Proyección de las exportaciones.....	55
Cuadro No. 10-Modelo de venta directa en Ecuador .....	57
Cuadro No. 11-Edad.....	64
Cuadro No. 12-Empleo.....	65
Cuadro No. 13-Pregunta No 1 .....	66
Cuadro No. 14-Pregunta No 2 .....	67
Cuadro No. 15-Pregunta No 3 .....	68
Cuadro No. 16-Pregunta No 4 .....	70
Cuadro No. 17-Pregunta No 5 .....	71
Cuadro No. 18-Pregunta No 6 .....	72
Cuadro No. 19-Pregunta No 7 .....	73
Cuadro No. 20-Pregunta No 8 .....	74
Cuadro No. 21-Pregunta No 9 .....	75
Cuadro No. 22-Pregunta No 10 .....	77
Cuadro No. 23-Pregunta No 11 .....	78
Cuadro No. 24-Pregunta No 12 .....	79
Cuadro No. 25-Pregunta No 13 .....	80
Cuadro No. 26-Pregunta No 14 .....	82
Cuadro No. 27-Pregunta No.15 .....	83
Cuadro No. 28- Incidencia de las ventas directas por tipo de desempleo .....	88
Cuadro No. 29-Proyección de ventas próximos 5 años, en base a datos históricos .....	92

## ÍNDICE DE GRÀFICOS

Gráfico No. 1- Canal de distribución .....	14
Gráfico No. 2- Tipos de canales de distribución .....	16
Gráfico No. 3- Estructura de la venta directa .....	19
Gráfico No. 4- Proceso cíclico del desempleo .....	30
Gráfico No. 5- Balanza Comercial Ecuador .....	38
Gráfico No. 6-Crecimiento el PIB .....	45
Gráfico No. 7- Ventas d cosméticos en Ecuador (Millones de USD) .....	48
Gráfico No. 8- Importaciones de cosméticos .....	49
Gráfico No. 9-Càlculo de la ecuación de proyección de la importación .....	51
Gráfico No. 10-Exportaciones sector cosméticos.....	54
Gráfico No. 11- Ecuación de las exportaciones .....	55
Gráfico No. 12-Principales provincias consumidoras .....	56
Gráfico No. 13-Cadenas de distribución .....	58
Gráfico No. 14-Tasas de desempleo.....	61
Gráfico No. 15-Edad.....	64
Gráfico No. 16-Empleo .....	65
Gráfico No. 17-Pregunta No 1 .....	66
Gráfico No. 18-Pregunta No 2.....	68
Gráfico No. 19-Pregunta No 3.....	69
Gráfico No. 20-Pregunta No 4.....	70
Gráfico No. 21-Pregunta No 5.....	71
Gráfico No. 22-Pregunta No 6.....	72
Gráfico No. 23-Pregunta No 7.....	73
Gráfico No. 24-Pregunta No 8.....	74
Gráfico No. 25-Pregunta No 9.....	76
Gráfico No. 26-Pregunta No 10.....	77
Gráfico No. 27-Pregunta No 11.....	78
Gráfico No. 28-Pregunta No 12.....	79
Gráfico No. 29-Pregunta No 13.....	81
Gráfico No. 30-Pregunta No 14.....	82
Gráfico No. 31-Pregunta No.15.....	83
Gráfico No. 32-Incidencia de la venta directa en el desempleo .....	89

Gráfico No. 33-Cálculo de ecuación ..... 92

# **CAPÍTULO I**

## **INTRODUCCIÓN**

El presente capítulo analiza el problema de investigación, buscando determinar situaciones que afectan a la población y demandan de soluciones viables. En este caso, el estudio se enfoca en el desempleo y su incidencia en la persona, marcando diversas clasificaciones que existen y como estas permitan su comprensión efectiva.

### **1.1 El problema de investigación**

El desempleo impide a una persona cubrir sus necesidades y la de su familia, dando lugar a altos riesgos que afectan su integridad. La sociedad entera se ve afectada por esta situación pudiendo derivarse una serie de situaciones de riesgo como el incremento de la delincuencia, el alcoholismo, drogadicción, entre otras.

#### **1.1.1 Planteamiento del problema**

El planteamiento del problema se basa en un estudio de la pobreza existente en el país, buscando una relación con los objetivos del Buen Vivir, para establecer las necesidades de cambio en base del conocimiento de las causas y efectos que son producidos por su existencia.

##### **1.1.1.1 Diagnóstico del problema**

El desempleo en el Ecuador presentó en el año 2013 la tasa más baja de los últimos 10 años encontrándose en un rango comprendido entre 9,09% a 4,60%, lo que implica un aumento de la oferta laboral existente originada del crecimiento del aparato productivo nacional. En este sentido, el desarrollo de las actividades económicas, independientemente del sector en donde se enfoquen sus actividades han incidido positivamente en la economía nacional, permitiendo mejorar las condiciones de ingreso per cápita y por ende la calidad de vida. (Banco Central del Ecuador, 2013, Recuperado el 20 de Enero de 2014, de [www.bce.gob.ec](http://www.bce.gob.ec))

Tomando como referencia el Sumak Kawsay<sup>1</sup>, uno de los principales objetivos de desarrollo es el mejoramiento progresivo y constante del ser humano, entendiéndose que el incentivo hacia el fortalecimiento de su desarrollo es una obligación Estatal sustentada en los propios derechos fundamentales individuales y colectivos de la persona. En este aspecto, es necesario impulsar toda actividad lícita que permita ampliar la productividad, la oferta laboral y el desarrollo.

Es justificable de esta manera, una serie de medidas económicas que el actual régimen ha tomado, referentes a la protección del mercado nacional buscando principalmente recuperar varios sectores industriales afectados durante la anterior década. Dentro de estas se encuentra por ejemplo los aranceles a la importación de varios productos como textiles, calzado, cosméticos, entre otros. Sin embargo, no es posible establecer una única relación de desarrollo en base al crecimiento de la oferta laboral dado por estas medidas y el mejoramiento de las condiciones del ser humano.

Si bien es cierto, el fortalecimiento de la industria productiva es necesaria no es suficiente para incentivar la mayor accesibilidad de la población hacia el empleo, aspecto que demanda de varias medidas que sustenten oportunidades en función a varias condiciones existentes. Las amas de casa por ejemplo, difícilmente pueden acceder al empleo formal debido a que el cumplimiento de una carga horaria fija es complicado. De igual manera, las personas sin títulos académicos pueden verse afectadas en cuanto a límites salariales que no permiten satisfacer todas sus necesidades.

Al respecto, es importante citar que el salario unificado básico fijado para el 2014 de 340,00 usd está por debajo del costo de la canasta básica familiar que se ubica en 510,00 usd. (Banco Central del Ecuador, 2013 Recuperado el 20 de Enero de 2014, de [www.bce.gob.ec](http://www.bce.gob.ec))

Como se observa, es fundamental establecer acciones que permitan a la población integrarse laboralmente, promoviendo principalmente como eje de desarrollo al emprendimiento, el cual dé lugar a negocios propios a la población que le permitan obtener rentabilidad y flexibilidad en cuanto a carga horaria. La mujer en este caso que desempeña actividades en el hogar puede tener un verdadero acceso a un mejoramiento

---

<sup>1</sup> Palabra quechua que significa “Buen Vivir”. Hace referencia a la hermosura del planeta y a la vida existente en esta misma que se desarrolla de manera digna y con plenitud.

de sus condiciones, aspecto que demanda de propuestas y alternativas viables y debidamente sustentadas.

Como se puede observar, la investigación ha tomado como objeto de estudio, la condición de la mujer ama de casa, discapacitada o que por cuestiones individuales no puede acceder a una oferta laboral existente, demandando de alternativas viables que le permitan ser productiva y a su vez contar con una fuente de ingresos estable. En este caso, es claro que el desarrollo de alternativas representa un mecanismo válido y necesario.

Para poder aportar con la presente investigación al planteamiento del problema citado, se presenta la siguiente delimitación:

**Delimitación Espacial:**

País:	Ecuador
Provincia:	Pichincha
Ciudad:	Quito
Sector:	Norte
Barrio:	Iñaquito

**Delimitación temporal**

La presente investigación se realizará durante abril a julio del 2014.

**Delimitación conceptual:**

Se enfocará en el análisis de la venta directa en el sector Cosméticos.

**1.1.1.2 Pronóstico del problema**

El comportamiento de la tasa de desempleo presentada, muestra una recuperación económica importante, aspecto que da lugar a un escenario adecuado para el fomento de alternativas de desarrollo económico. La venta directa es un sistema relacionado con el emprendimiento, en donde se fomenta la inclusión económica de las personas mediante

su propia gestión, permitiendo disponer de flexibilidad de horarios, cobertura y capacidad de venta acorde a sus propios recursos. El sistema permite la inclusión de todo tipo de personas, permitiendo un crecimiento estable, seguro y eficiente.

Como toda opción, sus resultados dependerán de la dedicación, esfuerzo y estrategias formuladas, siendo una alternativa útil para integrarse en el mercado económico. Estas características, hacen prever que su gestión va a tener una amplia aceptación principalmente en personas que por su condición y actividades le es complicado integrarse en un empleo fijo. Para sustentar este criterio, según Metzger, M. (2009) se establecen los principales puntos:

- La venta directa se relaciona al emprendimiento, permitiendo que la persona interesada se integre en el mercado laboral
- La venta directa es flexible y se puede adaptar a las características y condiciones de la persona.
- La venta directa es una actividad lícita que goza de todo el respaldo jurídico para su desarrollo.
- La venta directa puede superar los valores del sueldo mínimo unificado, generando mayor rentabilidad a quien lo realiza.

Por otra parte, desde el punto de vista de la mujer, se exponen los siguientes aspectos

- La mujer, ama de casa le es complicado cumplir horarios fijos
- La mujer, discapacitada se dificulta en obtener un empleo que exija movilidad, viajes, entre otros
- La mujer con baja instrucción académica puede verse afectada a disponer de alternativas de empleo que superen el salario básico.

En función de lo expuesto, se establece un pronóstico totalmente favorable para la venta directa, ya que estimula e incentiva la inclusión económica de la mujer, siendo un mecanismo que puede impulsar el empleo y el mejoramiento de las condiciones individuales y familiares de quienes en esta participan.



### **1.1.1.3 Control Pronóstico**

El pronóstico presentado permite entender que la venta directa debe ser realizada en relación a los siguientes elementos:

- El producto objeto del sistema de venta directa debe ser de calidad, competitivo y enfocado a una necesidad.
- La venta directa demanda de estrategias que permitan incentivar a la demanda a su adquisición.
- La venta directa demanda de productos que sean identificados y requeridos para que permitan brindar mecanismos que apoyen a quienes participan en su comercialización.

Estos elementos, determinan que el cumplimiento del pronóstico, en el cual se observa a la venta directa como una alternativa viable para mejorar las condiciones de vida de la población, en este caso de la mujer, demandan de estructuras y productos de calidad orientados a necesidades del mercado. Esta situación, encuentra en el sector de los cosméticos una opción importante, principalmente por el auge que ha tenido en Ecuador, aspectos como la moda, el cuidado personal, la belleza, entre otros.

Según la Asociación Ecuatoriana de Empresas de Productos Cosméticos, de Higiene y Absorbentes, las ventas del sector durante el 2013 crecieron en un 9% anual. El consumo promedio anual en el país asciende a 50 millones de dólares, indicando que 98 de cada 100 hogares tienen en la casa al menos cinco productos cosméticos. En la actualidad, existen 35 empresas de cosméticos, de las cuales 20 son nacionales y 15 extranjeras, señalando la importancia y respaldo de la industria y por lo tanto la amplia posibilidad de apoyar las actividades de venta directa en el país. (El Universo, 2013 Recuperado el 20 de Enero de 2014, de Industria cosméticos: <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/09/16/nota/1450436/industria-cosmetico-esta-creciendo-pais>)

### **1.1.2 Formulación del problema**

En base a lo expuesto, la presente investigación se desarrolla en función al planteamiento del siguiente problema:

## **¿La venta directa aplicada en el Sector Cosmético Ecuatoriano incide en el desempleo de mujeres en el barrio Iñaquito del D.M.Q?**

### **1.1.3 Sistematización del problema**

La sistematización del problema, se plantea en función de los siguientes interrogantes:

1. ¿Qué aspectos deben considerarse en el análisis de la venta directa y su incidencia en el desempleo?
2. ¿Cuáles son las ventajas de la venta directa para reducir las tasas de desempleo?
3. ¿Qué elementos deben ser considerados en el sector de cosméticos para promover mecanismos de venta directa en el país?
4. ¿Cuál es el perfil de la mujer que se beneficia de sistemas de venta directa?
5. ¿Cuáles son los beneficios de optar por la venta directa en vez de un empleo fijo?
6. ¿Qué condiciones reúne el sector de los cosméticos que permite aplicar procesos de venta directa?

### **1.1.4 Objetivo General**

Analizar la Venta Directa en el Sector Cosmético Ecuatoriano y su Incidencia en el Desempleo de Mujeres barrio Iñaquito en el año 2014.

### **1.1.4 Objetivos específicos**

- Determinar las bases teóricas que sustenten los mecanismos de la venta directa, identificando sus procesos, legalidad y mecanismos que hacen factible su desarrollo para determinar los elementos que pueden incidir en el desempleo en Ecuador.
- Diagnosticar el sector de los cosméticos en Ecuador para conocer sus tendencias e impacto en la economía nacional.

- Determinar si la actividad relacionada a la venta de cosméticos permite disponer a la mujer de ingresos suficientes para cubrir los requerimientos de la Canasta Familiar.
- Establecer estudios que determinen la incidencia de la venta directa de cosméticos en la economía de la mujer.
- Identificar la rentabilidad que la actividad de venta de cosméticos genera en el año y relacionarla con el costo de vida.

### 1.1.5 Justificaciones

La **importancia** de analizar la incidencia de la venta directa de cosméticos en el desempleo focalizado en la mujer permitirá disponer de información relevante para disponer de mecanismos viables que permitan impulsar un desarrollo sostenido y sustentable de las condiciones de vida de la población en el país.

La investigación es **relevante** en el sentido de que desarrolla importante información que permite conocer más sobre las ventajas de los sistemas de venta directos como alternativa de mejoramiento de las condiciones de vida de la población. Adicionalmente, determina las oportunidades que su desarrollo genera impulsando el emprendimiento como mecanismo válido para incentivar la productividad y el crecimiento económico fundamentado en las personas con menor acceso laboral.

La **utilidad teórica** de la presente investigación se focaliza en brindar un conocimiento más amplio sobre el sector de los cosméticos y la capacidad de sustentar el desarrollo de sistemas de venta directa, aspectos que se orientan hacia la inclusión laboral como mecanismo de desarrollo. En este sentido, su desarrollo se encuentra alineado totalmente a las condiciones de gestión política, social y económica fijadas en el Plan del Buen Vivir.

Por otra parte, la **utilidad práctica** se basa en la capacidad de aplicar los conocimientos adquiridos en clase para poder desarrollar un análisis que aporte con conocimiento que determine el verdadero nivel de incidencia de este sistema en el desempleo del país.

Los **beneficiarios** de su desarrollo son las mujeres que pueden optar por alternativas para incorporarse en el mercado laboral accesible en función a su condición e intereses. El sector de los cosméticos, que puede encontrar en la venta directa un mecanismo

viable para expandir su crecimiento, posicionándose como una industria de alto desarrollo. Finalmente, es beneficiar la población entera que puede contar con productos de calidad que satisfagan sus requerimientos, aspecto que puede llevarse a cabo mediante el impulso de este tipo de mecanismos.

En función de la importancia, relevancia, utilidad teórica, práctica y los beneficiarios se justifica la realización de la presente investigación.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 La venta directa

El cliente, entendido como la persona natural o jurídica que demanda de productos o servicios para satisfacer sus necesidades, requiere de mecanismos que le permitan acceder a la oferta existente, disponiendo de información que le permita tomar decisiones acorde a sus gustos y preferencias.

Esta situación da lugar a que los ofertantes establezcan estrategias efectivas, que permitan que sus productos sean identificados en el mercado, permitiendo que el cliente pueda reconocerlos y diferenciarlos.

En base a lo expuesto, se puede definir a la venta directa como una estrategia enfocada en establecer una relación directa con el cliente, en la cual, este pueda observar con claridad las características y ventajas del producto o servicio ofertado, permitiendo incentivarlo a su adquisición. De esta manera, su realización se realiza en un lugar diferente al punto de venta tradicional, pudiendo ser este el propio hogar del cliente.

Para Randel, Jimmy (2010), la venta directa es un proceso de comercialización en el cual prima la demostración del producto por parte de un representante de la empresa en un lugar determinado. Al respecto, señala lo siguiente:

“La venta directa es un canal de distribución que se caracteriza por que el vendedor acude al lugar donde se encuentra el cliente potencial para ofertar diferentes productos o servicios, teniendo este la capacidad de observarlos y conocer su funcionalidad y características” (Randel, 2010, pág. 45)

Analizando el concepto expuesto, es visible que la venta directa tiene como principales características la capacidad del cliente de conocer el producto con mayor comodidad, en el sentido de que es el vendedor quien se desplaza a una ubicación determinada. Esta situación, facilita al cliente el acceso del producto, el cual puede verificarlo, conocer sus características y ventajas frente a la competencia.

El contacto resultante del proceso es un factor esencial, que utiliza el vendedor para incentivar la compra del producto, teniendo la posibilidad de mostrar cada una de sus facultades y propiedades.

Esta modalidad de venta tiene la particularidad de integrar a varios distribuidores, aspecto que permite a una empresa expandir su cobertura de acción, estructurando un sistema de ventas integrado que permite posicionar el producto en el mercado. En este caso, los distribuidores adquieren el producto de la matriz y se encargan de las ventas, aplicando en sus estrategias el sistema de venta directa.

La modalidad de venta toma como un elemento básico de desarrollo el uso de contactos propios del vendedor. En este caso, amigos, familiares y conocidos son los clientes finales principales. Esto genera en el comprador confianza en el producto, debido a que generalmente conoce a quien lo vende, aspecto que va relacionado con su calidad.

Como todo proceso, la venta directa demanda de varios aspectos. Ongallo, Carlos (2009), señala los siguientes: (Ongallo, 2009, págs. 119-121)

- **Conocimiento del producto**

El vendedor o distribuidor del producto debe tener un claro conocimiento del mismo. En este caso, su conocimiento debe combinar aspectos técnicos como funcionales. Los primeros comprenden procesos de producción, materias primas, características de peso, forma, entre otros. Los segundos, se focalizan en los beneficios que tienen su consumo y las ventajas competitivas con respecto a los de la competencia.

El conocimiento del producto permite reflejar seguridad en la venta, aspecto que es percibido por el cliente, pudiendo solventar cualquier inquietud sobre el mismo, lo que permite tener mayor probabilidad para el cierre eficaz de la venta.

- **Existencia de cliente y consumidor**

La venta directa tiene la particularidad de establecer un modelo de venta basado del productor al cliente y luego al consumidor. Este esquema es entendible en la medida

que el cliente adquiere el producto del fabricante, pero este no está destinado a su consumo sino a la venta al consumidor.

El consumidor es por lo tanto el cliente final, es decir el que adquiere para su uso personal o para solventar un determinado requerimiento diferente a la venta final. Este proceso da lugar a la existencia de distribuidores los cuales no tienen relación de dependencia laboral con el fabricante, pero sí gozan de ciertas ventajas en cuanto a precios y promociones entregadas por los volúmenes adquiridos y por su frecuencia.

Para el fabricante la disponibilidad de obtener distribuidores representa la expansión de cobertura de su producto, aspecto que permite mejorar su posicionamiento. Esto hace que genere una serie de acciones no tradicionales en la venta al cliente final, como programas de capacitación, premios o incentivos los cuales se basan en resultados de venta esperados.

- **Capacidad de cobertura física**

Los distribuidores pueden llevar el producto a varios lugares geográficos que por volumen de ventas no es atractivo para el fabricante. Sin embargo, la cobertura es necesaria para evitar que la competencia pueda desarrollarse en puntos en donde el producto no se comercializa.

El sistema de venta directa, permite ampliar el margen de venta, lo que genera mayor demanda y fomenta la productividad. Este factor da lugar a múltiples beneficios, entre los cuales se encuentra la generación de empleo directo e indirecto que va directamente relacionado con la capacidad de la población a cubrir sus necesidades, elevando su calidad de vida.

Según Luther, William (2008), la cobertura es un requerimiento esencial para los productos de consumo masivo que requieren atender a la demanda en el lugar donde esta se encuentre. Señala sobre este tema lo siguiente:

“El cliente requiere tener acceso al producto para poder satisfacer su necesidad, siendo este un factor esencial para poder concretar la venta. Las empresas que comercializan productos de consumo masivo, se enfocan en el volumen para tener rentabilidad siendo la capacidad de cobertura un

elemento indispensable en sus estrategias de comercialización” (Luther, 2008, pág. 117)

La venta directa permite al productor alcanzar una amplia cobertura con menor costo. En este caso, evita abrir puntos de venta, contratar personal y cubrir costos procesos logísticos que afectan su rentabilidad.

- **Capacidad de compra en volúmenes acorde a la demanda**

La venta directa es viable en la medida que los distribuidores pueden adquirir volúmenes de producto que permitan cubrir la demanda esperada. En este caso, es importante disponer de una inversión capaz de mantener stocks de seguridad acorde a la venta esperada, permitiendo cumplir con ventas que le generen una utilidad representativa.

El productor puede extender líneas directas de crédito para los distribuidores permitiéndoles disponer del producto para desarrollar sus estrategias de venta. Este mecanismo es viable en base a los requerimientos que cada productor tenga y la confianza que se genere con el distribuidor.

- **Disponibilidad de contactos**

La venta directa es una actividad en la cual los contactos personales del distribuidor son un medio adecuado que permite el cumplimiento efectivo de la estrategia. Los clientes finales tienden a recibir al distribuidor cuando lo conocen previamente, facilitando el proceso de comercialización.

Por cuestiones de inseguridad existentes, difícilmente una persona atenderá a un desconocido que oferte un producto y quiera ingresar al dominio a venderlo, por lo que la venta directa generalmente requiere de los contactos, dando lugar a la formación de cadenas en donde cada cliente final acorde a su experiencia y satisfacción, puede integrar a sus conocidos.



Estos elementos citados, permiten comprender la siguiente definición de venta directa, expresada por Riquelme, Juan (2008),

“La venta directa es un mecanismo de comercialización de bienes y servicios de manera directa al consumidor, mediante el cumplimiento de procesos en donde tiene lugar el contacto personal del vendedor con el consumidor, pudiendo este ser su hogar, lugar de trabajo, entre otro” (Riquelme, 2008, pág. 112)

Como se ha expuesto, la venta directa puede ser considerada como una estrategia, proceso o mecanismo de venta, realizado en un lugar diferente a un punto de venta tradicional, el cual permite mantener un contacto efectivo entre el vendedor y el cliente.

