

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tesis previa a la obtención del Título de: INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE INDUMENTARIA MÉDICA Y HOSPITALARIA UBICADA EN LA CIUDAD
DE QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA**

AUTORA:

MERCEDES EUGENIA AGUILAR LLIGÜÍN

DIRECTOR:

DR. JORGE ZAPATA

Quito, Octubre del 2011

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Los conceptos desarrollados, opiniones, comentarios y conclusiones del presente trabajo de tesis, son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Quito, octubre 2011

(f).....

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi mamá Mercedes y a mi papá Tito; por su increíble apoyo incondicional a lo largo de este camino universitario, por brindarme todas las herramientas necesarias para poder cumplirlo exitosamente y enseñarme a no darme por vencida y a culminar todas las metas que me trazo en la vida.

AGRADECIMIENTOS

A mis padres Mercedes y Tito; son lo mejor que Dios me ha dado, muchas gracias por su amor, tiempo, comprensión y sobre todo gracias por ser el mejor ejemplo a seguir.

A mi hermano Andrés, gracias por desvelarte conmigo ayudándome con la tesis, acompañarme y sobre todo gracias por quererme tanto.

A mi hermano Juan Pablo, por su cariño y apoyo.

Al Dr. Jorge Zapata, por no sólo acompañarme en el desarrollo de mi tesis, sino por enseñarme a que uno puede cumplir lo que se proponga y debe demostrar lo mejor de sí; no sólo en la tesis sino en cada etapa profesional, de seguro le cause muchos problemas, gracias de verdad.

A la Universidad Politécnica Salesiana y su Biblioteca, por contar con un gran equipo de profesionales y colaboradores que estuvieron conmigo a lo largo de estos años universitarios, gracias de verdad por formarme no solo profesionalmente, sino además humanamente y como no agradecer a la biblioteca siempre abierta a mis necesidades.

A Galo Ramos y sus amigos de la Universidad Católica del Ecuador, por escucharme y darme increíbles ideas a lo largo del desarrollo de mi tesis.

A mis amigos y los amigos de mis amigos: por estar junto a mí no sólo en el desarrollo de mi tesis, sino a lo largo de estos años que hemos compartido juntos.

¡¡GRACIAS!!

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	ix
ANTECEDENTES GENERALES.....	xi
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	xii
OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO.....	xiii
OBJETIVOS ESPECIFICOS DEL PROYECTO.....	xiii

CAPITULO 1.

1. ESTUDIO DE MERCADO.....	1
1.1. DEFINICIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	1
1.1.2. ESTRUCTURA DEL ANÁLISIS DEL MERCADO.....	2
1.1.3. CARACTERÍSTICAS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	2
1.1.4. ASPECTOS GENERALES DE LA INDUMENTARIA MÉDICA.....	3
1.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	4
1.2.1 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	7
1.2.2. TAMAÑO DEL UNIVERSO.....	8
1.2.3. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	8
1.2.4. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	10
1.2.5. DISEÑO DE LA INVESTIGACION.....	12
1.2.6. DISEÑO DE LA ENCUESTA.....	13
1.2.7. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA.....	15
1.2.8. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	21
1.3. LA OFERTA.....	22
1.3.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y CONDICIONES DE LA COMPETENCIA.....	22
1.3.2. DETERMINACIÓN DE LA OFERTA DEL PROYECTO.....	24
1.3.3. PROYECCIÓN DE LA OFERTA DEL PROYECTO.....	25
1.3.4. PRINCIPALES COMPETIDORES Y PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO.....	26
1.4. LA DEMANDA.....	28
1.4.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	29
1.4.2. FACTORES QUE DETERMINAN LA DEMANDA.....	30
1.4.3. DEMANDA ACTUAL DEL PRODUCTO.....	30
1.4.4. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	32
1.4.5. DEMANDA INSATISFECHA.....	34
1.5. ESTUDIO DE MARKETING.....	35
1.5.1. PRODUCTO.....	35
1.5.2. EMPAQUE.....	37
1.5.3. ANÁLISIS DE LOS PRECIOS.....	38
1.5.4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	41
1.5.5. PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN.....	41
1.5.6. PROMOCIÓN.....	43

CAPITULO 2.

