



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

Trabajo de fin de carrera titulado:

ANÁLISIS DE LA RESTRICCIÓN A LA IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS COSMÉTICOS  
CANINOS Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO Y PRODUCTIVO DE  
LA EMPRESA “BIOCLEAN” AÑO 2014

Plan de Trabajo de Grado

Presentado como requisito para optar el

TÍTULO DE:

INGENIERO COMERCIAL EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Autor

FRANCISCO JAVIER ATENCIO AGUAS

Director

María Eulalia Chávez, MBA

Quito – Ecuador

ABRIL 2015

## DECLARACIÓN JURAMENTADA

FRANCISCO JAVIER ATENCIO AGUAS, con cédula de identidad # 171593302-2, declaro por juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y que he consultado las referencias que se incluyen en este documento.

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

# DECLARATORIA

El presente trabajo de investigación titulado:

ANÁLISIS DE LA RESTRICCIÓN A LA IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS COSMÉTICOS  
CANINOS Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO Y PRODUCTIVO DE  
LA EMPRESA “BIOCLEAN” AÑO 2014

Realizado por:

FRANCISCO JAVIER ATENCIO AGUAS

Como Requisito para la Obtención del Título de:

INGENIERO COMERCIAL EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Ha sido dirigido por la MBA:

María Eulalia Chávez

Quien considera que constituye un trabajo original de su autor

# LOS PROFESORES INFORMANTES

Los Profesores Informantes:

ERIKA ESCOBAR

ISRAEL PERALTA

Después de revisar el trabajo presentado.

ERIKA ESCOBAR

ISRAEL PERALTA

Lo han calificado como apto para su defensa oral ante el tribunal examinador.

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi familia por todo su apoyo y en especial a mis padres que han sido incondicionales a lo largo de mis estudios.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a todas las personas que estuvieron dispuestas a brindarme toda su ayuda principalmente a mi familia y a mi novia por su apoyo absoluto y en especial a Dios por permitirme llegar a este momento tan importante en mi formación profesional.

# Contenido

CAPÍTULO I. ....	1
INTRODUCCIÓN.....	1
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	1
1.1.1    Planteamiento del Problema .....	1
1.1.2    Formulación del Problema.....	3
1.1.3    Sistematización del Problema.....	3
1.1.4    Objetivo General.....	4
1.1.5    Objetivos Específicos .....	4
1.1.6    Justificaciones.....	4
1.2.    MARCO TEÓRICO .....	5
1.2.1    Estado Actual del Conocimiento sobre el Tema.....	5
1.2.2    Adopción de una Perspectiva Teórica.....	7
1.2.3    Marco Conceptual .....	8
1.2.4    Hipótesis .....	10
1.2.5    Identificación y Caracterización de la Variables.....	10
2 CAPÍTULO II. ....	11
MÉTODO.....	11
2.1.    TIPO DE ESTUDIO.....	11
2.2.    MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN.....	11
2.3.    MÉTODO.....	12
2.4.    POBLACIÓN Y MUESTRA .....	12
2.5.    SELECCIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN .....	12
2.6.    VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS .....	14
2.7.    OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	14
2.8.    PROCESAMIENTO DE DATOS .....	14
3 CAPÍTULO III. ....	15
RESULTADOS .....	15
3.1.    Levantamiento de datos / información .....	15

3.1.1 Microambiente.....	15
3.1.1.1. La empresa .....	15
3.1.2 Análisis Externo .....	29
3.1.2.1 Análisis Macroambiente .....	29
3.2 Presentación y análisis de resultados .....	53
3.2.1 Análisis de Encuestas.....	53
3.2.2 Análisis de Entrevistas .....	75
3.3 APLICACIÓN PRÁCTICA .....	79
3.3.1 Análisis Financiero.....	79
3.3.1.1 Estado de Resultados .....	79
CAPÍTULO IV. ....	87
DISCUSIÓN.....	87
4.1 Conclusiones.....	87
4.2 Recomendaciones .....	89
4.3 Bibliografía .....	90
5 ANEXOS .....	92
5.1 Anexo A-Clínicas encuestadas .....	93
5.2 Anexo B-Encuesta.....	94
5.3 Anexo C-Entrevista .....	97
5.4 Anexo D-Ficha técnica .....	99

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Partidas Sujetas a Restricciones.....	7
Tabla 2 Operacionalización de variables .....	14
Tabla 3 Matriz Foda.....	19
Tabla 4 Descripción de Productos .....	26
Tabla 5 Descripción otros Productos.....	27
Tabla 6 Fórmula Champú .....	28
Tabla 7 Costo de Producto terminado.....	29
Tabla 8 Restricción partida 3307909000 .....	30
Tabla 9 Impuestos .....	32
Tabla 10 Partidas sujetas al Reglamento Técnico Ecuatoriano 093 .....	36
Tabla 11 Importaciones 2012.....	38
Tabla 12 Exportaciones 2012 .....	40
Tabla 13 Comparación Importaciones-Exportaciones 2012 .....	40
Tabla 14 Importaciones 2013.....	42
Tabla 15 Exportaciones 2013 .....	44
Tabla 16 Comparación Importaciones-Exportaciones 2013 .....	44
Tabla 17 Importaciones 2014.....	46
Tabla 18 Exportaciones 2014 .....	48
Tabla 19 Comparación Importaciones-Exportaciones 2014 .....	48
Tabla 20 Variación Importaciones .....	50
Tabla 21 Pregunta 1 .....	55
Tabla 22 Pregunta 2 .....	56
Tabla 23 Productos Nacionales .....	57
Tabla 24 Productos Importados .....	58
Tabla 25 Pregunta 4 .....	60
Tabla 26 Pregunta 5 .....	61
Tabla 27 Presentación Productos .....	62
Tabla 28 Pregunta 6 .....	64
Tabla 29 Precios Galones.....	65
Tabla 30 Pregunta 7 .....	66
Tabla 31 Otras Fragancias .....	67
Tabla 32 Pregunta 8 .....	69
Tabla 33 Pregunta 9 .....	70
Tabla 34 Pregunta 10 .....	71

Tabla 35 Pregunta 11 .....	73
Tabla 36 Pregunta 12 .....	74
Tabla 37 Resultado Entrevista .....	76
Tabla 38 Estado de Resultados .....	80
Tabla 39 Amortización de la deuda .....	82
Tabla 40 Flujo de Caja Bioclean y proyección de ventas.....	83
Tabla 41 Flujos Netos de Caja vista Global .....	84
Tabla 42 Cálculo KP .....	84
Tabla 43 Flujos Netos de Caja Descontados .....	85
Tabla 44 Índices de Evaluación.....	85

## **INDICE DE GRÁFICOS**

Gráfico 1 Localización.....	16
Gráfico 2 Organigrama empresa Bioclean .....	24
Gráfico 3 Restricciones SENA.....	31
Gráfico 4 Valor FOB Importaciones 2012 .....	39
Gráfico 5 Participación en el mercado 2012.....	39
Gráfico 6 Valor Comercializado 2012 .....	41
Gráfico 7 Valor FOB Importaciones 2013 .....	43
Gráfico 8 Participación en el mercado 2013.....	43
Gráfico 9 Valor Comercializado 2013 .....	45
Gráfico 10 Valor FOB Importaciones 2014 .....	47
Gráfico 11 Participación en el mercado 2014.....	47
Gráfico 12 Valor Comercializado 2014 .....	49
Gráfico 13 Pregunta 1.....	55
Gráfico 14 Pregunta 2.....	56
Gráfico 15 Productos Nacionales .....	58
Gráfico 16 Productos Importados .....	59
Gráfico 17 Pregunta 4.....	60
Gráfico 18 Pregunta 5.....	61
Gráfico 19 Cantidad Champú .....	63

Gráfico 20 Precio Galones .....65  
Gráfico 21 Pregunta 7.....67  
Gráfico 22 Otras Fragancias.....68  
Gráfico 23 Pregunta 8.....69  
Gráfico 24 Pregunta 9.....70  
Gráfico 25 Pregunta 10.....72  
Gráfico 26 Pregunta 11.....73  
Gráfico 27 Pregunta 12.....74

## **RESUMEN**

El objetivo de la presente tesis ha sido analizar las restricciones a la importación de productos cosméticos caninos y su incidencia en el desarrollo de la empresa Bioclean.

El gobierno del Ecuador a través del COMEX ha impuesto restricciones a los productos cosméticos caninos con el objetivo de reducir las importaciones y fomentar la industria nacional. Por tal motivo la empresa Bioclean tomó la decisión de aumentar esta línea de productos en su negocio.

La investigación demostró que la producción del champú cosmético canino es una buena oportunidad para Bioclean debido a que genera una gran rentabilidad para la empresa, obteniendo una TIR 96,67%

Se concluye que las restricciones a los productos cosméticos canino han incentivado la producción nacional y presentan como una gran oportunidad de crecimiento para la empresa Bioclean.

## **ABSTRACT**

The objective of the thesis I am presenting at this moment has been to analyze the restrictions of cosmetic canine products and the influence it has on the development of the company Bioclean.

Ecuador's government through COMEX has laid restrictions to the cosmetic canine products with the objective of reducing the importations and promoting national industry. That is why Bioclean took the decision of increasing this line of products in its business.

The investigation proved that the production of cosmetic canine shampoo is a good opportunity for Bioclean due to the fact that it would generate a great profitability for the company, obtaining an IRR of 96.67%.

It is concluded that the restrictions of cosmetic canine products have encouraged the national production and have presented themselves like a great opportunity of development for Bioclean.

# CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

## EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1.1 Planteamiento del Problema

#### 1.1.1.1 Diagnóstico

En los últimos años el Gobierno se ha planteado el objetivo a largo plazo de cambiar la matriz productiva ecuatoriana, la intención es lograr un equilibrio en la balanza comercial que actualmente refleja un déficit muy grande. Para lograrlo se han enfocado en cuatro procesos muy importantes como son diversificar la producción, aumentar el valor agregado de la producción existente, la sustitución de importaciones y la inserción estratégica en el comercio internacional de todos los productos nacionales aumentando las exportaciones de nuestro país.

El cambio en la matriz productiva no sólo supone una sustitución en las Importaciones, sino a la vez apunta a incrementar las Exportaciones. De tal manera el Gobierno a finales del año 2013 resuelve adoptar la Resolución 116 emitida por el COMEX, como una medida para reducir las Importaciones de ciertos productos, así como la aplicación de los Reglamentos Técnicos Ecuatorianos (RTE-INEN) correspondientes para cada producto tanto importado como de producción nacional.

La Reforma 116 emitida por el COMEX contiene una lista de productos importados o nacionales que para poder ser comercializados deben registrarse a un control mediante el cumplimiento del Certificado de Reconocimiento, de igual manera deben cumplir los

requerimientos de calidad contenidos en los Reglamentos Técnicos Ecuatorianos correspondientes. Dentro de esta lista se encuentran los productos cosméticos contenidos en las partidas 33 y 34 de la Nomenclatura NANDINA, para los cuales los requerimientos de calidad y etiquetado están contenidos en los Reglamentos Técnicos 088 y 093.

La Industria de Cosméticos caninos se encuentra en constante crecimiento en el Ecuador y especialmente en la ciudad de Quito debido al cambio en la cultura del cuidado de las mascotas por tal motivo han incrementado el número de negocios dedicados a la importación, distribución y comercialización de estos productos.

En los negocios locales que distribuyen los productos cosméticos caninos existen diversas marcas importadas en su mayoría y en mínimo porcentaje productos nacionales.

Con la aprobación y posterior aplicación de la Reforma 116 se produjo preocupación en el Sector de Cosméticos en el Ecuador debido a que se presentaron varios inconvenientes, al ser la medida restrictiva con los importadores, deben cumplir con ciertos requerimientos, además se presentaron inconvenientes en el proceso de importación y desaduanización de ciertos productos pues la falta de información era la principal traba para continuar con el proceso de forma normal.

El gobierno firmó acuerdos con el Gremio de Cosméticos del Ecuador “PROCOSMÉTICOS” para disminuir el porcentaje de importaciones de cosméticos en un 25% y de esta forma incrementar la oferta de producción nacional. Simultáneamente se firmaron acuerdos con las importadoras a través del MIPRO para facilitar la concesión de créditos para promover la inversión en industrias que produzcan cosméticos nacionales de calidad y que cumplan con todos los reglamentos técnicos exigidos.

### 1.1.1.2 **Pronóstico**

Mediante las nuevas medidas que regularán las importaciones y la resolución 116 del COMEX se buscará frenar la adquisición de productos extranjeros apoyando la industria nacional siempre y cuando la calidad del producto cumpla con los estándares establecidos. En el mercado ecuatoriano se creará un mercado insatisfecho que las empresas nacionales pueden aprovechar.

### 1.1.1.3 **Control del Pronóstico**

Se deberá realizar un análisis de la influencia de las restricciones impuestas a la importación de productos cosméticos caninos, en el consumo de estos productos en la ciudad de Quito. Posteriormente se realizará un análisis integral de los actores claramente identificados para impulsar y promover estrategias de una empresa nacional para su desarrollo económico y productivo como se detalla en:(Ahijado & Aguer, Diccionario de Economía y Empresa, 1996)

“Productividad equivale a referirse al grado de eficacia de los factores productivos. En general, se asocia a la idea de eficacia. Es aplicable a un factor de producción, empresa, industria o economía”

### 1.1.2 **Formulación del Problema**

¿Qué influencia tiene la restricción de importación de productos cosméticos caninos en la empresa Bioclean?

### 1.1.3 **Sistematización del Problema**

- ¿Qué tipo de restricciones existen para los productos cosméticos?
- ¿Cuál es la situación actual de la industria de Cosméticos caninos en el Ecuador?
- ¿Cómo afecta la restricción de productos importados a la producción nacional?

- ¿Cuál es la producción del período 2014 de productos Cosméticos caninos en la ciudad de Quito?
- ¿Cuál es la demanda de productos cosméticos caninos en la ciudad de Quito?
- ¿Cuál es la situación actual de la empresa Bioclean?

#### 1.1.4 **Objetivo General**

Determinar la influencia que ha generado la restricción a la importación de productos cosméticos caninos sobre la empresa Bioclean.

#### 1.1.5 **Objetivos Específicos**

- Identificar las restricciones a la importación de productos cosméticos en Ecuador
- Determinar el impacto de las restricciones en el mercado nacional.
- Identificar la situación actual de la industria nacional de productos Cosméticos caninos.
- Identificar la situación económica y productiva de la empresa Bioclean.
- Determinar la demanda de productos cosméticos caninos en la ciudad de Quito

#### 1.1.6 **Justificaciones**

El cambio de la Matriz Productiva impulsada por el gobierno representa un objetivo a largo plazo y como medida principal para lograrlo se ha implementado la restricción a la importación de varios productos, entre ellos se encuentran los productos cosméticos caninos los cuales son la base de esta investigación.

A partir de la implementación de esta medida las empresas importadoras se han visto en la obligación de comprar productos nacionales o producir sus propios productos para abastecer la demanda insatisfecha que se generó.

El actual panorama se ha convertido en una gran oportunidad para las empresas ecuatorianas especializadas en la industria cosmética debido a los acuerdos que se han realizado con este sector. El Ministerio de Productividad desarrolló una estrategia que consiste en otorgar créditos y de esta manera promover la inversión en industrias que produzcan cosméticos nacionales de calidad y que cumplan con todos los reglamentos técnicos exigidos.

Esta investigación ayudará a determinar como una restricción que fue muy criticada puede convertirse en una oportunidad para el desarrollo económico y productivo de una micro empresa ecuatoriana y a su vez aportar al crecimiento de la industria cosmética con el desarrollo de productos de calidad para satisfacer el mercado, apoyado por el cambio de gustos y preferencias de los consumidores como lo detalla:(Tucker, 2002)

“Los productos nuevos pueden influir en las preferencias de los consumidores para comprar un bien o un servicio en particular.”

La empresa Bioclean deberá adaptar sus productos cosméticos caninos a las tendencias del mercado tomando en cuenta que:

“Un mercado competitivo, el precio viene dado por el punto de corte entre la curva de oferta y la curva de demanda del mercado. Puesto que las curvas de oferta y demanda del mercado dependen de todos los compradores y vendedores, el precio de mercado queda afuera del control de una única empresa en un mercado de competencia perfecta”(Baye, 2006)

## **1.2. MARCO TEÓRICO**

### **1.2.1 Estado Actual del Conocimiento sobre el Tema**

En diciembre del año 2013 el Gobierno Nacional a través del Comité de Comercio Exterior (COMEX), con el fin de controlar el nivel de importaciones en ciertos productos, emite

la Resolución No. 116, Tal disposición establece el control previo de importaciones para 293 partidas arancelarias (productos) y la obligatoriedad de presentar un certificado de reconocimiento de calidad, del Instituto Nacional de Normalización (INEN), para poder desaduanar.

La resolución 116 obliga a que 293 ítems tengan un certificado de calidad de su país de origen para ingresar a Ecuador. A raíz de esto, los productos que no cumplen con la norma de calidad ya no pueden ser importados, sin embargo algunos podrán ser sustituidos por otros de fabricación nacional, a continuación se presenta los principales cambios para los productos cosméticos.

Según (Comité de Comercio Exterior, 2013), mediante la resolución 116 resuelve:

“Artículo 1.- Reformar el Anexo I de la Resolución 450 del COMEX, que contiene la Nómina de productos sujetos a controles previos a la importación, incluyendo la presentación del “Certificado de Reconocimiento”, conforme el Anexo 1 de la presente Resolución.

Artículo 2.- El Certificado de Reconocimiento será exigible como documento de soporte a la Declaración Aduanera para todas las mercancías embarcadas a partir de la entrada en vigencia de la presente Resolución y del correspondiente Reglamento Técnico Ecuatoriano (RTEINEN) y de sus posteriores reformas o modificaciones.

Esta Resolución fue adoptada en sesión del 19 de noviembre de 2013 y entrará en vigencia a partir del siguiente día de su notificación al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.”

**Tabla 1 Partidas Sujetas a Restricciones**

Nº	SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN DE LA MERCADERÍA	INSTITUCIÓN	DOCUMENTO DE CONTROL	OBSERVACIONES
1	3303000000	PERFUMES Y AGUAS DE TOCADOR	INEN	Certificado de Reconocimiento	
2	3304100000	PREPARACIONES PARA EL MAQUILLAJE DE LOS LABIOS	INEN	Certificado de Reconocimiento	
3	3304200000	PREPARACIONES PARA EL MAQUILLAJE DE LOS OJOS	INEN	Certificado de Reconocimiento	
4	3304300000	PREPARACIONES PARA MANICURAS O PEDICUROS	INEN	Certificado de Reconocimiento	
5	3304910000	POLVOS, INCLUIDOS LOS COMPACTOS	INEN	Certificado de Reconocimiento	
6	3304990090	LOS DEMÁS	INEN	Certificado de Reconocimiento	
7	3305100000	CHAMPÚES	INEN	Certificado de Reconocimiento	
8	3305200000	PREPARACIONES PARA ONDULACIÓN O DESRIZADO PERMANENTES	INEN	Certificado de Reconocimiento	
9	3305300000	LACAS PARA EL CABELLO	INEN	Certificado de Reconocimiento	
10	3305900000	LOS DEMÁS	INEN	Certificado de Reconocimiento	
11	3306100000	DENTÍFRICOS	INEN	Certificado de Reconocimiento	
12	3306900000	LOS DEMÁS	INEN	Certificado de Reconocimiento	Solamente para enjuagues bucales no medicados
13	3307100000	PREPARACIONES PARA AFEITAR O PARA ANTES O DESPUÉS DEL AFEITADO	INEN	Certificado de Reconocimiento	
14	3307200000	DESODORANTES CORPORALES Y ANTITRASPIRANTES	INEN	Certificado de Reconocimiento	
15	3307300000	SALES PERFUMADAS Y DEMÁS PREPARACIONES PARA EL BAÑO	INEN	Certificado de Reconocimiento	
16	3307909000	LOS DEMÁS	INEN	Certificado de Reconocimiento	

Fuente: COMEX resolución 116

Elaborado por: Autor

### 1.2.2 Adopción de una Perspectiva Teórica

A finales del año 2013, el Comité de Comercio Exterior (COMEX), emitió la Resolución 116, la misma que modificó la Resolución 450 del COMEXI. Esta decisión fue considerada como

una Barrera no Arancelaria por parte de Asociaciones Internacionales, de las cuales el Ecuador es miembro, debido a que restringe las importaciones entre los países que conforman estas asociaciones. Por tal motivo muchos productos cosméticos no han podido ingresar a nuestro país por no cumplir con las normativas técnicas y de calidad solicitada, se han producido problemas en las aduanas para nacionalizar estos productos y el mercado nacional se encuentra desabastecido.