## **2.2 Canales de distribución de la venta directa**

Kotler , Philip (2010) define al canal de distribución como:

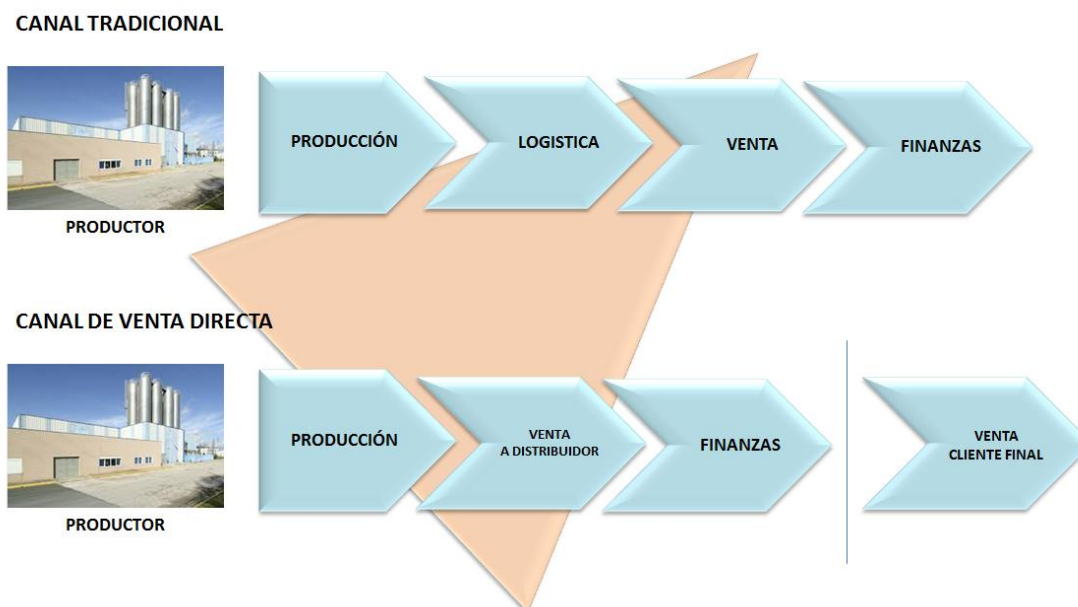
“Un medio que permite a los consumidores tener a disposición los bienes y servicios que requieran para satisfacer sus necesidades. Comprenden diversas actividades las cuales inician en el productor, para posteriormente integrar el transporte y la oferta en los diferentes puntos de venta” (Kottler, 2010, pág. 294)

Analizando el concepto, se evidencia que el canal responde a un proceso que concatena el productor con el cliente final, disponiendo de una serie de fases que son necesarias para que la venta pueda cerrarse de manera eficiente.

El canal en el proceso de la venta directa tiene un proceso de descongestionamiento por parte del productor. En este caso, los procesos necesarios para que el cliente compre el producto son cubiertos por el distribuidor, lo que le permite reducir sus costos operativos.

Para una mejor descripción del proceso, se ha preparado un organizador gráfico de un proceso de comercialización tradicional comparado con uno de venta directa para analizar las diferencias en el mismo.

**Gráfico No. 1- Canal de distribución**



**Fuente: (Marqueda, 2009)**

La venta directa representa para el productor un descongestionamiento de sus procesos internos, en la medida su adopción le permite prescindir de las siguientes actividades:

- Evita que la empresa tenga la necesidad de establecer procesos logísticos relacionados a abastecer de producto a los diferentes puntos de venta. En este caso, en el canal de venta directa, el transporte corre bajo responsabilidad del distribuidor o en el caso de recibir este servicio por parte el productor se carga un costo determinado.
- El productor no requiere de conformar puntos de venta lo que implica disponer de una menor nómina de personal y reducción de gastos propios de la administración de los puntos de venta como arriendo, servicios básicos, equipamiento, entre otros.
- El productor maneja menor cantidad de clientes, ya que trabaja de manera directa con los distribuidores, dejando que estos tengan que manejar al cliente final. Esto facilita la coordinación de sus procesos, evitando gastos por concepto de movilización, personal, entre otros.

El distribuidor no obstante tiene que establecer su propio canal de ventas, en el cual permita que el cliente obtenga el producto comprado. En este caso, su estrategia establece la movilidad de pequeñas cantidades de producto, realizando visitas programadas en las cuales busca concretar las ventas. A medida que va formando una base de clientes, puede reemplazar la visita por la entrega del producto, proceso que se da cuando el consumidor es leal a la marca y tiene una alta satisfacción.

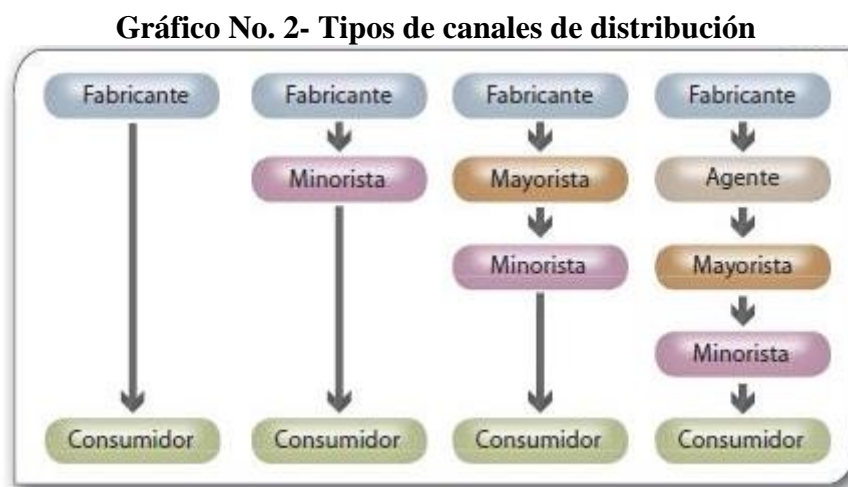
Conforme se evidenció en el gráfico, el canal de distribución de venta no está a cargo del productor sino del distribuidor, aspecto que libera al primero de los procesos logísticos y de mercadeo necesarios para que el consumidor acceda al producto. No obstante, mantiene una revisión de los resultados, apoyando al distribuidor con acciones como las siguientes:

- **Publicidad:** El productor maneja la imagen de su producto, estableciendo las estrategias comerciales en cuanto al uso de medios para permitir que el producto sea identificado por el mercado objetivo. Es común que el productor entregue al distribuidor publicidad impresa, gifts aways, entre otros para ayudarlo a conformar sus estrategias de venta.
- **Normativas:** El producto define normativas para su comercialización como el precio de venta al público, las promociones a realizarse entre otras. En este caso, permite disponer de un control en el mercado y el manejo de su producto, evitando que clientes se vean afectados por condiciones diferentes dadas por cada distribuidor
- **Apoyo en Eventos:** El productor puede participar en eventos que permitan el mayor posicionamiento de la marca, aspectos que permiten una mejor gestión del distribuidor en el cumplimiento de sus procesos
- **Capacitación:** El productor establece programas de capacitación que permitan al distribuidor conocer las características del producto y desarrollar estrategias efectivas de venta.

- **Incentivos:** El productor desarrolla incentivos los cuales motivan al distribuidor adquirir el producto. Estos incentivos generalmente se enfocan en dos factores. El primero va relacionado al volumen de ventas, en este caso se establecen descuentos a los costos del distribuidor en base de metas cumplidas. El segundo proceso se basa en incentivos por contactos de nuevos distribuidores. Los incentivos pueden responder a diversos criterios pudiendo ser económicos o diversos regalos.

El canal de distribución en el proceso de venta directa, da lugar a la existencia de mayor cantidad de intermediarios, factor que demanda por parte del productor la definición de políticas que eviten que esto se vea reflejado en el aumento de los precios.

Tomando datos de IDE Bussiness School, el canal de distribución puede presentar diferentes niveles conforme se describen en el siguiente organizador gráfico:



**Fuente: (IDE BUSSINESS SCHOOL, 2013)**

Como se observa, el canal de distribución en la venta directa puede tener diversos niveles acorde al tipo de producto. Cuando este es importado generalmente demanda de un agente, mayorista y minorista, siendo este último el distribuidor final. Es importante señalar que este proceso es viable cuando el producto se vende exclusivamente por este sistema, siendo este un requerimiento esencial para que pueda generar beneficios al distribuidor.

De igual manera, el canal de venta directa determina la visita física del vendedor al consumidor, siendo este un proceso que determina la existencia de este tipo de canal.

Este proceso hace que este mecanismo sea totalmente diferente a las ventas por internet, las cuales en la actualidad son muy comunes, pero que son otra alternativa diferente de comercialización. En este caso, la venta directa maneja como se indicó una relación directa, en donde el distribuidor accede al consumidor y le presenta el producto, teniendo este un contacto físico con el mismo.

### **2.3 Estructura del sistema de venta directa**

La estructura comprende los procesos que hacen posible que la venta directa pueda desarrollarse efectivamente. En este caso, cada distribuidor es responsable de establecer las actividades y sus relaciones a fin de que puedan alcanzar las metas propuestas.

Al ser una actividad económica privada, es importante citar que la venta directa tiene fin de lucro, es decir, el distribuidor requiere obtener ganancias por la actividad, por lo que establece una estructura que le permita cubrir con un nivel de ventas específicas y requeridas para que esta actividad sea rentable.

Peters, Tom (2008) señala que la conformación de una estructura de ventas está delimitada exclusivamente por la capacidad que tenga el distribuidor en disponer de los recursos necesarios para su operatividad. Debe no obstante, su estructura disponer de varios procesos los cuales permitirán un efectivo funcionamiento. Sobre este tema indica lo siguiente;

“La comercialización efectiva debe estar apoyada en procesos orientados a satisfacer las necesidades de los clientes, los cuales han sido diseñados creativamente en función a los recursos disponibles. Su ejecución determinará los resultados obtenidos, permitiendo que las metas propuestas se conviertan en realidad” (Peters, 2008, pág. 64)

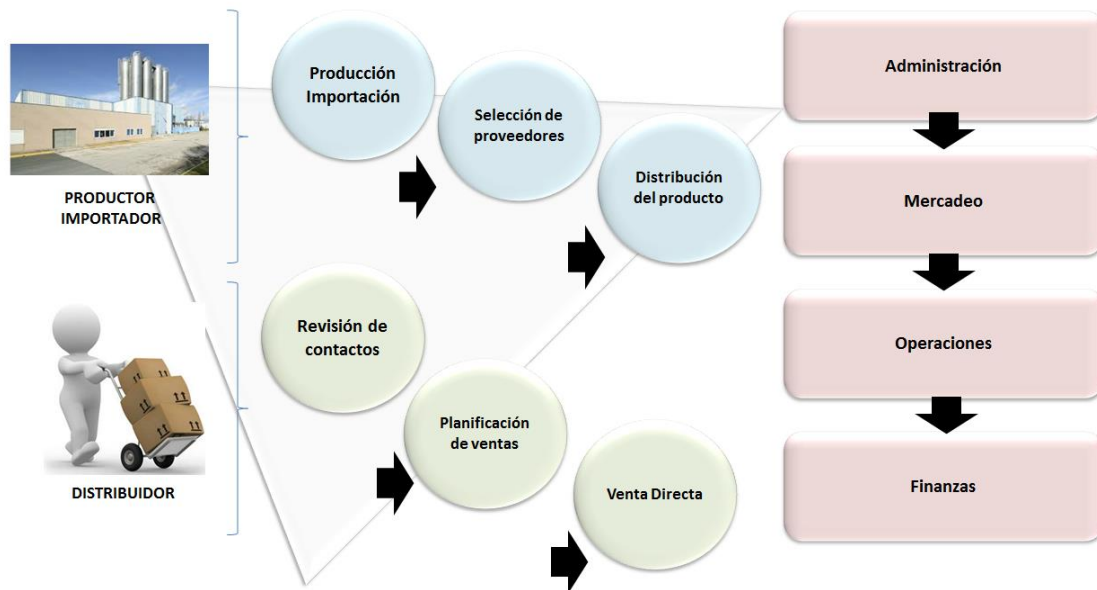
El concepto expuesto permite observar elementos indispensables que deben ser tomados en el diseño de la estructura de ventas, los cuales se determinan en los siguientes puntos:

- **Orientación al cliente:** La estructura de ventas debe disponer de procesos que aporten valor al cliente, es decir permitan que este relacione el producto ofertado con su necesidad.
- **Estructura de ventas:** La estructura de ventas, debe disponer de áreas de gestión necesarias para su adecuada funcionalidad. Estas áreas deben ser de apoyo y elementales:
  - **Áreas de apoyo:** Son aquellas necesarias para disponer de los recursos humanos, técnicos, tecnológicas y financieras necesarias para el adecuado funcionamiento de la estructura de ventas.
  - **Áreas elementales:** Son aquellas que se ejecutan de manera directa para cumplir con la venta directa.
- **Apoyo con recursos:** La estructura de ventas será apoyada con los recursos disponibles, permitiendo que esta cumpla con las ventas desarrolladas.

La estructura en la venta directa tiene que ser analizada desde el productor, responsable de la generación del producto hasta la entrega final al cliente. Para ello, se ha desarrollado el siguiente organizador gráfico, citando las áreas de gestión que el distribuidor deberá tener para poder cumplir con sus objetivos. Como se puede observar, la estructura puede ser clasificada en dos macro procesos.

El primero en donde el productor o importador es responsable de disponer del producto y el segundo en donde el distribuidor lo adquiere y ejecuta la venta directa como mecanismos principal de comercialización. Cada uno de estos macro procesos demanda de mecanismos para que el consumidor pueda disponer del producto.

**Gráfico No. 3- Estructura de la venta directa**



**Fuente: (García, 2011, págs. 91-95)**

La estructura de ventas demanda de varios procesos que deben ser cumplidos tanto por el productor o importador como el distribuidor. Como se observa, a nivel interno es fundamental que existan procesos bases, siendo estos los siguientes:

- **Procesos de Apoyo:** El productor o importador y el distribuidor requieren de procesos administrativos y financieros. Los primeros se enfocan en disponer del personal requerido en cada área, los insumos para operar y la infraestructura técnica y tecnológica. Los procesos financieros, por su parte mantienen un control del recurso monetario, controlando los costos y gastos necesarios para conocer la utilidad obtenida durante determinados períodos.
- **Procesos elementales:** Están compuestos los procesos de mercadeo y operaciones que se basan en la logística necesaria para que el consumidor adquiera el producto. Estos son indispensables para concretar la venta. En este caso, como se observa en la gráfica, el productor o importador mantiene estrategias enfocadas a conseguir distribuidores, los cuales apoya mediante incentivos y capacitaciones. El distribuidor ejecuta la venta directa, sustentándose en sus contactos y planificando sus actividades para cumplir la mayor cantidad de visitas necesarias para alcanzar las metas de venta propuestas.

La estructura es una cadena que integra al productor o importador y al distribuidor, quienes ejecutan acciones coordinadas que permiten al consumidor disponer de los bienes requeridos mediante la venta directa.

## **2.4 Participantes del proceso de venta directa**

El proceso de venta tiene varios participantes en base a la estructura definida los cuales se han clasificado y descrito de la siguiente manera para que puedan ser identificados de manera adecuada:

### **Participantes del proceso del productor o importador**

En este caso, es importante establecer un diferenciador entre el productor e importador para determinar los participantes del proceso. Estos son necesarios para que exista el producto y pueda estar al alcance del cliente.

Si es importador, existe además de otros que serán descritos más adelante el siguiente participante:

- **Productor:** Es la persona natural o jurídica encargada de producir el producto que se va adquirir. La importación exige el cumplimiento de todos los requerimientos exigidos por el COMEXI, debiendo acorde a la partida presupuestaria definir aranceles y restricciones.
- **Agente de Aduana:** Encargado de cumplir en base a las normativas los procesos necesarios para desaduanar y nacionalizar la importación, permitiendo que esta pueda ingresar en el país y ser comercializada.

### **Participantes del proceso del distribuidor**

Si es productor, existe además de otros, el siguiente participante:



- **Proveedores:** Encargados de entregar las materias primas e insumos necesarios por el productor para poder obtener el producto final requerido para comercializar.

En forma general, participan tanto en el importador o productor los siguientes actores:

- **Proveedores:** Encargados de entregar insumos o servicios necesarios para la operatividad de la empresa.
- **Personal:** Encargados del cumplimiento de los objetivos en cada una de las áreas definidas, sean estas administrativas, mercadeo, operaciones y finanzas.
- **Cientes-Distribuidores:** Son las personas naturales o jurídicas que adquieren el producto para ser comercializado en diferentes regiones.

El distribuidor cumple con los siguientes participantes:

- **Consumidor:** Persona que adquiere el producto para satisfacer su necesidad.

En la venta directa, el distribuidor es generalmente una persona natural que adquiere el producto y aprovecha sus contactos para iniciar visitas directas a lugares específicos en donde puede mantener contacto con sus clientes. Este proceso, tiene la particularidad de fomentar el emprendimiento, brindando oportunidades de negocio y empleo a la población.

Como toda actividad, es importante que esta se ejecute cumpliendo procesos debidamente planificados, organizados, dirigidos y controlados, aspectos que determinarán los resultados obtenidos.

La estructura en la venta directa, comprende una cadena amplia de varios participantes los cuales se integran facultando que las metas se cumplan. Su funcionamiento demanda depende de los beneficios que cada uno tengan, aspectos que deben responder al modelo Win to Win que se describe a continuación.

## 2.5 Modelo Win to Win

La estabilidad de la estructura de ventas citada tiene lugar en la medida que cada uno de los participantes obtenga beneficios del proceso. En este caso, al ser una actividad privada, el principal beneficio es la rentabilidad o utilidad económica recibida, no obstante existen además de esta, otros beneficios como la adquisición de conocimiento, experiencia, liderazgo, entre otros.

“El modelo Win to Win establece una relación comercial en donde todos los participantes obtienen beneficios equitativos y esperados, fortaleciendo su desarrollo y permitiendo que este sea más duradero. El modelo se concentra en las ganancias para las partes, consolidando procesos a largo plazo basados en el beneficio mutuo desarrollado en donde prima la confianza y la empatía” (Fernandez, 2011, pág. 280)

El modelo Win to Win, determina la necesidad de que cada participante obtenga un beneficio, el cual considere adecuado para mantener una relación duradera. En este caso, el proveedor, importador, productor, personal, distribuidor y cliente deben en el cumplimiento de la estructura de venta obtener algo requerido en base a su participación.

En este caso, el proveedor, importador y productor buscan en base de la relación obtener la rentabilidad esperada, aspecto por el cual buscan integrar varios distribuidores a nivel nacional. Además, buscan consolidar el posicionamiento de su marca, permitiendo que el cliente objetivo reconozca la misma y la relacione con sus necesidades.

En estas empresas, el personal cumple funciones vitales y necesarias para que se puedan consolidar las operaciones existentes. Su beneficio se relaciona en el salario obtenido por su trabajo. Además, se encuentra el conocimiento y la experiencia que le permite crecer profesionalmente.

El distribuidor de igual manera busca generar rentabilidad con su operación. En este caso, busca en las ventas disponer de ingresos que le permitan cubrir sus costos y gastos obteniendo una utilidad adecuada que haga justificable el trabajo cumplido. Finalmente,

el cliente obtiene el beneficio de satisfacer la necesidad con el producto, razón por la cual lo adquiere.

Como se puede apreciar, el beneficio debe ser integral, teniendo todos los participantes la posibilidad de crecer y alcanzar el buen vivir en base a las actividades cumplidas. Su participación, eleva su condición y le permite crecer y desarrollarse.

Cuando el modelo no se encuentra debidamente equilibrado, es decir los participantes no perciben igualdad en los beneficios, las relaciones se rompen, afectando a todos los integrantes que no pueden consolidar una actividad económica estable y adecuada. Por esta razón, es indispensable contar con un diseño y evaluación constante que faculte a los participantes a disponer de beneficios acorde a sus expectativas.

Muchos de los procesos internos en la estructura cuentan con normativas que permiten regular procesos que deben ser cumplidos, estos son vitales para alcanzar un equilibrio. Otros dependen directamente de la gestión que cada uno de estos realice.

Dentro de las regulaciones que promueven equilibrio en la estructura se encuentran las siguientes:

- **Código de Trabajo:** Regula las relaciones laborales, determinando las obligaciones del empleador con respecto a los salarios mínimos, beneficios sociales, entre otros. En este sentido, cada empresa debe disponer de una estructura salarial en función de sus cargos, los cuales deben cumplir con las disposiciones laborales vigentes.
- **Aranceles:** Establece aranceles a determinados productos para evitar que su ingreso afecten principalmente a la industria nacional.

Dentro de los procesos cuya responsabilidad es directa de los responsables se encuentran los procesos de producción, mercadeo y demás los cuales deben permitir disponer de un costo accesible para el distribuidor, para que pueda obtener ganancias en las ventas.

Como se puede observar, el modelo Win to Win se basa en relaciones de beneficio para cada participante, en donde es necesario el respeto a las normativas vigentes y el diseño

de procesos eficientes, eficaces y efectivos que permitan disponer de adecuados márgenes de utilidad.

Sobre este aspecto, los resultados del beneficio están ligados a la gestión realizada. El distribuidor debe por lo tanto, planificar la cantidad de visitas necesarias para que pueda consolidar un volumen de ventas que cubra las metas establecidas. Este factor determina además la necesidad de producto que va adquirir, debiendo planificar las compras, el inventario, la entrega al cliente y demás. Cada uno de estos procesos da lugar a la estructura anteriormente citada.

## **2.6 Procesos de desempleo**

El ser humano desde su nacimiento tiene diferentes necesidades que busca cumplir y satisfacer, determinando este proceso su calidad de vida. Conforme a la Constitución de la República del Ecuador, son derechos fundamentales de cada individuo gozar de una buena alimentación, salud y educación, siendo esta responsabilidad del Estado el proveerlas.

A nivel de mercado, no obstante, en un sistema capitalista la población demanda de recursos económicos para poder cubrir sus requerimientos, siendo el empleo un mecanismo idóneo para obtenerlos.

Según Macedo Ávila (2011), el empleo se define como; “El trabajo realizado en base a un contrato formal o informal establecido entre un empleador y un empleado, sobre el cual recibe una remuneración acordada en un tiempo determinado” (Ávila, 2011, pág. 35)

El empleo permite a la persona disponer de los recursos necesarios para satisfacer sus necesidades y la de su familia, siendo un elemento indispensable para alcanzar el buen vivir. Su origen se basa en el desarrollo económico de la sociedad, en donde confluye la oferta y demanda, siendo necesario el producir diferentes servicios y productos que las empresas naturales y jurídicas demandan.

Para acceder a un trabajo, la persona busca emplearse o generar actividades propias acorde a sus conocimientos, expectativas, destrezas, habilidades y competencias, siendo estas indispensables para poder crecer.

En este caso, la persona puede integrarse a la oferta laboral que el sistema genera pudiendo de esta ser dependiente del sector privado o público o a la vez generar actividades económicas bajo su propia gestión.

En ambos casos, la persona recibe ingresos con los cuales puede atender sus requerimientos, siendo este un proceso elemental para impulsar la economía y elevar la calidad de vida de la población.

Desde el punto de vista económico, el empleo tiene lugar en función de la capacidad de la economía de requerir personal y mano de obra para poder atender los diferentes procesos necesarios para el cumplimiento de la razón social de las empresas constituidas y de las diversas actividades desarrolladas por el ser humano. Bajo esta perspectiva, pueden presentarse tres estados que se describen a continuación:

- **Empleo:** El empleo es el estado en el cual la persona que se encuentra dentro de la población económicamente activa, se encuentra ocupando una función económica, logrando a través de su trabajo contar con una ocupación que le permite contar con una remuneración.
- **Subempleo:** El subempleo es un estado el cual puede subdividirse en dos instancias.
  - La primera se basa en la disponibilidad de un trabajo sobre el cual la persona tiene una mayor capacitación que las exigencias y responsabilidades de la misma.
  - La segunda se basa en la disponibilidad de un empleo que no es fijo y que bajo estas circunstancias puede verse afectado en cuanto al pago de un salario mínimo vital y a recibir los beneficios que por ley se han designado.
- **Desempleo:** Es la ausencia de empleo. Es un estado en la cual una persona que se encuentra dentro de la población económicamente activa no se encuentra ejerciendo una actividad económica por lo cual no recibe ningún tipo de remuneración.