2. ESTUDIO TÉCNICO.....	45
2.1. DEFINICIÓN DEL ESTUDIO TÉCNICO.....	45

2.1.2. ELEMENTOS DEL ESTUDIO TÉCNICO.....	45
2.1.3. ANÁLISIS DEL TAMAÑO DEL PROYECTO.....	46
2.1.3.1. CAPACIDAD INSTALADA.....	46
2.1.3.2. PROYECCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA.....	47
2.1.3.3. FACTORES QUE CONDICIONAN EL TAMAÑO DEL PROYECTO.....	48
2.1.4. ANÁLISIS DE LA LOCALIZACIÓN.....	50
2.1.4.1 FACTORES DETERMINANTES DE LA LOCALIZACION.....	50
2.1.5. MACROLOCALIZACIÓN.....	55
2.1.6. MICROLOCALIZACIÓN.....	56
2.1.7. PLANOS DEL PROYECTO.....	57
2.1.8 DISTRUBUCIÓN DE LA PLANTA.....	58
2.1.8.1. CARACTERÍSTICAS DE LA DISTRIBUCIÓN.....	58
2.1.8.2. DIAGRAMA DE DISTRIBUCION DE LA PLANTA Y SHOWROOM.....	59
2.1.8.3. PRESUPUESTO PARA LA PUESTA EN MARCHA.....	61
2.2. ANALISIS ORGANIZACIONAL.....	62
2.2.1. DESCRIPCIÓN DE LA INDUSTRIA.....	62
2.2.2. LA EMPRESA.....	64
2.2.3. ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	66
2.2.4. MISIÓN.....	68
2.2.5 VISIÓN.....	68
2.2.6. VALORES CORPORATIVOS.....	69
2.2.7. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL Y FUNCIONAL.....	72
2.2.8. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES.....	73
2.3. FUNDAMENTOS LEGALES.....	77
2.3.1. TIPO DE EMPRESA.....	77
2.3.2. CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA.....	79
2.3.3. REQUISITOS PARA LA CONSTITUCION DE LA MICROEMPRESA.....	79
2.3.4. REQUISITOS PARA REGISTRAR LA MICROEMPRESA EN LA CAMARA DE MICROEMPRESARIOS.....	80
2.3.4.1 BENEFICIOS DE PERTENECER A LA CAMARA DE MICROEMPRESARIOS.....	80
2.3.5. REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES.....	81
2.3.6. REQUISITOS PARA LA OBTENCION DE LA PATENTE.....	82
2.3.7. REQUISITO PARA SOLICITAR EL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO.....	82
2.3.8. REQUISITOS PARA LEGALIZAR LOS CONTRATOS DE TRABAJO.....	84
2.3.9. REQUISITOS PARA AFILIACION DE EMPLEADOS AL IESS.....	85
CAPITULO 3	
3. INGENIERIA DEL PROYECTO.....	89
3.1. DEFINICIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	89
3.2. INGENIERÍA DEL PROYECTO DEFINICIÓN.....	89
3.3. CARACTERISTICAS TECNICAS.....	89
3.4. PRODUCCIÓN.....	90
3.4.1. ANÁLISIS DE MATERIA PRIMA E INSUMOS.....	90
3.4.2. REQUEMIENTO DE MAQUINARIA.....	92
3.4.3. REQUERIMIENTO DE RECURSOS HUMANOS.....	93

3.4.4. LISTADO DE PROVEEDORES.....	93
3.5. ANÁLISIS DEL PROCESO PRODUCTIVO DEL PROYECTO.....	94
3.5.1. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LA INDUMENTARIA MÉDICA.....	97

CAPITULO 4.

4. ESTUDIO FINANCIERO.....	100
4.1. DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS.....	100
4.1.2. COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	101
4.1.2.1. MATERIA PRIMA.....	101
4.1.2.2. MANO DE OBRA DIRECTA.....	102
4.1.2.3. COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.....	104
4.1.2.3.1. MATERIA PRIMA INDIRECTA.....	104
4.1.2.3.2. MANO DE OBRA INDIRECTA.....	104
4.1.2.3.3. GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN.....	104
4.1.2.3.4. ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	106
4.2. DETERMINACIÓN DE LOS GASTOS.....	106
4.2.1. GASTO ADMINISTRATIVO Y VENTAS.....	107
4.2.2. GASTO FINANCIERO.....	108
4.3. PROYECCIÓN DE PRODUCCIÓN.....	108
4.4. DETERMINACIÓN DE PRECIO DE VENTA.....	109
4.4.1. PROYECCIÓN DE LOS PRECIOS.....	110
4.5. FLUJO DE INGRESOS Y EGRESOS.....	111
4.6. CAPITAL DE TRABAJO.....	112
4.7. INVERSIÓN INICIAL- FIJA.....	114
4.7.1. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS.....	115
4.8. ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO.....	115
4.9. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	117
4.10. ESTADOS FINANCIEROS.....	120
4.10.1. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	120
4.10.2. FLUJO NETO DE EFECTIVO.....	121
4.10.3 BALANCE GENERAL PROFORMA.....	123
4.11. EVALUACION FINANCIERA.....	124
4.11.1. INDICADORES DE LA RENTABILIDAD.....	124
4.11.1.1. TASA DE DESCUENTO O COSTO PROMEDIO DEL CAPITAL.....	125
4.11.1.2. TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO (TMAR).....	126
4.11.1.3. VALOR ACTUAL NETO.....	128
4.11.1.4. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	129
4.11.1.5. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	130
4.11.2. INDICADORES FINANCIEROS.....	131
4.11.2.1. RENTABILIDAD TOTAL (ROI).....	132
4.11.2.2. RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE).....	132
4.11.2.3. COEFICIENTE DE ENDEUDAMIENTO.....	133
4.11.2.4. ÍNDICE DE APALANCAMIENTO.....	133
4.11.2.5. ÍNDICE DE COBERTURA.....	134