Al detectar estos antecedentes Bioclean analizó la oportunidad de crear un producto nacional que pueda ingresar y abastecer el mercado insatisfecho que se generó en la ciudad de Quito.

### 1.2.3 Marco Conceptual

- “BALANZA COMERCIAL: es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones. Es positiva cuando el valor de las importaciones es inferior al de las exportaciones, y negativa cuando el valor de las exportaciones es menor que el de las importaciones”. (Ministerio de Comercio Exterior, 2015)
- “IMPORTACIONES: flujo de mercancías adquiridas por un determinado país (el que elabora la balanza de pagos o que se toma como referencia para el término) al resto del mundo. Generalmente, se considera que el volumen de las importaciones de mercancías de un país es creciente con los niveles nacionales de renta y precios, y decreciente con el nivel de precios del resto del mundo y el tipo de cambio”.(Diccionario de Economía y Empresa, 1996)
- “BARRERAS ARANCELARIAS: las barreras arancelarias son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, por la entrada

o salida de las mercancías. En el caso de Ecuador no se cobra ninguna tarifa para cualquier producto que sea exportado, es decir por la salida del territorio nacional.

Las barreras legales que más se utilizan son las arancelarias y tienen como fin impedir o desalentar el ingreso de determinadas mercancías y/o servicios a un país, dado por medio del establecimiento de derechos a la importación. Cuanto más alto sea el monto de los aranceles de una mercancía, más difícil será que ingresen y compitan contra la producción local en otro país, ya que ese arancel incidirá en los precios de los productos importados; elevándolos.” (Ministerio de Comercio Exterior, 2015)

- “BARRERAS NO ARANCELARIAS: se refiere a las disposiciones gubernamentales que obstruyen el ingreso libre de mercancías a un país determinado, poniendo requisitos de ingreso a los productos o servicios como: determinadas reglas o ciertas características.

Existen 2 tipos de Barreras no arancelarias:

Barreras Sanitarias.

Barreras Técnicas.

Barreras Sanitarias: proponen evitar el ingreso a un país de aquellas mercancías que puedan dañar la salud de la población debido al posible contenido de elementos nocivos de tipo físico, químico o biológico.

Barreras Técnicas: se refieren a los requisitos que debe reunir determinado producto en cuanto a su estructura en general y componentes para que pueda ingresar a un determinado mercado” (Ministerio de Comercio Exterior, 2015)

#### 1.2.4 **Hipótesis**

Las restricciones emitidas para la importación de productos cosméticos caninos presentan una oportunidad de crecimiento económico y productivo para la empresa Bioclean en el año 2015.

#### 1.2.5 **Identificación y Caracterización de la Variables**

*Variable Dependiente:* desarrollo económico de la empresa Bioclean.

*Variable independiente:* restricciones a la importación de productos cosméticos caninos.

## 2 CAPÍTULO II. MÉTODO

### 2.1. TIPO DE ESTUDIO

El tipo de investigación que se aplicará es documental, para reconocer y determinar las restricciones que se han aplicado a los productos cosméticos caninos en el Ecuador y también será de tipo explicativa, para poder determinar los efectos y la incidencia de estas restricciones en la empresa Bioclean.

### 2.2. MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN

#### **De campo.**

Se realizará visita de campo a las principales clínicas veterinarias del Distrito Metropolitano Quito, lugares donde se consume la mayor cantidad de productos cosméticos caninos.

#### **Documental.**

Se analizará el estado actual de los productos cosméticos en la ciudad de Quito, usando para ello diferentes tipos de documentos donde se debe utilizar una metódica de abstracción científica, generalizando sobre la base de lo fundamental.

#### **Proyecto Especial.**

Los resultados llevarán a la creación de un producto tangible que responda a la solución de necesidades al problema demostrado.

## 2.3. MÉTODO

### **Método histórico-lógico**

Se utilizará este método debido a que ya se cuenta con documentos correspondientes a la investigación, que en nuestro caso es el tipo de restricciones que se han implementado a la importación de productos cosméticos caninos. Dentro del método histórico utilizaremos el método cualitativo que nos permite descifrar la calidad de los contenidos y el método cuantitativo que nos permite recopilar los datos que necesitamos.

El método lógico permitirá analizar y determinar el funcionamiento y desarrollo del fenómeno, mediante el estudio de su esencia teniendo como antecedente su historia, es decir, lo lógico y lo histórico se complementan y vinculan mutuamente.

## 2.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

### **Población.**

Clínicas veterinarias del Distrito metropolitano de Quito

La población representa 92 clínicas veterinarias.

### **Muestra.**

Para realizar el cálculo de muestra se utilizó la siguiente fórmula:

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

## 2.5. SELECCIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

### **Fuentes primarias.**

### **Encuestas.**

Se realizarán encuestas a las principales clínicas veterinarias de Quito para investigar aspectos como los principales productos cosméticos caninos que se utilizan y el volumen mensual de compra de los mismos. Se aplicará 63 encuestas de acuerdo a la muestra obtenida.

### **Entrevistas**

Se realizarán entrevistas a los propietarios y trabajadores de las principales clínicas veterinarias de Quito, para conocer como la resolución del Comex para la importación de productos cosméticos afectó en su negocio.

### **Fuentes Secundarias.**

### **Investigaciones.**

Como referencia bibliográfica se utilizarán varias investigaciones ya elaboradas para tener un conocimiento más claro de lo que se tiene que aplicar en cada caso.

### **Publicaciones.**

Para tener un mejor conocimiento sobre todo lo que sucede y afecta a nuestro sector de importación y comercialización de productos cosméticos caninos se utilizarán publicaciones realizadas por expertos en el ámbito de comercio exterior para así aplicar sus conocimientos y experiencias en el desarrollo de la investigación.

### **Textos**

Los textos especializados aportarán con las ideas y fundamentos necesarios para la investigación, se utilizaran textos del Comité de Comercio Exterior, Ministerio de Comercio Exterior, ProEcuador y todas las entidades nacionales que nos proporcionen información con respecto a este tema.

## 2.6. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS

Se aplicará una encuesta piloto a 10 clínicas veterinarias en estudio, de las cuales se obtendrán resultados preliminares y se cerciorará la validez del instrumento de investigación.

## 2.7. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

**Tabla 2** Operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
DESARROLLO ECONÓMICO DE LA EMPRESA BIOCLEAN	DESARROLLO ECONÓMICO	% crecimiento económico.	¿QUÉ TIPO DE PRODUCTOS UTILIZA ACTUALMENTE, NACIONALES O IMPORTADOS?
	DESARROLLO PRODUCTIVO	% de crecimiento productivo	
RESTRICCIÓN IMPORTACIÓN	BARRERAS ARANCELARIAS	Cantidad de nuevas restricciones	¿DE QUE MANERA AFECTÓ LA RESTRICCIÓN DE IMPORTACION DE PRODCUTOS COSMETICOS CANINOS A SU NEGOCIO?
	BARRERAS NO ARANCELARIAS	% disminución de importaciones	

Fuente: SENA

Elaborado por: Autor

## 2.8. PROCESAMIENTO DE DATOS

El procesamiento de datos se lo realizará de forma manual a través de Microsoft Office, los datos primarios de entrada serán evaluados y ordenados, para obtener información útil, que luego serán analizados. Se utilizarán los métodos de tabulación, medición y síntesis.

## 3 CAPÍTULO III. RESULTADOS

### 3.1. Levantamiento de datos / información

#### 3.1.1 **Microambiente**

Se analizará los factores que intervienen y afectan a la empresa Bioclean, a pesar de que generalmente no son controlables, se puede influir en ellos. Son fuerzas que la empresa puede intentar controlar y mediante las cuales se pretende lograr el cambio deseado. Entre estos factores se encuentran los proveedores, la empresa en sí, intermediarios, clientes y la competencia. A partir del análisis del Microambiente nacen las fortalezas y las debilidades de la empresa.

##### 3.1.1.1. La empresa

BIOCLEAN es una microempresa familiar ecuatoriana que lleva 15 años en el mercado, cuenta con sus oficinas y su fábrica en la ciudad de Quito, sus actividades son la formulación, elaboración, y distribución de productos de desinfección y limpieza.

Dispone de una línea de productos químicos industriales, comercializa materias primas afines a la rama de limpieza y desinfección, y se brinda un servicio complementario de asesoría técnica en tratamientos de agua de consumo humano, piscinas, torres de enfriamiento, etc.

#### **Localización**

La empresa se encuentra situada en la Provincia de Pichincha en el norte de la ciudad de Quito.

La ubicación de la empresa es estratégica debido a que es un lugar céntrico lo cual presenta una gran ventaja para la movilización y el transporte de los productos hacia cualquier lugar de la ciudad.

La empresa está ubicada en el sector de las Casas, calles Polit Lasso N27-07 y Gaspar de Sangurima.

Mapa ubicación

**Gráfico 1** Localización



Fuente: Google Maps  
Elaborado por: Autor

### **Tamaño planta**

La planta está conformada el área administrativa, área de oficina general, un baño social, y una bodega todo con una superficie de 70 metros cuadrados.

La bodega está ubicada en el mismo piso ya que es un departamento oficina con una superficie total de 40 metros cuadrados.

El garaje de carga y descarga está ubicado en el patio delantero y es de 15 metros cuadrados adicionales al área de la empresa.

## **Misión**

Fabricar y Comercializar productos de calidad, basándonos en el objetivo de cumplir y satisfacer las necesidades de nuestros clientes de forma segura y confiable, brindando un excelente servicio de venta y servicio al cliente siendo una empresa que ofrezca soluciones de manera rápida y efectiva logrando fidelidad por parte de nuestros clientes.

## **Visión**

Ser una empresa con prestigio y reconocimiento nacional como proveedora de soluciones de higiene institucional, comprometidos con el respeto del medio ambiente, en desarrollo de nuestra gente y el país, brindando el mejor servicio para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

## **Valores**

1. Integridad, respeto y conducta ética en cada actividad que realice la empresa.
2. Responsabilidad para asumir nuestras funciones y deberes con la convicción y certeza de cumplirlas de manera eficaz, eficiente y oportuna.
3. Trabajo en equipo fomentando la participación de todos para lograr un objetivo común, compartiendo información y conocimientos.
4. Compromiso para cumplir con perseverancia, profesionalismo, lealtad y sentido de pertenencia, los deberes y obligaciones, con apego a los objetivos estratégicos.

## **FODA**

### Fortalezas

- La ubicación de BIOCLEAN es una gran ventaja debido a que se encuentra en un lugar céntrico de la ciudad de Quito, de fácil acceso a proveedores y clientes.
- Innovación constante de la empresa para elaborar productos de calidad, los cuales crean una relación de fidelidad entre los clientes y Bioclean.
- Precios asequibles, descuentos y promociones que la hacen competitiva.

### Debilidades.

- Falta de organización en el inventario que no permite conocer de manera precisa la disponibilidad de productos en bodega.
- Publicidad mal orientada.
- Falta de planificación logística.

### Amenazas

- Mercado Saturado con productos caninos.
- Empresas que monopolizan el mercado de productos cosméticos caninos a nivel nacional.
- Aumento constante en aranceles de materias primas necesarias para la elaboración de productos de la empresa BIOCLEAN

### Oportunidades

- Restricción a la importación de productos cosméticos caninos
- Apoyo económico y asesoría técnica por parte del Gobierno ecuatoriano para el financiamiento y desarrollo de nuevos proyectos.
- Constante crecimiento de la cultura ecuatoriana en el cuidado de las mascotas

**Matriz FODA**

**Tabla 3** Matriz Foda

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	<b>FO</b>	<b>DO</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>	Aprovechar las restricciones a la importación de productos cosméticos caninos impuestas por el gobierno para la innovación de la empresa Bioclean en el desarrollo y elaboración de una nueva línea de productos de calidad.	Invertir en el desarrollo de una correcta planificación logística y procesos de inventarios con el asesoramiento de profesionales capacitados, que permitan mejorar la administración de la empresa para la toma de decisiones, mediante el financiamiento para el desarrollo de nuevos proyectos que ofrece el gobierno
	<b>FA</b>	<b>DA</b>
<b>AMENAZAS</b>	Analizar el mercado de productos cosméticos caninos para determinar cuáles son las características de los productos que actualmente lideran el mercado. Aprovechar la innovación constante que diferencia a la empresa Bioclean, desarrollar un champú con características especiales que lo diferencien de la competencia.	Realizar una investigación de mercados para conocer cuáles son los principales productos que se utilizan en los tratamientos cosméticos caninos y cuáles son los principales consumidores para lograr implementar una estrategia de publicidad efectiva.
	Aprovechar las políticas de precios asequibles, descuentos y promociones para competir con las principales empresas que monopolizan el mercado y posicionar los productos de Bioclean como la mejor opción de productos cosméticos caninos.	

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Autor

## **Análisis Porter**

### Modelo de las 5 fuerzas de Porter

El modelo de las cinco fuerzas de Porter es una herramienta de gestión desarrollada por el profesor e investigador Michael Porter, que permite analizar una industria o sector, a través de la identificación y análisis de cinco fuerzas en ella. (Crece Negocios, 2015)

Esta herramienta permite conocer el grado de competencia que existe en una industria o empresa y realizar un análisis externo que sirva como base para formular estrategias destinadas a aprovechar las oportunidades y/o hacer frente a las amenazas detectadas.

Las cinco fuerzas que esta herramienta considera que existen en toda industria son:

- Rivalidad entre competidores.
- Amenaza de entrada de nuevos competidores.
- Amenaza de ingreso de productos sustitutos.
- Poder de negociación de los proveedores.
- Poder de negociación de los consumidores.

### **Rivalidad entre competidores:**

En el sector de productos cosméticos caninos actualmente existen varios proveedores nacionales y extranjeros. La demanda de estos productos cada día va aumentando en gran medida, por ello más empresas aprovechan esta oportunidad de crecimiento. Las restricciones a la importación de productos han obligado a los consumidores a optar por la oferta de la industria nacional.

La competencia por el liderato del mercado se encuentra vigente debido a que este sector industrial es relativamente nuevo y todas las empresas quieren asumir este puesto. Existen varios productos en el mercado pero todavía no logran satisfacer las necesidades de los consumidores,

por tal motivo la competencia es un factor determinante para mejorar de manera constante los productos cosméticos caninos y lograr diferenciar las marcas.

Entre las principales empresas que compiten en la industria de productos cosméticos caninos en la ciudad de Quito se encuentran las siguientes:

- FARBIOVET-Totopet
- CCLABS-Fragrance pet
- MV DISTRIBUIDORES
- BAYER-Bolfo
- PROVET-Brillo

#### **Amenaza de entrada de nuevos competidores:**

La restricción a la importación de productos cosméticos caninos ha generado una oportunidad de crecimiento a las empresas nacionales, además, el crecimiento de la cultura del cuidado de las mascotas en el Ecuador ha generado una demanda que aumenta en gran medida. Actualmente varias empresas detectaron estos factores y han ingresado al mercado. La competencia no es mala por que genera la necesidad de desarrollar mejores productos. Bioclean debe enfocarse en sus políticas de innovación constante para sobresalir de sus competidores.

#### **Amenazas de Productos Sustitutos**

La mayor amenaza para la empresa Bioclean la constituyen los competidores, los productos sustitutos, por el contrario, no constituyen demasiado problema debido a que los productos cosméticos caninos y en especial el champú carece de un sustitutivo definido, una opción podría ser el jabón en barra para el aseo de las mascotas pero este producto, de menor costo, es muy agresivo puede causar complicaciones al animal y no genera los mismos resultados que un champú especializados y por tal motivo las dueños de las mascotas y las personas que

realizan los tratamientos cosméticos caninos prefieren un producto de calidad sin dar mucha importancia al precio.

### **Poder de Negociación de los proveedores:**

Existen varias empresas que cuentan con la materia prima necesaria para la elaboración de productos cosméticos caninos. En un futuro la idea de Bioclean es importar directamente la materia prima pero tardará algunos años debido a que el volumen de producción actual no representa tal inversión.

Para brindar un producto de calidad la empresa cuenta con los siguientes proveedores:

- Comerquimcorp
- Tecniaromas
- Ecuessence
- Mollhousen

En la actualidad los proveedores de Bioclean tienen una influencia muy grande y afectan de forma directa a los costos y competitividad de la empresa debido a que el volumen de compra de materia de prima no permite tener un buen poder de negociación con los proveedores.

Existen otros proveedores en el mercado que no son socios de Bioclean pero representan una gran desventaja para la empresa debido a que con ellos no se pueden negociar los precios del producto, volumen de compra mínima y no existe crédito para cancelar las facturas, por tal motivo se puede decir que no existe poder de negociación con estos proveedores y es conveniente seguir trabajando con las empresas conocidas.

### **Poder de negociación de los clientes**

Para el proyecto de elaboración de productos cosméticos caninos se ha tomado en cuenta como principal cliente a las clínicas veterinarias, la razón principal es debido a que en estos

establecimientos se encuentra un médico veterinario especialista que examina los productos que posteriormente se utilizarán en el tratamiento cosmético canino y al conocer de la calidad del producto después de usarlo, lo recomendará con todos sus clientes, creando un marketing boca a boca, donde la palabra del especialista tiene un gran valor.

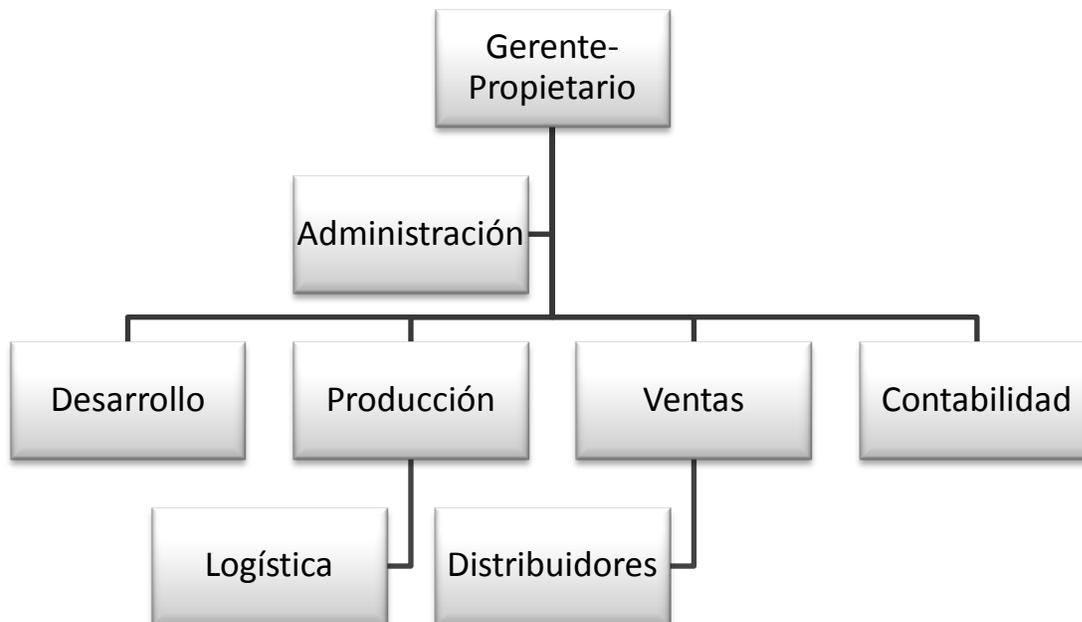
Los clientes tendrán un cierto poder debido a que podrán elegir entre los varios proveedores nacionales y extranjeros que actualmente existen, por lo que presionarán para conseguir la mejor opción pero como se ha determinado, la industria cosmética canina no se basa en el precio del producto porque cuando se comprueba su calidad el tema económico pasa a segundo plano. La empresa Bioclean, ofrece productos con mayor costo-beneficio que sus competidores y esto representa un gran punto a favor, ya que permitirá fidelizar a los clientes con más facilidad, con lo que su poder de negociación disminuirá.