Para Carnoy, Martin (2009), el desempleo es un estado voluntario o involuntario ocurrido por la falta de interés de la persona o la incapacidad de la economía de ocupar a toda la población. En el primer caso, el desempleo se da por la propia voluntad de la persona y ocurre cuando dispone de los recursos para su manutención. En el segundo caso, el proceso es involuntario pero tiene lugar debido a la falta de oportunidades que la propia economía tiene y que no puede brindar trabajo a toda la población. Al respecto describe lo siguiente

“El desempleo ocurre en una economía basada en un mayor crecimiento poblacional económico activo frente a las oportunidades de oferta laboral existentes, mismas que pueden verse afectados por circunstancias internas y externas ocurridas en un período determinado” (Carnoy, 2010, pág. 19)

Analizando lo expuesto, el desempleo involuntario genera profundas consecuencias tanto en la persona como en la sociedad, en la medida que parte de la población no puede integrarse efectivamente en el mercado laboral, no pudiendo disponer de recursos monetarios necesarios para la adquisición de los bienes y servicios requeridos. Esta situación, afecta su capacidad de satisfacción de necesidades, aspecto que no permite alcanzar el buen vivir.

Para la sociedad en general, el desempleo genera profundas afecciones de diversos tipos, pudiendo estos estar relacionado a un incremento de la delincuencia, alcoholismo, migración, entre otras. Todos estos derivados, dan lugar a inseguridad aspecto que contrae la economía pudiendo aumentarse las tasas de desempleo.

Para todo Estado, el desempleo es un factor que afecta el normal desempeño de la sociedad, razón por la cual desarrolla a través del orden constituido medidas que impulsen un crecimiento de la economía. La inversión en sectores estratégicos, el fomento de políticas relacionadas con la viabilidad del crédito, acuerdos comerciales con otros países, entre otras buscan incrementar la capacidad de crecimiento económico aspecto que va directamente relacionado con la oferta laboral y la disminución de las tasas de desempleo.

Para De la Cuesta, Marta (2010), el desempleo desestabiliza a la sociedad, impidiéndole desarrollar mecanismos adecuados que permitan a los habitantes mejorar su calidad de vida. Esta media no obstante tiene dentro de sus múltiples causas factores externos no controlables, aspecto que no permite a los Estados mantener un efectivo control de la capacidad de empleo generado. Señala sobre este tema, lo siguiente

“El Estado mediante la ejecución de medidas y acciones previamente estudiadas busca impulsar el crecimiento económico, entendiendo que este incrementa la capacidad de productividad lo que permite dinamizar el comercio, dando lugar a un crecimiento en la oferta y demanda. Por un lado la población se integra económicamente disponiendo de los recursos necesarios para adquirir bienes y servicios requeridos. Este proceso se ve influenciado por medidas internas y hechos externos ocurridos, los cuales no son predecibles ni controlables en su totalidad” (De la Cuesta, 2010, págs. 51-52)

La existencia de factores no controlables que pueden minimizar a la economía da lugar a posibles incrementos en el desempleo, originados como una respuesta a situaciones presentadas las cuales pueden responder a elementos sociales, políticos, ambientales, internacionales entre otros. Esta situación afecta a la población en general que se ve en la necesidad de tomar medidas para poder minimizar el impacto y cubrir sus necesidades.

Como se ha indicado, los factores originarios del desempleo en una economía son varios y requieren de su descripción para poder entender como estos afectan a la población. Tomando como referencia lo citado por Feroso, Panciano (2008), estos factores pueden ser descritos acorde al siguiente cuadro:

**Cuadro No. 1- Factores originarios de desempleo**

<b>Factor</b>	<b>Descripción</b>
Internacionales	<p>Los factores internacionales son aquellos que ocurren fuera del Estado pero que por su característica pueden afectar a la economía nacional. La crisis de un país generalmente afecta a otros países por las relaciones directas o indirectas de establecidas. En este caso, problemas políticos, militares, económicos ocurridos a nivel internacional pueden incidir positiva o negativamente en la economía de un Estado.</p> <p>La caída de precios internacionales de bienes y servicios o el cierre de banco, o acuerdos entre países puede impactar la economía local, dando lugar a situaciones favorables o desfavorables que ameritan ajustes ya que alteran los presupuestos establecidos.</p> <p>En el caso de que estos eventos contraigan la economía nacional, una de las principales respuestas será el desempleo originado por el decrecimiento ocurrido.</p>
Políticos	<p>La estabilidad política de un país va directamente relacionada con la economía nacional. Los constantes cambios en las directrices que gobiernan a un país puede reflejarse en una desestabilización económica que contraiga la productividad y por ende de lugar a un incremento en el desempleo.</p> <p>Los efectos políticos pueden también ser alterados por circunstancias externas, en donde las tenencias políticas regionales y mundiales pueden aislar o integrar a un país, factor que puede verse reflejado en el desempleo.</p> <p>Los acuerdos comerciales establecidos pueden incentivar la productividad abriendo mercados o disponiendo de ventajas competitivas, aspecto que estimula la productividad. Por otra parte, el cierre de convenios o a su vez la falta de los mismos puede marcar profundas afecciones económicas las que</p>



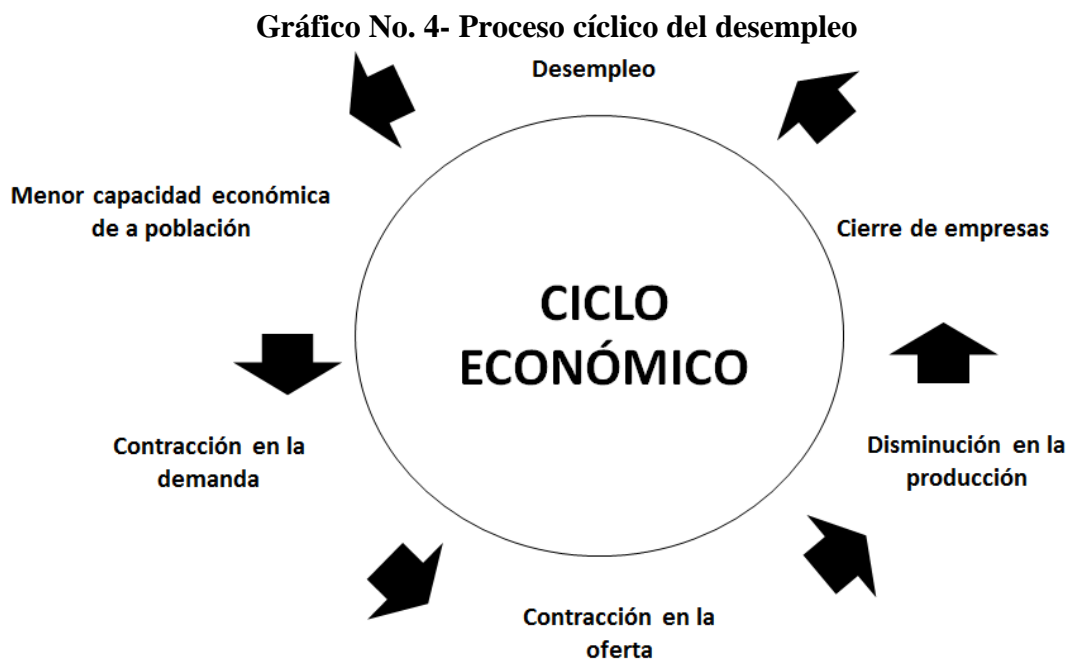
	pueden reflejarse en una menor oferta laboral.
Ambientales	<p>La actividad económica va directamente relacionada con el medio ambiente, debido a que su gestión demanda del uso de los recursos existentes en la naturaleza. En este sentido, la falta de control en el ejercicio económico puede generar impactos nocivos que afecten al entorno y pongan en riesgo a la flora y fauna existente, a los ecosistemas y al propio ser humano.</p> <p>En este caso, al ser la economía y el medio ambiente dos factores relacionados, su gestión amerita de medidas adecuadas que permitan sobrellevar un estado de armonía favorable para el desarrollo de ambos. No obstante, estos procesos no siempre tienen lugar aspecto que puede generar una serie de situaciones adversas que den como resultado el desempleo.</p> <p>El mal uso de los recursos naturales puede afectar la estabilidad del planeta pero a su vez, impiden un desarrollo económico sustentable que necesita de estos recursos para producir. El agotamiento natural de los recursos por un mal manejo impacta en la economía, dando lugar a una contracción que reducirá su capacidad de oferta laboral.</p>
Sociales	<p>El ser humano demanda de productos y servicios para vivir. Sus patrones de compra están ligados directamente a sus gustos y capacidad de adquirir los diferentes bienes y servicios ofertados. Cuando la economía local no entiende estos patrones puede verse afectada en cuanto a la aceptación del mercado de lo producido dando lugar a un decrecimiento y posible cierre de sus operaciones.</p> <p>El cliente que no encuentra productos y servicios satisfactorios a nivel nacional, optará por productos internacionales, los cuales pueden generar impactos en la</p>

	economía afectando la oferta laboral en el sentido de que la industria pasa de ser productora a importadora.
--	--

**Fuente: (Fermoso, 2008, págs. 115-118)**

Los diferentes impactos analizados permiten entender que el desempleo surge como una respuesta del sistema económico en el cual han participado una serie de factores que han contraído su capacidad de crecimiento. Estos como se evidenció responden a varias causas que pueden presentarse de manera conjunta.

En todos los casos, el desempleo da lugar a profundas afecciones a la población que se ve incapacitada de atender adecuadamente sus requerimientos. El desempleo desencadena una serie de reacciones cíclicas que tienden a contraer a la economía pudiendo inclusive ser este también una causa para aumentar las tasas de desempleo en el sentido de que afecta el comercio en general.



**Fuente: (Castells, 2012, pág. 61)**

La economía responde a un ciclo en el cual el desempleo afecta a la economía en general dando lugar a mayor desempleo ocasionado por la contracción de la demanda que afecta a la oferta y produce impactos negativos en todas las industrias y empresas.

Por esta razón, es imprescindible que se ejecuten medidas que permitan a la economía generar empleo acorde a la demanda laboral, aspecto que fomenta el crecimiento y desarrollo de la sociedad.

## 2.7 Tipos de desempleo

El desempleo puede ser clasificado acorde a los siguientes parámetros:

- Por su origen, se clasifica en desempleo voluntario o involuntario
- Por su temporalidad, se clasifica en desempleo cíclico, estacional
- Por su forma, se clasifica en friccional, estructural

### 2.7.1 Por su origen:

- **Voluntario:** El desempleo voluntario es aquel en el cual una persona que pertenece a la población económicamente activa por su propia voluntad no desea integrarse en el mercado laboral. Esta decisión se debe al deseo de realizar estudios, viajar, entretenimiento u otras. Por lo general, este tipo de desempleo se da cuando por su condición económica no requiere del trabajo para solventar sus necesidades.
- **Involuntario:** El desempleo involuntario tiene lugar cuando la persona queriendo trabajar no puede hacerlo por falta de oportunidades en el mercado laboral. Esta condición afecta su estado, en la medida que por lo general requiere del empleo para sostenerse a si mismo y a su familia.

### 2.7.2 Por su temporalidad:

- **Cíclico:** El desempleo cíclico implica la falta de trabajo producto a situaciones propias del país, como por ejemplo la crisis económica. Esta situación se supera en base a la recuperación económica.

- **Estacional:** El desempleo estacional implica la falta de trabajo originada por la fluctuación estacional de la oferta y la demanda. Este desempleo se da por circunstancias propias del mercado en la cual en temporadas aumenta su capacidad de oferta laboral y en otras se disminuye.

### 2.7.3 Por su forma:

- **Friccional:** El desempleo friccional implica la falta de trabajo originada por desacuerdos entre el trabajador y el empleador. En este caso, la capacidad, estudios, experiencia entre otros establece que la persona no puede ubicarse en función de las características de empleo que demanda.
- **Estructural:** El desempleo estructural tiene lugar por desajustes entre oferta y demanda, originada por la incapacidad que tiene el mercado por generar ofertas en relación a la población económicamente activa. Es decir, cuando la demanda supera a la oferta produciendo una brecha que afecta a una determinada población.

## 2.8 Causas del desempleo

Las causas del desempleo pueden analizarse desde dos puntos de vista el primero es propias de la persona, mientras que el segundo responden al entorno económico, social, político, tecnológico y ambiental existente.

A continuación, se hace un análisis de cada una de estas para identificar sus características.

### 2.8.1 Por factores propios de la persona

Una persona puede estar desempleada por varias causas propias de sí mismo, estas son descritas por Muñoz, María (2009) de la siguiente manera: (Muñoz, 2009, pág. 24)

- **Falta de conocimiento, experiencia en los cargos demandados:** La persona puede tener problemas de integrarse en el mercado laboral por falta de conocimiento o experiencia, no cumpliendo el perfil requerido en las vacantes existentes en el mercado laboral. Por lo general, la competitividad en los mercados aumenta, dando lugar a la necesidad de contar con una reparación académica y con experiencia en ciertas funciones para ser considerado para una vacante existente.
- **Sobre capacitación para la oferta laboral:** Puede presentarse el efecto contrario, en donde las vacantes existentes tienen un perfil menor al de la persona, por lo que se dificulta su ingreso al mercado laboral en función de no querer aceptar las condiciones existentes

## 2.8.2 Por factores de orden externo

- **Estructura económica:** Existe contracción de la economía nacional producto a factores sociales, internacionales, ambientales, políticos, entre otros conforme el análisis anteriormente presentado. En este caso, la oferta laboral existente es menor a la demanda, dando lugar al desempleo.
- **Contratación de profesionales extranjeros:** Preferencia de la contratación de personal extranjero por considerar que sus competencias, conocimientos, habilidades y destrezas no pueden ser igualadas por el personal nacional.
- **Inmigración:** Ingreso de personas provenientes de otros países ocupan vacantes laborales, afectando a la población nacional. Puede darse el caso, que el inmigrante acepte condiciones por debajo de los beneficios legales vigente, debido a que no cuenta con los permisos de residencia nacional. Esta situación afecta el mercado laboral y pone en riesgo los derechos fundamentales de las personas.

## **2.9 Consecuencias del desempleo en la persona**

El desempleo afecta a la persona en la medida que no puede contar con los recursos necesarios para satisfacer sus necesidades y la de su familia. Esta situación a nivel psicológico puede afectar su estabilidad cayendo en una profunda depresión.

Para analizar de mejor manera las consecuencias en la población se han seleccionados una serie de ámbitos que se describen a continuación:

### **2.9.1 Ámbito psicológico**

El desempleo puede conducir a la depresión, que es un estado de ánimo en el cual prima la desesperanza, la inconformidad consigo mismo y el entorno afectando el comportamiento de la persona y pudiéndole conducir a diversas enfermedades físico-mentales.

La incapacidad de la persona por cubrir con sus requerimientos afecta su estado emocional, pudiendo esta situación causarle una serie de malestares afectando su salud. En este caso, la depresión le impide inclusive optar por oportunidades de empleo, lo que da lugar a un aislamiento de la persona de su entorno, siendo vulnerable a problemas como el alcoholismo, drogadicción, entre otros.

### **2.9.2 Ámbito Social**

El desempleo afecta a la sociedad, tiende a aumentar la inseguridad e impide a la población disponer de una buena calidad de vida. Aspectos como la delincuencia, pueden incrementarse, producto a la incapacidad de la población a obtener recursos, hecho que les incentiva al cometimiento de actos ilícitos debidamente sancionados en el Código Penal.

El desempleo da lugar a que la población no pueda crecer adecuadamente. Tiende a suspender procesos de crecimiento profesional y se aísla del entorno, En este caso,

suspende su educación o la de sus familiares, afecta la calidad de su alimentación y la cobertura de sus necesidades.

Puede desarrollarse también aversiones entre clases sociales, que generan conflictos que atentan contra la estabilidad de la sociedad.

### **2.9.3 Ámbito económico**

Desde el punto de vista económico, el desempleo contrae la economía, disminuyendo la demanda de bienes y servicios, lo que genera a su vez una contracción de la oferta. Esta situación da como resultado el aumento de las tasas de desempleo, factor que puede desencadenar una crisis en el país.

Cada uno de los ámbitos expresados, permiten observar que el desempleo puede entenderse como la carencia de trabajo que una persona afronta por circunstancias individuales o producto de la contracción de la economía. Sus múltiples causas hacen del desempleo un generador de profundos problemas psicosociales, económicos, políticos entre otros los cuales afectan a la población y al mercado en general.

Es por lo tanto, el análisis de las medidas que tiendan a disminuir el desempleo adecuado en la medida que su implementación se relaciona a permitir que la población disponga de mejores oportunidades para desarrollarse.

Mecanismos como la venta directa pueden aportar a disminuir el desempleo, en el sentido de que permiten la realización de actividades económicas que se ajustan a los presupuestos individuales y aprovechan los contactos disponibles para iniciar actividades que les permitan disponer de ingresos.

La industria por su parte puede encontrar en este mecanismo nuevas alternativas de desarrollo de mercado, mejorando el posicionamiento de marca y ampliando sus procesos de comercialización, los cuales incentivan la productividad.

Por su parte la economía, encuentra en esta alternativa nuevos mecanismos para permitir que la población disponga de fuentes de empleo, el cual se ajuste a sus presupuestos y disponibilidad de tiempo. Estos aspectos hacen viable esta alternativa que dispone de importantes características para elevar la productividad y fomentar el empleo a nivel nacional.



## CAPÍTULO III

### EL SECTOR DE COSMÉTICOS EN EL ECUADOR

#### 3.1 Comportamiento del sector de cosméticos

Una de las principales características del sector de cosméticos es la capacidad de desarrollo industrial que estas generan, aspecto que es adecuado por el impacto económico posible en donde aspectos como la generación de empleo directo e indirecto son uno de sus principales beneficios.

Esta situación hace que este tipo de actividad contribuya al desarrollo industrial, aspecto que es necesario para incentivar la economía nacional a través de la oferta laboral y la expansión a mercados internacionales que permitan solventar los saldos deficitarios que tiene el Ecuador en la Balanza Comercial.

Al pertenecer esta actividad al sector secundario, da lugar a la transformación de materias primas, desarrollando productos que adquieren producto de los procesos atravesados un mayor valor, siendo este indispensable para poder ser aceptados en el mercado. Esta situación hace que la actividad se relacione con las tendencias económicas y políticas que actualmente el Ecuador ha adoptado basadas en el cambio de la matriz productiva.

Al respecto, es importante citar que el Gobierno Nacional busca fortalecer la industria nacional, para lo cual ha adoptado una serie de medidas entre las cuales se encuentra la sustitución y restricción e importaciones. Esto busca incentivar la productividad y elevar la competitividad del producto nacional en relación al importado.

Como se indicó anteriormente, una de las razones para emitir este tipo de medidas se basa a los resultados del comercio exterior, los cuales no son favorables para el país, manteniendo una economía apoyada en las actividades relacionadas a la exploración, explotación y comercialización del petróleo y sus derivados.

## Gráfico No. 5- Balanza Comercial Ecuador



**Fuente: (Balanza Comercial, 2013)**

Los resultados evidencian la necesidad de cambio, siendo estos resultados un alto riesgo para la dolarización que demanda del ingreso de divisas antes que la salida de las mismas. En este caso, el desarrollo de la industria es una alternativa necesaria, siendo la del sector de cosméticos una rama fundamental principalmente por la diversidad de productos que pueden ser desarrollados.

Lo expuesto, ha originado un interés por parte del Gobierno Nacional por impulsar este sector, encontrando en este importantes alternativas para impulsar el buen vivir. Según datos del Ministerio de Industrias se estima incrementar la producción a Usd 54,6 millones para el 2014, mientras para el 2015 se espera una producción total de 64,9 millones. (Ministerio de Industrias, 2013)

El convenio establecido define un proceso progresivo de sustitución de importaciones que en el año 2014 se espera alcance el 25% del total actualmente importado, siendo como se observa un proceso de amplio impulso para la industria nacional que tendrá mayores oportunidades para poder atender al mercado nacional y buscar alternativas de expansión en el internacional.

Dentro de las empresas participantes en el convenio se encuentra Avon, Belcorp, Quala, Yambal, entre otras las cuales dentro de los compromisos contraídos se encuentra el uso

de materia primas nacionales como el alcohol, mismo que es necesario para la producción de las fragancias, producto que en este mercado es considerado como una vaca lechera, en la medida que es altamente posicionado y demandado por la población.

Dentro de los aspectos descritos en el convenio, se encuentran los siguientes:

“Para cumplir con el compromiso, las empresas del sector podrán importar durante el primer trimestre de este año, el mismo valor del promedio histórico de las importaciones realizadas en el 2012 y 2013. Por cada uno de los meses restantes deberán reducir sus importaciones a un valor equivalente al 67,21 %, los porcentajes de importación son acumulables mensualmente, siempre que no superen el 75% del valor anual que consta en una tabla referida.” (Ministerio de Industrias, 2013)


Lo expuesto permite observar que el sector de cosméticos se encuentra en una etapa de desarrollo, buscando principalmente que el producto nacional adquiera una mayor participación frente al importado, situación que se espera alcanzar mediante la formulación de acuerdos entre el sector público y privado, sustentados en los siguientes aspectos:

- **Medidas de sustitución y restricción progresiva de importaciones:** En este caso, los productores-importadores van a disminuir progresivamente la importación, elevando la producción nacional.
- **Utilización de materias primas nacionales:** La producción nacional se espera se desarrolle en función del uso de materias primas nacionales, aspecto que genera un impacto positivo en sectores complementarios a la industria de cosméticos necesarios para el desarrollo económico.
- **Integración de los productores nacionales:** Los productores nacionales se integran aspecto que permitirá elevar las economías de escala, siendo un factor relevante para incentivar la economía nacional.

- **Transformación de la importación hacia la producción:** El proceso busca que los importadores se transformen en productores, permitiendo cubrir con las necesidades del mercado.

Es importante citar que uno de los procesos que facilitó el llegar a acuerdos con el Ministerio de Industrias es la organización interna existente en el sector de cosméticos. En este caso, Pro cosméticos, es la Asociación Ecuatoriana de productos cosméticos de higiene y absolventes, creada con el objetivo de elevar la calidad y cantidad de producción de cosméticos en el mercado nacional con amplias aspiraciones de desarrollo del mercado internacional. En la actualidad cuenta con los siguientes miembros:

**Cuadro No. 2- Principales miembros de Pro cosméticos**

<b>Empresa</b>	<b>Sede</b>	<b>Imagen</b>
Yanbal	Quito	
Avon	Quito	
Industria Ales	Quito	
Biomak	Guayaquil	
Blenastor	Quito	

Industrial y Comercial	Guayaquil	
Laboratorios Renè Chardòn	Quito	
Esika	Quito	
L-BEL	Quito	
CYZONE	Quito	
Alvarez Barba	Quito	
Beirdorf S.A	Quito	
Bellemart S.A.	Quito	
BFS Importadora Bustamante	Quito	
Casa Moeller Martinez C.A	Quito	

Dipaso	Guayaquil	
Dousdebes Eduardo Cia. Ltda	Quito	
Drocaras	Guayaquil	
Dypenko	Guayaquil	
Envapress	Quito	
Everedy Ecuador C.A	Quito	
Gamatrade S.A	Quito	
Genommalab Ecuador S.A	Guayaquil	
Juan Eljuri	Cuenca	
Henkelecuatoriana	Quito	

Importadora Campuzando S.A	Quito	
Lansey-Recamier	Quito	
Johnson & Johnson	Guayaquil	
La Frabril	Manta	

**Fuente: (Procosméticos, 2013)**

Como se observa, la concentración de los miembros de Pro cosméticos se concentra en Quito y Guayaquil con un ligero desarrollo en otras ciudades. Este factor es importante analizar en el sentido del desarrollo de parques industriales los cuales se han concentrado en las principales ciudades.