CAPITULO 5.	
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	135
5.1. CONCLUSIONES.....	135
5.2. RECOMENDACIONES.....	136
BIBLIOGRAFÍA.....	137
ANEXOS.....	139

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de factibilidad evalúa la creación de una empresa de confección de indumentaria médica y su comercialización en la ciudad de Quito conste de capítulos que son:

Primer capítulo: en este capítulo se realiza el Estudio de Mercado, investigando en el mercado la demanda y la oferta que actualmente se ofrece en el mercado de la indumentaria médica, además se realiza las proyecciones de Oferta y Demanda con el fin de tener una idea de cómo será el panorama a futuro de la microempresa , además se realiza un estudio de marketing planeando el cómo se llegará a los futuros clientes

Segundo capítulo: este capítulo se analiza el tamaño del proyecto, analizando el lugar más adecuado para el proyecto, se realiza el estudio de distribución de la planta considerando un área para producción y otra para el área de punto de venta, además se plantean los fundamentos legales que regirá la microempresa.

Tercer capítulo: este capítulo se lo destina a la Ingeniería del proyecto, analizando la capacidad de producción del proyecto, se analiza las materias primas, e insumos que serán necesarios para la confección de la indumentaria médica, se estudia también el requerimiento de maquinaria y de personal humano.

Cuarto capítulo: este capítulo es el más complejo y delicado del proyecto, porque se plantea en números lo analizado en los anteriores capítulos, se realiza la determinación de los costos, gastos, ingresos, egresos. Se realizan los estados financieros necesarios para poder realizar la evaluación financiera del proyecto y se determinan los indicadores financieros que nos permite evaluar la operatividad y rendimientos obtenidos por el proyecto.

El presente trabajo es una herramienta para inversionistas, estudiantes y personas en general que consideren a la microempresa como una alternativa interesante de inversión,

que les permita una participación productiva en nuestro país; así también contribuir a la generación de nuevos empleos y la reactivación del sector de la confección.

El presente trabajo no esperó que se lo archive como uno más en la biblioteca de mi universidad porque este trabajo será una herramienta de ayuda para inversionistas, emprendedores y estudiantes; mostrando en el, que la industria de la confección es mucho más amplia y productiva que lo que se la conoce en nuestro país y el mismo pretende juzgar la realidad y el futuro del sector de la confección.

ANTECEDENTES GENERALES

He elegido realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de indumentaria médica para instituciones de salud de la ciudad de Quito, para de esta manera obtener mi título de tercer nivel en Administración de Empresas, aplicando en el todos los conocimientos impartidos por mis profesores a lo largo de mis años universitarios, y demostrando la factibilidad o no del mismo y dejando abierta la posibilidad de generar empleo en mi país si mi idea de proyecto es bien planteada y puesta en ejecución en un futuro cercano.

La elaboración y distribución de indumentaria médica está estrechamente relacionada a la satisfacción de los profesionales del área de salud, para la misma se debe utilizar materiales de alta calidad que garanticen la excelencia de los productos y la fidelización de la marca por parte del usuario.

A medida que pasan los años las personas cada vez buscan hospitales y clínicas que brinden un servicio de calidad, que les garantice el cuidado de su salud, es por esto que la imagen que debe proyectar un centro médico debe ser pulcro, carismático, y de mucho profesionalismo, motivo por el cual la presentación de su personal y cuerpo médico debe ser muy bien distinguido; para que no solo ayude a proyectar una muy buena imagen institucional sino también que sea funcional para los profesionales que trabajan en estas instituciones.

La confección de indumentaria medica es un sector muy amplio pues no solo se habla de los uniformes médicos sino que puede ampliarse a toda la indumentaria que necesitan los centros de salud, este campo es muy cuantioso y se presta a tener un gran crecimiento si se lo maneja adecuadamente atendiendo al mercado objetivo de una manera entregada y de completamente profesional.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La confección de indumentaria medica y hospitalaria está enfocada a la satisfacción de los profesionales de salud, que buscan uniformes de calidad que les brinde total confianza y comodidad al momento de trabajar, así también proyectar una imagen pulcra para que los usuarios del servicio de salud se sientan en total confianza de usar la vestimenta que se le ofrece en el centro médico.

La elaboración de indumentaria medica y hospitalaria requiere del uso de materia prima de calidad que garantice su excelencia. Ya que no solo los médicos, enfermeras y personal de la planta los utilizarán, sino también los usuarios de centros médicos, áreas de salud, hospitales, clínicas, laboratorios clínicos ya sea de índole público o privado; en si toda persona que acuda a una institución o empresa que posea un lugar destinado para chequeo médico en la ciudad de Quito, los mismos que al vestir indumentaria optima se sentirán cómodos y esto ayudará a que tengan una buena experiencia al usar los servicios médicos.