#### **3.1.1.1.1 Estructura organizacional**

##### **Puestos y Funciones Principales**

A continuación se presenta la estructura organizacional de la empresa Bioclean:

**Gráfico 2** Organigrama empresa Bioclean



**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Autor

### **Gerente-Propietario**

El Ing., Químico Vicente Atencio es la persona a cargo del desarrollo de nuevos productos, después de realizar una investigación de mercado donde se identifican los productos más demandados.

### **Administración**

El Sr. Francisco Atencio se encuentra encargado de la administración de los departamentos de la empresa entre sus principales funciones se encuentran la negociación de los contratos y ventas con los diferentes clientes, a la vez que supervisa las operaciones, negocia los créditos y plazos con los proveedores.

## **Ventas**

La Sra. Ruth Aguas es la encargada del área de ventas donde sus principales actividades son la recepción de pedidos y proformas para posteriormente cotizar los productos solicitados por los distribuidores y los gastos que pueden incurrir en este proceso.

## **Producción**

El Sr. Santiago Hidalgo se encuentra al frente del proceso productivo, desde realizar cotizaciones y requerimientos necesarios con todo lo necesario para la elaboración de productos de limpieza y posteriormente coordinar el transporte de la mercadería con los distribuidores.

## **LÍNEA DE PRODUCTOS**

La empresa Bioclean se caracteriza por vender productos de calidad a un precio competitivo en el mercado, a continuación detallamos los más importantes:

**Tabla 4** Descripción de Productos

DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS			
PRODUCTO	FRAGANCIA	PRESENTACION	
<b>DESINFECTANTES</b>	EUKALIPTO	GALÓN	GRANEL
	KALIPTO	GALÓN	GRANEL
	MANZANA	GALÓN	GRANEL
	LAVANDA	GALÓN	GRANEL
	CEREZA	GALÓN	GRANEL
	NARANJA	GALÓN	GRANEL
<b>AMBIENTALES</b>	HOMBRE ROOSE	GALÓN	GRANEL
	BARI	GALÓN	GRANEL
	ALMENDRA	GALÓN	GRANEL
	BOUQUET FLORAL	GALÓN	GRANEL
	CANELA- MANZANA	GALÓN	GRANEL
	VAINILLA	GALÓN	GRANEL
<b>CHAMPÚ CAPILAR</b>	MANZANILLA	GALÓN	
	SABILA	GALÓN	
	HERBAL	GALÓN	
	LANOLINA	GALÓN	
		GALÓN	
DESENGRASANTES INDUSTRIALES		GALÓN	GRANEL
CHAMPÚ PARA ALFOMBRAS	CHERRY	GALÓN	GRANEL
JABÓN LÍQUIDO PARA MANOS	ALMENDRA/DURAZNO	GALÓN	GRANEL
DETERGENTE INDUSTRIAL LÍQUIDO	NEUTRO/MANZANA/NARAN	GALÓN	GRANEL
CRESO DESENGRASANTE		GALÓN	GRANEL
BACTERICIDA GERMICIDA	NEUTRO	GALÓN	GRANEL
SUAVISANTE PARA ROPA	MANZANA/FLORAL	GALÓN	GRANEL
SILICÓN PARA MUEBLES	NARANJA	GALÓN	GRANEL
CHAMPÚ PARA AUTOS	NEUTRO	GALÓN	GRANEL
DESTAPACAÑERIAS		GALÓN	
CERA POLIMÉRICA	MANZANA/NARANJA	GALÓN	GRANEL
GEL ANTISEPTICO	BOUQUET/NARANJA	GALÓN	125 ml
CREOLINA TRIPLE		GALÓN	GRANEL
COLORO LÍQUIDO		GALÓN	GRANEL
LIMPIAVIDRIOS		GALÓN	GRANEL
CERA LÍQUIDA	LAVANDA	GALÓN	GRANEL
CERA PASTA		GALÓN	GRANEL
ANTISARRO		GALÓN	GRANEL

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Autor

**Tabla 5** Descripción otros Productos

<b>PRODUCTOS PARA LAVANDERIAS / HOSPITALES</b>	<b>PRODUCTOS PARA ESTACIONES DE SERVICIO</b>
<b>DETERGENTE EN POLVO</b>	<b>CHAMPÚ PARA AERONAVES</b>
<b>DETERGENTE LÍQUIDO</b>	<b>CHAMPÚ PARA AUTOS</b>
<b>COLOR BLANQUEADOR</b>	<b>DESENGRASANTE INDUSTRIAL</b>
<b>SUAVISANTE TÉXTIL</b>	<b>LIMPIAVIDRIOS ANTIEMPAÑANTE</b>
<b>BACTERICIDA PARA ROPA</b>	<b>CHAMPÚ PARA ALFOMBRAS</b>
<b>DETERGENTE PARA PUÑOS Y CUELLOS</b>	<b>SILICONA AUTOMOTRÍZ</b>
<b>OTROS:</b>	<b>AMBIENTALES</b>
<b>QUÍMICOS PARA TRATAMIENTO DE PISCINAS</b>	<b>CREMA PARA MECÁNICOS</b>
<b>GEL ANTISÉPTICO</b>	<b>ABRILLANTADOR DE LLANTAS</b>
	<b>CERA AUTOMOTRÍZ</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Autor

<b>MATERIALES</b>	<b>EQUIPOS DE LIMPIEZA</b>
<b>MOPAS HORIZONTALES INDUSTRIALES</b>	<b>DISPENSADORES DE JABÓN</b>
<b>MOPAS VERTICALES INDUSTRIALES</b>	<b>DISPENSADORES DE PAPEL</b>
<b>TRAPEADORES</b>	<b>AMBIENTADORES ELÉCTRICOS</b>
<b>ESCOBAS NORMALES Y PLÁSTICAS</b>	<b>PADS PARA LIMPIEZA DE PISOS</b>
<b>BASUREROS INDUSTRIALES</b>	<b>ESCURRIDORES DE PISO</b>
<b>BASUREROS DE OFICINA</b>	<b>EQUIPO PARA LIMPIAR VIDRIOS</b>
<b>PAÑOS DE MICROFIBRA</b>	<b>MOQUETAS DIELECTRICAS PARA PISO</b>
<b>REPUESTOS PARA AMBIENTALES</b>	
<b>PAPEL JUMBO</b>	
<b>MATERIALES DE SEGURIDAD INDUSTRIAL</b>	

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Autor

A partir de junio del 2014, debido a las restricciones a las importaciones de ciertos productos y regulaciones arancelarias para otros, por parte del Gobierno ecuatoriano, se ha presentado la oportunidad para Bioclean de adaptar su infraestructura para formular un champú para mascotas (perros) y aprovechar el mercado insatisfecho que este tipo de medidas han generado en el mercado nacional.

A continuación se presenta la fórmula de champú cosmético canino elaborado por la empresa BIOCLEAN y sus costos de producción para una cantidad estándar de 100 kg:

**Tabla 6** Fórmula Champú

	SHAMPOO PARA MASCOTAS	CANT	UNIDAD	PREC. UNIT	SUBTOTAL
1	LAURIL SULFATO DE SODIO	18,00	KG	2,40	43,20
2	DIETANOL AMIDA DE ACIDO GRASO DE COC	3,00	KG	3,60	10,80
3	BETAINA	3,00	KG	1,70	5,10
4	EDTA TETRASODICO	0,30	KG	4,68	1,40
5	METIL PARABENO	0,10	KG	5,00	0,50
6	PROPIl PARABENO	0,10	KG	5,00	0,50
7	cloruro de sodio	0,50	KG	0,50	0,25
8	ácido cítrico	0,10	KG	1,60	0,16
9	EXTRACTO DE ROMERO Y ALGODÓN	2,50	KG	25,00	62,50
10	PERFUME	1,00	KG	25,00	25,00
11	HIDROVITON	2,50	KG	25,00	62,50
12	INERTES	68,90	KG	0,03	2,20
13	COLORANTE	cspf			
	TOTAL DE INGREDIENTES			COSTO TOTAL	214,12

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Autor

**Tabla 7** Costo de Producto terminado

		PRESENTACION EQUIVALENTE A 100 KG DE PRODUCTO				
CANTIDAD		25	50	100	200	400
PRESENTACION		GL	1/2 GL	LT	1/2 LT	250 ML
COSTO TOTAL	214,12	8,56	4,28	2,14	1,07	0,54
ENVASE		0,50	0,60	0,30	0,21	0,180
ETIQUETA Y CARTON		0,20	0,20	0,20	0,2	0,20
SUBTOTAL UNIT		9,26	5,08	2,64	1,48	0,92
IVA		1,11	0,61	0,32	0,18	0,11
TOTAL UNITARIO		10,38	5,69	2,96	1,66	1,03

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Autor

### 3.1.2 Análisis Externo

#### 3.1.2.1 Análisis Macroambiente

Se analizarán los factores externos que afectan a Bioclean y un cambio en uno de ellos ocasionará consecuencias sobre la empresa. Generalmente estas fuerzas no pueden controlarse por los directivos de la organización. Está compuesto por las fuerzas que dan forma a las oportunidades o presentan una amenaza para la empresa. Estas fuerzas incluyen las demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, políticas y las culturales.

##### 3.1.2.1.1 Político

En diciembre del año 2013 el Gobierno Nacional a través del Comité de Comercio Exterior (COMEX), con el fin de controlar el nivel de importaciones en ciertos productos, emite la Resolución No. 116, esta disposición establece el control previo de importaciones para 293 partidas arancelarias (productos) y la obligatoriedad de presentar un certificado de

reconocimiento de calidad, del Instituto Nacional de Normalización (INEN), para poder desaduanizar.

Para la investigación se tomará en cuenta la subpartida arancelaria 3307909000 que comprende los productos cosméticos caninos (champú y acondicionador) que la empresa Bioclean desarrollará.

**Tabla 8** Restricción partida 3307909000

N°	SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN DE LA MERCADERÍA	INSTITUCIÓN	DOCUMENTO DE CONTROL	OBSERVACIONES
1	3307909000	LOS DEMÁS	INEN	Certificado de Reconocimiento	

**Fuente:** COMEX resolución 116

**Elaborado por:** Autor

A partir de esta resolución 116, los productos que no cumplen con las normas de calidad ya no pueden ser importados, existen 2 tipos de restricciones que se aplican a las importaciones:

### **Barreras Arancelarias**

El Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE), establece los tributos que se deben cancelar al momento de desaduanizar la mercancía que ingresa al país. La clasificación de los productos correspondientes a la Partida 3307909000 es:

### Gráfico 3 Restricciones SENA E

<b>Sección VI :</b>	PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS QUÍMICAS O DE LAS INDUSTRIAS CONEXAS
<b>Capítulo 33 :</b>	Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética
<b>Partida Sist. Armonizado 3307 :</b>	Preparaciones para afeitar o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño, depilatorios y demás preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética, no expresados ni comprendidos en otra parte; preparación
<b>SubPartida Sist. Armoniz. 330790 :</b>	- Los demás:
<b>SubPartida Regional 33079090 :</b>	- Los demás
<b>SubPartida Nacional 3307909000 :</b>	LOS DEMÁS
<b>Código Producto Comunitario (ARIAN) 3307909000-0000 :</b>	
<b>Código Producto Nacional (TNAN) 3307909000-0000-0001 :</b>	NO REQUIERE REGISTRO SANITARIO, PERFUMES P. ANIMALES

**Fuente:** SENA E

**Elaborado por:** autor

Cuando se realice una importación desde el extranjero, se deben pagar tributos al Comercio Exterior, para lo cual el SENA E expresa lo siguiente:

*“Para determinar el valor a pagar de tributos al comercio Exterior es necesario conocer la clasificación arancelaria del producto importado.*

*Los tributos al comercio exterior son derechos arancelarios, impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias y tasas por servicios aduaneros.*

- *AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías) Impuesto administrado por la Aduana del Ecuador. Porcentaje variable según el tipo de mercancía y se aplica sobre la suma del Costo, Seguro y Flete (base imponible de la Importación).*

- *FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia) Impuesto que administra el INFA. 0.5% se aplica sobre la base imponible de la Importación.*
- *ICE (Impuesto a los Consumos Especiales) Administrado por el SRI. Porcentaje variable según los bienes y servicios que se importen.*
- *IVA (Impuesto al Valor Agregado) Administrado por el SRI. Corresponde al 12% sobre: Base imponible + ADVALOREM + FODINFA + ICE” (Servicio de Aduana del Ecuador, 2015)*

**Tabla 9** Impuestos

SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN	TRIBUTO	FORMA DE APLICACIÓN DEL TRIBUTO	VALOR DEL TRIBUTO %
3307909000	LOS DEMÁS	ARANCEL ADVALOREM	BASE IMPONIBLE	20
		FODINFA	BASE IMPONIBLE	0.5
		IVA	BASE IMPONIBLE	12

Fuente: SENAE

Elaborado por: Autor

### **Barreras no arancelarias aplicadas al ingreso de mercaderías**

Según la Web de PROECUADOR, se encuentran las principales Barreras no Arancelarias aplicadas al momento del ingreso de mercancías o servicios al Ecuador, estas barreras son las siguientes:

- 1 *“DETERMINACIÓN DE PRECIOS.- Son precios mínimos y máximos que puede exigirse para el ingreso o egreso de cierto tipo de bienes para protección de una industria. Para las exportaciones de banano, café crudo o verde, tostado en grano, tostado molido, cáscara y cascarilla de café, cacao y subproductos, el Ministerio de Agricultura, Ganadería,*

*Acuicultura y Pesca y el Ministerio de Industrias y Competitividad, fijan los precios, y cuyos contratos de exportación deben someterse a estos ministerios.*

*Para las exportaciones de camarón, los precios son fijados por la Subsecretaria de Recursos Pesqueros.*

- 2 MEDIDAS COMPENSATORIAS.- Aquellas utilizadas con el fin de neutralizar cualquier subsidio concedido directa o indirectamente a la fabricación, producción o exportación de cualquier mercancía.*
- 3 EXIGENCIA DE PORCENTAJE DE CONTENIDO NACIONAL.- Licencia que se concede con la condición de que el producto que se exporte incluirá un determinado porcentaje de insumos nacionales.*
- 4 MERCANCÍAS DE PROHIBIDA IMPORTACIÓN.- Prohibición incondicional de importar cualquier tipo o clase de mercancías, sin mediar el país de origen.*
- 5 INSPECCIÓN PREVIA AL EMBARQUE.- Control obligatorio de la calidad, la cantidad y el precio de los productos antes de su embarque en el país exportador, efectuado por la agencia de inspección designada a este efecto por las autoridades del país importador.*
- 6 LICENCIAS AUTOMÁTICAS.- Aprobación sin reservas de las solicitudes de importación; a veces denominada licencia general, liberal o abierta.*
- 7 MEDIDAS CAMBIARIAS.- Prácticas de las autoridades monetarias o cambiarias, por las cuales se reglamenta el acceso al mercado cambiario para operaciones de importación.*
- 8 VALORES REFERENCIALES.- Para la fijación del precio de un producto, las autoridades del país de destino tienen en cuenta el precio interno; establecen un precio mínimo y otro máximo; o recurren a una determinada cotización del mercado internacional. Se utilizan*

*diversos términos, como precios oficiales, precios mínimos de importación, precios mínimos de exportación, precios básicos de importaciones o precios de base a la importación.*

9 *MEDIDAS FINANCIERAS.- Medidas oficiales por las cuales se determinan las condiciones de pago de las importaciones.*

10 *NORMAS TÉCNICAS Y REQUISITOS DE CALIDAD.- Reglamentos que establecen requisitos técnicos al producto, sea directamente, sea remitiendo una norma, o especificación técnica o código de conducta; con el objeto de proteger la vida o la salud de las personas, animales y plantas; para proteger el medio ambiente, la fauna y la flora silvestre, etc.*

11 *ETIQUETADO DE LA MERCANCÍA.- Disposiciones que regulan el tipo y tamaño de los signos que deben estamparse en los embalajes y las etiquetas, y detallan la información que puede o debe proporcionarse al consumidor.*

12 *REQUERIMIENTOS SANITARIOS.- Toda medida aplicada con el fin de proteger la salud y la vida de los animales; preservación de vegetales de los riesgos resultantes de la entrada o propagación de plagas; para proteger la vida y salud de las personas. Incluye medidas como autorizaciones previas, registros sanitarios, certificados sanitarios e inspecciones sanitarias.*

13 *RESTRICCIONES VOLUNTARIAS DE EXPORTACIÓN.- Es una cuota exigida por el país importador y aceptada por el país exportador con el fin de evitar otras restricciones comerciales.*

14 *MEDIDAS ANTIDUMPING.- Aquellas utilizadas con el fin de neutralizar el efecto de daño o amenaza de daño causado por la aplicación de prácticas dumping. Dumping, es una práctica desleal en el comercio que permite la introducción de productos extranjeros en el país a precios inferiores a su valor normal, causando o amenazando causar*

*perjuicios importantes a una producción existente en el Ecuador o retrasando la creación de otra.*

15 *AUTORIZACIONES O LICENCIAS PREVIAS.- Licencia de carácter discrecional que depende del criterio de la autoridad expedidora de turno y de acuerdo a la política de cada gobierno, es decir, son requisitos previos, que el importador o exportador debe cumplir antes de iniciar su trámite respectivo de aprobación de su permiso para importar o exportar sus productos, cuya desobediencia acarrea sanciones al infractor”. (Ministerio de Comercio Exterior, 2015)*

### **REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO RTE INEN 093**

El Reglamento Técnico Ecuatoriano 093 determina lo siguiente:

*“Mediante la Resolución No. 13-392, emitida el 12 de noviembre de 2013 la Subsecretaria de la Calidad, resuelve aprobar y con el carácter de OBLIGATORIO-EMERGENTE el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 093 referente a los requisitos que deben cumplir los productos cosméticos que se comercialicen en el país, tanto importados como los producidos localmente.*

#### *“PRODUCTOS COSMÉTICOS”*

##### *1. OBJETO*

*Este Reglamento Técnico establece los requisitos que deben cumplir los productos cosméticos, con la finalidad de proteger la vida, la salud y seguridad de las personas, el medio ambiente, así como evitar la realización de prácticas que puedan inducir a errores a los usuarios.*

*CAMPO DE APLICACIÓN*

**Tabla 10** Partidas sujetas al Reglamento Técnico Ecuatoriano 093

<b>Subpartida</b>	<b>Descripción de la Mercancía</b>	<b>Observaciones</b>
3303000000	PERFUMES Y AGUAS DE TOCADOR	
3304100000	PREPARACIONES PARA EL MAQUILLAJE DE LOS LABIOS	Excepto: preparaciones de belleza presentadas en gel inyectable, que contienen ácido hialurónico
3304200000	PREPARACIONES PARA EL MAQUILLAJE DE LOS OJOS	
3304300000	PREPARACIONES PARA MANICURAS O PEDICUROS	
3304910000	POLVOS, INCLUIDOS LOS COMPACTOS	
3305100000	CHAMPÚES	
3305200000	PREPARACIONES PARA ONDULACIÓN O DESRIZADO PERMANENTES	
3305300000	LACAS PARA EL CABELLO	
3305900000	LAS DEMÁS	
3306100000	DENTÍFRICOS	
3306900000	LOS DEMÁS	Solamente para enjuagues bucales no medicados
3307100000	PREPARACIONES PARA AFEITAR O PARA ANTES O DESPUÉS DEL AFEITADO	
3307200000	DESODORANTES CORPORALES Y ANTITRASPIRANTES	
3307300000	SALES PERFUMADAS Y DEMÁS PREPARACIONES PARA EL BAÑO	
<b>3307909000</b>	<b>LOS DEMÁS</b>	

**Fuente:** Reglamento Técnico Ecuatoriano 093

**Elaborado por:** autor

### **Análisis:**

Las barreras arancelarias son un mecanismo que el gobierno ecuatoriano ha planteado para proteger los productos de la industria nacional y disminuir las importaciones para equilibrar la balanza comercial, en la industria de los productos cosméticos el objetivo es reducir en un 25% la importación de estos productos, las medidas impuestas por el COMEX no afectan de forma directa al incremento de los impuestos para el ingreso al mercado ecuatoriano, se ha priorizado en las barreras no arancelarias donde se solicitan varios documentos que garanticen la calidad de los productos que ingresan al país.