El sector de cosméticos conformado por los principales productores permitió alcanzar mejores acuerdos que impulsen su desarrollo, aspecto que eleva la calidad de sus productos y les permite mejorar su competitividad principalmente con los productos importados. Esta situación como se cito, dio lugar a mejores perspectivas, siendo una industria que se espera aporte de mejor manera a la economía nacional

### **3.2 Participación del sector de cosméticos en el PIB**

Pese a la capacidad de desarrollo económico que el sector cosmético tiene principalmente por la generación de empleo y el incentivo al crecimiento de la industria complementaria que provee de las materias primas para la fabricación de diversos productos, su desarrollo en el Ecuador no ha sido totalmente adecuado. La importación

se convirtió en el principal mecanismo de abastecimiento al mercado nacional, aspecto que limitó su impacto dentro del Producto Interno Bruto.

Analizando el comportamiento del PIB de los últimos años, se observa un crecimiento sostenido, situación que señala una mayor productividad, aspecto que es positivo. Según datos del Banco Central del Ecuador, los resultados por año son:

**Cuadro No. 3- Producto Interno Bruto**

AÑOS	VALOR PIB		CRECIMIENTO ECONÓMICO	
	NOMINAL	REAL	NOMINAL	REAL
2006	41.763.230,00	21.962.131,00	.	
2007	45.789.374,00	22.409.653,00	9,64%	2,04%
2008	54.208.522,00	24.032.490,00	18,39%	7,24%
2009	52.208.522,00	24.119.453,00	-4,03%	0,36%
2010	57.978.116,00	24.983.318,00	11,45%	3,58%
2011	65.945.432,00	26.607.840,00	13,74%	6,50%
2012	71.625.395,00	28.031.231,00	8,61%	5,35%
2013	82.789.004,00	32.456.234,00	8,65%	5,42%
<b>PROMEDIO</b>	<b>59.038.449,38</b>	<b>25.575.293,75</b>	<b>9,49%</b>	<b>4,36%</b>

**Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2013)**

Los resultados muestran una economía creciente de manera progresiva, con un desarrollo promedio desde el 2006 de 4,36%. Este aspecto es positivo permitiendo entender que la economía ha generado mayores fuentes de trabajo, sin embargo contrasta con los datos reflejados en la Balanza Comercial.

Se entendería, por lo tanto, que el desarrollo mostrado no se ha acentuado totalmente en el crecimiento de la industria, sino en sectores primarios dentro de los cuales se encuentran los relacionados a recursos no renovables. Esta situación ha dado lugar justamente a que se busque impulsar sectores productivos, como el relacionado a los



cosméticos, en la medida que su desarrollo tiende además a reducir las brechas entre las importaciones y exportaciones, dando lugar a productos con mayor valor agregado.

Es por lo tanto importante resaltar los resultados que reflejan el PIB, los cuales marcan un crecimiento, tomando en consideración que estos generan mayor capacidad de compra de la población lo que dinamiza la economía y desarrolla un entorno ideal para fortalecer la industria nacional.

Verificando el PIB por sectores, se observan la siguiente distribución:



**Fuente (Bruto, 2013)**

La distribución presentada señala que el sector de cosméticos en la actualidad no es totalmente relevante en la economía nacional, encontrándose dentro del 25% en el cual participan otros elementos del PIB. Su aporte no supera el 1% del total, aspecto que puede sustentarse en base a los siguientes aspectos:

- El mercado de cosméticos en el país ha tenido como principal fuente de abastecimiento la importación, esto ha establecido importantes influencias en los patrones de comportamiento de los clientes que deben ser analizados en la medida que constituyen barreras en la aceptación del producto nacional.
- La industria nacional no es representativa en la medida que sus productos no gozan de un alto posicionamiento en el mercado. Su desarrollo no ha tenido mayor auge en la medida que la importación ha sido la base de gestión del negocio. Los volúmenes de importación, mantienen tasas crecientes conforme se analizará mas adelante

La importación de cosméticos no aporta mayormente al desarrollo de empleo, por lo que la medida de fortalecer la industria nacional va directamente a solventar esta situación. Se entiende que la medida tenderá a mejorar su participación en el PIB, convirtiéndose en un sector de impulso efectivo a su desarrollo, aspecto que en la actualidad no ha podido consolidarse.

### **3.3 Evolución del sector de cosméticos**

El sector cosmético ha tenido un importante crecimiento producto a varios factores que se describen a continuación:

- La globalización ha generado un mayor desarrollo del mercado de belleza en Ecuador. Esto trae consigo la apertura de negocios relacionados a textiles, calzado, cirugías plásticas, cosméticos entre otros. La mayor información disponible ha permitido que el país se integre en acciones relacionadas a la moda, en donde el consumo en productos relacionados a esto se han convertido en excelentes oportunidades de crecimiento.
- Se ha profesionalizado los sistemas de venta en el país. En este caso, el crecimiento de estudiantes en las Universidades y Escuelas Politécnicas permite que las estrategias de posicionamiento de productos sea más eficaz, lo que

permite una mayor identificación de los cosméticos, desarrollando una mayor demanda.

- **Ingreso de productos importados.** Los productos importados han modificado los patrones de consumo de los clientes, generando mayor demanda por los cosméticos. Esta situación ha permitido que las ventas directas se conviertan en un mecanismo útil para la generación de empleo.

Los factores descritos han consolidado el mercado de cosméticos en el país, permitiendo que este se desarrolle positivamente. Esta situación para las ventas directas ha sido determinante, en la medida que el crecimiento de la demanda permitió desarrollar innovadoras estrategias de venta.

Según datos de Pro cosméticos, el sector desde el 2011 hasta el 2013, registro un crecimiento sostenido promedio del 9%, lo que implica que su desarrollo es mayor al del país. Señalan sobre esto lo siguiente: “En el país, 98 de cada 100 hogares ecuatorianos tienen en casa al menos cinco productos cosméticos de uso diario, como: jabón, desodorante, pasta dental, champú y fragancia.” (Crecimiento del Sector Cosméticos, 2013)

El consumo de cosméticos, responde a las siguientes ventas promedio:

**Cuadro No. 4- Ventas d cosméticos en Ecuador (Millones de USD)**

<b>Año</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Consumo	186,151	203,12	223,21

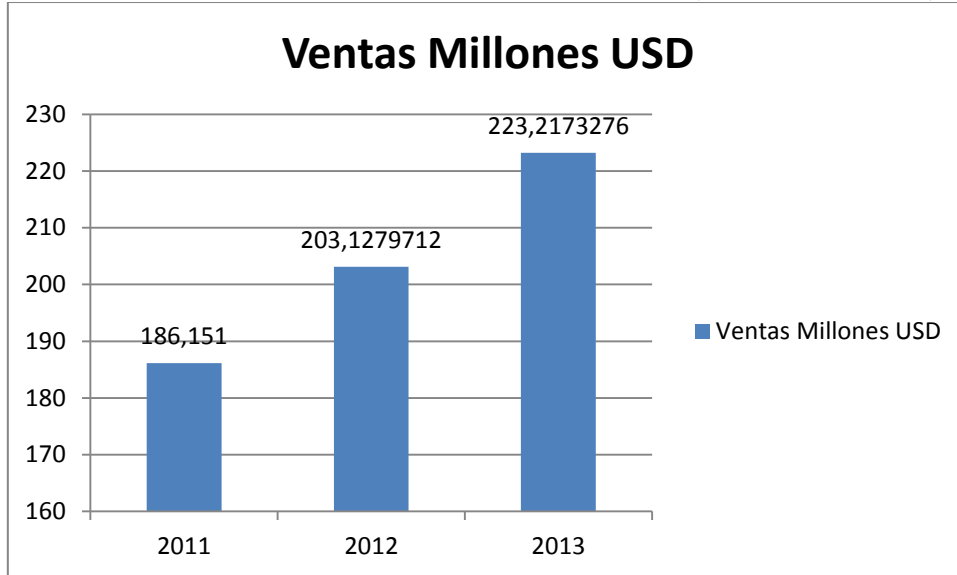
**Fuente: (Crecimiento del Sector Cosméticos, 2013)**

El comportamiento sostenido del sector permite observar que los productos ofertados son del interés del consumidor, siendo su consumo una respuesta de la aceptación de los productos ofertados.

El crecimiento ha implicado una mayo variedad de productos. Según Procosméticos, en la actualidad dentro del sector se encuentran más de 309 variedades de productos entre geles, fragancias, artículos de tocador, jabones, entre otros, mostrando que el sector se

destaca por una amplia gama de productos que permiten principalmente a quien realiza la venta directa tener opciones para poder ingresar al mercado. En este caso, la diversificación del producto determina menor riesgo.

**Gráfico No. 7- Ventas d cosméticos en Ecuador (Millones de USD)**



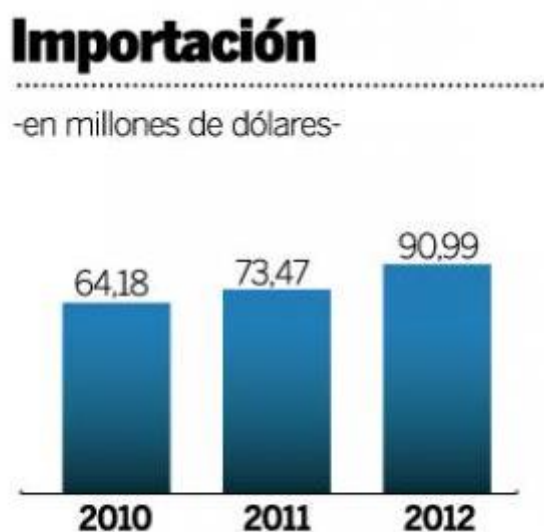
**Fuente: (Crecimiento del Sector Cosméticos, 2013)**

### **3.4 Estudio de importaciones y exportaciones**

#### **3.4.1 Estudio de la Importación**

Como se indicó anteriormente, la importación se ha convertido en la base de abastecimiento del mercado, aspecto que se evidencia en las cifras existentes las cuales se analizan a continuación:

**Gráfico No. 8- Importaciones de cosméticos**



**Fuente: (El Universo, 2013)**

Los resultados muestran un crecimiento sostenido, el cual se presenta en base a las siguientes tasas:

**Cuadro No. 5- Tasas de crecimiento en la importación de cosméticos**

Año	2010	2011	2012
Valor (Millones USD)	64,18	73,47	90,99
Tasa		14,47%	23,85%

**Fuente: Autor**

En el período observado, la tasa de crecimiento promedio es de 19,16% mostrando que el mercado interno ha tenido una importante aceptación de este tipo de productos, aspecto que es relevante para fomentar el desarrollo de empleo. La aceptación del producto permite la aplicación de estrategias como la venta directa, siendo un factor que aporta a reducir el desempleo.

Los resultados obtenidos permiten observar una tendencia favorable que supone un crecimiento de la importación. No obstante como se indicó anteriormente, las políticas internas buscan reemplazarla con la producción nacional. A manera de estudio, se ha

calculado la proyección sobre estas cifras permitiendo entender escenarios de mantenerse este comportamiento. Para ello, se utilizó el cálculo de mínimos cuadrados, conforme se describe a continuación

**Ecuación No. 1- Ecuación lineal**

$$S_X^2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i^2 - \bar{X}^2$$

$$S_{XY} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i y_i - \bar{X}\bar{Y}$$

$$b = \frac{S_{XY}}{S_X^2} \quad a = \bar{Y} - b\bar{X}$$

**Fuente: (Huggs, 2009, pág. 34)**

**Cuadro No. 6-Cálculo de la ecuación de proyección lineal**

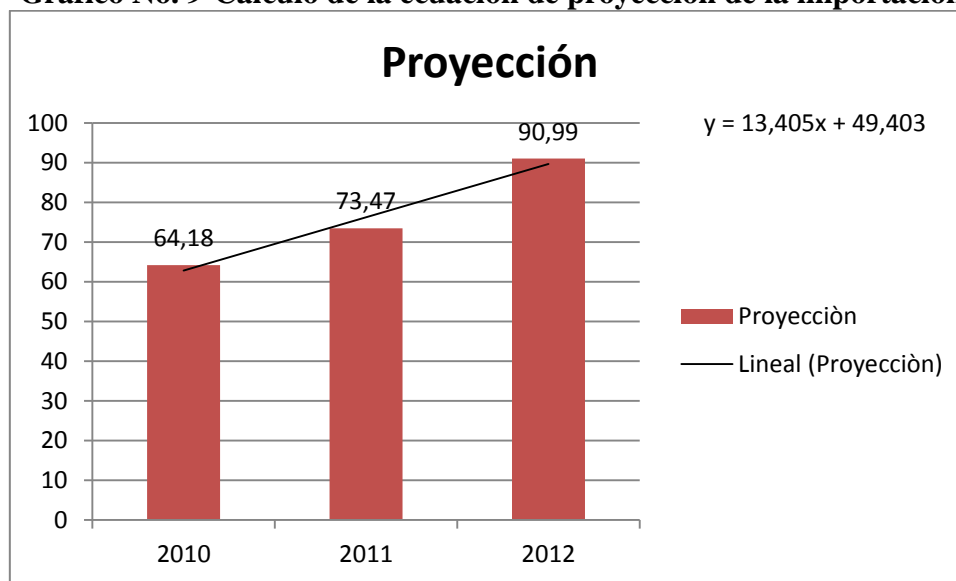
Año	Año (x)	Importación (Y)	x2	y2	xy
2010	1	64,18	1	4119,07	64,18
2011	2	73,47	4	5397,84	146,94
2012	3	90,99	9	8279,18	272,97
Suma	6	228,64	14,00	17796,09	484,09
Promedio	2	76,21	4,67	5932,03	161,36

SXY	8,94
S2X	0,67
b	13,41
a	49,40

**Fuente: Autor**

Aplicando el método gráfico para el cálculo de la ecuación, se observa lo siguiente:

**Gráfico No. 9-Cálculo de la ecuación de proyección de la importación**



Fuente: Autor

Los resultados muestran una tendencia creciente, con una ecuación de  $y = 13,405x + 49,403$ , con la cual se proyecta la posible importación para los próximos cinco años de mantenerse la situación actual:

**Cuadro No. 7- Resultados de la proyección de la importación**

Año	Importación (Millones de USD)
2014	116,428
2015	129,833
2016	143,238
2017	156,643
2018	170,048
2019	183,453

Fuente: Autor

Como se puede observar en los resultados proyectados, la tendencia de la importación basado en los datos actuales es creciente. Este aspecto, no obstante difícilmente podrá

cumplirse en función de las medidas de sustitución y restricción anteriormente descritas. Sin embargo, es importante analizar los siguientes aspectos:

- La importación de cosméticos con una tendencia creciente permiten entender que los productos comercializados responden a gustos, preferencias y requerimientos de los clientes situación que fomentan el desarrollo de la venta directa.
- La importación creciente puede entenderse como una preferencia del mercado hacia este tipo de productos, lo que puede representar una barrera para los productos nacionales. En este caso, el mercado, principalmente compuesto por las clases sociales altas puede mantener su aceptación hacia los productos importados aun cuando estos se incrementen de precio.
- Desde el punto de vista económico, la tendencia creciente no es totalmente positiva en la medida que no genera mayor cantidad de empleo y afecta los resultados de la Balanza Comercial.

Analizando la venta directa, el crecimiento de la importación de cosméticos da lugar a una expansión de mercado, en donde existen aspectos positivos y negativos. Dentro de estos los positivos pueden describirse de la siguiente manera:

- Existe stock de productos permanentemente que mantienen el flujo de la venta adecuada. En este caso, los distribuidores podrán contar con productos y variedades para cumplir con sus estrategias de venta.
- La aceptación del producto importado, permite que las ventas directas puedan consolidarse, entendiéndose que los estos mantienen un adecuado posicionamiento en la mente del consumidor.

Por otro lado;



- Las medidas de sustitución y restricción de importaciones generará una escasez del producto importado, lo que puede afectar las ventas directas en la medida que estas van a concentrarse en un producto nacional, el cual no responde a los actuales patrones de consumo.
- La escasez de productos importados puede minimizar la demanda, quienes no optan por el producto nacional, afectando a las ventas directas.

Lo expuesto permite observar que las estrategias de venta directa deberán de manera urgente adaptarse al cambio de producto importado por el nacional, aspecto que amerita acciones para que el cliente acepte el producto, encontrando en este los mismos elementos que permiten su decisión de compra.

En este caso, la venta directa deberá introducir el producto nacional, debiendo este mantener altos estándares de calidad acorde a las exigencias del cliente, el cual según los datos analizados, muestra una importante aceptación del producto importado.

#### **2.4.1 Estudio de la Exportación**

Los resultados de las exportaciones de cosméticos de Ecuador al mundo, muestran una industria naciente fundamental, que permite entender que las medidas de apoyo por parte del Gobierno Nacional, son requeridas.

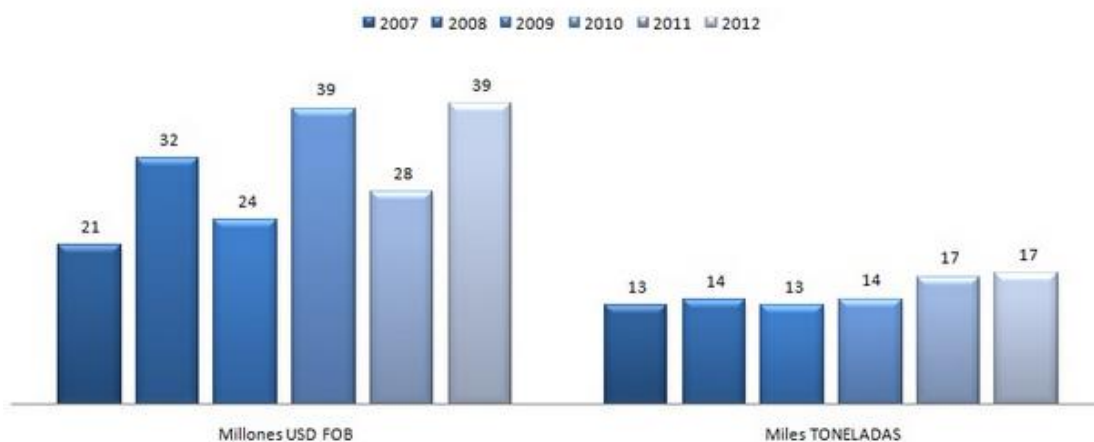
Los resultados muestran una tendencia creciente con algunos altibajos ocurridos en los años 2009 y 2011 en donde las exportaciones cayeron con respecto al año anterior. Se estima, no obstante, que estas tenderán a aumentar en función al fortalecimiento de la industria.

Los volúmenes de las exportaciones, muestran una industria en desarrollo, incentivada por las medidas gubernamentales citadas, las cuales dan a conocer que el mercado local puede abastecerse de manera efectiva, aspecto que para el cumplimiento de las ventas directas es un requerimiento.

A continuación, se analizan los resultados existentes:

### Gráfico No. 10-Exportaciones sector cosméticos

#### Evolución Exportaciones Sector Cosméticos



Fuente: (Ministerio de Industrias, 2013)

Analizando las tasas resultantes por año, se observa lo siguiente:

#### Cuadro No. 8- Tasas resultantes por año en la exportación de cosméticos

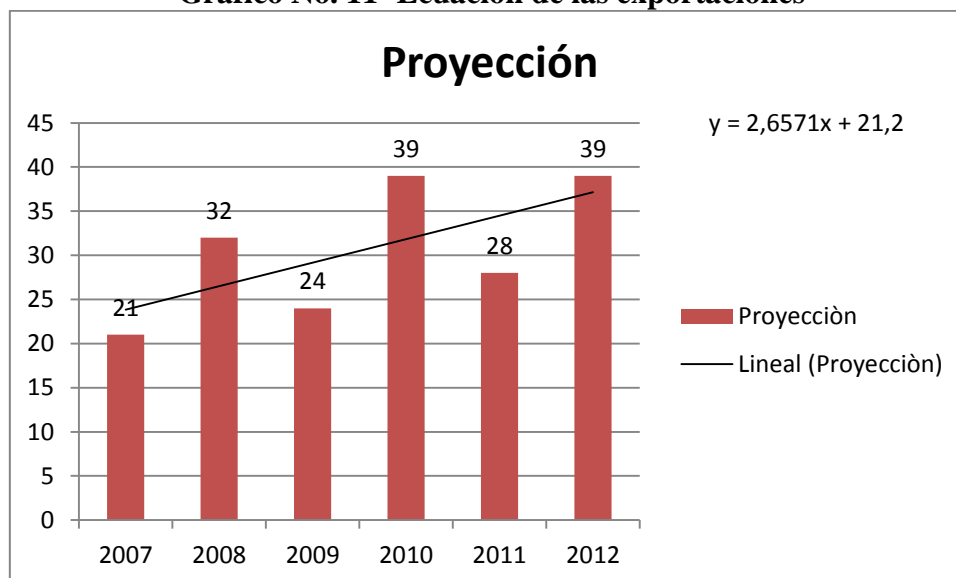
Año	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Millones Usd	21	32	24	39	28	39
Tasa		52,38%	-25,00%	62,50%	-28,21%	39,29%

Fuente: Autor

En promedio, en el período analizado, las exportaciones han mantenido un crecimiento del 20,19%, lo que confirma que el sector se encuentra en un desarrollo constante. Según información de Pro cosméticos, los principales destino de las exportaciones son Colombia, Perú, Venezuela, Chile, Tailandia, Cuba, Panamá, Guatemala, Jamaica. (Procosméticos, 2013)

Aplicando el método grafico para obtener la ecuación de la tendencia, se observa una crecimiento sostenido, con una ecuación resultante de  $y = 2,6571x + 21,2$

**Gráfico No. 11- Ecuación de las exportaciones**



**Fuente: Autor**

Realizando la respectiva proyección observamos los siguientes resultados;

**Cuadro No. 9-Proyección de las exportaciones**

Año	Exportaciones (Millones de Usd)
2014	42,4568
2015	45,1139
2016	47,771
2017	50,4281
2018	53,0852
2019	55,7423

**Fuente: Autor**

Comparando las ecuaciones obtenidas en la importación y exportación, se observa que la pendiente de la importación es mayor, aspecto que confirma justamente que este proceso es determinante en el abastecimiento de la industria nacional. Las ventas directas por lo tanto tendrán amplios cambios en la medida que se vaya sustituyendo las importaciones, aspecto que puede incidir en su capacidad de generación de empleo.

### **3.5 Estudio de los modelos de venta directa del sector de cosméticos**

La venta directa es un sistema que en el sector de cosméticos ha tenido una importante acogida. Como se analizó, el productor o importador encuentra en este sistema un

mecanismo para poder expandir sus mercados, manteniendo una ventas fijas mediante los distribuidores.

Según datos de Pro cosméticos, las provincias en donde mayor aceptación ha tenido este sistema son las siguientes:

**Gráfico No. 12-Principales provincias consumidoras**



**Fuente: (El Universo, 2013)**

La venta directa se ha convertido en un adecuado mecanismo para obtener ingresos aprovechando sus contactos. En este caso, hombres y mujeres que tienen empleos de tiempo parcial, se encuentran desempleados, amas de casa, entre otros, optan por esta alternativa que tiene ventajas en cuanto a disponibilidad de tiempo, coordinación y control de sus propias actividades y trabajo acorde a sus necesidades, no teniendo horarios impuestos o normas que por su condición o actividades les impidan cumplir.

Este mecanismo resulta viable en función de la aceptación del producto en el mercado, el posicionamiento de las empresas importadoras o productoras, la confianza en el vendedor, mismo que generalmente es conocido o recomendado, dando lugar a un sistema de ventas que permite obtener rentabilidad acorde el esfuerzo logrado, siendo un mecanismo que además es apoyado por la empresa representante con capacitación, programas de mercadeo, incentivos, entre otras.