El presente estudio de factibilidad está enmarcado a la satisfacción de los profesionales de la salud que trabajan en el Distrito Metropolitano de Quito y de manera indirecta para los usuarios de estos centros

OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO

Definir la factibilidad de crear una microempresa dedicada a la confección y comercialización de indumentaria médica ubicada en el norte de la ciudad de Quito y determinar el nivel de aceptación dentro del mercado de acuerdo a las necesidades que se presenten dentro del mismo.

OBJETIVOS ESPECIFICOS DEL PROYECTO

- Definir el nivel de financiamiento para la realización del proyecto a corto plazo.
- Empezar un análisis profundo de las necesidades reales dentro del mercado quiteño.
- Realizar una investigación de mercado para poder determinar si la creación de una microempresa de confección de indumentaria medica y hospitalaria será aceptada en el mercado y bajo qué condiciones.
- Identificar la posible competencia directa que afrontaría la microempresa en la ciudad que realicen este tipo de propuestas.
- Determinar el parámetro de demanda insatisfecha en el mercado de confección y comercialización de indumentaria médica y hospitalaria.

CAPITULO 1.

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1.DEFINICIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO

“Con este nombre se denomina la primera parte de la investigación formal del estudio de mercado. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”¹.

En la actualidad una inversión inteligente requiere una base que la justifique. Dicha base es precisamente un proyecto bien estructurado y evaluado que indique la pauta que debe seguirse. De ahí se deriva la necesidad de elaborar proyectos realizando un buen estudio de mercado el mismo que es la parte central para el desarrollo de los proyectos.

El estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo.

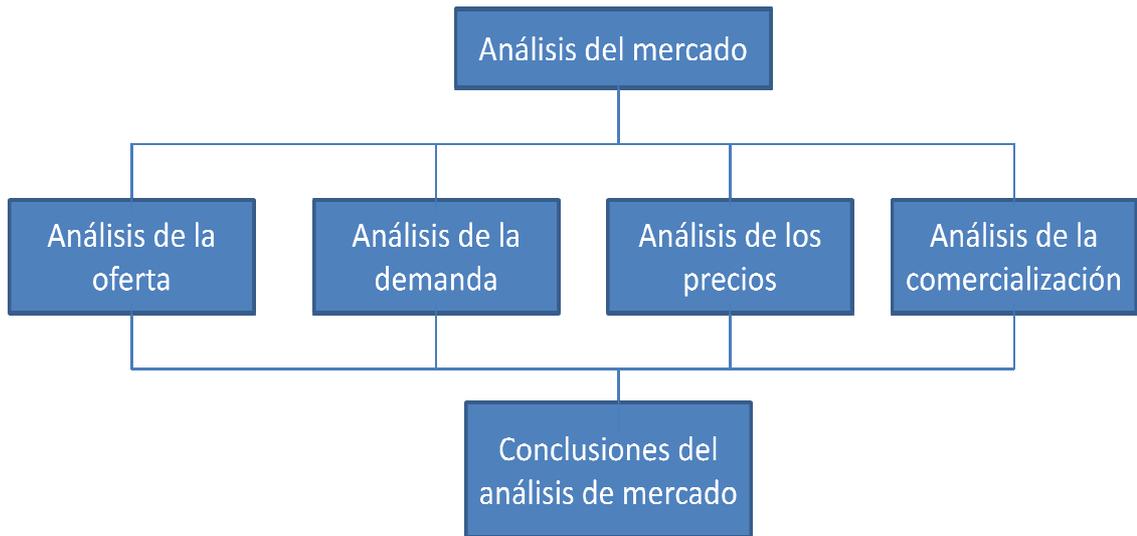
Debe considerarse el estudio de:

- ✓ El cálculo de una muestra adecuada para la investigación que pertenezca al segmento de mercado propuesto.
- ✓ La determinación de los gustos y preferencias de los consumidores en base a las encuestas realizadas.
- ✓ La determinación de la demanda potencial y oferta competitiva existente en el mercado.
- ✓ La determinación de la participación de la empresa en el mercado. El establecimiento del adecuado análisis de marketing para esta empresa.

¹ BACA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Editorial Mc Graw Hill, Quinta Edición, México, p 7, 2006

1.1.2. ESTRUCTURA DEL ANÁLISIS DEL MERCADO

GRÁFICO N° 1
ESTRUCTURA DEL ANÁLISIS DEL MERCADO



Elaborado por: La Autora

Fuente: Evaluación de Proyectos de Gabriel Baca Uribe², 2006

La investigación que se realizará tiene la característica fundamental de estar enfocada exclusivamente para aplicarse en el estudio de evaluación del presente proyecto de factibilidad, no es un obstáculo la determinación de las condiciones de mercado porque mediante el análisis de mercado se puede analizar estas variables.

1.1.3. CARACTERÍSTICAS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Las características de la investigación de mercado son:

- ✓ La recopilación de la información debe ser sistemática.