En el caso de los productos cosméticos caninos se ha dispuesto cumplir con normas del INEN, específicamente la norma INEN 093 donde se solicita certificados de conformidad, requisitos de etiquetado y registros sanitarios que antes no eran requisitos para la importación de productos con la subpartida 3307909000, estas medidas son catalogadas como exigentes y muy restrictivas pero su objetivo es asegurar un producto de calidad para los consumidores. En los primeros meses de vigencia de las medidas impuestas, se han generado varios inconvenientes por parte de los importadores y productores nacionales por el desconocimiento de las normas que se deben cumplir.

Los importadores de productos cosméticos se han encontrado con varios problemas debido a las barreras no arancelarias impuestas para este tipo de productos, sus proveedores en el extranjero no cumplen con los requisitos necesarios para poder ingresar al mercado ecuatoriano y se han visto en la necesidad de buscar nuevas alternativas, una de ellas es la elaboración nacional de los productos cosméticos caninos

### 3.1.2.1.2 Económico

Para la investigación se analizarán las importaciones y exportaciones del Ecuador de los productos cosméticos caninos desde el 2012 hasta el 2014 tomando como referencia la subpartida 3307909000

#### Análisis importaciones año 2012

Unidad: miles Dólar EUA

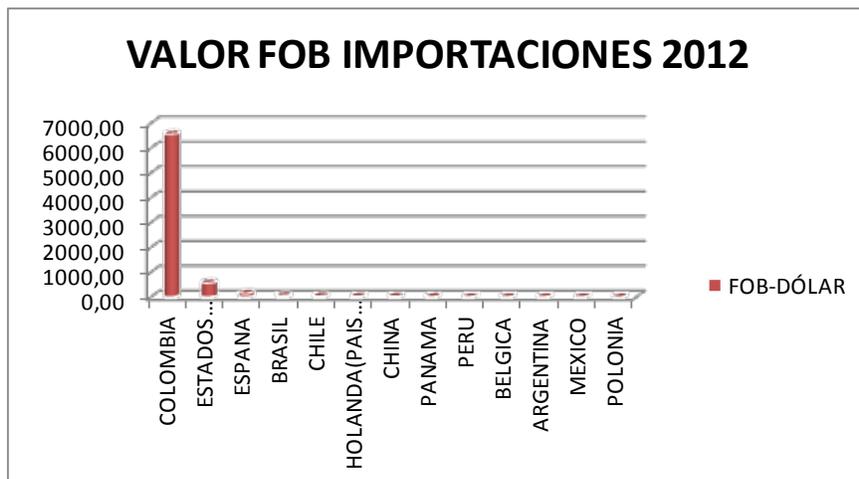
**Tabla 11** Importaciones 2012

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCIÓN NANDINA	PAÍS	TONELADAS	FOB - DÓLAR	CIF - DÓLAR	% / TOTAL FOB - DÓLAR
3307909000	LOS DEMÁS	<a href="#">COLOMBIA</a>	1,745.28	6,566.88	6,748.12	87.66
		<a href="#">ESTADOS UNIDOS</a>	28.12	568.80	593.26	7.60
		<a href="#">ESPANA</a>	9.99	150.12	158.06	2.01
		<a href="#">BRASIL</a>	6.06	57.66	74.09	0.77
		<a href="#">CHILE</a>	7.47	38.61	53.42	0.52
		<a href="#">HOLANDA(PAISES BAJOS)</a>	8.02	26.48	29.83	0.36
		<a href="#">CHINA</a>	3.07	25.49	26.70	0.35
		<a href="#">PANAMA</a>	3.31	16.21	16.81	0.22
		<a href="#">PERU</a>	3.15	12.27	14.55	0.17
		<a href="#">BELGICA</a>	2.85	10.04	11.57	0.14
		<a href="#">ARGENTINA</a>	0.75	9.57	12.26	0.13
		<a href="#">MEXICO</a>	2.99	9.28	9.98	0.13
		<a href="#">POLONIA</a>	0.02	0.07	0.08	0.01
<b>TOTAL GENERAL:</b>			<b>1,821.03</b>	<b>7,491.42</b>	<b>7,748.68</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autor

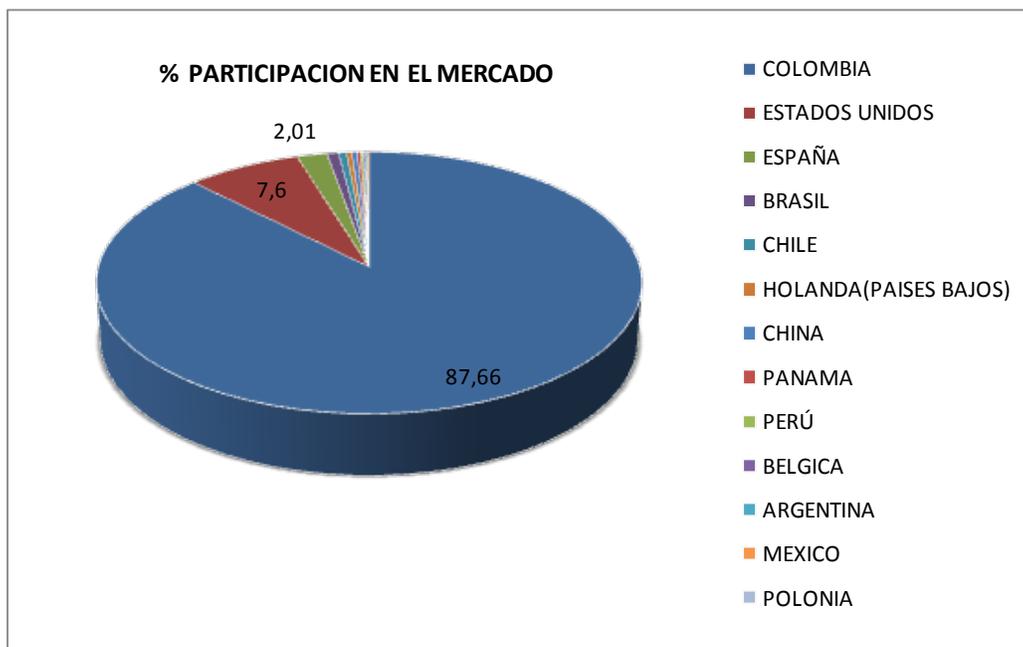
**Gráfico 4** Valor FOB Importaciones 2012



**Fuente:** Banco central

**Elaborado por:** autor

**Gráfico 5** Participación en el mercado 2012



**Fuente:** Banco Central

**Elaborado Por:** Autor

## EXPORTACIONES 2012

**Tabla 12** Exportaciones 2012

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCIÓN NANDINA	PAIS	TONELADAS	FOB - DÓLAR	% / TOTAL FOB - DÓLAR
3307909000	LOS DEMÁS	<a href="#">PERU</a>	78.35	279.46	64.29
		<a href="#">COLOMBIA</a>	14.34	51.57	11.87
		<a href="#">BOLIVIA</a>	12.67	46.57	10.72
		<a href="#">VENEZUELA</a>	4.49	35.08	8.07
		<a href="#">CUBA</a>	4.84	15.56	3.58
		<a href="#">PANAMA</a>	2.61	6.03	1.39
		<a href="#">ANTILLAS HOLANDESAS</a>	0.12	0.45	0.11
<b>TOTAL GENERAL:</b>			<b>117.39</b>	<b>434.68</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Autor

## COMPARACIÓN IMPORTACIONES-EXPORTACIONES 2012

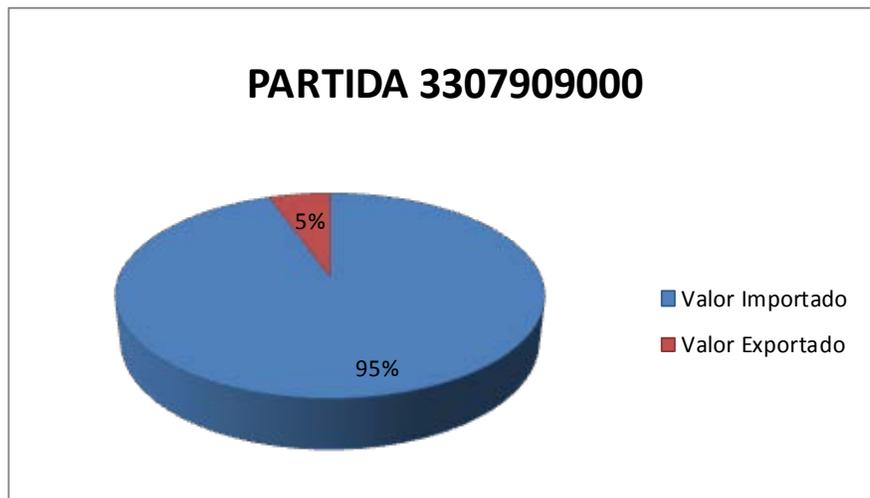
**Tabla 13** Comparación Importaciones-Exportaciones 2012

Valor Importado	<b>7491,42</b>
Valor Exportado	<b>434,68</b>
Déficit	-7056,74

**Fuente:** Banco Central

**Elaborado Por:** Autor

**Gráfico 6** Valor Comercializado 2012



**Fuente:** Banco Central

**Elaborado Por:** Autor

**Análisis:**

En el año 2012 se puede determinar que existe un gran déficit comercial con los productos cosméticos caninos en el Ecuador donde el 87,66% de las importaciones son provenientes de Colombia, debido a su cercanía geográfica y sus precios menores que los productos provenientes de otros países como EEUU, el champú colombiano comienza a ganar terreno en el mercado ecuatoriano, por otro lado las principales exportaciones de este tipo de productos se realizaron hacia Perú.

## Importaciones año 2013

Unidad: miles Dólar EUA

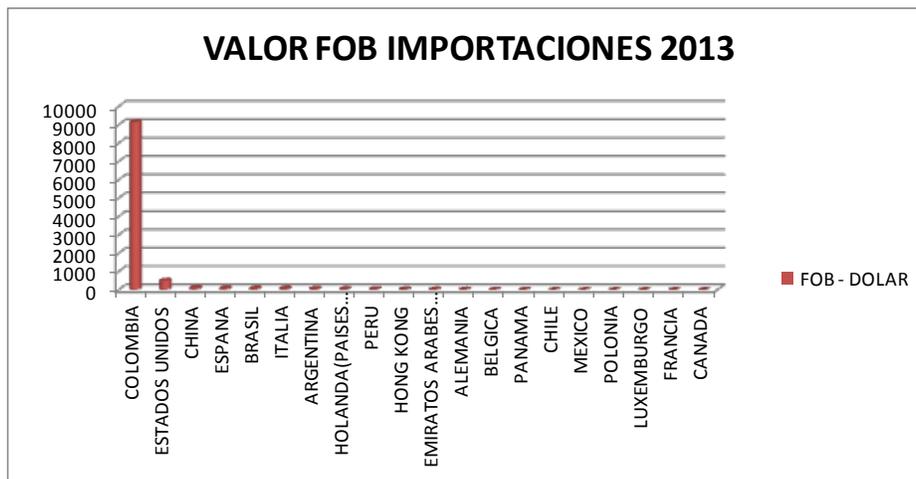
**Tabla 14** Importaciones 2013

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCIÓN NANDINA	PAÍS	TONELADAS	FOB - DÓLAR	CIF - DÓLAR	% / TOTAL FOB - DÓLAR
3307909000	LOS DEMÁS	<a href="#">COLOMBIA</a>	2,953.49	9,147.63	9,421.60	89.67
		<a href="#">ESTADOS UNIDOS</a>	68.05	495.32	527.29	4.86
		<a href="#">CHINA</a>	36.74	102.91	110.27	1.01
		<a href="#">ESPANA</a>	5.15	79.03	82.29	0.78
		<a href="#">BRASIL</a>	4.13	74.19	80.19	0.73
		<a href="#">ITALIA</a>	6.80	71.24	75.04	0.70
		<a href="#">ARGENTINA</a>	5.51	51.26	54.62	0.51
		<a href="#">HOLANDA(PAISES BAJOS)</a>	12.48	41.18	45.79	0.41
		<a href="#">PERU</a>	8.51	36.69	37.84	0.36
		<a href="#">HONG KONG</a>	14.00	31.08	34.12	0.31
		<a href="#">EMIRATOS ARABES UNIDOS</a>	3.96	20.05	23.92	0.20
		<a href="#">ALEMANIA</a>	5.12	15.79	18.02	0.16
		<a href="#">BELGICA</a>	3.41	12.65	14.58	0.13
		<a href="#">PANAMA</a>	0.67	10.37	10.50	0.11
		<a href="#">CHILE</a>	0.73	4.66	4.99	0.05
		<a href="#">MEXICO</a>	0.08	3.40	3.50	0.04
		<a href="#">POLONIA</a>	0.29	3.09	4.70	0.04
		<a href="#">LUXEMBURGO</a>	0.15	1.86	2.85	0.02
		<a href="#">FRANCIA</a>	0.01	0.06	0.08	0.01
		<a href="#">CANADA</a>	0.01	0.02	0.02	0.01
<b>TOTAL GENERAL:</b>			<b>3,129.21</b>	<b>10,202.39</b>	<b>10,552.13</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autor

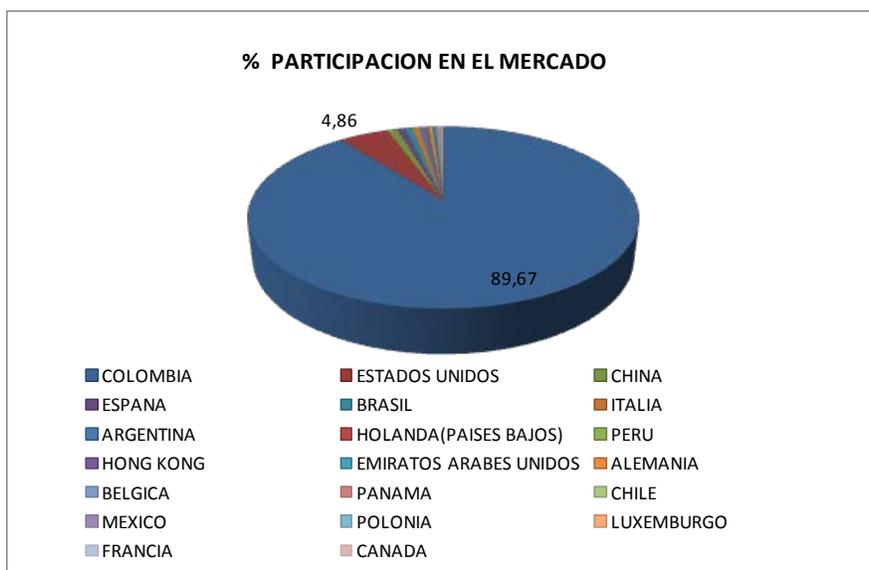
**Gráfico 7** Valor FOB Importaciones 2013



**Fuente:** Banco Central

**Elaborado Por:** Autor

**Gráfico 8** Participación en el mercado 2013



**Fuente:** Banco Central

**Elaborado Por:** Autor

## Exportaciones años 2013

**Tabla 15** Exportaciones 2013

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	PAIS	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
3307909000	LOS DEMÁS	<a href="#">PERU</a>	61.77	236.37	67.92
		<a href="#">BOLIVIA</a>	25.98	101.68	29.22
		<a href="#">COLOMBIA</a>	0.49	4.26	1.23
		<a href="#">PANAMA</a>	1.29	3.21	0.93
		<a href="#">ANTILLAS HOLANDESAS</a>	0.66	2.19	0.63
		<a href="#">COSTA RICA</a>	0.07	0.32	0.10
		<a href="#">CUBA</a>	0.04	0.05	0.02
<b>TOTAL GENERAL:</b>			<b>90.27</b>	<b>348.06</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autor

## COMPARACIÓN IMPORTACIONES-EXPORTACIONES 2013

**Tabla 16** Comparación Importaciones-Exportaciones 2013

VALOR IMPORTADO	10202,39
VALOR EXPORTADO	348,06
DEFICIT	-9854,33

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autor

**Gráfico 9** Valor Comercializado 2013



**Fuente:** Banco Central

**Elaborado Por:** Autor

### **Análisis:**

En el año 2013 el déficit comercial de los productos cosméticos caninos en el Ecuador aumentó en forma considerable con respecto al año pasado, alcanzando un valor de -9854,33. La participación de los productos colombianos importados aumentó representado un 89,67% del mercado ecuatoriano, esto se debe a que sus productos son de menor precio que la competencia y su calidad es mayor que los productos de la industria nacional.