En el país, el desarrollo de la venta directa se ha convertido en un medio para desarrollar y generar empleo. La cantidad de personas que integran el sistema permiten entender su importancia y principalmente su tendencia, siendo una alternativa que apoya a los diferentes hogares a disponer de un mejor ingreso.

Como se observó, esta actividad se ha concentrado en las ciudades de mayor población en el país, no obstante el porcentaje ocupado por el resto de ciudades es importante permitiendo concluir que es un mecanismo posible de ser desarrollado a nivel nacional.

En el siguiente cuadro, se exponen los elementos que han permitido hacer de este modelo de venta una alternativa adecuada para el mercado nacional

**Cuadro No. 10-Modelo de venta directa en Ecuador**

<b>Factor</b>	<b>Descripción</b>
<b>Adaptabilidad</b>	El modelo de venta directa es viable de ser desarrollado por amas de casa, desempleados, personas con empleo a tiempo parcial, personas que requieren ingresos adicionales, pudiendo emplear tiempo sus fines de semana. En este caso, su estructura no es rígida lo que hace viable su adopción.
<b>Inversión</b>	El modelo de venta directa se ajusta a los presupuestos de la persona, lo que representa una oportunidad para ejercer una actividad económica
<b>Asistencia</b>	El modelo goza de asistencia por parte el productor o importador, para lo cual desarrolla programas de capacitación, mercadeo y demás. Estos permiten mejorar el posicionamiento de marca lo que facilita la venta
<b>Flexibilidad</b>	El modelo se ajusta al tiempo y capacidad de inversión del distribuidor, pudiendo suspenderse y activarse en diferentes épocas, sin que esto incida en situaciones de desventaja.
<b>Incentivo</b>	Las empresas productoras o importadoras establecen sistemas de incentivo que permiten al distribuidor tener acceso a mayor cobertura en su gestión. Además, pueden disponer de mejores márgenes de rentabilidad lo que les permite obtener una fuente de ingresos estable y adecuada.

**Fuente:** (El Universo, 2013)

Es importante diferenciar el sistema de venta directa a otro tipo de sistemas los cuales han sido altamente controversiales en el medio y han originado una serie de afecciones a la población.

En este caso, modelos piramidales, multiventas, venta de publicidad en internet a través de diversas redes sociales y demás son sistemas totalmente diferentes a la venta directa, en el sentido de que estos establecen un sistema de comisiones por metas cumplidas, muchas de las cuales exigen una inversión para ser parte de grupos de distribución. Varios de estos mecanismos, han afectado a la población, como por ejemplo Publifast, el cual mantiene una serie de demandas por incumplimiento de lo ofertado.

A diferencia de estos, la venta directa es un mecanismo en donde el distribuidor o cliente adquiere un producto para ser comercializado mediante visitas personales a personas de su propio contacto, obteniendo beneficios en función de un costo de compra preferencial que le brinda un margen de utilidad adecuado en función de sus intereses.

### 3.6 Población que trabaja en sistema de ventas directas de cosméticos

La venta directa es una de las principales estrategias en el sector de cosmético. Tomando datos de Pro cosméticos, su gestión genera a nivel nacional 400.000 plazas de trabajo, siendo uno de los mecanismos más importantes utilizados por productores e importadores para posicionar sus productos en el mercado.



**Fuente: (El Universo, 2013)**

Analizando la información proporcionada es visible la importancia que la venta directa tienen cuanto a la generación de empleo, principalmente enfocada en el género femenino. Otro aspecto relevante es que el mercadeo va teniendo una mayor aceptación por parte del género masculino por este tipo de productos lo que da lugar a un crecimiento sustentable.

Las políticas restrictivas y sustitutivas a las importaciones han sido observadas por este sector como una amenaza a la estabilidad de su trabajo. En este caso, la Resolución 116 del Comité de Comercio Exterior, Comex y los reglamentos impuestos por parte del Instituto Nacional de Normalización INEN No. 93 y 88.

Sobre este aspecto, la Resolución 116 agrupa 293 subpartidas las cuales comprenden productos cosméticos que requieren de la presentación de certificado de reconocimiento indispensable para la importación. Por otra parte las normativas establecen una serie de requerimientos en cuanto a su calidad, composición, presentación que deben ser descritas en un certificado de conformidad.

Estos requerimientos en la actualidad vigentes, afectaron a los importadores quienes no pudieron en junio 2014 desaduanar la carga, produciendo escasez de productos. Esta situación generó profundas afecciones que afectaron principalmente a la población dedicada a la venta directa.

Según datos de Pro cosméticos, de la población afectada que trabaja en ventas directas, el 82% son jefas del hogar, aspecto que genera profundas afecciones a la sociedad, en la medida que son recursos que les permiten atender sus necesidades básicas y la de sus familias.

Los problemas en la desaduanación incrementan los gastos de los importadores, aspecto que se entiende que parte de los mismos se trasladará al producto, pudiendo esta situación poner en riesgo a la venta directa.

Lo expuesto, permite observar cambios en el sector, los cuales impactarán en la población dedicada a la venta directa. Estos representan un escenario sobre el cual se resaltan los siguientes aspectos:

- El cliente mantiene una aceptación en el producto importado, lo que ha logrado sostener actividades de venta directa. Las medidas acordadas entre el Ministerio de Industrias y

Pro cosméticos, van a generar un cambio en el producto, priorizando el nacional y encareciendo el importado, lo que incidirá directamente en las ventas.

- El impacto del cambio de producto, demanda de una aceptación del cliente, por lo que las ventas directas pueden verse afectadas hasta que se posicionen las nuevas alternativas.
- El producto importado tendrá un mayor costo, lo que puede afectar el interés de la demanda. Esto incide directamente en las ventas directas quienes tendrán escasez del producto y un aumento en sus costos.



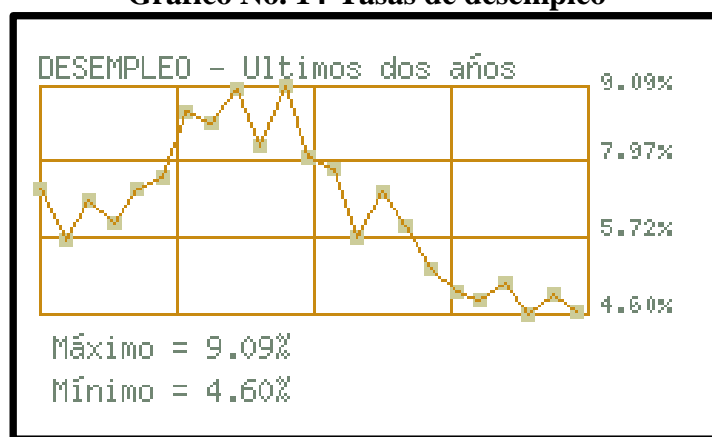
## CAPÍTULO IV

### INCIDENCIA DE LA VENTA DIRECTA DE COSMÉTICOS EN EL DESEMPLEO DE MUJERES DEL BARRIO DE IÑAQUITO

#### 4.1 Estudio de la evolución del desempleo en mujeres

El desempleo afecta la estabilidad de las personas, siendo toda medida enfocada a su reducción necesaria para fortalecer la economía nacional. Analizando datos el Banco Central del Ecuador, se observa el siguiente comportamiento del desempleo:

**Gráfico No. 14-Tasas de desempleo**



**Fuente: (Banco Central del Ecuador, Indicadores Macroeconómicos, 2014)**

La tasa inflacionaria durante los dos últimos ha mantenido un control en cuanto a su comportamiento, reflejando en el 2013 y 2014 las tasas más bajas de los últimos 10 años, factor que muestra una recuperación de la economía en cuanto a su capacidad de generación de trabajo.

Dentro de esta tasa, las mujeres registran una mayor tasa que los hombres, existiendo menor cantidad de empleo para este género, aspecto que afecta su desarrollo y calidad de vida.

Según datos del INEC, el desempleo promedio del género femenino es del 5,8% en comparación al de los hombres que es del 4,8%. Esta situación afecta su desarrollo, impidiéndole tener mayor oportunidades que le permitan cubrir sus necesidades. (INEC, 2013)

Lo expuesto revela una situación que genera afecciones a este género, en donde pese a los avances en cuanto a igualdad que se han presentado en el marco legal e inclusive en la forma de organización de la sociedad, existe todavía limitantes relacionados al género que afectan a este grupo.

Este tipo de situaciones, concuerda con las cifras de ocupación de la mujer en la venta directa, encontrando en este mecanismo una alternativa para poder disponer de ingresos económicos.

Pese a este escenario negativo, se puede indicar que las tendencias de desempleo al igual que de empleo tienden a equilibrarse en cuanto al género, existiendo en la sociedad un mayor proceso de desarrollo de la igualdad, en donde la aspiración y concurso a un cargo se basa en la preparación, competencias, habilidades, destrezas, conocimientos y experiencia y no en el género.

La igualdad de género es un principio elemental considerado dentro del Buen Vivir y que representó una de las bases principales para las reformas constitucionales ocurridas en el 2008. La Constitución señala al respecto, lo siguiente;

Art. 3.- Son deberes primordiales del Estado:

1. Garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales, en particular la educación, la salud, la alimentación, la seguridad social y el agua para sus habitantes. “ (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

Analizando el marco legal, se entiende que la no discriminación abarca entre varios aspectos el empleo, el cual como se indicó debe establecerse en función a perfiles basados en conocimiento y experiencia y no en género, siendo este último un aspecto que en el caso de considerarse vulnera los derechos fundamentales de la persona.

## **4.2 Análisis e interpretación de instrumentos de campo**

### **4.2.1 Población y Muestra**

Tomando como referencia el Censo 2010 y la proyección de población, Quito cuenta con 2.239.191 habitantes de los cuales 768.480 son mujeres cuya edad oscila entre los

18 a 65 años de edad. Tomando como datos el informe de concentración de población del Distrito Metropolitano de Quito, el barrio de Iñaquito concentra aproximadamente el 8% de la población, dando lugar a un total de 61.478 habitantes

Dado a que por tiempo y costos, la medición de la población no es viable, se procede a calcular una muestra representativa cumpliendo con el siguiente proceso:

$$M = N X d^2 X Z^2 / (N-1) E^2 + d^2 X Z^2$$

Donde;

**N** = Población

**d<sup>2</sup>** = Varianza de la población

**N-1**= Corrección necesaria por el tamaño de la población

**E** = Limite aceptable de error

**Z**= Valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia con el que se va realizar el tratamiento de las estimaciones.

Los valores a aplicarse en la presente investigación son:

N= 61.478 habitantes

d<sup>2</sup> = 0,25

N-1 = 61.477

E = 5%

Z = 1,96, tomado en relación al 95%.

M= ((61.478 \*0,25\*(1,96<sup>2</sup>)) / (((61.478 -1)\*(0,05<sup>2</sup>))+ (0,25\*(1,96<sup>2</sup>)))

M=381,78

La muestra levantará a 382 mujeres que habiten en el barrio de Iñaquito.

#### 4.2.2 Resultados de la encuesta

Se procedió a cumplir una encuesta desde el 26 de mayo hasta el 6 de junio 2014 en el barrio de Ñaquito en el norte de la ciudad de Quito, verificando si la actividad de venta directa de cosméticos es conocida y ha sido utilizada como mecanismo para disponer de ingresos. Los resultados se describen a continuación:

#### Datos Generales

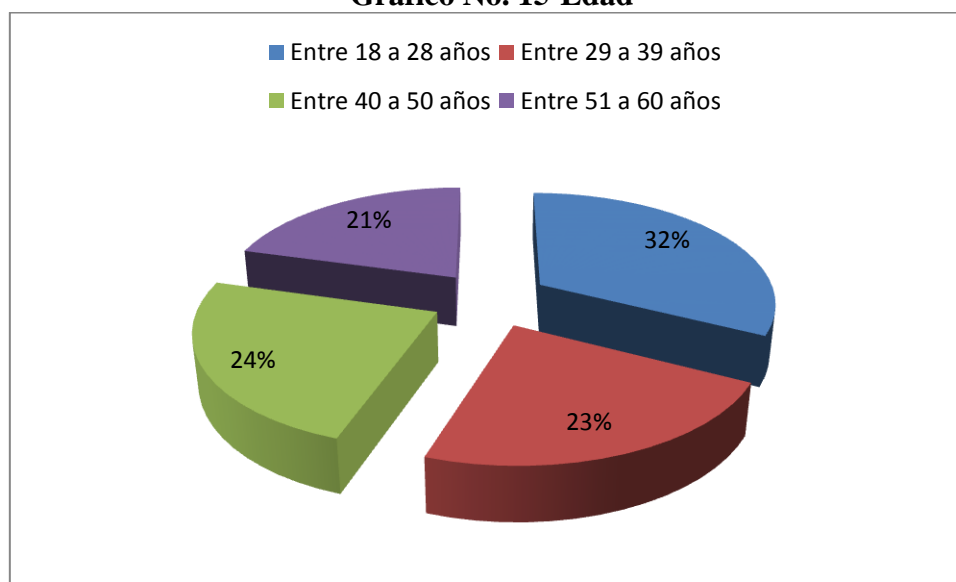
#### Edad

**Cuadro No. 11-Edad**

Opción	Frecuencia	Tasa
Entre 18 a 28 años	124	32,46%
Entre 29 a 39 años	87	22,77%
Entre 40 a 50 años	92	24,08%
Entre 51 a 60 años	79	20,68%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente: (Investgación de campo, 2014)**

**Gráfico No. 15-Edad**



**Fuente: (Investgación de campo, 2014)**

## Análisis e interpretación

Conforme a la muestra seleccionada, se procedió a levantar información de mujeres entre 18 a 60 años, buscando una distribución uniforme que permita disponer de información relevante. En este caso, el 32% se encuentra entre 18 a 28 años, el 24% entre 40ª 50 años, el 23% entre 29 a 39 años y el 21% entre 51 a 60 años.

En base a la distribución presentada, se considera se obtendrá información pertinente que aporte al cumplimiento de los objetivos planteados.

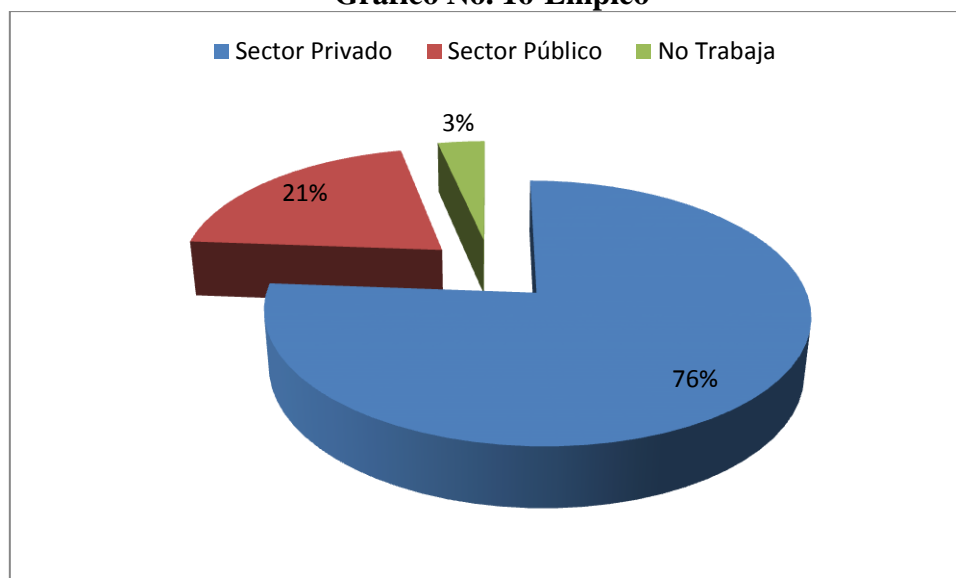
## Empleo

**Cuadro No. 12-Empleo**

Opción	Frecuencia	Tasa
Sector Privado	291	76,18%
Sector Público	78	20,42%
No Trabaja	13	3,40%
Total	382	100,00%

**Fuente: (Investgación de campo, 2014)**

**Gráfico No. 16-Empleo**



**Fuente: (Investgación de campo, 2014)**

## Análisis e interpretación

Las mujeres encuestadas se encuentran laborando en su mayoría. El 76% indica que presta servicios dentro del sector privado, el 21% dentro del sector público y el 3% no trabaja. Estos resultados guardan relación con las tasas de desempleo analizadas en donde el desempleo en la mujer bordea el 5,8% anual.

## Desarrollo

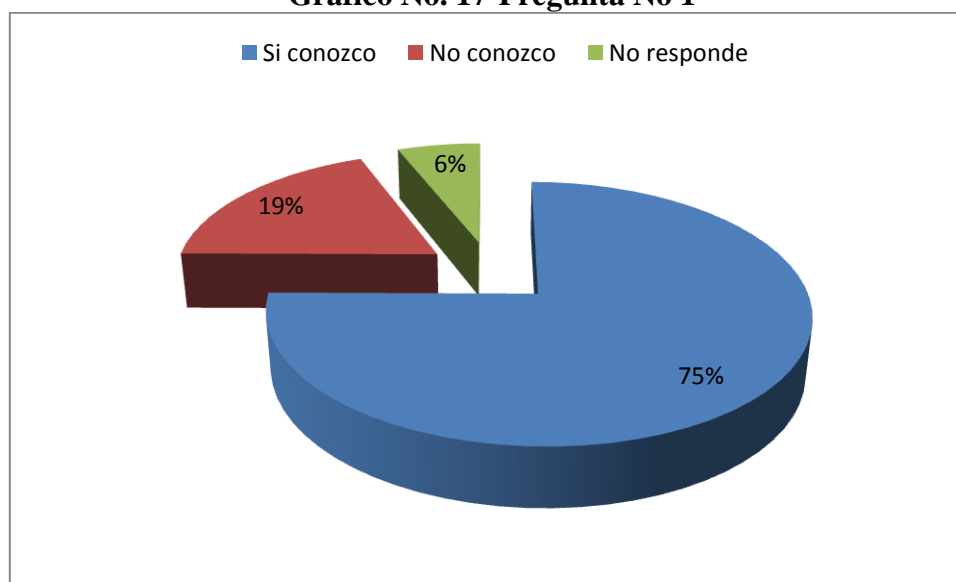
### 1. ¿Conoce usted el sistema de venta directa?

**Cuadro No. 13-Pregunta No 1**

Opción	Frecuencia	Tasa
Si conozco	287	75,13%
No conozco	72	18,85%
No responde	23	6,02%
Total	382	100,00%

**Fuente: (Investgación de campo, 2014)**

**Gráfico No. 17-Pregunta No 1**



**Fuente: (Investgación de campo, 2014)**

## **Análisis e interpretación**

Es importante identificar el nivel de conocimiento de la población objetivo frente al sistema de ventas directas, aspecto que permitirá definir si es considerado como una alternativa de empleo.

El 75% señala que si conoce al sistema, aspecto que indica que se encuentra adecuadamente posicionado, siendo un mecanismo identificado. El 19% indica que no lo conoce y el 6% no responde.

Acorde a los datos obtenidos, se puede señalar que el sistema de ventas directas es un medio identificado por las mujeres del sector de Iñaquito, siendo actividades en las que han actuado como distribuidoras o incluso como consumidores. El conocimiento de este sistema permite además entender que en el caso de necesidad económica, puede ser considerado como una alternativa.

**En el caso de responder si, pase a la pregunta No.2.**

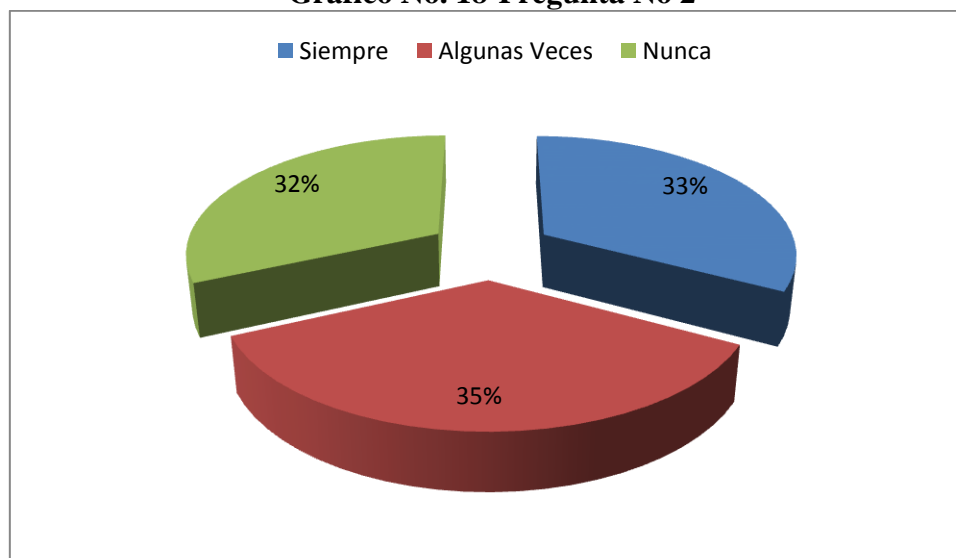
**2. ¿Ha trabajado usted en el sistema de venta directa?**

**Cuadro No. 14-Pregunta No 2**

<b>Opción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Tasa</b>
Siempre	94	32,75%
Algunas Veces	102	35,54%
Nunca	91	31,71%
Total	287	100,00%

**Fuente: (Investgación de campo, 2014)**

**Gráfico No. 18-Pregunta No 2**



**Fuente: (Investgación de campo, 2014)**

### **Análisis e interpretación**

Acorde a los objetivos propuestos en la presente investigación, es fundamental analizar si la población objetivo ha optado por la venta directa como un mecanismo de empleo que le proporcione ingresos para cubrir sus requerimientos. Los resultados muestran un escenario parcialmente positivo, en donde el 35% señala que ha optado algunas veces por este mecanismo, el 33% siempre y el 32% nunca. Como se observa, existe una distribución uniforme en función de las opciones de las respuestas. No obstante, la tendencia tomando las opciones de siempre y algunas veces, muestran que este ha sido un sistema utilizado que ha proporcionado ingresos cuando la persona no tiene empleo o a su vez para mejorar sus ingresos.

**3. Si respondió algunas veces o siempre pase a la pregunta No.3 ¿Hace que tiempo usted trabajó en sistemas de venta directa?**

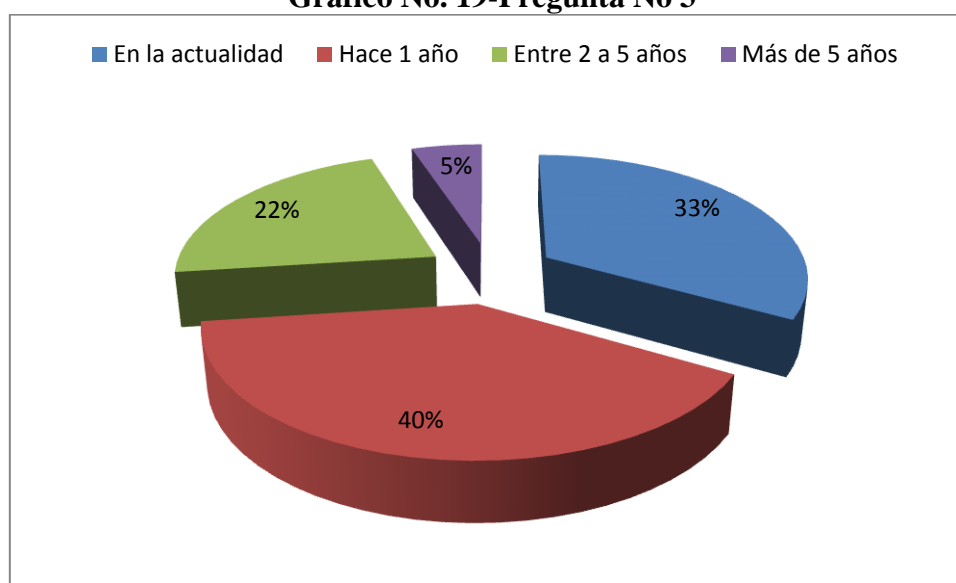
**Cuadro No. 15-Pregunta No 3**

Opción	Frecuencia	Tasa
En la actualidad	65	33,16%
Hace 1 año	78	39,80%
Entre 2 a 5 años	43	21,94%
Más de 5 años	10	5,10%
Total	196	100,00%

**Fuente: (Investgación de campo, 2014)**



**Gráfico No. 19-Pregunta No 3**



**Fuente: (Investgación de campo, 2014)**

### **Análisis e interpretación**

Es importante identificar la temporalidad en la que la población objetivo ha trabajado en el sistema de ventas directas, determinando mediante las respuestas si en la actualidad constituye un sistema que permite reducir el desempleo.