² BACA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Editorial Mc Graw Hill, Quinta Edición, México, pág. 1

- ✓ El método de la recopilación deber ser objetivo y no tendencioso.
- ✓ Los datos recopilados siempre deben ser información útil.
- ✓ El objetivo de la investigación siempre debe tener como objetivo final servir como base para la toma de decisiones.

1.1.4. ASPECTOS GENERALES DE LA INDUMENTARIA MÉDICA

La elaboración y distribución de indumentaria médica está estrechamente relacionada a la satisfacción de los profesionales del área de salud, para la misma se debe utilizar materiales de alta calidad que garanticen la excelencia de los productos y la fidelización de la marca por parte del usuario.

A medida que pasan los años las personas cada vez buscan hospitales y clínicas que brinden un servicio de calidad, que les garantice el cuidado de su salud, es por esto que la imagen que debe proyectar un centro médico debe ser pulcro, carismático, y de mucho profesionalismo; motivo por el cual la presentación de su personal y cuerpo médico debe ser muy bien distinguido, para que no solo ayude a proyectar una muy buena imagen institucional sino también que sea funcional para los profesionales que trabajan en estas instituciones.

La confección de indumentaria medica es un sector muy amplio pues no solo se habla de los uniformes médicos sino que se pudiera llegar a confeccionar toda la indumentaria que necesitan los centros de salud, este campo es muy cuantioso y se presta a tener un gran crecimiento si se lo maneja adecuadamente atendiendo al mercado objetivo de una manera entregada y completamente profesional.

La elaboración de indumentaria médica requiere del uso de materia prima de calidad que garantice su excelencia. Ya que no solo los médicos, enfermeras y personal de la planta los utilizarán; sino también los usuarios de centros médicos, áreas de salud, hospitales, clínicas, laboratorios clínicos ya sea de índole público o privado; en si toda persona que acuda a una institución o empresa que posea un lugar destinado para

chequeo médico en la ciudad de Quito, los mismos que al vestir indumentaria optima se sentirán cómodos y esto ayudará a que tengan una buena experiencia al usar los servicios médicos.

1.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La investigación de mercado es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos. Sirven al comerciante o empresario para realizar una adecuada toma de decisiones y para lograr la satisfacción de sus clientes.

La presente investigación de mercado se la realizó en la ciudad de Quito, tomando como referencia a las instituciones de salud; enfocándose en el personal médico que trabaja en ellas, pues son ellos el centro de la presente investigación, ya que la microempresa que se propone tiene gran proyección al crecer y poder ofrecer un amplio portafolio de productos si la idea es puesta en marcha.

No sólo que la salud es un sector que crece en nuestro país a paso agigantado, es una especialidad que no se puede simplemente prescindir de ella. El sector de la confección es un sector que no se encuentra explotado en su totalidad en nuestro país; ya que no sólo existe una preferencia extranjera en cuanto a ropa confeccionada, sino también en la materia prima de la misma.

Según el Banco Central del Ecuador, entre enero y octubre del 2010, la importación de textiles creció un 12% y sumó \$14,9 millones. Mientras que para el mismo periodo las prendas de vestir tuvieron un incremento del 53% en comparación a los \$50,4 millones de hace un año. Aunque aun más lejos del

2008 cuando se compraron 207 millones. Ese año se habían elevado los aranceles.³

Sin embargo de acuerdo con la Asociación de Industriales de Textiles de Ecuador (AITE), el sector se expandió en un 6% en el año 2010. El Producto Interno Bruto (PIB) del sector textil bordeó los 588 millones de dólares. Pese a existir un crecimiento en el sector, hay un factor que preocupa a los productores locales; el alza de los costos de las materias primas en el mercado internacional. El cambio de precio de compra en el exterior del algodón subió en un 300%, situación que resulta difícil porque el 90% de la producción textil en base a este material.

En la presente investigación de mercado se pudo apreciar; que las microempresas proveen trabajo a un gran porcentaje de los trabajadores de ingresos medios y bajos en Ecuador. Más de un tercio (33.5 %) de hogares en áreas urbanas de ingresos medios y bajos tiene uno o más miembros adultos de la familia con una microempresa.

“Las proyecciones de la población en conjunto de microempresarios indican un total de 646,084 microempresarios en Ecuador en áreas urbanas (definidas en este caso como pueblos de 2,000 o más habitantes)”⁴.

Los microempresarios en el país operan un total de 684,850 empresas distintas. Las microempresas ecuatorianas proporcionaron trabajo para un estimado de 1.018,135 personas o cerca del 25 por ciento de la mano de obra urbana.