## Importaciones año 2014

Unidad: miles Dólar EUA

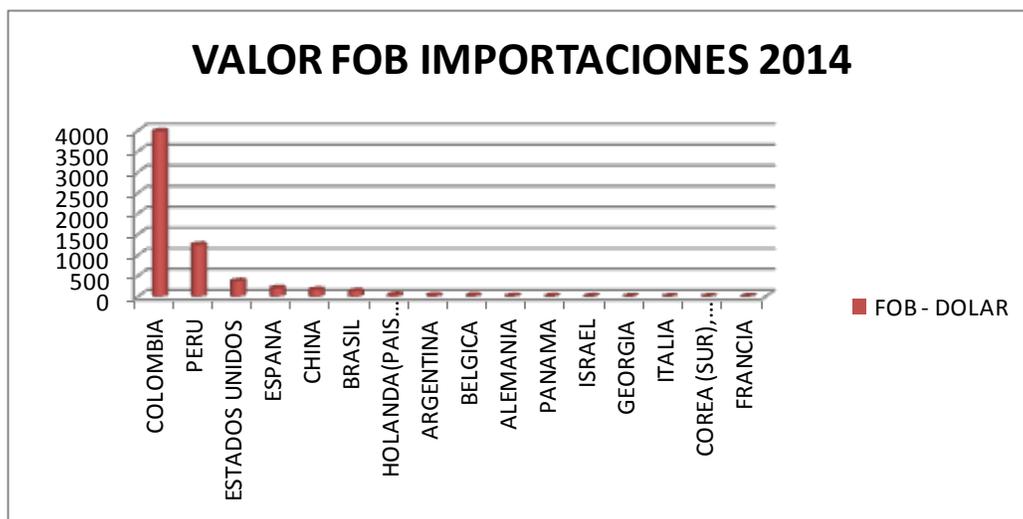
**Tabla 17** Importaciones 2014

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	PAIS	TONELADAS	FOB - DOLAR	CIF - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
3307909000	LOS DEMÁS	<a href="#">COLOMBIA</a>	1,125.62	3,980.19	4,063.42	64.22
		<a href="#">PERU</a>	27.55	1,243.49	1,243.96	20.07
		<a href="#">ESTADOS UNIDOS</a>	33.21	366.83	380.88	5.92
		<a href="#">ESPANA</a>	14.19	200.11	207.65	3.23
		<a href="#">CHINA</a>	79.15	158.46	172.03	2.56
		<a href="#">BRASIL</a>	1.99	129.24	131.75	2.09
		<a href="#">HOLANDA(PAISES BAJOS)</a>	11.82	42.05	52.73	0.68
		<a href="#">ARGENTINA</a>	2.85	26.74	29.34	0.44
		<a href="#">BELGICA</a>	7.88	25.97	31.53	0.42
		<a href="#">ALEMANIA</a>	1.69	8.20	9.36	0.14
		<a href="#">PANAMA</a>	0.46	7.12	7.25	0.12
		<a href="#">ISRAEL</a>	0.21	5.38	7.72	0.09
		<a href="#">GEORGIA</a>	0.29	2.01	2.16	0.04
		<a href="#">ITALIA</a>	0.39	1.54	1.68	0.03
		<a href="#">COREA (SUR). REPUBLICA DE</a>	0.06	0.80	0.85	0.02
		<a href="#">FRANCIA</a>	0.02	0.27	0.28	0.01
<b>TOTAL GENERAL:</b>			<b>1,307.30</b>	<b>6,198.34</b>	<b>6,342.51</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Investigación directa

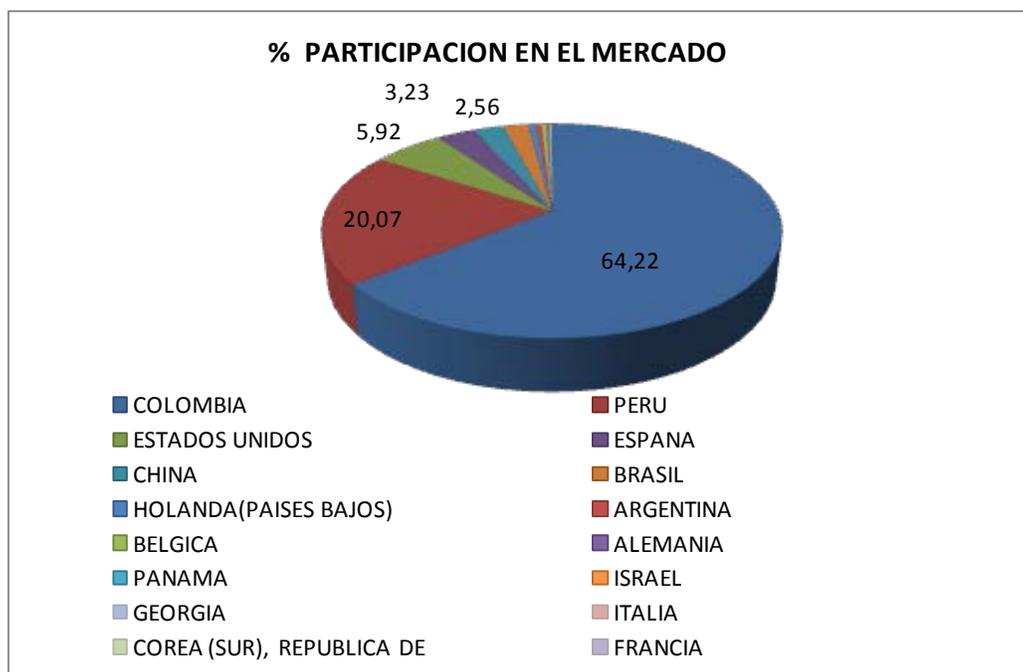
**Elaborado por:** Autor

**Gráfico 10** Valor FOB Importaciones 2014



**Fuente:** Banco Central  
**Elaborado Por:** Autor

**Gráfico 11** Participación en el mercado 2014



**Fuente:** Banco Central  
**Elaborado Por:** Autor

## Exportaciones 2014

**Tabla 18** Exportaciones 2014

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	PAIS	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
3307909000	LOS DEMÁS	<a href="#">PERU</a>	11.76	44.34	39.46
		<a href="#">BOLIVIA</a>	8.43	33.60	29.91
		<a href="#">CUBA</a>	4.63	28.06	24.98
		<a href="#">PANAMA</a>	2.55	4.76	4.24
		<a href="#">COSTA RICA</a>	0.38	1.60	1.43
		<a href="#">COLOMBIA</a>	0.01	0.01	0.01
<b>TOTAL GENERAL:</b>			<b>27.73</b>	<b>112.36</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autor

## COMPARACIÓN IMPORTACIONES-EXPORTACIONES 2014

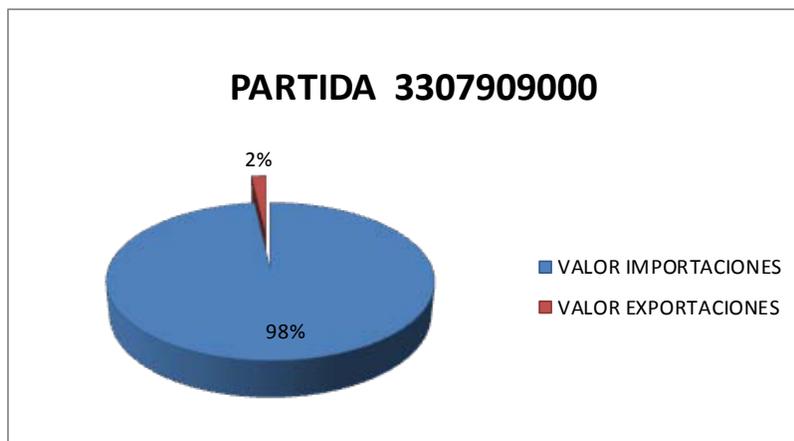
**Tabla 19** Comparación Importaciones-Exportaciones 2014

VALOR IMPORTACIONES	6198,34
VALOR EXPORTACIONES	112,36
DEFICIT	-6085,98

Fuente: Banco Central

Elaborado Por: Autor

**Gráfico 12** Valor Comercializado 2014



**Fuente:** Banco Central

**Elaborado Por:** Autor

### **Análisis:**

En el año 2014 la importación de productos cosméticos caninos en el Ecuador disminuyó de manera drástica con respecto a los años pasados, alcanzando un valor de \$ 6198,34, es decir, se ha disminuido en un 39,24% con respecto al año 2013, esto se debe a las restricciones impuestas por parte del gobierno ecuatoriano a la importación de este tipo de productos. Los productos colombianos siguen liderando el mercado de productos importados en el mercado nacional, sin embargo, su participación disminuyó alcanzando el 64,22%. En este año aumentó la importación de productos peruanos que lograron una participación del 20,07%.

## Tasa de Variación Importaciones

**Tabla 20** Variación Importaciones

PERÍODO	IMPORTACIÓN PRODUCTOS COSMÉTICOS CANINOS	TASA DE VARIACIÓN
2012	7.491.420	
2013	10.202.390	36,188
2014	6.198.340	-39,246

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado Por:** Autor

### **Análisis:**

Según las tasas de variación podemos evidenciar que en el año 2013 se produce un aumento del 36,18 % en las importaciones de productos cosméticos caninos, esto se debe al cambio en la cultura ecuatoriana donde se comienza a dar mayor prioridad a sus mascotas y aumenta la necesidad de adquirir productos cosméticos para satisfacer sus necesidades. A partir del año 2014 se enfrenta una caída del 39,24% en las importaciones de este tipo de productos, este fenómeno se produce como resultado de las medidas impuestas por el gobierno y especialmente por el COMEX para impedir el ingreso de productos extranjeros al mercado ecuatoriano y de esta manera impulsar el desarrollo de la industria nacional.

### **3.1.2.1.3 Social**

En el Ecuador habitan 14, 306,876 personas, según datos del Censo de Población y Vivienda realizado en el 2010. El país se considera multiétnico y pluricultural debido a la existencia de diversas razas y culturas que mantienen sus rasgos históricamente culturales y se encuentran asentados en tres regiones del país.(INEC , 2014)

Según informe del instituto nacional de estadísticas y censos se determina que, el 75% de la población general del país reside en los centros urbanos y el 25% vive en la parte rural. La población en su mayoría se encuentra concentrada en la región Costa y Sierra.

Pichincha tiene una población total de 2.576.287, lo que representa un mercado estratégico teniendo en cuenta que existen tres ciudades importantes para el comercio ecuatoriano Guayaquil, Quito y Cuenca.

La población en edad de trabajar (PET) a nivel nacional es de 11,2 millones de personas; en el área urbana es de 7,7 millones de personas (69% de la PET total), y de 3,4 millones de personas en el área rural (el restante 31%). La población económicamente activa (PEA) a nivel nacional es de 7,2 millones de personas; en el área urbana es de 4,9 millones de personas (68% de la PEA total), y en el área rural es de 2,3 millones de personas (el 32% restante) En Quito la población en edad de trabajar PET es de 1,3 millones y la PEA es de 842 mil personas.(INEC, 2014)

En la distribución de ingresos del Ecuador existe un cambio progresivo a favor de las clases medias y sectores más vulnerables, para la Revolución Ciudadana este es el indicador más importante de su gestión y los logros que se han conseguido a través del combate a la pobreza son positivos. El país evidencia una considerable reducción de la pobreza y mejores condiciones de vida en sus habitantes.

Sobre la calidad de fuerza de trabajo en Ecuador, se reflejan mejoras al eliminar la tercerización, al existir la penalización de la no afiliación por parte del empleador, la afiliación obligatoria al trabajo doméstico y medidas laborales que se toman en el sector público. Aumenta “de manera modesta” la formalidad en el trabajo, puesto que sigue un área del mercado laboral informal y desprotegido, indica(Ubasart, 2014).

#### 3.1.2.1.4 Tecnológico

La ideología del gobierno de la revolución ciudadana promueve que la innovación, la ciencia y la tecnología son los ejes movilizados de las nuevas ciudades planificadas que buscan generar conocimiento del más alto nivel y fortalecer las capacidades en ámbitos técnicos y de inserción del mercado.(Presidencia República del Ecuador, 2013)Ecuador se encuentra en la tarea de migrar de una economía primario exportadora a un modelo que añada valor agregado a sus productos impulsa el avance tecnológico, a través, de Yachay, la ciudad del conocimiento.

Los sectores público y privado vienen desarrollando la ciencia y la tecnología a diferentes niveles. Esos campos son claves para promover otro tipo de economía basada en el conocimiento y en el valor agregado que provee el talento humano. La estrategia de cambio de la matriz productiva tiene como eje principal el conocimiento, la innovación, la ciencia y la tecnología. Tradicionalmente estas áreas han recibido una baja e insuficiente inversión para su desarrollo. Según la encuesta del INEC y Senescyt, en el sector de servicios se encuentra el mayor número de empresas consideradas innovadoras 27,7%, seguidos por manufactura 20,31%. En el comercio 9,72% y minas y canteras 1,15% está el menor número de negocios innovadores(Invención e innovación ganan terreno en el Ecuador, 2014)

*“El tema de la innovación está directamente relacionado con el crecimiento económico de un país o una empresa, pero va más allá de las utilidades prácticas. “El fin último de la innovación no debe ser la maximización de utilidades sino generar una economía que permita satisfacer necesidades, garantizar derechos y potenciar capacidades individuales, colectivas y territoriales”,(Ramírez, 2014)*

La industria de productos cosméticos en el Ecuador ha firmado un acuerdo con el gobierno, para reducir la importación de productos en un 25% y su compromiso por elaborarlos

nacionalmente. En este convenio se estableció un compromiso, por parte del Mipro, de iniciar un trabajo en equipo con el sector, en temas como la identificación de obstáculos para el desarrollo de la industria, incentivos, capacitación, buenas prácticas de manufactura y otros aspectos, inherentes a la industria local, para ello el gobierno apoya a este sector productivo mediante el financiamiento para su desarrollo. Su principal inversión es en tecnología para adquirir maquinarias y cambiar sus procesos productivos, por tal motivo la industria de productos cosméticos se encuentra en un momento trascendental (León, 2014)

## **3.2 Presentación y análisis de resultados**

### **3.2.1 Análisis de Encuestas**

La investigación de mercado es una herramienta indispensable para el presente análisis, con su ayuda se determinaron factores claves para el proyecto de la empresa Bioclean como la demanda de los productos cosméticos caninos en la ciudad de Quito y de esta manera planificar su producción. Esta herramienta permitirá conocer qué empresas son la principal competencia y de qué manera las restricciones a la importación de productos cosméticos caninos han afectado a los consumidores.

Para el proyecto de elaboración de productos cosméticos caninos se ha tomado en cuenta como principal cliente a las clínicas veterinarias, la razón principal es debido a que en estos establecimientos se encuentra un médico veterinario especialista que examina los productos que posteriormente se utilizarán en el tratamiento cosmético canino y al comprobar la calidad del producto después de usarlo, lo recomendará con todos sus clientes, creando un marketing boca a boca, donde la palabra del especialista tiene un gran valor.

La población representa 92 clínicas veterinarias

Para realizar el cálculo de muestra se utilizó la siguiente fórmula:

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

En donde:

N: Tamaño de la Población

$\sigma$ : Desviación Estándar

Z: Nivel de Confianza

e: Error Muestral

n: Tamaño de la Muestra

<b>E =</b>	<b>7,00%</b>	
<b>E<sup>2</sup> =</b>	<b>0,49%</b>	
<b>N =</b>	<b>92</b>	
<b><math>\alpha</math> =</b>	<b>95,00%</b>	
<b>Z=</b>	<b>1,96</b>	
<b>p =</b>	<b>50,00%</b>	
<b>q =</b>	<b>50,00%</b>	
<b>n =</b>	<b>63 ENCUESTAS</b>	

Aplicando la fórmula para el cálculo del Tamaño Muestral, obtenemos que el mismo es de: 63 clínicas veterinarias a las que se les aplicará la encuesta, sin embargo, para lograr una buena investigación y contar con datos más confiables se realizará la encuesta a las 92 clínicas veterinarias.

A continuación se presentan los resultados de las encuestas realizadas a las principales clínicas veterinarias de la ciudad de Quito:

**1.- ¿USTED UTILIZA PRODUCTOS COSMÉTICOS CANINOS (CHAMPÚ) EN SU NEGOCIO? SI SU RESPUESTA ES “NO” TERMINA LA ENCUESTA**

SI

NO

**Tabla 21** Pregunta 1

RESULTADO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	75	88%
NO	10	12%
<b>TOTAL</b>	85	100%

**Elaboración:** Autor

**Fuente:** Investigación de campo

**Gráfico 13** Pregunta 1



**Elaboración:** Autor

**Fuente:** Investigación de campo

**Análisis:**

Se puede determinar que el 88% de las clínicas veterinarias de la ciudad de Quito utilizan champú como tratamiento cosmético en su negocio, por tal motivo las siguientes preguntas serán enfocadas a este grupo de 75 clínicas veterinarias.

## 2-¿QUÉ TIPO DE CHAMPÚ UTILIZA EN SU NEGOCIO?

NACIONAL

EXTRANJERO

**Tabla 22** Pregunta 2

RESULTADO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NACIONAL	48	64%
EXTRANJERO	27	36%
<b>TOTAL</b>	75	100%

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

**Gráfico 14** Pregunta 2



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

### Análisis:

En esta pregunta se evidencia que entre las clínicas veterinarias existe una tendencia por consumir el producto nacional mientras tanto los productos importados representan el menor proporción los productos cosméticos caninos utilizado.

3.- ¿A QUÉ EMPRESA COMPRA SUS PRODUCTOS? MARCA/NOMBRE PROVEEDOR?

**Tabla 23** Productos Nacionales

NACIONAL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LABORATORIOS FARMAVITAL	2	3,6%
PELUCHÍN	1	1,8%
FARBIOVET-TOTOPET	14	25,5%
PET FRIENDS	1	1,8%
CCLABS - FRAGRANCE PET	7	12,7%
ANIMAL HELP	1	1,8%
FOVOTEX	1	1,8%
PROVET AGRO	1	1,8%
PARDUS LAB	3	5,5%
MV DISTRIBUIDORES	4	7,3%
ECUAQUIMICA	2	3,6%
KANCELUS	1	1,8%
OZZ LIMPIO	1	1,8%
ALMES BROWN	1	1,8%
BURBUJAS	1	1,8%
PROGRANADES	2	3,6%
REY CLEAN	1	1,8%
SHOWER DOG	3	5,5%
ASUNTOL	1	1,8%
TECNOQUIMICOS	2	3,6%
KANGELUS	1	1,8%
CARICIAS	1	1,8%
SICOR	1	1,8%
VIRBAG	1	1,8%
ESPLEND	1	1,8%
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

**Gráfico 15** Productos Nacionales



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

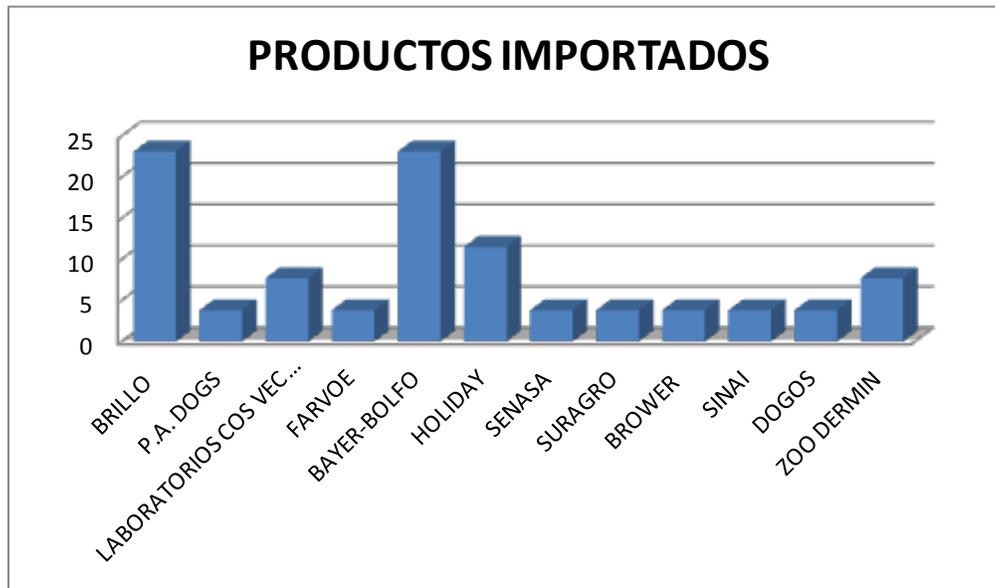
**Tabla 24** Productos Importados

IMPORTADO	CANTIDAD	PORCENTAJE
BRILLO	6	23,1%
P.A. DOGS	1	3,8%
LABORATORIOS COS VEC - CECELAX	2	7,7%
FARVOE	1	3,8%
BAYER-BOLFO	6	23,1%
HOLIDAY	3	11,5%
SENASA	1	3,8%
SURAGRO	1	3,8%
BROWER	1	3,8%
SINAI	1	3,8%
DOGOS	1	3,8%
ZOO DERMIN	2	7,7%
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

**Gráfico 16** Productos Importados



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

### **Análisis:**

Se logró identificar los principales proveedores nacionales y extranjeros de los productos cosméticos caninos (champú) para las clínicas veterinarias de Quito, como se puede observar en la pregunta 2 la tendencia se inclina hacia el consumo de productos nacionales por tal motivo existe mayor cantidad de proveedores en comparación a los productos importados.

El principal proveedor nacional es FARBIOVET con su producto TOTOPET que actualmente lidera el mercado de productos cosméticos caninos, en segundo lugar se encuentra la empresa Ambateña CCLABS con su producto FRAGRANCE PET.

Mientras los productos importados se encuentran representados por la empresa colombiana BRILLO y la empresa BAYER con su champú BOLFO.

#### 4.- ¿QUÉ CUALIDAD APRECIA DE UN PRODUCTO?

CALIDAD

PRECIO

**Tabla 25** Pregunta 4

RESULTADO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CALIDAD	66	88%
PRECIO	9	12%
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

**Gráfico 17** Pregunta 4



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

#### **Análisis:**

Los resultados de esta pregunta permiten determinar las preferencias de los consumidores de productos cosméticos caninos (champú) La respuesta de 66 personas de las clínicas veterinarias de Quito consideran que la cualidad importante es la calidad y según sus comentarios el precio pasa a segundo plano siempre y cuando los productos cumplan con los estándares necesarios para lograr un buen tratamiento canino. El negocio de ese tipo de tratamientos es

especial debido a que los dueños de las mascotas siempre buscan los mejores productos para sus perros y si logran satisfacer sus necesidades no es inconveniente el precio que deban pagar.

5.- ¿QUÉ CANTIDAD DE CHAMPÚ COMPRA MENSUALMENTE Y EN QUÉ PRESENTACIÓN?