Los resultados indican que el 40% trabajó hace un año, el 33% en la actualidad, el 22% entre 2 a 5 años y el 5% Más de 5 años.

Los resultados permiten observar, que el sistema de ventas directas es una opción vigente en el mercado, siendo utilizada por el grupo objetivo como un mecanismo para la obtención de ingresos, aspecto que concuerda con los datos de ocupación en esta actividad analizados anteriormente.

Se puede indicar en base a las respuestas, que el sistema de ventas directas tiende a reducir el empleo, siendo una actividad identificada y desarrollada en la actualidad.

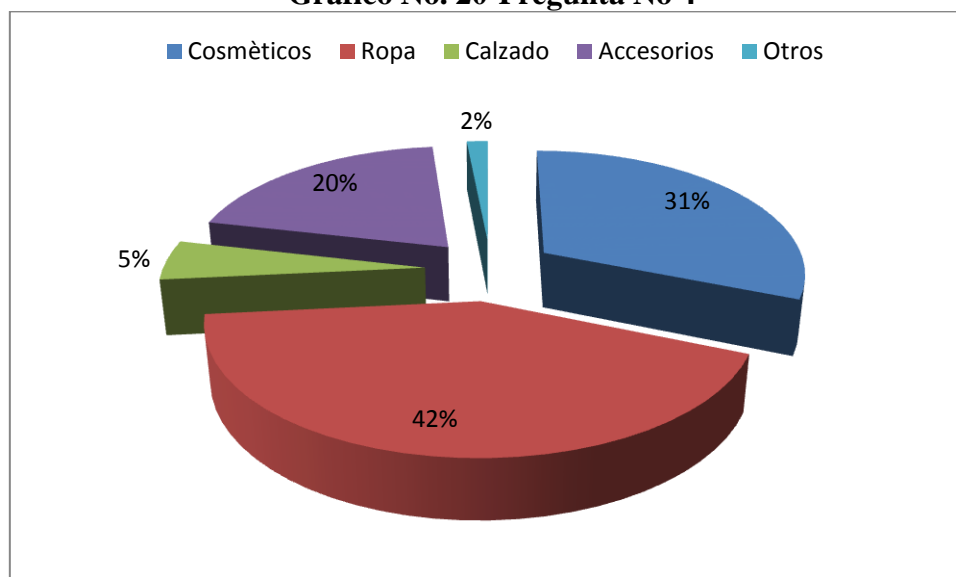
#### 4. ¿Qué productos ha comercializado bajo el sistema de venta directa?

**Cuadro No. 16-Pregunta No 4**

Opción	Frecuencia	Tasa
Cosméticos	61	31,12%
Ropa	83	42,35%
Calzado	10	5,10%
Accesorios	39	19,90%
Otros	3	1,53%
Total	196	100,00%

**Fuente: (Investgaciòn de campo, 2014)**

**Gráfico No. 20-Pregunta No 4**



**Fuente: (Investgaciòn de campo, 2014)**

#### **Análisis e interpretación**

Entendiendo la importancia que tiene la venta directa como mecanismo para reducir el desempleo en la población objetivo es fundamental identificar si esta se enfoca en la comercialización de cosméticos.

Los resultados señalan que la Ropa es la actividad más común dentro de este sistema con el 42%, seguida por los cosméticos con el 31%, los accesorios con el 20%, el calzado con el 5% y otros con el 2%.

Se observa, que los cosméticos constituyen dentro de este sistema en la segunda alternativa de mayor relevancia, lo que permite entender su importancia y crecimiento, en la medida que existe un mercado que se atiende mediante el cumplimiento de esta actividad.

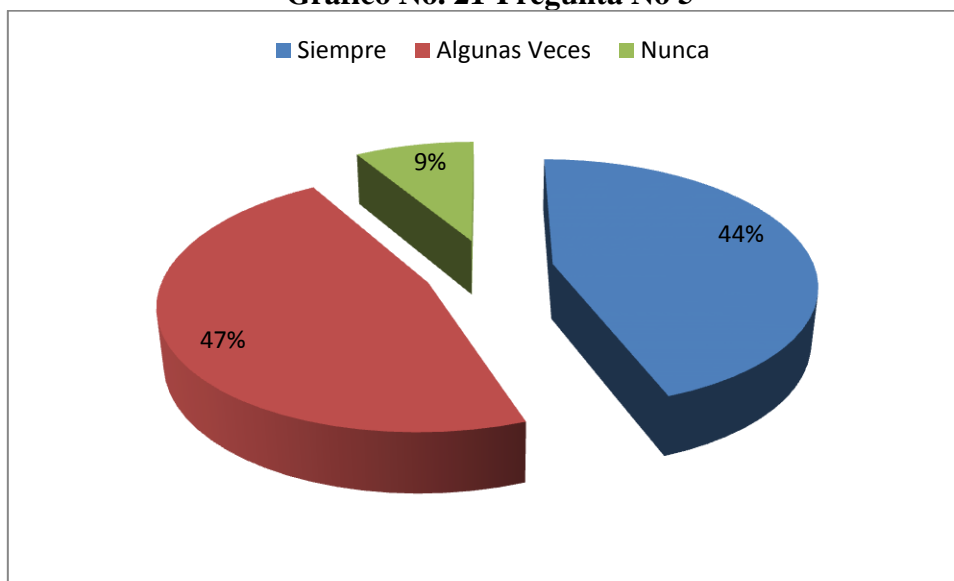
**5. ¿Durante el trabajo en ventas directas, buscó otras alternativas de empleo fijo?**

**Cuadro No. 17-Pregunta No 5**

Opción	Frecuencia	Tasa
Siempre	87	44,39%
Algunas Veces	92	46,94%
Nunca	17	8,67%
Total	196	100,00%

**Fuente: (Investgaciòn de campo, 2014)**

**Gráfico No. 21-Pregunta No 5**



**Fuente: (Investgaciòn de campo, 2014)**

**Análisis e interpretación**

Para determinar si las ventas directas constituyen una fuente estable de ingresos que permite a quien las realiza cubrir sus necesidades, la presente pregunta evalúa el comportamiento de quienes la realizan.

Los resultados muestran que el 47% busco algunas veces trabajo fijo mientras cumple con esta actividad, el 44% siempre y el 9% nunca. Los resultados señalan que existe un sentido de preferir la remuneración fija, aspecto que brinda tranquilidad aunque el ingreso mensual sea menor al ingreso obtenido por este tipo de actividades.

El temor a no disponer de los ingresos esperados puede deberse principalmente a factores como la variabilidad del mercado, cambios en las políticas gubernamentales y desconocimiento en estrategias de venta efectivas.

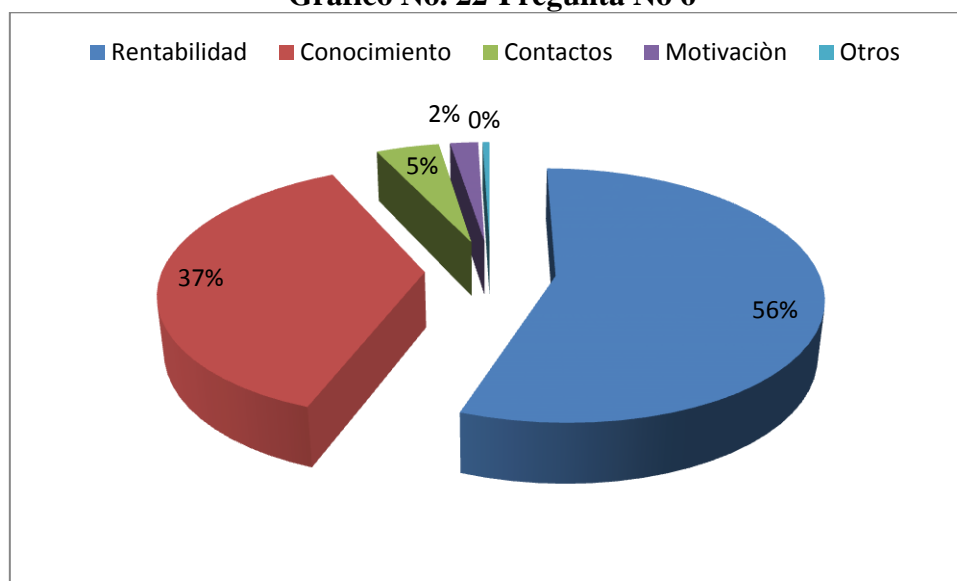
**6. ¿Señale los beneficios que obtuvo u obtiene del sistema de ventas directas de cosméticos?**

**Cuadro No. 18-Pregunta No 6**

Opción	Frecuencia	Tasa
Rentabilidad	109	55,61%
Conocimiento	73	37,24%
Contactos	9	4,59%
Motivación	4	2,04%
Otros	1	0,51%
Total	196	100,00%

**Fuente: (Investgación de campo, 2014)**

**Gráfico No. 22-Pregunta No 6**



**Fuente: (Investgación de campo, 2014)**

## **Análisis e interpretación**

Es importante analizar los beneficios que la población objetivo considera que este sistema de ventas provee, mismos que pueden consolidar su desarrollo y ser considerado como un mecanismo que reduce las tasas de desempleo.

Los resultados obtenidos indican que la rentabilidad con el 56% es la alternativa más importante, seguida por el conocimiento adquirido con el 37%. Posteriormente, las otras alternativas mantienen un porcentaje bajo, dentro de las cuales se encuentra los contactos obtenidos con el 5% y la motivación con el 2%.

Se observa acorde a las respuestas, que la actividad de ventas directas de cosméticos genera importantes ingresos, los cuales hacen atractiva esta actividad.

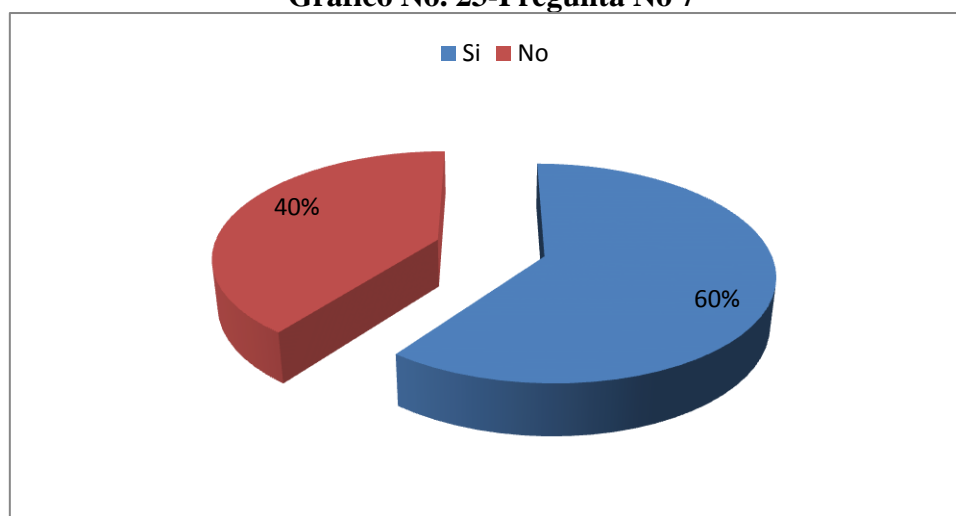
### **7. ¿Conoce alguna persona de su entorno que se dedique a las ventas directas de cosméticos?**

**Cuadro No. 19-Pregunta No 7**

<b>Opción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Tasa</b>
Si	173	60,28%
No	114	39,72%
Total	287	100,00%

**Fuente: (Investgación de campo, 2014)**

**Gráfico No. 23-Pregunta No 7**



**Fuente: (Investgación de campo, 2014)**

## Análisis e interpretación

Es importante identificar si la persona encuestada identifica en su entorno a quienes cumplen esta actividad, aspecto que permita establecer el nivel de posicionamiento de la misma y principalmente la importancia que tiene en relación a reducir el desempleo.

Acorde a los resultados el 60% señala que si conoce personas dedicadas a esta actividad y el 40% no. En base a lo expuesto, es visible que la actividad se encuentra posicionada en nuestro medio, siendo una alternativa viable.

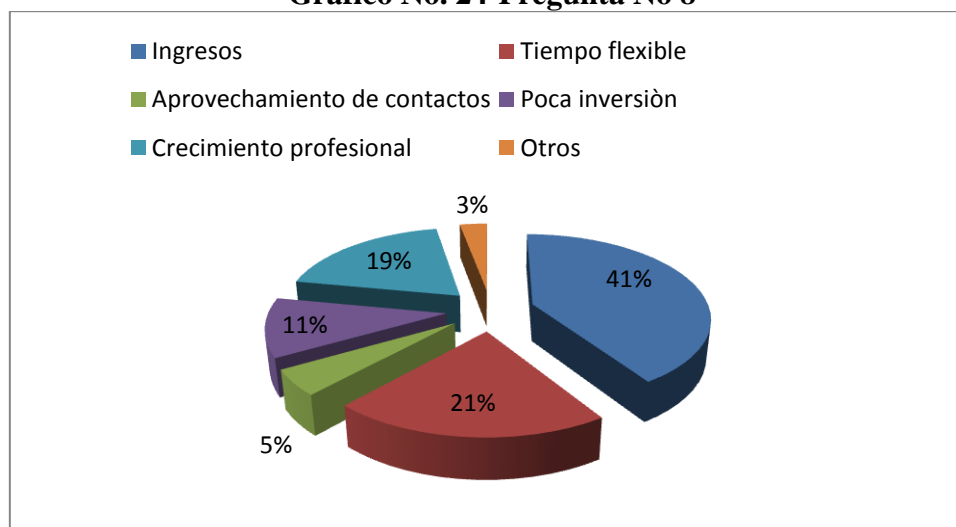
### 8. ¿Señale las ventajas que considera existen en el sistema de ventas directas de cosméticos?

**Cuadro No. 20-Pregunta No 8**

Opció	Frecuencia	Tasa
Ingresos	167	40,83%
Tiempo flexible	86	21,03%
Aprovechamiento de contactos	20	4,89%
Poca inversión	46	11,25%
Crecimiento profesional	78	19,07%
Otros	12	2,93%
Total	409	100,00%

**Fuente: (Investgaciòn de campo, 2014)**

**Gráfico No. 24-Pregunta No 8**



**Fuente: (Investgaciòn de campo, 2014)**

## **Análisis e interpretación**

Las ventajas de las ventas directas de cosméticos permiten que la persona acceda a cumplir esta actividad, aportando a la reducción del desempleo. En este caso, los datos señalan que los ingresos con el 41% son la opción más importante, lo que implica que esta actividad es considerada como adecuada en cuanto a la capacidad de ingresos que genera.

El 21% señala a la flexibilidad temporal como un mecanismo ideal en la medida que puede realizarse de manera complementaria a una actividad de ingreso fijo, el 19% indica que aporta al crecimiento profesional en la medida que se aplican diversas estrategias que ayudan a entender al mercado y como satisfacerlo.

Las respuestas se orientan a identificar a esta actividad como importante en la medida que genera ingresos adecuados, que permiten el sostenimiento económico de las familias, siendo estos el resultado del esfuerzo y las estrategias aplicadas.

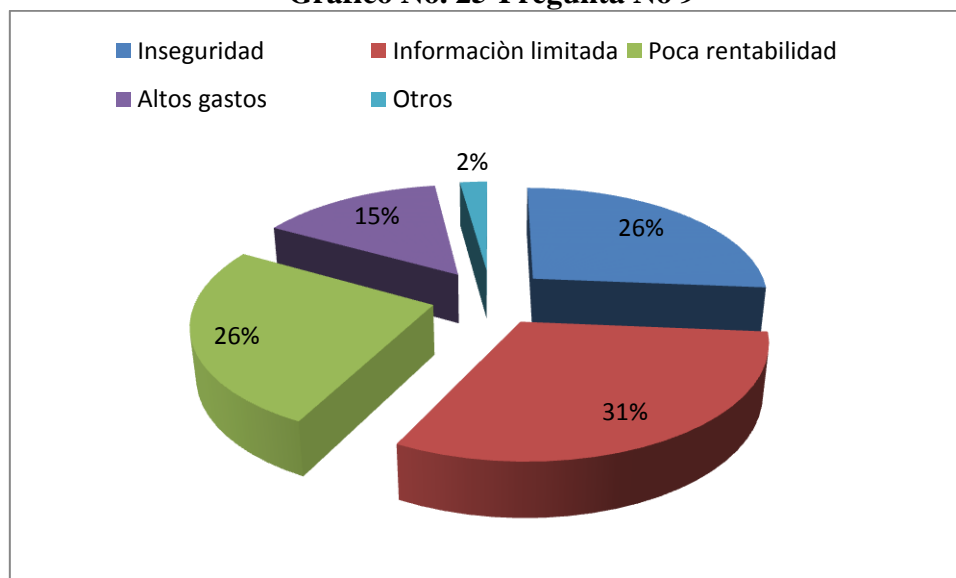
### **9. ¿Señale las desventajas que considera existen en el sistema de ventas directas de cosméticos?**

**Cuadro No. 21-Pregunta No 9**

<b>Opción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Tasa</b>
Inseguridad	120	26,32%
Información limitada	142	31,14%
Poca rentabilidad	117	25,66%
Altos gastos	67	14,69%
Otros	10	2,19%
Total	456	100,00%

**Fuente: (Investgación de campo, 2014)**

**Gráfico No. 25-Pregunta No 9**



**Fuente: (Investgación de campo, 2014)**

### **Análisis e interpretación**

Es importante identificar las desventajas que la población objetivo considera existen en esta actividad y que constituyen barreras para poder desarrollarla.

Los resultados señalan que la falta de información sobre los sistemas de ganancia es la principal duda con el 31% de concentración, seguida por la inseguridad existente en la visita a diferentes lugares con el 26%. El poco margen posible alcanzado con el 26% y los altos gastos con el 15%, siendo estas las opciones de mayor concentración

Es importante frente a los resultados que la actividad tiende a generar ingresos altos pero no una rentabilidad sostenida, aspecto que exige la venta por volumen, en donde la persona requiere de realizar varias visitas, lo que se dificulta por la propia inseguridad existente en la ciudad.



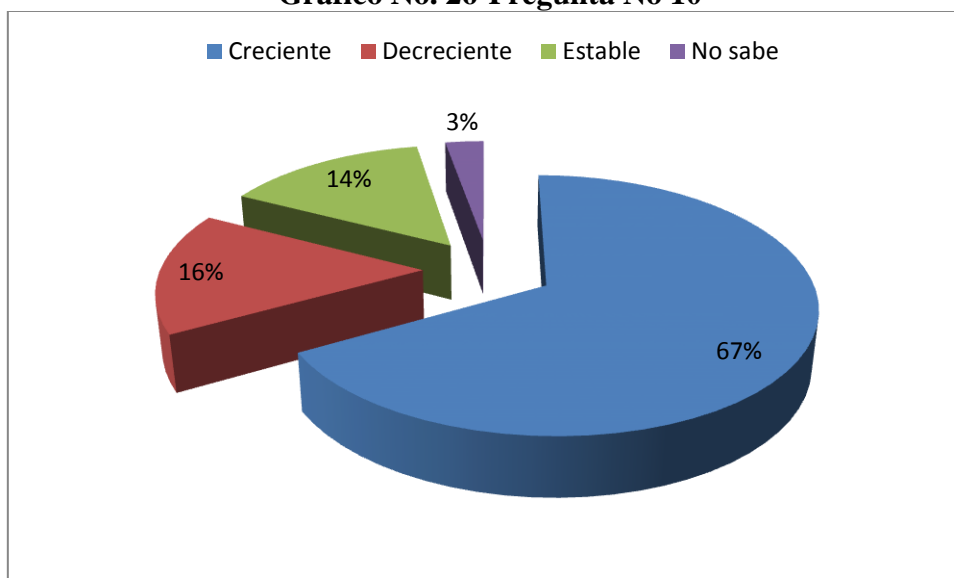
**10. ¿Qué perspectivas de desarrollo considera tiene el sistema de ventas directas de cosméticos?**

**Cuadro No. 22-Pregunta No 10**

Opción	Frecuencia	Tasa
Creciente	192	66,90%
Decreciente	45	15,68%
Estable	42	14,63%
No sabe	8	2,79%
Total	287	100,00%

**Fuente: (Investgaciòn de campo, 2014)**

**Gráfico No. 26-Pregunta No 10**



**Fuente: (Investgaciòn de campo, 2014)**

**Análisis e interpretación**

Las perspectivas de desarrollo percibidas por la población, determinarán el nivel de crecimiento de la misma, siendo esta determinante en relación a la reducción del desempleo.

El 67% indica que las perspectivas son crecientes, el 16% decrecientes y el 14% estables. Los resultados permiten observar la motivación en la población objetivo, aun cuando existen las medidas de sustitución de importaciones, lo que permite entender que confían en la calidad del producto nacional

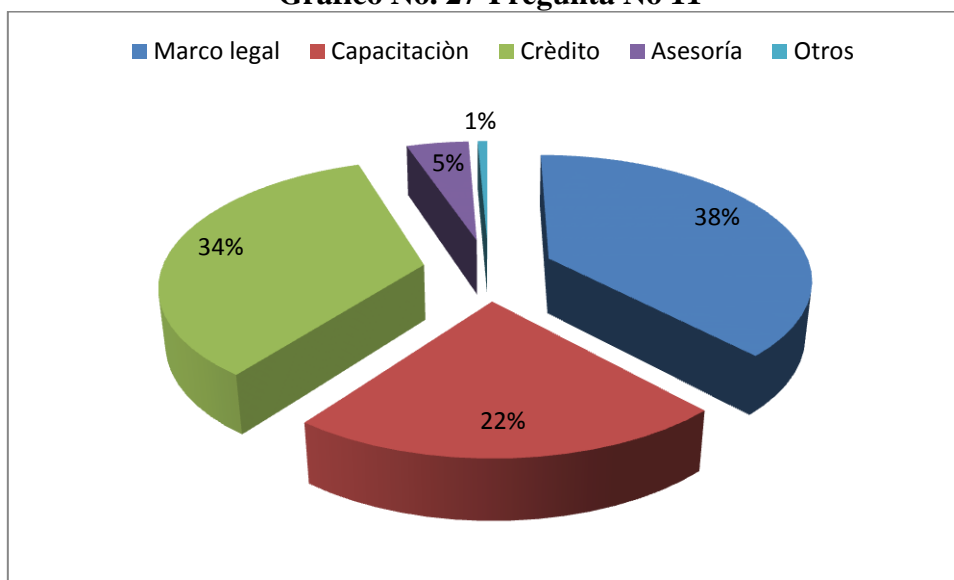
11. ¿Qué acciones considera deben ejecutarse para permitir que el sistema de ventas directa mejore su economía individual?