Las ventas de estas microempresas representan aproximadamente 25.7 por ciento del producto interno bruto y sobre 10 por ciento de los ingresos netos totales obtenidos en el

³ Artículo Web:

http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=140479&umt=EXPRESO%20%28Guayaquil%29%20Sector%20textil%20tuvo%20un%20crecimiento%20del%206%20

⁴Artículo Web:

http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=350&Itemid=472

país. “Las microempresas, por lo tanto, representan un componente importante de la economía urbana”.⁵

CUADRO N° 1
A QUE SE DEDICAN LOS MICROEMPRESARIOS EN EL ECUADOR

OCUPACION	PORCENTAJE %
Vendedores de tiendas y almacenes	18%
Vendedores de kioscos y puestos de mercado	14%
Vendedores populares y productos comestibles	9%
Vendedores populares y productos NO comestibles	7%
Gerentes de comercios mayoristas y minoristas	5%
Costureras, bordadores y afines	4%
Conductores de automóviles, taxis y camionetas	3%
Cocineros	2%
Artesanos de la madera y materiales similares	2%
Panaderos, pasteleros y confiteros	2%
Ebanistas y afines	2%
Tejedores con telares o tejidos de puntos	2%
Sastres y modistos	2%
Zapateros y afines	2%
Peluqueros	1%
Otros	25%
TOTAL	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio realizado por la Escuela Politécnica del Litoral, 2009

⁵Artículo Web:

http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=350&Itemid=472

Como se puede apreciar en la cuadro a la actividad que más se dedican las microempresas en nuestro país es las ventas de productos varios y alimentos, mientras que la costura y afines solamente corresponde a un 4% en todo el territorio nacional, por lo que el desarrollo de este tipo de iniciativas, puede ser muy lucrativa y de gran desarrollo en un período corto.

1.2.1 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Los objetivos del estudio de mercado son:

- ✓ Tener más y mejor información para tomar decisiones acertadas, que favorezcan el crecimiento de las empresas.
- ✓ Proporciona información real y expresada en términos más precisos, que ayudan a resolver, con un mayor grado de éxito, problemas que se presentan en los negocios.
- ✓ Ayuda a conocer el tamaño del mercado que se desea cubrir, en el caso de vender o introducir un nuevo producto.
- ✓ Sirve para determinar el tipo de producto que debe fabricarse o venderse, con base en las necesidades manifestadas por los consumidores, durante la investigación.
- ✓ Determina el sistema de ventas más adecuado, de acuerdo con lo que el mercado está demandando.
- ✓ Define las características del cliente al que satisface o pretende satisfacer la empresa, tales como: gustos, preferencias, hábitos de compra, nivel de ingreso, etcétera.

- ✓ Ayuda a saber cómo cambian los gustos y preferencias de los clientes, para que así la empresa pueda responder y adaptarse a ellos y no quede fuera del mercado.

1.2.2. TAMAÑO DEL UNIVERSO

En el presente proyecto está enfocado en el sector salud del país, se ha tomado para el presente estudio los datos proporcionados por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos en el último estudio del sector de la salud, titulado Anuario de Recursos y Actividades de Salud INEC- 2007.

“El estudio realizado por el INEC en el 2007 se investigó a 3847 establecimientos de salud de los cuales el 18,9% (729) son establecimientos con internación hospitalaria y el 81,1 % (3118) son sin internación hospitalaria”.⁶

Durante los últimos diez años se observan variaciones en el número de establecimientos, incrementándose en unos y disminuyendo en otros, esto se debe fundamentalmente a que, a pesar de los esfuerzos desplegados algunos no entregan información al INEC.

GRÁFICO N° 2

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS DE SALUD CON INTERNACIÓN Y SIN INTERNACIÓN HOSPITALARIA SEGÚN REGIONES GEOGRÁFICAS AÑOS 1998, 2002 y 2007

REGIONES GEOGRÁFICAS	CON INTERNACIÓN			SIN INTERNACIÓN		
	1998	2002	2007	1998	2002	2007
TOTAL PAÍS	512	642	729	2.417	2.981	3.118
SIERRA	246	314	351	1.359	1.654	1668
COSTA	229	287	334	818	1.031	1113
AMAZÓNICA	30	34	37	228	288	328
INSULAR	2	1	2	10	6	7
ZONAS NO DELIMITADAS	5	6	5	2	2	2

Fuente: INEC, 2008

⁶ Anuario de Recursos y Actividades de Salud INEC- 2007. Pág. 57

1.2.3. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El proyecto está dirigido al sector de la salud tomando en cuenta los 665 establecimientos que prestan servicios de salud en la provincia de Pichincha correspondiente al 17,3% del total de establecimientos del país, siendo el porcentaje más alto seguido de Guayas con 561 establecimientos equivalente al 14,6%.