LITROS  GALONES  OTROS

CANTIDAD

---

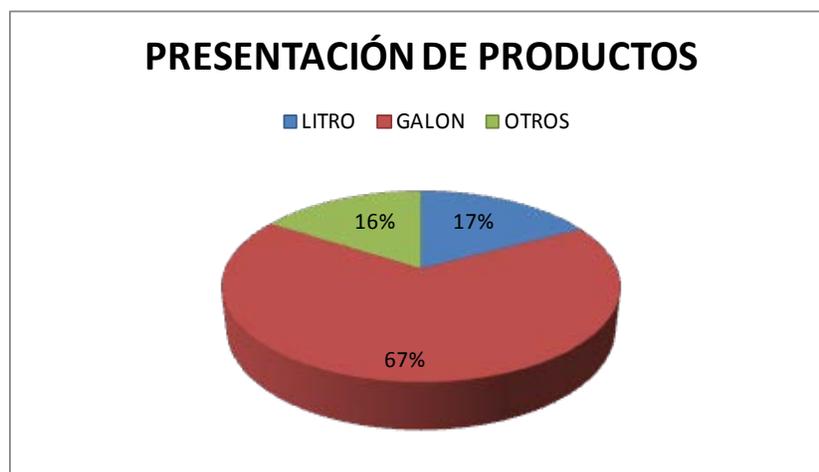
Tabla 26 Pregunta 5

RESULTADO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LITROS	13	17%
GALONES	50	67%
OTROS	12	16%
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Gráfico 18 Pregunta 5



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

**Análisis:**

Como se puede determinar la presentación en la cual las clínicas veterinarias consumen el champú cosmético canino en mayoría es el galón, según las encuestas realizadas las clínicas prefieren comprar el champú en galones, seguido por la presentación de litros y un pequeño porcentaje prefiere otras presentaciones que se detallan a continuación:

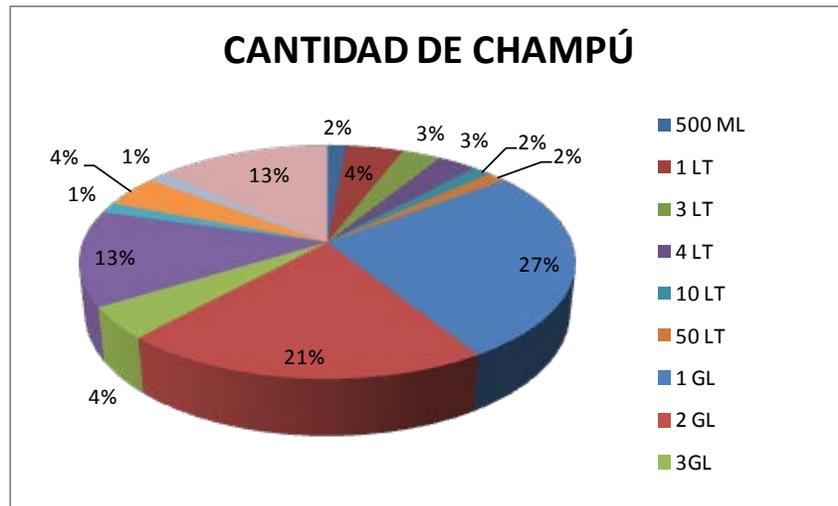
**Tabla 27** Presentación Productos

PRESENTACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
250 ML	7	9,3%
500 ML	1	1,3%
1 LT	3	4%
3 LT	2	2,7%
4 LT	2	2,7%
10 LT	1	1,3%
50 LT	1	1,3%
1 GL	18	24 %
2 GL	14	18,7%
3GL	3	4%
4 GL	9	12%
5 GL	1	1,3%
6 GL	3	4%
12 GL	1	1,3%
1 CANECA (5GL)	9	12%
TOTAL	75	100%

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

Gráfico 19 Cantidad Champú



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Con este gráfico se determina que la mayor cantidad de champú que compran las clínicas veterinarias es de 1 galón mensual, seguido por 2 galones y en tercer lugar las clínicas compra una caneca de 5 galones mensualmente.

6.- ¿CÚAL ES EL PRECIO PROMEDIO DE LA UNIDAD DE VOLUMEN QUE ACTUALMENTE COMPRA?

**Tabla 28** Pregunta 6

PRECIO	CANTIDAD
\$ 4	1
\$ 8	1
\$ 10	6
\$ 12	7
\$ 15	7
\$ 17	1
\$ 18	8
\$ 20	4
\$ 21	1
\$ 24	3
\$ 25	5
\$ 26	1
\$ 27	2
\$ 28	1
\$ 30	5
\$ 32	1
\$ 35	1
\$ 37	2
\$ 38	1
\$ 40	7
\$ 45	2
\$ 48	3
\$ 50	3
\$ 56	1
\$ 75	1
TOTAL	75

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

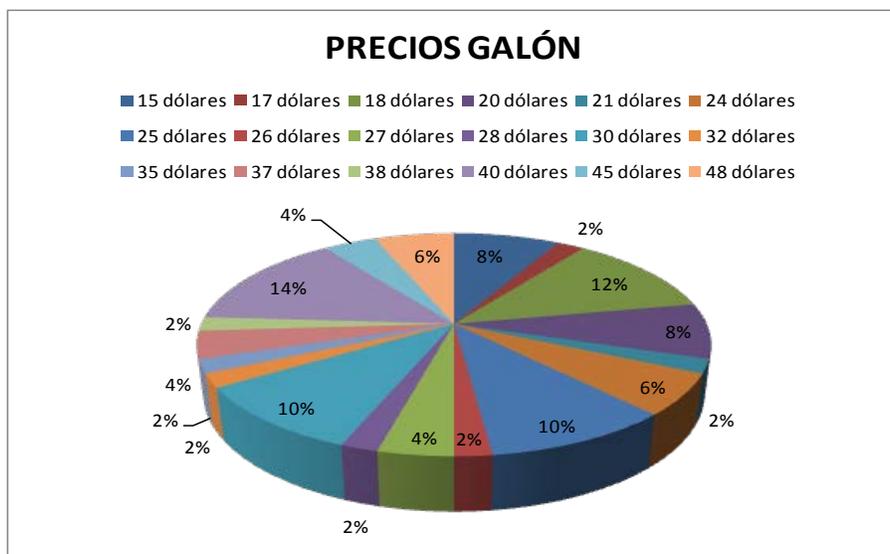
**Tabla 29** Precios Galones

RESULTADO	FRECUENCIA	PORCENTAJE2
\$ 15	4	8
\$ 17	1	2
\$ 18	6	12
\$ 20	4	8
\$ 21	1	2
\$ 24	3	6
\$ 25	5	10
\$ 26	1	2
\$ 27	2	4
\$ 28	1	2
\$ 30	5	10
\$ 32	1	2
\$ 35	1	2
\$ 37	2	4
\$ 38	1	2
\$ 40	7	14
\$ 45	2	4
\$ 48	3	6
TOTAL	50	100

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

**Gráfico 20** Precio Galones



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

**Análisis:**

Con los resultados de esta pregunta se puede determinar que el precio promedio de los galones que la mayoría de clínicas veterinarias pagan por sus productos es de \$40 seguido por el precio de \$18 y \$30.

**7.- ¿QUÉ TIPO DE FRAGANCIAS PREFIERE PARA SU CHAMPÚ?**

VAINILLA	<input type="checkbox"/>	MANGO	<input type="checkbox"/>
UVA	<input type="checkbox"/>	TÉ VERDE	<input type="checkbox"/>
MARACUYÁ	<input type="checkbox"/>	CHOCOLATE	<input type="checkbox"/>
OTROS	<hr/>		

**Tabla 30** Pregunta 7

RESULTADO	FRECUENCIA	PORCETAJE
VAINILLA	36	35,64%
UVA	9	8,91%
MARACUYA	17	16,83%
MANGO	4	3,96%
TE VERDE	10	9,90%
CHOCOLATE	8	7,92%
OTROS	17	16,83%
TOTAL	101	100%

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

**Gráfico 21** Pregunta 7



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

**Tabla 31** Otras Fragancias

RESULTADO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BEBÉ	4	22,2%
FRUTALES	1	5,6%
FLORAL	2	11,1%
SIN FRAGANCIA	4	22,2%
MANZANILLA	5	27,8%
SANDIA	1	5,6%
ALOE VERA	1	5,6%
TOTAL	18	100%

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

**Gráfico 22** Otras Fragancias



**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** Autor

### **Análisis:**

Los resultados de esta pregunta determina el tipo de fragancia que las clínicas veterinarias prefieren para su champú cosmético canino, donde Vainilla es la más solicitada con 36 respuestas, seguidas por Maracuyá y otras con 17 respuestas cada una.

Dentro de la opción de otras fragancias los consumidores prefieren la manzanilla, el aroma a bebé y el champú sin fragancia porque algunos perros son alérgicos a los olores fuertes y les pueden provocar problemas en su salud especialmente las vías respiratorias, según los comentarios de algunos médicos especialistas

**8.- ¿SE ENCUENTRA CONFORME CON EL PRODUCTO QUE UTILIZA ACTUALMENTE?**

SI

NO

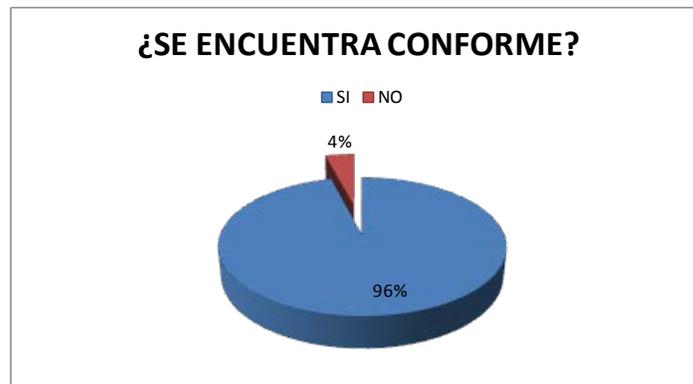
**Tabla 32** Pregunta 8

RESULTADO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	72	96%
NO	3	4%
TOTAL	75	100%

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

**Gráfico 23** Pregunta 8



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

**Análisis:**

Esta pregunta refleja que la mayoría de las clínicas veterinarias que consumen champú cosmético canino nacional o importado, se encuentran conformes con el producto que actualmente usan para sus tratamientos cosméticos caninos.

**9.- ¿EN QUÉ FORMA HAN AFECTADO LAS RESTRICCIONES A LA IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS COSMÉTICOS CANINOS A SU NEGOCIO?**

- PROBLEMAS DE ABASTECIMIENTO (ESCASEZ)  DISMINUCIÓN CALIDAD DEL PRODUCTO
- AUMENTO DEL PRECIO DEL PRODUCTO  BUSQUEDA DE NUEVOS PROVEEDORES
- NO AFECTA DE NINGUNA MANERA

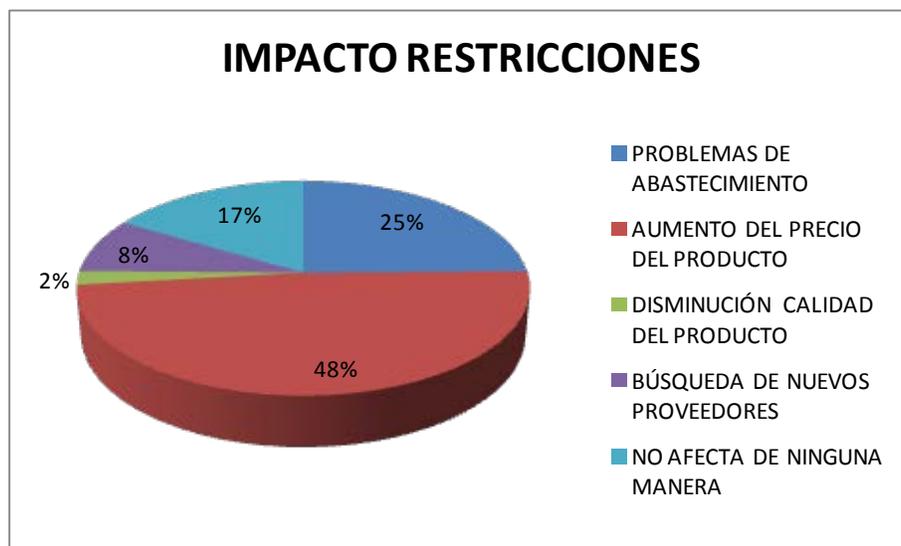
**Tabla 33** Pregunta 9

RESULTADO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PROBLEMAS DE ABASTECIMIENTO	24	24,74%
AUMENTO DEL PRECIO DEL PRODUCTO	47	48,45%
DISMINUCIÓN CALIDAD DEL PRODUCTO	2	2,06%
BÚSQUEDA DE NUEVOS PROVEEDORES	8	8,25%
NO AFECTA DE NINGUNA MANERA	16	16,49%
<b>TOTAL</b>	<b>97</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

**Gráfico 24** Pregunta 9



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

**Análisis:**

Al analizar el impacto de las restricciones a la importación de productos cosméticos caninos, se pueden identificar que el aumento de precios es el principal efecto que se ha podido determinar en el negocio de las clínicas veterinarias y como lo explican sus propietarios no sólo afecta a los productos importados, ya que al existir restricciones los productores nacionales aprovechan para aumentar el precio sin ningún sustento y a su vez especular con los productos, lo cual conlleva a la segunda repercusión que refleja la investigación y se trata de los problemas de abastecimiento, los consumidores han tenido que esperar algunos días hasta semanas para poder disponer de sus productos y en algunos casos han sido obligados a buscar nuevos proveedores.

**10.-A PARTE DEL CHAMPÚ ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES PRODUCTOS UTILIZA EN SU TRATAMIENTO COSMÉTICO CANINO?**

ACONDICIONADOR CAPILAR	<input type="checkbox"/>	SILICONA VEGETAL	<input type="checkbox"/>
MASCARILLA HIDRANTE	<input type="checkbox"/>	BODY SPLASH (PERFUME)	<input type="checkbox"/>
DESENGRASANTE PARA EXTREMIDADES	<input type="checkbox"/>	GEL PARA OIDOS	<input type="checkbox"/>

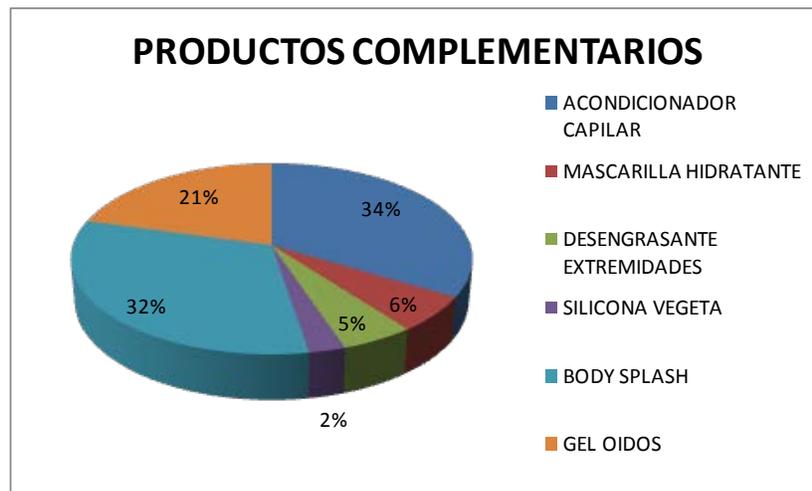
**Tabla 34** Pregunta 10

RESULTADOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ACONDICIONADOR CAPILAR	39	33,62%
MASCARILLA HIDRATANTE	7	6,03%
DESENGRASANTE EXTREMIDADES	6	5,17%
SILICONA VEGETA	3	2,59%
BODY SPLASH	37	31,90%
GEL OÍDOS	24	20,69%
<b>TOTAL</b>	<b>116</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

Gráfico 25 Pregunta 10



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

### Análisis:

En esta pregunta se logró determinar qué tipo de productos complementarios se utilizan en las clínicas veterinarias para el tratamiento cosmético canino, el resultado de las encuestas refleja que 3 productos son los principales acompañantes del champú, en primer lugar se encuentra el acondicionador capilar seguido por el body splash (perfume) y al final el gel para oídos. Es importante tomar en cuenta los comentarios de los consumidores que determinan que el tratamiento cosmético canino cuenta con varios productos no únicamente con el champú y en el mercado no existe una sola empresa que pueda ofrecer todos estos productos.

**11.- ¿QUÉ CRITERIO LE MERECE LOS PRODUCTOS COSMÉTICOS CANINOS DE LA INDUSTRIA NACIONAL?**

BUENO  MALO  REGULAR

**Tabla 35** Pregunta 11

RESULTADO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUENO	58	77%
MALO	1	2%
REGULAR	16	21%
TOTAL	75	100%

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

**Gráfico 26** Pregunta 11



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

**Análisis:**

Esta pregunta refleja la percepción de las personas sobre la industria nacional que fabrica productos cosméticos caninos. En esta investigación se determinó que la mayoría de clínicas tienen una opinión positiva sobre la industria nacional y creen que sus productos son buenos, y sólo una persona tiene una percepción negativa.

**12.- ¿ESTARÍA DISPUESTO A COMPRAR EL CHAMPÚ QUE OFRECE BIOCLEAN PARA EL CUIDADO DE LAS MASCOTAS, SI GARANTIZAMOS UN PRODUCTO CON MAYOR COSTO-BENEFICIO QUE LOS PRODUCTOS IMPORTADOS O NACIONALES QUE ACTUALMENTE USA?**

SI

NO

POR QUÉ \_\_\_\_\_

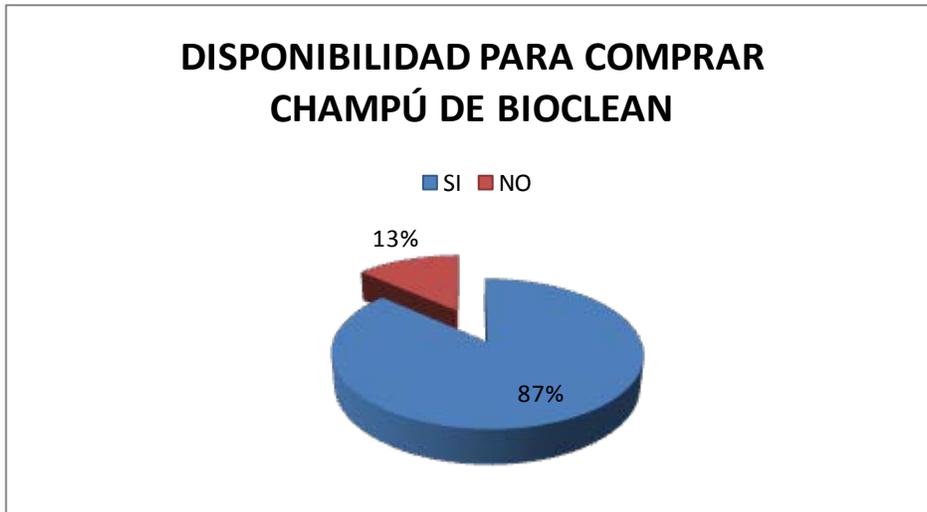
**Tabla 36** Pregunta 12

RESULTADOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	65	87%
NO	10	13%
<b>TOTAL</b>	75	100%

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

**Gráfico 27** Pregunta 12



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

**Análisis:**

Finalmente la pregunta que determina el grado de interés que tienen las clínicas veterinarias para probar un nuevo producto, se determinó que el 65 consumidores están dispuestos a probar un nuevo champú cosmético canino que ofrece Bioclean, a pesar que la

mayoría se encuentra conforme con los productos que actualmente usa como lo refleja la pregunta 8, la tendencia es siempre probar nuevas opciones

Las principales razones por las cuales cambiarían de producto son las siguientes:

- Apoyar la industria nacional
- Los productos nacionales son más económicos
- Siempre y cuando la calidad del producto se encuentre relacionado con el costo.
- Siempre que los productos pasen las pruebas pertinentes y se compruebe su calidad.