**Cuadro No. 23-Pregunta No 11**

Opción	Frecuencia	Tasa
Marco legal	109	37,98%
Capacitación	64	22,30%
Crédito	99	34,49%
Asesoría	13	4,53%
Otros	2	0,70%
Total	287	100,00%

**Fuente: (Investigación de campo, 2014)**

**Gráfico No. 27-Pregunta No 11**



**Fuente: (Investigación de campo, 2014)**

### **Análisis e interpretación**

El mejoramiento de las ventas directas y su impulso para que la población encuentre en este sistema una actividad económica rentable requiere de varias acciones según la población encuestada.

Dentro de estas, el disponer de un marco legal incluyente, adecuado y garantizador de los derechos es la necesidad más importante con el 38% de concentración. Otro elemento fundamental es disponer de crédito dirigido, especializado en esta actividad con el 34%. La capacitación especializada, apoyada con programas de educación formal

e informal, es también un factor prioritario con el 22% de concentración. Finalmente, la asesoría constante con el 9% es un factor necesario.

Estos mecanismos ayudarán a consolidar la gestión siendo responsabilidad tanto de quien se dedica a la misma como quienes lucran por su desarrollo. En esta caso, las empresas productoras, importadoras y el Estado en general pueden establecer un mejor entorno para su desarrollo efectivo.

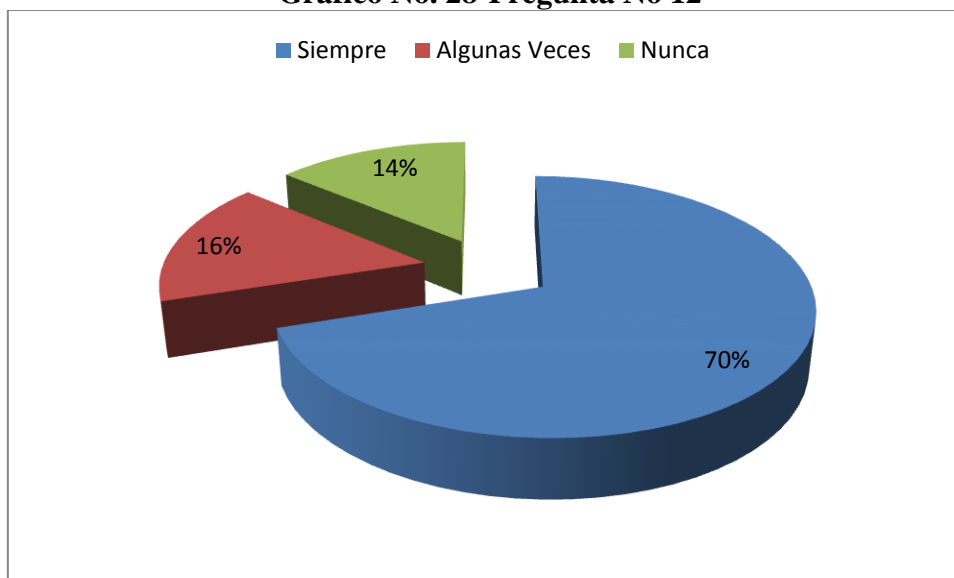
**12. ¿En el caso de perder su empleo, consideraría a la venta directa de cosméticos como una alternativa viable?**

**Cuadro No. 24-Pregunta No 12**

Opción	Frecuencia	Tasa
Siempre	201	70,03%
Algunas Veces	46	16,03%
Nunca	40	13,94%
Total	287	100,00%

**Fuente: (Investgación de campo, 2014)**

**Gráfico No. 28-Pregunta No 12**



**Fuente: (Investgación de campo, 2014)**

## **Análisis e interpretación**

Es importante determinar si la población objetivo encuentra en la venta directa una alternativa inmediata en el caso de perder su empleo, aspecto que determina un proceso que reduce el desempleo existente.

Los resultados señalan que el 70% siempre optaría por esta opción, lo que confirma que es un medio adecuado para impulsar el desarrollo económico del país. El 16% indica que algunas veces, factor que también es una respuesta que confirma la viabilidad de esta alternativa. El 14% en cambio indica que nunca optaría por este mecanismo.

La mayor concentración hace entender que la venta directa incide como alternativa en el caso de que la población objetivo no tenga de ingresos fijos.

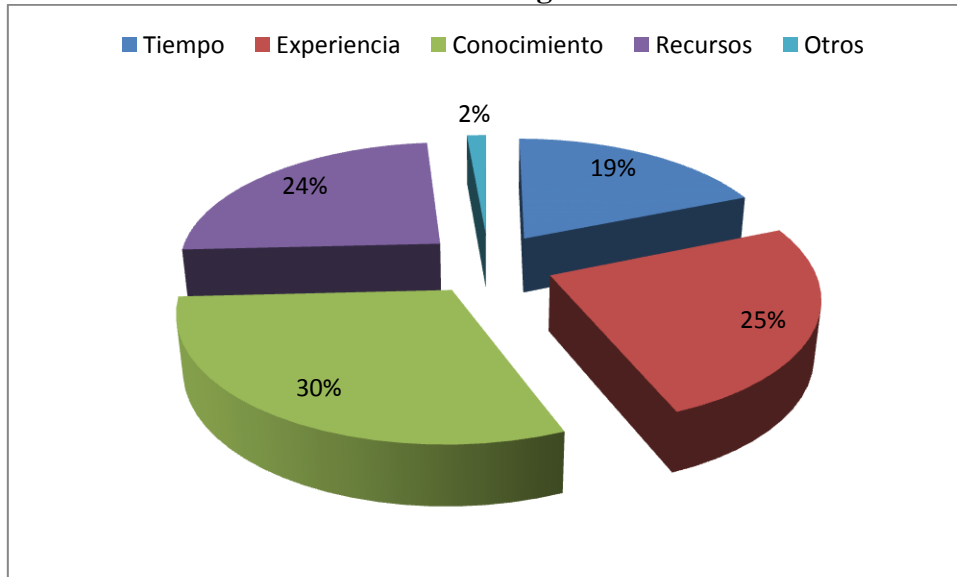
### **13. ¿Qué aspectos no le permitirían optar por el sistema de ventas directas de cosméticos?**

**Cuadro No. 25-Pregunta No 13**

<b>Opción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Tasa</b>
Tiempo	54	18,82%
Experiencia	72	25,09%
Conocimiento	87	30,31%
Recursos	70	24,39%
Otros	4	1,39%
Total	287	100,00%

**Fuente: (Investgación de campo, 2014)**

**Gráfico No. 29-Pregunta No 13**



**Fuente: (Investgaciòn de campo, 2014)**

### **Análisis e interpretación**

Ingresar en una determinada actividad económica, demanda de la superación de barreras existentes que no permiten a la población poder acceder a este mecanismo.

Los resultados señalan que las barreras más relevantes son la falta de conocimiento en ventas con el 30%, la falta de experiencia con el 25%, la falta de recursos con el 24% para poder iniciar y el tiempo con el 19%.

Se evidencia en las respuestas, la necesidad de adquirir mayor profesionalismo en la actividad, aspecto que permitirá mejorar la capacidad de rentabilidad posible a obtener en su realización.

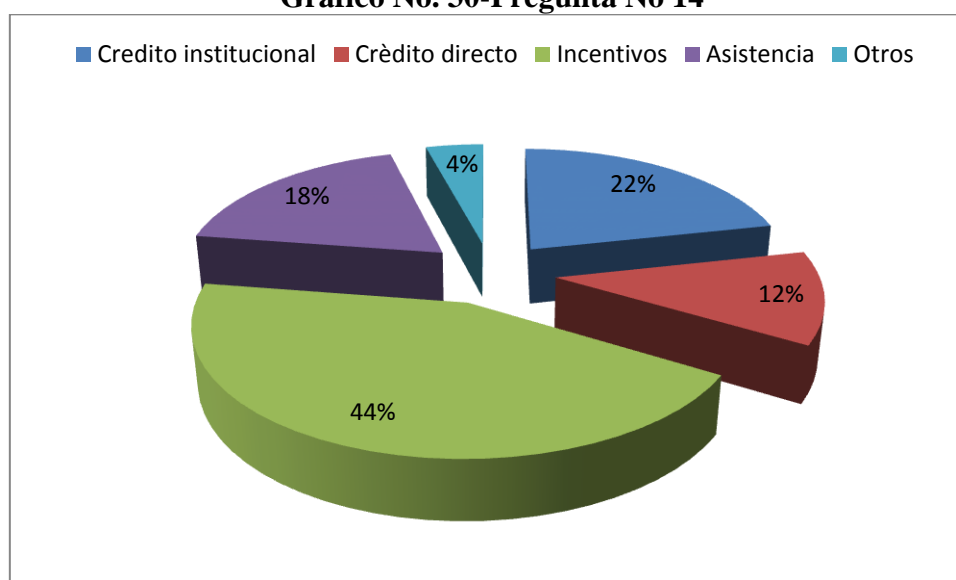
#### 14. ¿Cómo solventaría los aspectos señalados?

**Cuadro No. 26-Pregunta No 14**

Opción	Frecuencia	Tasa
Crédito institucional	62	21,60%
Crédito directo	34	11,85%
Incentivos	126	43,90%
Asistencia	53	18,47%
Otros	12	4,18%
Total	287	100,00%

**Fuente: (Investgaciòn de campo, 2014)**

**Gráfico No. 30-Pregunta No 14**



**Fuente: (Investgaciòn de campo, 2014)**

#### **Análisis e interpretación**

Para solventar los aspectos señalados, la población presenta soluciones que considera viables. Estas principalmente se enfocan a disponer de mejores incentivos con el 44%, siendo estos necesarios para elevar la rentabilidad. El 22% señala la importancia de créditos institucionales para disponer de los recursos que permitan elevar las ventas. El 18% la asistencia necesaria para impulsar una mejor gestión. El 12% los créditos directos y finalmente el 4% otras alternativas como la conformación de una asociación.

Como se observa, las barreras pueden ser superadas siendo necesaria mayor integración entre el productor, importador, Estado y distribuidor, siendo todos enfocados a mejorar

la satisfacción del cliente, aspecto que determina el crecimiento de la economía y por ende la reducción del desempleo.

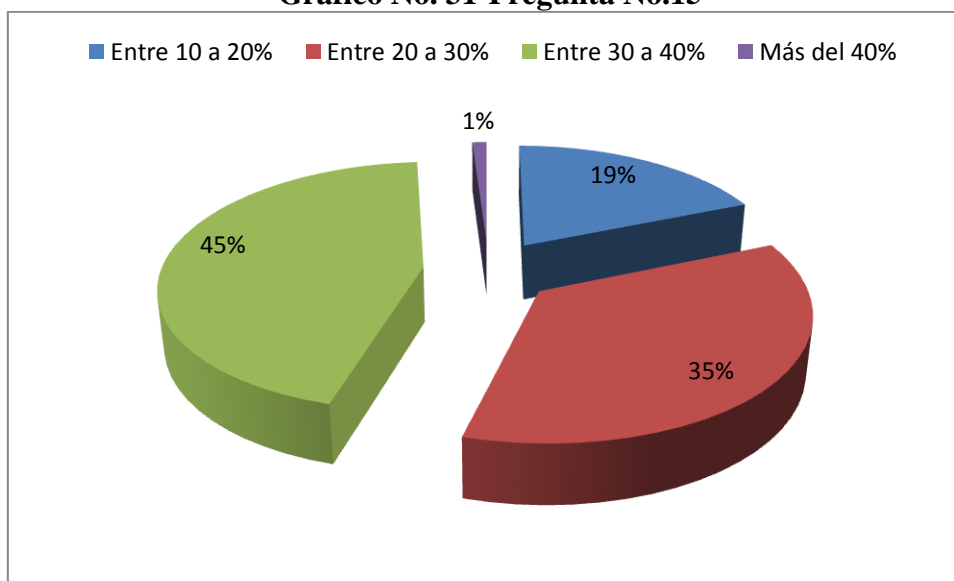
**15. ¿Cuál es la rentabilidad promedio anual obtenida de la siguiente actividad con respecto al costo de los productos comercializados?**

**Cuadro No. 27-Pregunta No.15**

Opción	Frecuencia	Tasa
Entre 10 a 20%	54	18,82%
Entre 20 a 30%	102	35,54%
Entre 30 a 40%	128	44,60%
Más del 40%	3	1,05%
Total	287	100,00%

**Fuente: (Investgaciòn de campo, 2014)**

**Gráfico No. 31-Pregunta No.15**



**Fuente: (Investgaciòn de campo, 2014)**

### **Análisis e interpretación**

La rentabilidad del negocio es un elemento vital que determina la participación de la población en esta actividad. El 45% señala que la rentabilidad oscila entre 30 y 40%, el 35% entre 20 y 30% y el 19% entre el 10 y 20%.

La rentabilidad se considera adecuada siendo esta un motivador para impulsar al mercado al cumplimiento de esta estrategia

### 4.2.3 Resultados de la encuesta

#### Entrevista No.1-

**Entrevista:** Sra. Flor de María Paz Albuja  
**Cargo:** Coordinadora Barrio Ñaquito Ventas Yambal  
**Experiencia:** 11 años

#### Desarrollo:

##### **1. ¿Las ventas directas de cosméticos permiten alcanzar ingresos para satisfacer las necesidades de usted y su familia?**

Las ventas directas son adecuadas en función del interés, dedicación y esfuerzo que se realice. Requiere de constancia, de una buena planificación y de capacidad para permitir que el cliente adquiera la variedad de productos disponibles dentro de la línea de cosméticos.

La mayoría de las distribuidoras no son constantes, lo que hace a este sistema poco efectivo. En este caso, la actividad requiere de administrar bien el tiempo, las visitas y la atención, aspectos que no siempre son realizados de manera eficiente.

Los ingresos dependerán exclusivamente de las estrategias cumplidas, manteniendo una organización individual controlada y enfocada a servir al cliente.

##### **2. ¿Son las ventas directas un medio para reducir el desempleo en el país? Porque?**

Considero que las ventas directas de cosméticos ofrecen una oportunidad para mejorar los ingresos familiares, pudiendo convertirse en un negocio rentable. Su desarrollo dispone de varias ventajas que lo hacen accesible, principalmente para quienes por edad, responsabilidades, experiencia y demás no pueden obtener un empleo.

Las ventas directas ayudan a la persona abrirse mercado, conocer personas, obtener ingresos y disponer de un negocio propio, en el cual uno mismo es su propio jefe. En este caso, los resultados dependerán exclusivamente de lo realizado y la disciplina que uno tenga.



**3. ¿Qué perspectivas tiene usted sobre el desarrollo de las ventas directas de cosméticos en el país?**

Las perspectivas son complicadas por varias razones. La mayor competitividad hace que el negocio sea complicado, más aun cuando los productos importados tienen una tendencia creciente en cuanto a sus precios.

Muchos clientes, mantienen lealtad a ciertas marcas, las cuales en su mayoría no son nacionales. Esto afecta la venta, en la medida que existe resistencia por cambio a otros productos que no tienen vigencia en el mercado y que requieren de un mayor sostenimiento.

**4. ¿Qué medios considera apropiados para que las ventas directas sean una alternativa efectiva para garantizarle ingresos adecuados?**

Es importante que exista apoyo de crédito para poder expandir el negocio y tener mayor stock que permita aumentar las ventas. Las empresas proveedores deben disponer de medios que permitan tener mayor accesibilidad al producto, con programas de pago e incentivos, en donde exista un mayor margen entre el costo y el precio.

Las empresas deben ayudar a los vendedores con publicidad, regalos y promociones que motiven al cliente a adquirir el producto, facilitando la venta.

**5. ¿Considera que la venta directa de cosméticos ha mejorado su calidad de vida?**

Definitivamente, las ventas directas me han brindado una oportunidad de vida. Tener un negocio propio, disponer del tiempo, ser responsable de mis ganancias, son elementos que nunca hubiera conseguido en un empleo fijo

Desde mi separación de un empleo, las ventas directas han permitido la sostenibilidad propia y la de mi familia, permitiéndome sentir una persona útil para la sociedad.

## **Entrevista No.2**

**Entrevista:** Ing. Daniel Buchelli  
**Cargo:** Director Ventas Estratègicas Yambal  
**Experiencia:** 10 años

### **1. ¿Las ventas directas se consideran como un mecanismo de impulso económico para la empresa y el mercado?**

Las ventas directas, son un mecanismo real, viable para quienes deseen tener una actividad económica en total desarrollo. Su desarrollo a su vez representa para el país un impulsador de crecimiento, brindando nuevas opciones para generar empleos que integren a personas que por cuestiones personales o varias no se encuentran laborando.

La flexibilidad en cuanto a sus sistemas, hacen que cada vendedor se transforme en su propio jefe de una empresa con alto potencial de crecimiento.

### **2. ¿Las ventas directas de cosméticos apoyan a generar empleo en el país?**

Las ventas directas definitivamente generan empleo. En la actualidad más de 350.000 personas viven de esta actividad, siendo un aporte directo para sus familias.

Por esta razón, la actividad debe ser apoyada por el Estado, brindando acceso a créditos que permitan a los distribuidores tener mayor capacidad de gestión, aspecto que aumentará su rentabilidad y beneficio.

### **3. ¿Cuál considera es el futuro de las ventas directas?**

El futuro es prospero en la medida que el crecimiento de la industria nacional permitirá disponer de mayor cantidad de producto, eliminando la dependencia del comercio exterior.

En este caso, los distribuidores tendrán mayores alternativas de producto acorde a las necesidades de los clientes que atienden, siendo este un factor determinante para el crecimiento de sus ventas.

Las ventas directas se van consolidando como un mecanismo viable para que la persona sea un emprendedor, generando empleo y permitiendo el dinamismo de la economía nacional

#### **4. ¿Afectará la sustitución de importaciones en las ventas directas de cosméticos?**

En el corto plazo tiende a generar un efecto en donde los clientes solicitarán comprar los productos tradicionales importados. Pero en el mediano y largo plazo, el producto nacional mostrará sus beneficios, calidad y diversidad, incentivando al mercado y por ende a la generación de empleo.

En este caso, las empresas productoras cumplirán con existentes mecanismos que ayuden a posicionar el producto nacional, cumpliendo con estándares de calidad internacionales que facilitarán la transición a su consumo.

#### **5. ¿Las ventas directas permitirán apoyar a generar empleo en el país, aun cuando enfrentan cambios en cuanto a los productos pasado de importados a nacionales?**

Las ventas directas incentivan el crecimiento de mercado, fomentan el desarrollo de actividades económicas y permitan transformar a un empleado en un emprendedor. Esto establece que su desarrollo ayude a mejorar la economía nacional, conformando una cadena de múltiples beneficios económicos.

La gestión que cumplen los distribuidores además de generarles beneficios impulsan a una mayor productividad las cuales reducen las tasas de desempleo en el país.

#### **4.3 Análisis de la incidencia de la venta directa en el desempleo (por tipo de desempleo)**

Los estudios desarrollados, muestran importantes factores que permiten determinar su incidencia por tipo de desempleo. Estas se analizan en base al siguiente cuadro:

**Cuadro No. 28- Incidencia de las ventas directas por tipo de desempleo**

<b>Tipo</b>	<b>Incidencia</b>
Voluntario	La venta directa es una actividad que se ajusta a la disponibilidad de tiempo de la persona, por lo que puede realizarse sin perjuicio de otras actividades. En este caso, estudiantes universitarios, amas de casa y demás pueden obtener ingresos en su desarrollo, incentivando la economía.
Involuntario	Las personas que no logran obtener un empleo estable pueden encontrar en la venta directa mecanismos para emprender y formar sus propios negocios. Desarrollando actividades que le permitan alcanzar importantes ingresos relacionados a su propia gestión y cobertura.
Cíclico	Las ventas directas pueden elevar los ingresos en ciertos períodos cíclicos, permitiendo que las personas que se dedican a esta actividad obtengan beneficios. Fechas específicas representan ingresos que les permiten planificar sus ventas, reduciendo el desempleo.
Estacional	Las ventas directas incentivan la producción, importación y la comercialización, permitiendo que el cliente tenga mayor accesibilidad a los productos. En este caso, incrementa las actividades económicas lo que permite aumentar la oferta laboral aprovechando condiciones estacionales de mercado.
Friccional	La venta directa permite que la persona sea su propio jefe por lo que elimina el desempleo friccional. En este caso, cada participante se convierte en un empresario estimulando el crecimiento de la economía.
Estructural	La venta directa estimula la economía lo que incrementa la demanda y la oferta, reduciendo el desempleo. Su desarrollo promueve un crecimiento de oportunidades factor que permite un mayor dinamismo económico, aumentando la circulación de la moneda.

**Elaborado por: Autor**

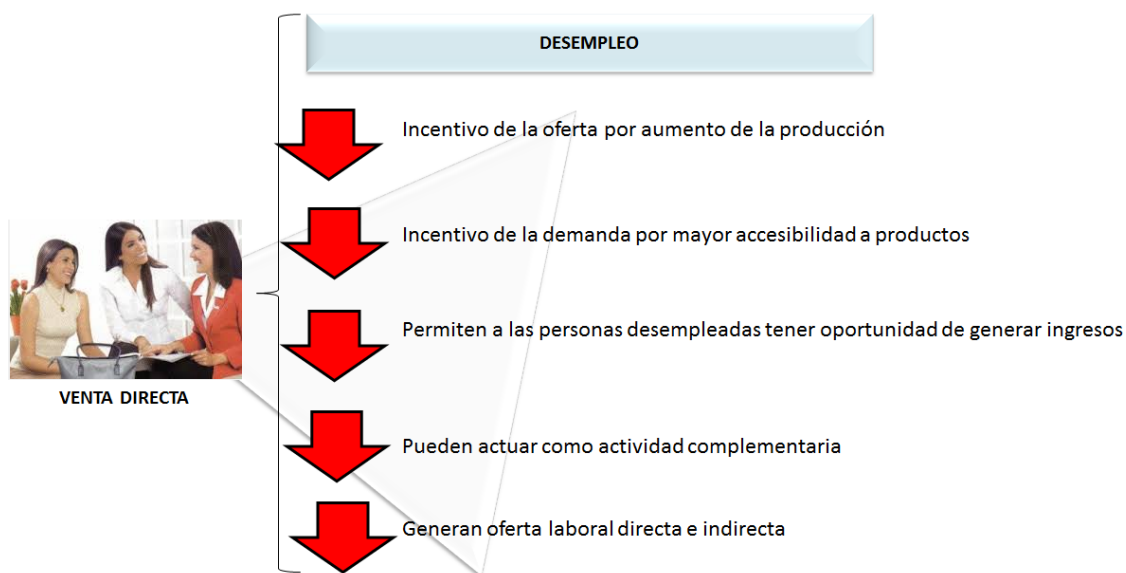
El desarrollo de la venta directa permite que cada persona se convierta en un empresario, incentivando el crecimiento económico, en la medida que sus acciones permiten un crecimiento de la demanda y oferta.

La incidencia que tiene en cuanto al empleo se basa en permitir que las personas participen en actividades económicas las cuales generen ingresos que le permitan su sostenimiento. Además, sus actividades tienden a crecer, dando lugar a la existencia de empleo directo e indirecto.

Es importante citar que este tipo de actividades brinda una alternativa incluso a personas que actualmente disponen de empleo, mejorando sus ingresos, lo que a su vez incrementa la demanda en función de la mayor disponibilidad de recursos, incentivando la oferta.

En el siguiente organizador gráfico, se describe como esta actividad ayuda a reducir las tasas de desempleo.

**Gráfico No. 32-Incidencia de la venta directa en el desempleo**



**Elaborado por: Autor**

Como se observa en el organizador gráfico desarrollado, las ventas directas reducen en desempleo por su acción en varios ejes de desarrollo.