GRÁFICO N° 3

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS DE SALUD CON INTERNACIÓN Y SIN INTERNACIÓN HOSPITALARIA, SEGÚN PROVINCIAS SEGÚN AÑO 2007

No.	PROVINCIAS	TOTAL		CON INTERNACIÓN		SIN INTERNACIÓN	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
	TOTAL	3.847	100,0	729	100,0	3.118	100,0
1	Azuay	275	7,1	47	6,5	228	7,3
2	Bolívar	88	2,3	9	1,2	79	2,5
3	Cañar	110	2,9	10	1,4	100	3,2
4	Carchi	84	2,2	9	1,2	75	2,4
5	Cotopaxi	122	3,2	18	2,5	104	3,3
6	Chimborazo	176	4,6	21	2,9	155	5,0
7	Imbabura	112	2,9	12	1,6	100	3,2
8	Loja	235	6,1	27	3,7	208	6,7
9	Pichincha	665	17,3	163	22,3	502	16,1
10	Tungurahua	152	4,0	35	4,8	117	3,8
11	El Oro	153	4,0	42	5,8	111	3,6
12	Esmeraldas	151	3,9	15	2,1	136	4,4
13	Guayas	561	14,6	131	18,0	430	13,8
14	Los Ríos	207	5,4	83	11,4	124	4,0
15	Manabí	375	9,7	63	8,6	312	10,0
16	Morona Santiago	105	2,7	10	1,4	95	3,0
17	Napo	42	1,1	5	0,7	37	1,2
18	Pastaza	58	1,5	5	0,7	53	1,7
19	Zamora Chinchipe	59	1,5	3	0,4	56	1,8
20	Sucumbios	57	1,5	8	1,1	49	1,6
21	Orellana	44	1,1	6	0,8	38	1,2
22	Galápagos	9	0,2	2	0,3	7	0,2
23	Zonas No Delimitadas	7	0,2	5	0,7	2	0,1

Fuente: INEC, 2007

Al realizar la segmentación de mercado para poder hacer un estudio más centralizado y tomando como la información macro de establecimientos de salud se pudo determinar el número de Establecimientos de Salud con internación y sin internación en la ciudad de Quito.

CUADRO N° 2
ESTABLECIMIENTOS DE SALUD RELACIÓN PAÍS Y QUITO

	Demanda Según Establecimientos Médicos		
Año	PAIS	PICHINCHA	QUITO
2004	3790	1327	489
2005	3912	1369	504
2006	3861	1351	498
2007	3847	1346	496
2008	3813	1335	492
2009	3894	1363	502

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC, 2004-2008

El número de establecimientos a considerarse en la presente investigación son 501 establecimientos al 2011 que se estima estarán atendiendo en la ciudad de Quito, tanto con internación y sin internación médica. Ya que el estudio es profundo y minucioso mediante la determinación de la muestra se sabrá el número total de establecimientos que entran dentro del presente estudio.

1.2.4. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

“El objetivo de cuantificar la demanda de un producto mediante encuestas, obliga a que dentro de la misma se incluyan preguntas sobre el consumo del producto a través del tiempo”⁷.

Para la determinación del tamaño de la muestra del presente proyecto se tomó en cuenta a los establecimientos de salud de la ciudad de Quito, con internación y sin internación

⁷ EVALUACION DE PROYECTOS, Gabriel Baca Urbina, pág. 34

médica, para determinar a los correspondientes al año 2011 se utilizó una proyección para poder realizar el estudio lo más aproximado a la actualidad.

Para el cálculo de la muestra se han determinado los siguientes parámetros a ser tomados en consideración:

n = tamaño de la muestra (?)

E = error esperado 7.9%

Z = nivel de confianza, 1.96 (tabla de distribución normal para el 95% de confiabilidad y 5% error)

N= Población (501 establecimientos en Quito, año 2011)

p = 0.90

q = 0.10

Por ello, para determinar el tamaño de la muestra utilizaremos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(Z^2) (p * q * N)}{[E^2(N - 1) + (p * q * Z^2)]}$$

A continuación se realiza la aplicación de la fórmula:

$$n = \frac{(1.96^2) (0.90 * 0.10 * 501)}{[0.079^2(501 - 1) + (0.90 * 0.10 * 1.96^2)]}$$

n = 49,997 encuestas

n = 50⁸ establecimientos a ser encuestados

Se realizarán cincuenta encuestas a entidades pertenecientes al sector público y privado del área de la salud que se encuentren en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha.

⁸ Según referencia bibliográfica de: Estadística para Administración y Economía de Levin y Rubín, 2007

1.2.5. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Luego de haber determinado el mercado objetivo al que se enfocará el presente proyecto; y teniendo como antecedente el crecimiento de las instituciones medicas en Quito y en el Ecuador, se ve la necesidad de recopilar información del mismo para legar a conocer la predisposición que tienen estas instituciones para adquirir el producto que se oferta en el presente proyecto como también las preferencias de adquisición del mismo.

Se realizará la encuesta a las personas encargadas de las adquisiciones para las instituciones de salud y empresas médicas que operan en la ciudad de Quito, al ser un sector no tan investigado la recopilación de información requiere de dedicación en la presente investigación de mercado.

La encuesta ha sido diseñada con el fin de recopilar la mayor cantidad de información que permita al investigador continuar con la ejecución del proyecto. La encuesta será realiza de manera personalizada y para ello se ha procedido a realizar un formato de encuestas basadas en entrevistas cara a cara o de profundidad, la misma que dará mayor agilidad a la recopilación de información, además ayudará a la agilidad y precisión en el análisis y la tabulación.