### 3.2.2 Análisis de Entrevistas

Las entrevistas se utilizaron para obtener información y la opinión de personas con amplios conocimientos sobre el tema. Para esta investigación se realizaron cuatro entrevistas dirigidas a un experto de comercio exterior, un productor nacional, un economista y un médico veterinario

Conforme a las entrevistas realizadas se presentan los siguientes resultados:

**Tabla 37** Resultado Entrevista

<b>PREGUNTA</b>	<b>Diego Donoso-Director de investigación e innovación Universidad internacional Sek</b>	<b>Elena Aguas-Gerente empresa Kronox</b>	<b>Clemencia Mejía-Economista</b>	<b>Christian Luna-Médico Veterinario</b>
<b>¿Qué opina sobre las restricciones a la importación de productos cosméticos caninos?</b>	Dentro del paquete de restricciones arancelarias, las importaciones se han visto afectadas, no sólo en productos suntuarios, tecnología y materias primas, éstas generan un desbalance en la balanza comercial. En el ámbito cosmético al momento no se ha desarrollado una industria farmacéutica o cosmética de calidad	Es una manera de controlar la demasiada importación de productos versus las exportaciones que están en un porcentaje menor que las importaciones de productos	Las salvaguardias se aplican para que el país alcance una equiparación comercial y evite un perjuicio en su industria por importaciones más baratas. Las restricciones aplicadas a la importación de los productos se aplican también a los productos cosméticos, lo que genera un aumento en el precio en los productos terminados, materias primas e insumos para esta actividad comercial. Con estas medidas se detiene las importaciones y genera mayores ingresos fiscales	Me parece una mala medida debido a que a partir de éstas restricciones en el mercado ya no existen muchas opciones de productos para elegir y se han limitado las opciones
<b>¿De qué manera piensa que estas restricciones afectarán a la industria nacional?</b>	Sobre la capacidad de producción y generación de valor. La industria nacional se alinea sobre las prácticas y tecnologías internacionales disminuyendo la capacidad innovadora nacional	Ayudan a incentivar la producción nacional de estos productos, dar y crear fuentes de empleo, hacer investigación , mejorar la calidad de los productos existentes para competir con productos importados	La industria nacional se ve afectada en la subida de los precios importados, disminuyendo su consumo e incluso se cerrarán las empresas dedicadas a la importación. El gobierno debería incentivar a las empresas nacionales para que se utilice materia prima nacional en la elaboración de los productos, para abastecer el consumo nacional, de ser posible lograr la exportación de los mismos y generar mayor empleo. Así	A largo plazo ayudan a la industria nacional debido a que aumentarán sus ventas y se verán obligados a mejorar sus procesos productivos, tecnológicos y deberán aumentar la calidad de sus productos para poder competir en el mercado, lo cual beneficiará al consumidor

			como hay medidas de restricción debe haber medidas de incentivo.	
<b>¿Cuál es su opinión sobre la industria nacional de productos cosméticos caninos?</b>	La industria nacional está en proceso de desarrollo y se vale de las prácticas internacionales, si bien el momento actual busca favorecer a la industria nacional, se corre el riesgo de no abastecer el mercado existente o peor aún, no satisfacer las necesidades del mismo.	Creo que la industria nacional es muy insipiente, de mediana calidad y sin mayor gama de productos, comparado con la industria cosmética canina brasilera tenemos un atraso de 15 años en desarrollo tecnológico, técnico y cultural en esa rama	La industria nacional de productos cosméticos caninos se encuentra muy atrasada. No hay suficientes materias primas especializadas, ni la cultura para fabricar. Solo se limita a uno o dos productos, en tanto que en países desarrollados, es una cultura como el aseo personal	Actualmente en el mercado existen en mayor porcentaje productos nacionales, pero la mayoría todavía no cumplen con las expectativas. La industria nacional está mejorando pero pasarán algunos años antes de que sus productos alcancen el nivel de los productos extranjeros
<b>¿Cuál es su recomendación para una empresa nacional que pretende aumentar esta línea de productos a su negocio?</b>	Un estudio de mercado exhaustivo, análisis de competencia, proyecciones de gastos, crecimiento, variación y diversificación de cartera de productos.	Educar al mercado ecuatoriano en el uso frecuente de estos productos, mejorar la calidad de los productos ya existentes y usar materias primas naturales de nuestro país o región	la recomendación es mantener altos estándares de calidad en su elaboración y emplear materias primas nacionales y biodegradables como extractos naturales de plantas de la Amazonía	Formular sus productos con materias primas naturales que no afecten la salud de los animales, en las clínicas veterinarias apreciamos los productos que contienen mayor porcentaje de insumos naturales en su composición

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Autor

### **Análisis de resultados:**

- ¿Qué opina sobre las restricciones a la importación de productos cosméticos caninos?

En esta pregunta sobre las restricciones la mayoría de entrevistados tienen conocimiento de las causas de estas medidas y su importancia para equilibrar la balanza comercial. Se evidencia la opinión de que estas restricciones apoyan a la industria nacional. Sólo una persona (doctor veterinario) que representa a los consumidores de los productos cosméticos caninos opina que esta medida es mala, debido a que a partir de su aplicación en el mercado no existen opciones para elegir.

- ¿De qué manera piensa que estas restricciones afectarán a la industria nacional?

Al analizar las repuestas de los expertos, se determina que la mayoría piensa que las restricciones son un incentivo para la industria nacional que debe aprovechar esta oportunidad para mejorar sus procesos productivos, tecnológicos y crear nuevas fuentes de empleo, también existe la idea de que a partir de estas medidas muchas empresas dedicadas a la importación tendrán grandes.

- ¿Cuál es su opinión sobre la industria nacional de productos cosméticos caninos?

En esta pregunta se puede identificar que todos los expertos coinciden en la opinión de que la industria cosmética canina en el Ecuador se encuentra en proceso de desarrollo, aunque se encuentre en atraso en comparación con países de la región como Brasil, con los incentivos por parte del gobierno pasarán algunos

años hasta alcanzar un nivel competitivo. En nuestro país la cultura de aseo a las mascotas está en crecimiento, pero las empresas de la industria nacional no abastecen el mercado y sus productos no satisfacen las necesidades del consumidor.

- ¿Cuál es su recomendación para una empresa nacional que pretende aumentar esta línea de productos a su negocio?

Los expertos recomiendan realizar un exhaustivo estudio de mercado y desarrollar un completo plan de negocio para una mejor toma de decisiones, además de formular los productos con insumos naturales que son más apreciados por los consumidores y por último realizar campañas de marketing donde se eduque a los consumidores sobre el uso frecuente de los productos cosméticos caninos.

### 3.3 APLICACIÓN PRÁCTICA

#### 3.3.1 Análisis financiero

##### 3.3.1.1 Estado de resultados

El estado de resultados es necesario para poder realizar el análisis financiero, el cual está compuesto por las cuentas de ingresos, gastos y costos, incluyendo el total de ingresos que provienen de las actividades principales de la empresa y el costo al que se ha incurrido para poder lograrlos.

En el siguiente informe financiero se procederá a detallar la utilidad obtenida durante el año 2014, con el que nos guiaremos para obtener los flujos de caja.

**Tabla 38** Estado de Resultados

		INGRESOS			
<b>41</b>	<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>				-159.823,69
<b>411</b>	<b>Ventas de Bienes y Servicios</b>			-166.655,56	
41101	Venta de Productos de Limpieza		-41.256,22		
4110101	Venta de Productos para lavandería		-42864,87		
4110102	Venta de Productos para estaciones de servicio		-32417,55		
4110103	Venta de Materiales de limpieza		-20323,6		
4110104	Venta de Shampoo Canino		-24000		
4110110	Venta de Otros Materiales		-5.793,32		
<b>42</b>	<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>			6.831,87	
<b>421</b>	<b>Otros ingresos</b>			-1.024,66	
42101	Otros ingresos no operacionales			7.856,53	
4210101	Promociones		122,66		
4210110	Descuentos por diferencias de Precios		7.733,87		
4210111	Otros ingresos		-1.024,66		
				<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>-159.823,69</b>

		COSTOS			
<b>51</b>	<b>COSTO DE VENTAS</b>				74.372,80
<b>511</b>	<b>Costo de Ventas de Bienes</b>				74.372,80
51101	Costo de Ventas de Productos de limpieza			74.372,80	
5110101	Costo de Ventas Productos de lavandería		26.548,60		
5110102	Costo de Ventas Productos para estaciones de servicio		16.754,30		
5110103	Costo de Ventas Productos para Shampoo Canino		8.783,34		
5110104	Costo de materiales de limpieza		17.554,22		
5110110	Costo de Ventas Otros Materiales		4.732,34		
				<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>74.372,80</b>

ANÁLISIS DE LA RESTRICCIÓN A LA IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS COSMÉTICOS CANINOS Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO Y PRODUCTIVO DE LA EMPRESA "BIOCLEAN" AÑO 2014

		<b>GASTOS</b>			
<b>61</b>	<b>GASTOS OPERACIONALES</b>				27.772,55
<b>611</b>	<b>Gastos de Administración y Ventas</b>				21.916,73
61101	Gastos de Personal			11.613,56	
6110101	Sueldos y salarios	4.320,67			
6110102	Horas Extras	1.235,17			
6110103	Comisiones	3.456,01			
6110104	Bonificaciones	123,10			
6110105	Décimo Tercer Sueldo	360,94			
6110106	Décimo Cuarto Sueldo	360,94			
6110107	Vacaciones	240,44			
6110108	Aporte Patronal	645,57			
6110109	Fondos de Reserva	370,07			
6110115	Refrigerios y Alimentación	500,65			
61102	Gastos Generales			10.303,17	
6110201	Honorarios Profesionales	79,50			
6110202	Teléfonos, internet y comunicaciones	300,53			
6110203	Energía Eléctrica y agua	80,83			
6110204	Arriendo de Inmuebles	144,00			
6110207	Seguros Generales	1.524,83			
6110209	Impuestos, contribuciones y otros	436,37			
6110210	Gastos Legales y Notariales	120,50			
6110211	Afiliaciones y suscripciones	86,30			
6110212	Transporte y Fletes	2.657,32			
6110213	Suministros y Útiles de Oficina	62,18			
6110214	Suministros de Aseo y Limpieza	33,40			
6110215	Mantenimiento y adecuaciones Oficinas	132,75			
6110217	Mantenimiento Vehículos	382,18			
6110218	Mantenimiento Otros Activos	457,80			
6110219	Movilización personal	606,93			
6110221	Gastos de viaje, hospedaje	725,32			
6110223	Combustibles y Lubricantes	26,79			
6110225	Depreciación de Activos Fijos	2.445,64			
<b>612</b>	<b>OTROS GASTOS</b>				5.855,82
61201	Gastos Financieros			1.298,83	
6120101	Intereses	1.285,97			
6120102	Cargos y comisiones bancarias	12,86			
61210	Gastos no deducibles			4.556,99	
6121001	Gastos no deducibles	4.556,99			
				<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>27.772,55</b>
				<b>UTILIDAD/PERDIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>57.678,34</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

DEUDA	20000	
TASA DE INTERÉS	10,10%	BANCO DEL PICHINCHA
PAGOS	4,00	TRIMESTRALES
PLAZO	5,00	AÑOS
DIVIDENDO	(\$ 1.285,97)	

**Tabla 39** Amortización de la deuda

PERÍODO	CAPITAL AL INICIO	PAGO DE INTERES	PAGO DE CAPITAL	DIVIDENDO	CAPITAL REDUCIDO	INTERES ANUAL	PAGO DE DEUDA
1	20.000,00	505,00	780,97	1.285,97	19.219,03		
2	19.219,03	485,28	800,69	1.285,97	18.418,33		
3	18.418,33	465,06	820,91	1.285,97	17.597,42		
4	17.597,42	444,33	841,64	1.285,97	16.755,78	1.899,68	3.244,22
5	16.755,78	423,08	862,89	1.285,97	15.892,89		
6	15.892,89	401,30	884,68	1.285,97	15.008,21		
7	15.008,21	378,96	907,02	1.285,97	14.101,19		
8	14.101,19	356,06	929,92	1.285,97	13.171,28	1.559,39	3.584,51
9	13.171,28	332,57	953,40	1.285,97	12.217,88		
10	12.217,88	308,50	977,47	1.285,97	11.240,40		
11	11.240,40	283,82	1.002,15	1.285,97	10.238,25		
12	10.238,25	258,52	1.027,46	1.285,97	9.210,79	1.183,41	3.960,48
13	9.210,79	232,57	1.053,40	1.285,97	8.157,39		
14	8.157,39	205,97	1.080,00	1.285,97	7.077,39		
15	7.077,39	178,70	1.107,27	1.285,97	5.970,12		
16	5.970,12	150,75	1.135,23	1.285,97	4.834,89	768,00	4.375,90
17	4.834,89	122,08	1.163,89	1.285,97	3.671,00		
18	3.671,00	92,69	1.193,28	1.285,97	2.477,72		
19	2.477,72	62,56	1.223,41	1.285,97	1.254,30		
20	1.254,30	31,67	1.254,30	1.285,97	0,00	309,01	4.834,89
<b>TOTAL</b>		<b>1.899,68</b>	<b>20.000,00</b>	<b>5.143,90</b>			

**Elaboración:** Autor

**Fuente:** Investigación directa

La amortización de la deuda es el proceso para calcular el saldo que se debe pagar de la deuda principal durante un periodo de tiempo. En este caso el periodo es de 5 años y los pagos al banco serán trimestrales, por tal motivo cada año se realizarán 4 pagos. Con la tabla de amortización se calcula el valor que se debe pagar cada trimestre hasta descontar la deuda y el valor del interés que se genera anualmente.

**Tabla 40** Flujo de Caja Bioclean y proyección de ventas

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>VENTAS</b>	159.823,69	185.395,48	215.058,76	249.468,16	289.383,06
<b>COSTO DE VENTAS (VARIABLE)</b>	74.372,80	86.272,45	100.076,04	116.088,21	134.662,32
<b>MARGEN BRUTO</b>	85.450,89	99.123,03	114.982,72	133.379,95	154.720,74
<b>GASTOS OPERACIONALES (FIJOS)</b>	27.772,55	29.855,50	-32.094,66	34.501,76	37.089,39
<b>UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS</b>	57.678,34	69.267,54	82.888,06	98.878,20	117.631,36
<b>(-) INTERESES (AUMENTA CON LA DEUDA)</b>	-1.899,68	1.559,39	-1.183,41	-768,00	309,01
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN LABORAL</b>	55.778,66	67.708,15	81.704,65	98.110,20	117.322,35
<b>(-) PARTICIPACIÓN LABORAL</b>	8.366,80	10.156,22	12.255,70	14.716,53	17.598,35
<b>UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTOS</b>	<b>47.411,86</b>	<b>57.551,92</b>	<b>69.448,95</b>	<b>83.393,67</b>	<b>99.724,00</b>
<b>(-) IMPUESTO A LA RENTA</b>	10.430,61	12.661,42	15.278,77	18.346,61	21.939,28
<b>UTILIDAD NETA (DISMINUYE CON LA DEUDA)</b>	<b>36.981,25</b>	<b>44.890,50</b>	<b>54.170,18</b>	<b>65.047,06</b>	<b>77.784,72</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

El flujo de caja está conformado por todas las entradas restadas las salidas de efectivo, obteniendo como resultado el saldo en caja desde el año 1 al año 5. El flujo de caja será medido conforme los balances de resultados.

**Tabla 41** Flujos Netos de Caja vista Global

<b>CÁLCULO DE LOS FLUJOS NETOS DE CAJA: PUNTO DE VISTA GLOBAL EN \$</b>					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 57.678,34	\$ 69.267,54	\$ 82.888,06	\$ 98.878,20	\$ 117.631,36
DEPRECIACIONES	\$ 2.445,64	\$ 2.445,64	\$ 2.445,64	\$ 2.445,64	\$ 2.445,64
PARTICIPACIÓN LABORAL	\$ 8.366,80	\$ 10.156,22	\$ 12.255,70	\$ 14.716,53	\$ 17.598,35
IMPUESTO A LA RENTA	\$ 10.430,61	\$ 12.661,42	\$ 15.278,77	\$ 18.346,61	\$ 21.939,28
SERVICIO DE LA DEUDA	\$ 3.244,22	\$ 3.584,51	\$ 3.960,48	\$ 4.375,90	\$ 4.834,89
<b>FLUJOS NETOS DE CAJA NOMINALES</b>	<b>\$ 38.082,35</b>	<b>\$ 45.311,03</b>	<b>\$ 53.838,75</b>	<b>\$ 63.884,80</b>	<b>\$ 75.704,47</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

**Tabla 42** Cálculo KP

<b>EVALUACIÓN GLOBAL: CALCULO DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DEL CAPITAL</b>				
CONCEPTO	VALOR EN \$	%	COSTO NOMINAL %	COSTO PON. %
CAPITAL SOCIAL	\$ 25.000,00	55,56%	35,00%	19,44%
DEUDA	\$ 20.000,00	44,44%	10,10%	4,49%
<b>COSTO DEL PROYECTO</b>	<b>\$ 45.000,00</b>	<b>100,00%</b>	<b>Kp</b>	<b>23,93%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

El Costo Promedio Ponderado es una medida financiera, la cual tiene el propósito de englobar en una sola cifra expresada en términos porcentuales, el costo de las diferentes fuentes de financiamiento que usará en la empresa para financiar el proyecto. La tasa de descuento calculada es de 23,93%

**Tabla 43** Flujos Netos de Caja Descontados

<b>EVALUACIÓN GLOBAL: CALCULO DE LOS FLUJOS DE CAJA DESCONTADOS</b>						
CONCEPTO	AÑOS					5
	0	1	2	3	4	
<b>FLUJO NETO DE CAJA NOMINAL</b>	-					
	45.000,00	38.082,35	45.311,03	53.838,75	63.884,80	75.704,47
<b>FACTOR DE DESCUENTO (Kp)</b>	1,00	0,81	0,65	0,53	0,42	0,34
<b>FLUJO DE CAJA DESCONTADO</b>	-					
	45.000,00	30.728,09	29.500,38	28.283,33	27.079,77	25.892,91
<b>FLUJO DE CAJA DESC. Y ACUMULADO</b>	-					
	45.000,00	14.271,91	15.228,47	43.511,81	70.591,58	96.484,49

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

El método de flujo de caja descontado es una manera de evaluar las inversiones en función de sus ingresos futuros. Primero se calcula el valor de los ingresos que se espera que el negocio genere a lo largo de los próximos 5 años. Luego se trabaja hacia atrás, descontando las ganancias futuras para determinar lo que vale la inversión ahora.

**Tabla 44** Índices de Evaluación

<b>ÍNDICES DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO: PUNTO DE VISTA GLOBAL</b>			
CONCEPTO	VALORES	PROYECTO	
		VIABLE	NO VIABLE
<b>VALOR ACTUAL NETO (VAN) EN \$</b>	\$ 96.484,49	SI	
<b>TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)</b>	96,67%	SI	
<b>RELACIÓN BENEFICIO/COSTO (B/C)</b>	3,14	SI	
<b>PERÍODO REAL DE RECUPERACIÓN EN AÑOS (PRR)</b>	1,48	SI	

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

Según los resultados del flujo de caja realizado, se estableció una tasa de descuento de 23,93% En los indicadores se medirá el VAN (valor actual neto), la TIR (tasa interna de retorno), la relación costo beneficio, y el periodo real de recuperación. Con esto procederemos a realizar la evaluación correspondiente para la viabilidad del proyecto.

## CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN

### 4.1 Conclusiones

La investigación permitió determinar que la producción de champú cosmético canino por parte de la empresa es rentable debido a la gran demanda que existe en el mercado, el estudio en las principales clínicas veterinarias de la ciudad de Quito determina que actualmente se utiliza en mayor porcentaje productos nacionales y el volumen de compra es de uno y dos galones mensuales por cada clínica.

El estudio permitió conocer el mercado de productos cosméticos caninos en la ciudad de Quito, donde se pudo observar, que las restricciones han obligado a las clínicas veterinarias a consumir productos nacionales. Actualmente no existe una empresa o producto que lidere el mercado. Existe una demanda insatisfecha debido a que no se encuentra en el mercado nacional un producto que cuente con la calidad de los productos extranjeros que antes consumían las clínicas veterinarias y por ende la tendencia de los consumidores es siempre buscar nuevas opciones de champú.