- Este tipo de actividad permite que el consumidor tener mayor accesibilidad a bienes y servicios por lo que incentiva su consumo. Esta situación genera un aumento en la necesidad de producción por lo que aumenta la oferta. La producción incentiva el crecimiento de la industria específica y general en la medida que demanda de bienes y servicios para su desarrollo.
- La demanda se ve incentivada por un servicio accesible, que incentiva al comercio. Esta situación abre oportunidades de crecimiento que generan empleo.
- Las personas desempleadas se convierten en emprendedores, ejerciendo actividades económicas que les permiten obtener ingresos. En este caso, dejan el desempleo para convertirse en empresarios.
- Las personas empleadas aumentan sus ingresos si participan en este actividad lo que da lugar a una mayor capacidad de demanda que a su vez estimula la oferta y da lugar a nuevas plazas de empleo.
- La actividad estimula el crecimiento económico, permitiendo mayor dinamismo económico que da lugar a nuevas plazas de empleo y mayores oportunidades para la población.

#### **4.4 Posibles escenarios futuros a presentarse**

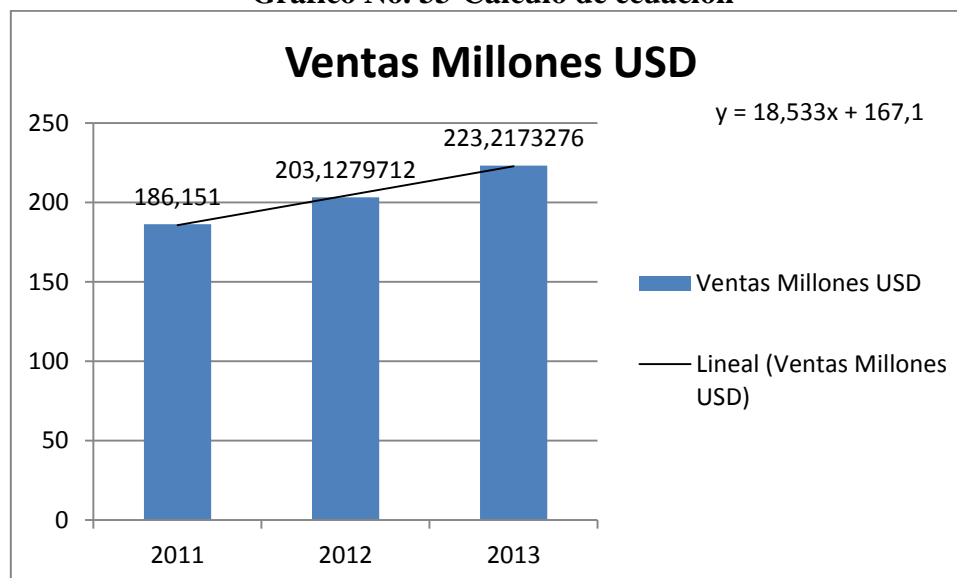
Los estudios realizados establecen posibles cambios en el corto plazo, que dan lugar a escenarios de ocurrencia, los cuales han sido clasificados en los siguientes aspectos:

- **Corto plazo:** El acuerdo entre el Ministerio de Industrias y Pro cosméticos, permite entender que en el corto plazo las ventas directas irán experimentando un decrecimiento del volumen de productos importados y un crecimiento en cuanto al producto nacional. Esta situación puede generar varias reacciones.

- El mercado nacional puede verse afectado por la inexistencia de productos los cuales estaba acostumbrado a comprar. Esta situación puede contraer las compras lo que afectará directamente el ingreso de quienes participan en ventas directas y de la industria.
- El mercado nacional puede verse atraído por una mayor oferta de productos, lo que puede incentivar su consumo. En el caso de presentarse esta alternativa, dependerá del nivel de satisfacción del producto nacional frente al importado para permitir el cambio de productos.
- **Mediano Plazo:** El consumidor en el mediano plazo habrá probado el producto nacional, teniendo un mayor conocimiento de su calidad y características. En este caso, si se encuentra satisfecho, iniciará y estabilizará la demanda. En el caso de que el producto no cubra sus requerimientos, buscare alternativas para consumir el producto importado, pudiendo esto dar origen a la compra internacional o a contrabando, aspecto que afectará la generación de empleo en el país.
- **Largo Plazo:** El producto nacional se habrá consolidado, permitiendo que el mercado reconozca las marcas, lo que permitirá normalizar la demanda y fomentar el desarrollo del mercado. En este caso, pueden experimentarse lealtades frente a marcas lo que se espera incentiven el desarrollo de empleo, siendo las ventas directas una alternativa viable.

Tomando como referencia los datos presentados en el Cuadro No.4, referente a los volúmenes de venta. Se ha obtenido la ecuación de proyección, obteniendo los siguientes resultados:

**Gráfico No. 33-Cálculo de ecuación**



**Elaborado por: Autor**

La tendencia positiva describe un sector en crecimiento, factor que es adecuado y muestra principalmente la aceptación del producto en la población. Es importante citar que la tendencia calculada no toma como base la sustitución de importaciones, aspecto que se espera impacte en su desarrollo. Sin tomar en cuenta esta situación, las ventas posibles a presentarse para los próximos años será:

**Cuadro No. 29-Proyección de ventas próximos 5 años, en base a datos históricos**

<b>Año</b>	<b>Ventas Millones USD</b>
2014	241,232
2015	259,765
2016	278,298
2017	296,831
2018	315,364
2019	333,897

**Elaborado por: Autor**



El crecimiento del sector determina un crecimiento en las ventas directas, permitiendo que incidan positivamente en la generación de empleo, aspecto que incidirá positivamente en el crecimiento de la población. En este caso, las mujeres del barrio Ñaquito, tendrán mayores oportunidades de crecimiento.

#### **4.5 Informe de resultados**

Los estudios realizados, muestran que el sector de cosméticos en el país, ha mantenido un desarrollo constante factor que ha beneficiado entre otros a quienes realizan la actividad de ventas directas.

Concretamente, las mujeres que habitan en el sector de Ñaquito, han encontrado en este alternativa una fuente de sustento y empleo que ha permitido mejorar su condición. Acorde a los resultados de los instrumentos de campo, es visible que esta actividad tiene un alto posicionamiento e identificación, siendo un medio que ha mejorado su calidad de vida.

Es importante resaltar aspectos identificados que inciden en el empleo en esta población objetivo:

- La población objetivo encuentra en este sistema un medio adecuado para fomentar el emprendimiento, pudiendo obtener importantes ingresos que mejoren la economía familiar. Las ventajas del sistema hacen factible que amas de casa, trabajadoras y mujeres desempleadas puedan ejercer una actividad económica, aspectos que permiten reducir las tasas de desempleo.
- Las ventas directas son consideradas como una alternativa viable. No obstante, la población objetivo teme de no cumplir con las expectativas de ventas, por lo que generalmente tiende a buscar empleos, haciendo de esta actividad complementaria en muchos casos.
- Las ventas directas generan rentabilidad, pero la población estudiada demanda de mejores mecanismos de crédito directo e institucional para poder expandir

sus funciones. Además, requiere de incentivos y programas de capacitación, los cuales permitan mejorar sus ingresos,

- La venta directa ha contribuido a emplear a la población estudiada, aspecto que se relaciona directamente con su calidad de vida y la de sus familias.

Lo expuesto permite determinar que las ventas directas contribuyen a la generación de empleo. En este caso, la aceptación de los cosméticos en el mercado, han dado lugar a un mayor desarrollo de esta estrategia la cual permite a la población ser un emprendedor e iniciar sus propias actividades económicas.

## Conclusiones:

Una vez terminada la investigación, se formulan las siguientes conclusiones acorde a los objetivos planteados

- Las bases teóricas estudiadas permitieron comprender que el sistema de ventas directas en un mecanismo enfocado en el proceso de comercialización, en donde una persona natural o jurídica establece una planificación en la cual aprovecha los contactos disponibles para organizar visitas físicas en donde el consumidor pueda acceder al producto, conocer sus características y ventajas para poder adquirirlo.
- El desarrollo de las ventas directas demanda de una estructura en la cual se delimiten acciones en las áreas de administración, mercadeo, operaciones y finanzas. Es importante que se planifique las visitas a fin de que se pueda llegar al cliente con innovadoras propuestas que incentiven su compra. Para la economía nacional, esta estrategia permite alcanzar múltiples beneficios, los cuales fueron descritos bajo la modalidad Win to Win, aspecto que estimula su crecimiento y eleva los niveles de la demanda y la oferta.
- Las ventas directas requieren para su desarrollo contar con recursos humanos, técnicos, tecnológicos y financieros para poder operar. Tienen dentro de sus ventajas la flexibilidad en cuanto a su gestión, por lo que pueden ser desarrolladas de manera fija o cíclica. Los ingresos y rentabilidad dependerán del esfuerzo, aspecto que motiva la creación de emprendedores.
- En Ecuador el sector de cosméticos ha tenido un desarrollo sostenido del 9% anual desde el 2011. La importación de productos ha sido la base fundamental del abastecimiento de productos, aunque los resultados evidencian también un desarrollo de la industria nacional, aspecto concluido por el comportamiento de las exportaciones.
- El mercado ha aceptado los productos pertenecientes a este sector, manteniendo un interés en sus distintas variedades, lo que da lugar a escenarios crecientes que establecen un mayor desarrollo de las ventas directas. Sin embargo, es

fundamental citar que acorde a las estrategias del Gobierno relacionadas al cambio de la matriz productiva, los productos importados se encuentran siendo reemplazados por los nacionales, aspecto que puede contraer la demanda en el corto plazo, afectando principalmente a quienes participan en las ventas directas.

- El producto nacional abre mayores fuentes de empleo en la medida que incentiva la industria de manera directa e indirecta. Para las ventas directas, esta alternativa presenta ventajas y desventajas. Dentro de las ventajas se espera mejor abastecimiento de productos, mayor variedad y mejores márgenes de contribución. Dentro de las desventajas se encuentra las barreras que puedan presentarse en los clientes que no deseen cambiar sus patrones de compra, aspecto que puede incidir en una baja de las ventas.
- Mediante el uso de técnicas matemáticas para la proyección del sector de cosméticos, se pudo determinar que las ventas nacionales, las exportaciones e importaciones crecerán. Los acuerdos del Ministerio de Industrias y Procosméticos, describen un escenario de profundos cambios, en donde se espera que el mercado reaccione positivamente a los productos nacionales. De darse esta situación, las ventas directas continuarán aportando al crecimiento económico siendo un mecanismo que reducirá el desempleo.
- En el país, las ventas directas son una actividad principalmente desarrollada por mujeres profesionales, amas de casa, entre otras. La investigación permitió comprender que su desarrollo les permite alcanzar una rentabilidad que fomenta una mejor calidad de vida. En el país, se estima existen 400.000 personas dedicadas a esta actividad, las cuales en su desarrollo han encontrado fuentes para poder solventar sus necesidades dentro de las cuales está la alimentación, salud, educación, entre otras.
- La economía de la mujer se ha visto beneficiada en el desarrollo de esta actividad. Participan en ella, mujeres desempleadas, subempleadas o empleadas, permitiéndoles disponer de ingresos. La ventaja en su cumplimiento se basa en la flexibilidad de la actividad, la cual se acopla a la disponibilidad de tiempos y recursos que la persona tiene, aspecto que ha permitido brindar oportunidades

para quienes más necesitan. La aceptación de los cosméticos en el mercado nacional ha sido determinante para que el sistema de ventas directas pueda convertirse en un mecanismo adecuado para el desarrollo de las mujeres.

- Para determinar la incidencia de las ventas directas en la economía de la mujer se aplicaron instrumentos de campo dirigidos en el sector de Iñaquito, al norte de la ciudad de Quito. Los resultados muestran un reconocimiento de la actividad con altos índices de participación, lo que permite concluir que es un mecanismo viable para reducir el desempleo.
- Las mujeres señalaron algunos elementos importantes de citar en el estudio. Uno de estos es que consideran importante tener un sueldo fijo, aspecto que hace que muchas personas que se dedican a esta actividad busquen paralelamente empleo en el caso de no obtenerlo. Esta situación tiene entre sus causas la falta de conocimiento en cuanto a estrategias, uso de recursos, procesos de planificación y créditos que permitan elevar la actividad y hacerla más rentable.
- Las mujeres encuentran a las ventas directas como un mecanismo importante para disponer de ingresos, razón por la cual la actividad mantiene tasas crecientes. Presentan no obstante una preocupación por el desabastecimiento experimentado por las políticas de sustitución de importaciones. Esta situación puede desmotivar su realización en el corto plazo, lo que puede contraer a la economía.
- La rentabilidad de la actividad de venta oscila entre el 20% al 40% del costo de compra, siendo un volumen que puede variar acorde a las estrategias planteadas. En este caso, su rentabilidad puede aumentar en la medida que se generen incentivos que favorezcan esta actividad, en donde tanto las industrias como el Estado son responsables.

## Recomendaciones

Conforme las conclusiones citadas, se formulan las siguientes recomendaciones:

- Es importante que la población tenga mayor acceso a las bases teóricas referentes a la venta directa para que permitan a la población participar de manera efectiva en esta actividad. Se recomienda que las Universidades y Escuelas Politécnicas desarrollen a través de sus programas de vinculación con la colectividad programas de capacitación accesibles para la población en la cual puedan aprender técnicas cuya aplicación se vea reflejada en un mejor rendimiento de las ventas directas.
- Es importante que las empresas productoras o importadoras de cosméticos establezcan mejores acciones de integración a la población dedicada a las ventas directas, entendiendo que esto mejora la economía en general. Se recomienda el desarrollo de medios de información en los cuales se tenga mayor acceso a sistemas de venta, productos y mecanismos que puedan ser empleados en las ventas directas. En este caso, el uso de redes sociales y la conformación de comunidades puede desarrollar un aprendizaje que eleve el rendimiento del sector.
- La falta de recursos financieros es un obstáculo para el crecimiento del sector. En este caso, se recomienda que se establezcan mecanismos de crédito directo e institucional. El primero dado por las empresas productoras e importadoras, las cuales permiten a la población tener mayor capacidad de gestión. El segundo se basa en créditos financieros los cuales permitan a la población disponer de mayor capacidad de abastecimiento que maximice sus ventas.
- El crecimiento del sector de cosméticos invita el desarrollo de personas dedicadas a las ventas directas. La organización de las personas dedicadas a la actividad es necesaria para disponer de mejores alternativas de crecimiento. En este caso, se recomienda la creación de una asociación que permita impulsar programas de desarrollo, los cuales les permitan tener mayores oportunidades de crecimiento.

- Es importante que las medidas de sustitución de importaciones sean evaluadas a fin de verificar si han incentivado el desarrollo de empleo integral, incluyendo las actividades relacionadas a las ventas directas. En este caso, es responsabilidad del Ministerio de Industrias la presentación de informes que permitan determinar si los acuerdos llevados a cabo para el fortalecimiento de la industria nacional son eficientes e incentivan el empleo.
- Se recomienda que las empresas productoras cumplan programas de posicionamiento y muestra del producto nacional, a fin de que los consumidores acepten el mismo en reemplazo al importado. Esta situación evitará que las ventas directas sufran disminuciones que afecten a quienes se dedican a esta actividad.
- Es importante que se apliquen las técnicas matemáticas cada año, para analizar las variaciones de las pendientes acorde a las decisiones desarrolladas. Las variaciones permitirán establecer mejores decisiones en las cuales participe el Estado, los productores y distribuidores, fomentando el modelo Win to Win.
- Es importante que se apliquen de manera constante encuestas a la población objetivo para evaluar su criterio frente al desarrollo de las ventas directas de cosméticos. Los resultados deben exponerse en foros participativos que permitan formular medidas más efectivas para incentivar el mercado.
- Es importante que la mujer encuentre mecanismos de mayor desarrollo para el cumplimiento de las ventas directas. Se recomienda fortalecer el marco legal vigente a fin de brindar seguridades laborales en este proceso que permitan establecer beneficios otorgados por las empresas productoras con quienes mantienen una relación comercial constante enfocado en este tipo de sistemas.
- Se recomienda crear una página web en donde se muestren resultados de la gestión de las mujeres trabajadoras en ventas directas. Esta ayudará a conocer más sobre sus actividades, necesidades y procesos de desarrollo que impulsen el mercado y permitan hacer de esta actividad un mecanismo para mejorar la oferta laboral y la economía nacional.

- Es importante que se promueva espacios de dialogo en donde las mujeres dedicadas a las ventas directas puedan desarrollarse de mejor manera, permitiendo que su gestiòn les permita tener un mayor desarrollo. Al respecto, se recomienda la conformaciòn de una agenda entre el Estado, productores y distribuidores en donde se fijen medidas que permitan a todos obtener beneficios de la actividad.
- Es importante que la rentabilidad obtenida del negocio se maximice. Por ello, se recomienda desarrollar m`odulos y recursos inform`aticos que permitan a quienes realizan esta actividad contar con mecanismos que les permitan mejorar su planificaciòn, organizaciòn, direcciòn y control



## REFERENCIAS

- Ávila, M. (2011). Economía. México-México: Umbral.
- Balanza Comercial, E. (2013). Ministerio de Comercio Exterior. Recuperado el 14 de Julio de 2014, de <http://comercioexterior.gob.ec/balanza-comercial/>
- Banco Central del Ecuador, E. (2013). Datos Estadísticos. Recuperado el 16 de Julio de 2014, de [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)
- Banco Central del Ecuador, E. (12 de Junio de 2014). Indicadores Macroeconómicos. Recuperado el 16 de Julio de 2014, de <http://www.bce.fin.ec/>
- Bruto, P. I. (2013). Ecuador. Recuperado el 16 de Julio de 2014, de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-pib-crece-un-2-40-en-el-segundo-trimestre-321508.html>
- Carnoy, M. (2010). Economía, empresa y derecho administrativo. Madrid-España: Omega Consultores.
- Castells, M. (2012). La economía y su comportamiento. Buenos Aires-Argentina: Oriol Editores.
- Constitución de la República del Ecuador, E. (2008). Constitución. Quito-Ecuador: Corporación de Estudios y Publicaciones.
- Crecimiento del Sector Cosméticos, E. (2013). Pro cosméticos. Recuperado el 14 de Julio de 2014, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/09/16/nota/1450436/industria-cosmetico-esta-creciendo-pais>
- De la Cuesta, M. (2010). Fundamentos de economía. Barcelona-España: Biblioteca económica.
- El Universo, E. (2013). Recuperado el 16 de Julio de 2014, de Industria del cosmético está creciendo: <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/09/16/nota/1450436/industria-cosmetico-esta-creciendo-pais>

- Fermoso, P. (2008). Manual económico para las naciones. Barcelona-España: EFAS Estudios.
- Fernández, E. (2011). Administración de empresas, un enfoque interdisciplinar. Madrid-España: Paraninfo.
- García, L. (2011). Mas Ventas. Madrid-España: ESIC.
- Huggs, A. (2009). Econometría. Madrid-España: Díaz de Saltos.
- IDE BUSSINESS SCHOOL, E. (2013). Canales de distribución. Recuperado el 12 de Julio de 2014, de <http://investiga.ide.edu.ec/index.php/distribucion-idirecta-o-indirecta>
- INEC, E. (2013). Desempleo de la mujer en Ecuador. Recuperado el 17 de Julio de 2014, de <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/235959-el-desempleo-afecta-mas-a-mujeres-que-a-hombres/>
- Investigación de campo, E. (2014). Estudio de mujeres en el barrio de Ñaquito. Quito-Ecuador.
- Kottler, P. (2010). Dirección de Mercadotecnia. Estados Unidos: Prentice Education.
- Luther, W. (2008). Mercadeo. Bogotá-Colombia: Grupo Editorial Norma.
- Marqueda, J. (2009). Marketing Estratégico. Madrid-España: Díaz de Saltos.
- Ministerio de Industrias, E. (12 de Septiembre de 2013). El Comercio. Recuperado el 16 de Julio de 2014, de Más cosméticos para el 2014 y 2015: <http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/mas-cosmeticos-2014-y-2015.html>
- Muñoz, M. (2009). Economía Integral. México-México: Economía Investigativa.
- Ongallo, C. (2009). Que es venta directa. Madrid-España: Díaz de Santos.
- Peters, T. (2008). 50 claves para hacer de usted una marca. California-Estados Unidos: Deusto.
- Pro cosméticos. (2013). Miembros. Recuperado el 17 de Julio de 2014, de <http://www.procosmeticos.ec/index.php/widgetkit/lista-de-miembros>

Randel, J. (2010). La venta directa. Madrid-España: IMS.

Riquelme, J. (2008). El maravilloso mundo de venta directa. Madrid-España: Club Universitario.

## ANEXOS

### Anexo No. 1-Formato de encuesta

#### ENCUESTA

La siguiente encuesta ha sido desarrollada con fines académicos. Favor responder con una X en la o las opciones que considera responden a sus criterios.

##### Edad

Entre 18 a 28 años	
Entre 29 a 39 años	
Entre 40 a 50 años	
Entre 51 a 60 años	

##### Empleo

Sector Privado	
Sector Público	
No Trabaja	

##### Desarrollo

###### 1. ¿Conoce usted el sistema de venta directa?

Si conozco	
No conozco	
No responde	

###### 2. ¿Ha trabajado usted en el sistema de venta directa?

Siempre	
Algunas Veces	
Nunca	

**3. ¿Hace que tiempo usted trabajó en sistemas de venta directa?**

En la actualidad	
Hace 1 año	
Entre 2 a 5 años	
Más de 5 años	

**4. ¿Qué productos ha comercializado bajo el sistema de venta directa?**

Cosméticos	
Ropa	
Calzado	
Accesorios	
Otros	

**5. ¿Durante el trabajo en ventas directas, buscó otras alternativas de empleo fijo?**

Siempre	
Algunas Veces	
Nunca	

**6. ¿Señale los beneficios que obtuvo u obtiene del sistema de ventas directas de cosméticos?**

Rentabilidad	
Conocimiento	
Contactos	
Motivación	
Otros	

**7. ¿Conoce alguna persona de su entorno que se dedique a las ventas directas de cosméticos?**

Si	
No	

**8. ¿Señale las ventajas que considera existen en el sistema de ventas directas de cosméticos?**

Ingresos	
Tiempo flexible	
Aprovechamiento de contactos	
Poca inversión	
Crecimiento profesional	
Otros	

**9. ¿Señale las desventajas que considera existen en el sistema de ventas directas de cosméticos?**

Inseguridad	
Información limitada	
Poca rentabilidad	
Altos gastos	
Otros	

**10. ¿Qué perspectivas de desarrollo considera tiene el sistema de ventas directas de cosméticos?**

Creciente	
Decreciente	
Estable	
No sabe	

**11. ¿Qué acciones considera deben ejecutarse para permitir que el sistema de ventas directa mejore su economía individual?**

Marco legal	
Capacitación	
Crédito	
Asesoría	
Otros	

**12. ¿En el caso de perder su empleo, consideraría a la venta directa de cosméticos como una alternativa viable?**

Siempre	
Algunas Veces	
Nunca	

**13. ¿Qué aspectos no le permitirían optar por el sistema de ventas directas de cosméticos?**

Tiempo	
Experiencia	
Conocimiento	
Recursos	
Otros	

**14. ¿Cómo solventaría los aspectos señalados?**

Crédito institucional	
Crédito directo	
Incentivos	
Asistencia	
Otros	

**15. ¿Cuál es la rentabilidad promedio anual obtenida de la siguiente actividad con respecto al costo de los productos comercializados?**

Entre 10 a 20%	
Entre 20 a 30%	
Entre 30 a 40%	
Más del 40%	