La evaluación financiera permitió conocer las inversiones que se realizaron para la fabricación de la nueva línea de productos para la empresa Bioclean y los beneficios de esta inversión. Se pudo observar mediante flujos comparativos, que es rentable producir el champú cosmético canino. Se realizó una comparación del año 2014 con la proyección a los siguientes

cinco años de la empresa determina que el VAN es positivo (\$96.484,49) La TIR es de 96,67% la rentabilidad es superior al costo de oportunidad fijada en 23,93% por lo tanto el proyecto es factible, por lo que los resultados muestran valores favorables para la empresa y apoyan la decisión de producir los productos cosméticos caninos.

La inversión para el proyecto se recupera en el segundo año y al final de los 5 años se duplica la producción de la empresa Bioclean, este desarrollo se genera debido al mercado de productos cosméticos caninos que se encuentra en constante crecimiento a partir de las restricciones a los productos importados. La empresa se encuentra en la posibilidad de aumentar su producción debido a la inversión en maquinarias que se realizó. La evaluación financiera demuestra el desarrollo económico de Bioclean por medio de la proyección de ventas donde, al final de los 5 años se evidencia que se han duplicado las ventas de la empresa.

Ha sido posible demostrar a lo largo del estudio, que la restricción a la importación de productos cosméticos caninos impuesta por el COMEX ha generado una oportunidad de negocio para las empresas nacionales, debido a que como se evidencia en la investigación, a partir de la vigencia de estas medidas los principales proveedores de estos productos aumentaron el precio de los mismos y se creó un desabastecimiento en el mercado, por lo cual los consumidores se vieron en la necesidad de buscar nuevos proveedores y en la actualidad los principales productos que utilizan las clínicas veterinarias son de origen nacional.

Las medidas emitidas por el gobierno están cumpliendo su objetivo de promover el desarrollo de la industria nacional y en el futuro equilibrar la balanza comercial, sin embargo, los productos cosméticos caninos ecuatorianos se encuentran en una fase inicial de desarrollo y sus productos todavía no cuentan con la calidad solicitada por los consumidores

#### 4.2 Recomendaciones

Se recomienda que la empresa Bioclean tome la decisión de elaborar y producir los productos cosméticos caninos (champú), debido a la gran demanda que existe actualmente en la ciudad de Quito y presenta una gran oportunidad para el desarrollo de la empresa.

En la línea de productos se recomienda desarrollar el acondicionador capilar, body splash (perfume) y gel para oídos debido a su demanda por parte de las clínicas veterinarias que necesitan estos productos para poder realizar un tratamiento cosmético canino completo y que actualmente no existe en el mercado una empresa que pueda ofrecer este servicio completo

Se recomienda para otros proyectos, que se realicen estudios similares de viabilidad en las diferentes provincias del Ecuador, debido que la cultura del cuidado de las mascotas se encuentra en constante crecimiento y se presenta como una gran oportunidad para aprovechar un mercado que en la actualidad se encuentra insatisfecho.

### 4.3 Bibliografía

- Ahijado, M., & Aguer, M. (1996). *Diccionario de Economía y Empresa*. Madrid: Ediciones Pirámide S.A.
- Ahijado, M., & Aguer, M. (1996). *Diccionario de Economía y Empresa*. Madrid: Edificiones pirámides S.A.
- Baye, M. (2006). *Economía de Empresa* (Vol. Quinta Edición). Madrid: McGraw Hill/Interamericana de España, S.A.
- Comité de Comercio Exterior*. (19 de Noviembre de 2013). Obtenido de SENAE: <http://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2013/resolucion%20116.pdf>
- INEC*. (2014). Obtenido de INEC : <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/>
- INEC*. (2014). Obtenido de INEC: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/Empleo-Diciembre/Nuevo\\_Marco\\_Conceptual/Informe\\_Ejecutivo-Dic\\_2014.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/Empleo-Diciembre/Nuevo_Marco_Conceptual/Informe_Ejecutivo-Dic_2014.pdf)
- Inversión e innovación ganan terreno en el Ecuador*. (2014). Obtenido de telégrafo: <http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/invencion-e-innovacion-ganan-terreno-en-el-ecuador.html>
- León, M. F. (2014). *Procosméticos*. Obtenido de En este convenio se estableció un compromiso, por parte del Mipro, de
- Ministerio de Comercio Exterior*. (2015). Obtenido de PROECUADOR: <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-no-arancelarias/>
- Ministerio de Comercio Exterior*. (2015). Obtenido de PROECUADOR: <http://www.proecuador.gob.ec/glossary/balanza-comercial/>
- Ministerio de Comercio Exterior*. (2015). Obtenido de PROECUADOR: <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-arancelarias/>
- Ministerio de Comercio Exterior*. (2015). Obtenido de PROECUADOR: <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-no-arancelarias/>
- Presidencia República del Ecuador*. (2013). Obtenido de <http://www.presidencia.gob.ec/gobierno-ecuatoriano-potenciara-el-desarrollo-tecnologico-con-rusia/>

Ramírez, R. (2014). *Telégrafo*. Obtenido de

<http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/invencion-e-innovacion-ganan-terreno-en-el-ecuador.html>

*Servicio de Aduana del Ecuador*. (2015). Obtenido de SENA E:

[http://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_import.action](http://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action)

*SUBSECRETARIA DE LA CALIDAD*. (2013). Obtenido de

[http://www.aladi.org/nsfaladi/normasTecnicas.nsf/09267198f1324b64032574960062343c/cace89f6d4cb316203257bf1005d7a48/\\$FILE/RTE%20088.pdf](http://www.aladi.org/nsfaladi/normasTecnicas.nsf/09267198f1324b64032574960062343c/cace89f6d4cb316203257bf1005d7a48/$FILE/RTE%20088.pdf):

[http://www.aladi.org/nsfaladi/normasTecnicas.nsf/09267198f1324b64032574960062343c/cace89f6d4cb316203257bf1005d7a48/\\$FILE/RTE%20088.pdf](http://www.aladi.org/nsfaladi/normasTecnicas.nsf/09267198f1324b64032574960062343c/cace89f6d4cb316203257bf1005d7a48/$FILE/RTE%20088.pdf)

*SUBSECRETARIA DE LA CALIDAD*. (2013). Obtenido de Resolución No. 13 395:

[http://www.aladi.org/nsfaladi/normasTecnicas.nsf/09267198f1324b64032574960062343c/cace89f6d4cb316203257bf1005d7a48/\\$FILE/RTE%20088.pdf](http://www.aladi.org/nsfaladi/normasTecnicas.nsf/09267198f1324b64032574960062343c/cace89f6d4cb316203257bf1005d7a48/$FILE/RTE%20088.pdf)

Tucker, I. (2002). *Fundamentos de Economía* (Vol. Tercera Edición). Bogotá: Internacional Thomson Editores S.A.

Ubasart, G. (2014). Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-tiene-regimen-bienestar-asegura-experta-espanola-politicas-publicas.html>

*Ministerio de Comercio Exterior*. (2015). Obtenido de PROECUADOR:

<http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-no-arancelarias/>

*Servicio de Aduana del Ecuador*. (2015). Obtenido de SENA E:

[http://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_import.action](http://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action)

*SUBSECRETARIA DE LA CALIDAD*. (2013). Obtenido de

[http://www.aladi.org/nsfaladi/normasTecnicas.nsf/09267198f1324b64032574960062343c/cace89f6d4cb316203257bf1005d7a48/\\$FILE/RTE%20088.pdf](http://www.aladi.org/nsfaladi/normasTecnicas.nsf/09267198f1324b64032574960062343c/cace89f6d4cb316203257bf1005d7a48/$FILE/RTE%20088.pdf):

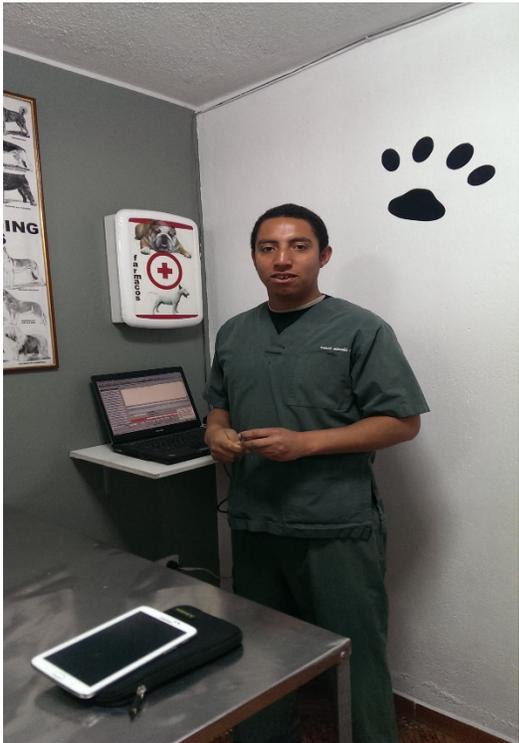
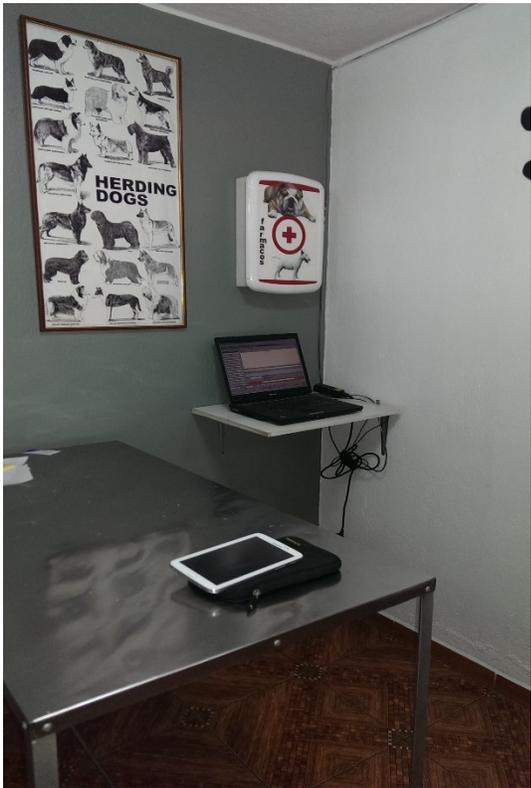
[http://www.aladi.org/nsfaladi/normasTecnicas.nsf/09267198f1324b64032574960062343c/cace89f6d4cb316203257bf1005d7a48/\\$FILE/RTE%20088.pdf](http://www.aladi.org/nsfaladi/normasTecnicas.nsf/09267198f1324b64032574960062343c/cace89f6d4cb316203257bf1005d7a48/$FILE/RTE%20088.pdf)

*SUBSECRETARIA DE LA CALIDAD*. (2013). Obtenido de Resolución No. 13 395:

[http://www.aladi.org/nsfaladi/normasTecnicas.nsf/09267198f1324b64032574960062343c/cace89f6d4cb316203257bf1005d7a48/\\$FILE/RTE%20088.pdf](http://www.aladi.org/nsfaladi/normasTecnicas.nsf/09267198f1324b64032574960062343c/cace89f6d4cb316203257bf1005d7a48/$FILE/RTE%20088.pdf)

## 5 ANEXOS

5.1 Anexo A-Clínicas encuestadas



5.2 Anexo B-Encuesta

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

TESIS:

**“ANÁLISIS DE LA RESTRICCIÓN A LA IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS COSMÉTICOS CANINOS Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO Y PRODUCTIVO DE LA EMPRESA BIOCLEAN AÑO 2014”**

**ENCUESTA A LAS PRINCIPALES CLÍNICAS VETERINARIAS DE QUITO**

**RAZÓN SOCIAL**

---

**CARGO QUE DESEMPEÑA**

---

**1.- ¿USTED UTILIZA PRODUCTOS COSMÉTICOS CANINOS (CHAMPÚ) EN SU NEGOCIO? SI SU RESPUESTA ES “NO” TERMINA LA ENCUESTA**

SI

NO

**2.- ¿QUÉ TIPO DE CHAMPÚ UTILIZA EN SU NEGOCIO?**

NACIONAL

EXTRANJERO

**3.- ¿A QUÉ EMPRESA COMPRA SUS PRODUCTOS? MARCA/NOMBRE PROVEEDOR**

---

---

---

**4.- ¿QUÉ CUALIDAD APRECIA DE UN PRODUCTO?**

CALIDAD

PRECIO

**5.- ¿QUÉ CANTIDAD DE CHAMPÚ COMPRA MENSUALMENTE Y EN QUÉ PRESENTACIÓN?**

LITROS  GALONES  OTROS

CANTIDAD \_\_\_\_\_

**6.- ¿CÚAL ES EL PRECIO PROMEDIO DE LA UNIDAD DE VOLUMEN QUE ACTUALMENTE COMPRA?**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**7.- ¿QUÉ TIPO DE FRAGANCIAS PREFERE PARA SU CHAMPÚ?**

VAINILLA  MANGO

UVA  TÉ VERDE

MARACUYÁ  CHOCOLATE

OTROS \_\_\_\_\_

**8.- ¿SE ENCUENTRA CONFORME CON EL PRODUCTO QUE UTILIZA ACTUALMENTE?**

SI  NO

**9.- ¿EN QUÉ FORMA HAN AFECTADO LAS RESTRICCIONES A LA IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS COSMÉTICOS CANINOS A SU NEGOCIO?**

PROBLEMAS DE ABASTECIMIENTO (ESCASEZ)  DISMINUCIÓN CALIDAD DEL PRODUCTO

AUMENTO DEL PRECIO DEL PRODUCTO  BUSQUEDA DE NUEVOS PROVEEDORES

NO AFECTA DE NINGUNA MANERA

**10.- A PARTE DEL CHAMPÚ ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES PRODUCTOS UTILIZA EN SU TRATAMIENTO COSMÉTICO CANINO?**

ACONDICIONADOR CAPILAR  SILICONA VEGETAL

MASCARILLA HIDRANTE  BODY SPLASH (PERFUME)

DESENGRASANTE PARA EXTREMIDADES  GEL PARA OIDOS

**11.- ¿QUÉ CRITERIO LE MERECE LOS PRODUCTOS COSMÉTICOS CANINOS DE LA INDUSTRIA NACIONAL?**

BUENO  MALO  REGULAR

**12.- ¿ESTARÍA DISPUESTO A COMPRAR EL CHAMPÚ QUE OFRECE BIOCLEAN PARA EL CUIDADO DE LAS MASCOTAS, SI GARANTIZAMOS UN PRODUCTO CON MAYOR COSTO-BENEFICIO QUE LOS PRODUCTOS IMPORTADOS O NACIONALES QUE ACTUALMENTE USA?**

SI

NO

POR QUÉ \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5.3 Anexo C-Entrevista

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

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

**TESIS:**

**“ANÁLISIS DE LA RESTRICCIÓN A LA IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS COSMÉTICOS CANINOS Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO Y PRODUCTIVO DE LA EMPRESA BIOCLEAR AÑO 2014”**

**ENTREVISTA A ESPECIALISTAS**

**NOMBRE**

---

**PROFESIÓN**

---

**1.- ¿Qué opina sobre las restricciones a la importación de productos cosméticos caninos?**

---

---

---

---

---

**2.- ¿De qué manera piensa que estas restricciones afectarán a la industria nacional?**

---

---

---

---

---

**3.- ¿Cuál es su opinión sobre la industria nacional de productos cosméticos caninos?**

---

---

---

---

**4.- ¿Cuál es su recomendación para una empresa nacional que pretende aumentar esta línea de productos a su negocio?**

---

---

---

---

---

## 5.4 Anexo D-Ficha técnica

 PRODUCTOS QUIMICOS	<h1>MYPET</h1> <h2>CHAMPÚ PARA MASCOTAS</h2>	
	Fecha de Emisión: 18/01/2014	

### DESCRIPCION GENERAL

BELLOPET, champú para mascotas, es una mezcla equilibrada de tenso activos aniónicos, anfotéricos y no iónica, que confieren al producto terminado cualidades de estabilidad, cremosidad y suavidad de la espuma, al tacto; además, tiene un efecto antiestático en el pelaje de las mascotas.

Champú suave de uso frecuente para el cuidado y limpieza del pelaje, tanto de canes como de gatos. No altera el pH natural de la piel.

La exacta combinación de ingredientes naturales hacen de BELLOPET un producto ideal para todo tipo de perros ya que actúa sin reseca ni irritar la piel, dejando un agradable aroma.

Para resaltar el color natural de la mascota, se han formulado una variedad de champú con abrillantadores ópticos para pelajes blancos, negros, rubios, rojizos, café claro y oscuros,

BELLOPET contiene, además, una mezcla de principios activos de última generación, Marca Registrada para la línea PETIT, desarrollada a base de productos de nanotecnología, los mismos que lo poseen en una categoría PREMIUM como champú para tratamiento cosmético.

Las composiciones químicas de todos sus ingredientes son BIODEGRADABLES.

### DOSIS Y APLICACIÓN

- 1.- Cepille la mascota para eliminar motas e impurezas.
- 2.- Cubra con algodón las orejas del animal y no olvide retirarlas después del baño.
- 3.- Humedezca todo el cabello con agua templada.
- 4.- Tome una cantidad suficiente de champú y dilúyala en 4 de agua. NUNCA LO USE PURO.
- 5.- Aplique la solución diluida sobre el pelaje mojado y distribúyala uniformemente en todo el cuerpo.
- 6.- Aplique masaje a lo largo y en forma transversal del cuerpo, frote fuertemente las extremidades y levemente las partes sensibles como exterior de las orejas y cola, La cabeza lávela al final cuidando que no se introduzca el producto en los ojos.
- 7.- Deje actuar por 5 minutos y aclare con abundante agua, de adelante hacia atrás, hasta que se haya eliminado todo el producto del cuerpo
- 8.- Séquelo bien con toalla limpia.
- 9.- Finalmente Peinar y cepillar la mascota.

### PROPIEDADES FÍSICO-QUIMICAS

<b>ESTADO FÍSICO</b>	LIQUIDO TRANSPARENTE
<b>APARIENCIA</b>	ALTAMENTE VISCOSO
<b>COLOR</b>	ROJO PREMIUM
	ROJIZO PREMIUM PELO BLANCO
	AMARILLO PREMIUM PELO RUBIO
	VERDOSO PREMIUM PELO NEGRO
	TOMATE PREMIUM PELO ROJO
	VAINILLA PREMIUM
<b>FRAGANCIAS</b>	MARACUYA PREMIUM PELO BLANCO
	MANGO PREMIUM PELO RUBIO
	GREEN TEA PREMIUM PELO NEGRO
	SECRETOS PREMIUM PELO ROJO
<b>DENSIDAD</b>	1.05 +/- 0.05 g/cm3
<b>pH</b>	7.5 +/- 0.2
<b>ESTABILIDAD</b>	1 AÑO
<b>SOLUBILIDAD</b>	TOTAL EN AGUA
<b>INFLAMABILIDAD</b>	NINGUNA
<b>BIODEGRADABLE</b>	

### PRECAUCIONES

Mantener el producto fuera del alcance de los niños y el envase cerrado si no se está utilizando. Almacene en lugar seco y a la sombra.

En caso de ingestión humana, dar de beber abundante agua o leche y llamar a un médico.

Para manipular este producto no se necesita un equipo de protección en vista que es químicamente muy estable y compatible con la piel.

Una vez abierto el producto consumir preferentemente antes de un año.

Si se detecta algún tipo de alergia al utilizarlo suspenda su uso y aplique champú hipoalergénico BELLOPETH, indicado para pieles sensibles, alérgicas a los químicos, cachorros y animales lastimados con heridas leves. Si las molestias persisten llame a Servicio al Cliente.

**INDICADO ÚNICAMENTE PARA USO EXTERNO.**

### ALMACENAMIENTO

Mantener el producto en su envase original, cerrado mientras no se use. Almacenaje recomendado entre 2°C y 35°C.

### PRESENTACION

Envases de 1 Gl