1.2.6. DISEÑO DE LA ENCUESTA

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESTUDIO DE MERCADO DE INDUMENTARIA MÉDICA

- ✓ Encuesta para determinar las preferencias y aceptación indumentaria médica
- ✓ Por favor, dedique unos momentos a completar esta encuesta
- ✓ Esta encuesta dura aproximadamente 10 minutos

Indique si su empresa es: Pública_____ Privada _____

1. ¿Con qué frecuencia su institución adquiere indumentaria médica?

Mensual_____ Trimestral_____ Semestral_____ Anual_____

2. ¿A través de qué medios adquiere usted este producto?

Compras Públicas_____ Solicitud de Proformas_____

Recomendados_____ Otros_____

3. ¿En qué mes o meses del año usted realiza la adquisición de indumentaria médica?

4. ¿Con qué presupuesto contaría para la adquisición de este tipo de producto?

5. A la hora de comprar indumentaria médica, ¿qué aspecto considera el más importante?

Precio_____

Diseño_____

Calidad_____

Comodidad_____

6. Seleccione dos aspectos que considere importantes en su proveedor.

Porcentaje de Agregado Nacional_____

Seriedad_____

Tiempo de entrega_____

Trayectoria_____

7. ¿Cuántos proveedores tiene de este producto?

1-3_____

4-6_____

7-en adelante_____

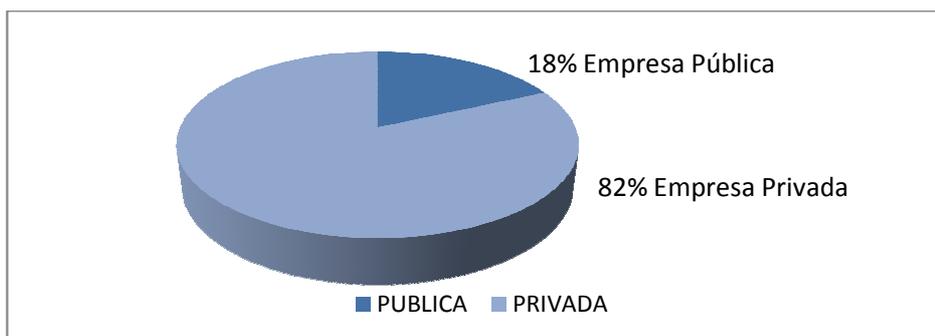
8. Por favor, enumere las marcas de ha utilizado en los últimos años, referentes a este producto.

GRACIAS POR SU GENTIL ATENCION

1.2.7. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

El presente estudio de mercado está fundamentado en las 50 encuestas que se definieron en la determinación del tamaño de la muestra, la misma que se lo realizó para mayor acceso a la información en un mayor número a empresas privadas de la ciudad de Quito, la presente encuesta arrojó datos muy significativos para la elaboración del presente proyecto de factibilidad. El siguiente gráfico ilustra el porcentaje de empresas públicas y privadas analizadas.

GRÁFICO N° 4
NÚMERO DE EMPRESAS PÚBLICAS Y PRIVADAS ENCUESTADAS



Elaborado por: La Autora

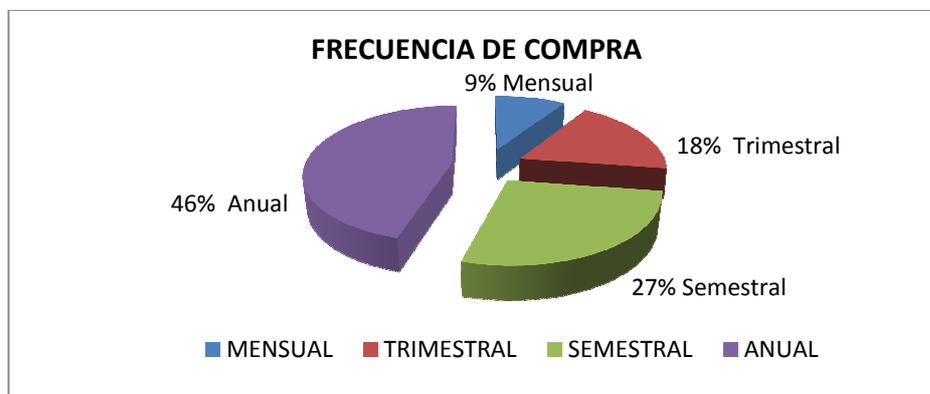
Fuente: Estudio de Mercado, 2011

La no apertura a la información que mantienen la gran mayoría de instituciones públicas es una limitante para poder realizar estudios de mercado.

Pregunta N° 1

¿Con qué frecuencia su institución adquiere indumentaria médica?

GRÁFICO N° 5
FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE INDUMENTARIA MÉDICA



Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio de Mercado, 2011

Análisis:

La indumentaria médica en su mayoría 46% es adquirida anualmente para el cuerpo médico, sin embargo hay muchas empresas que manejan la política de adquisición de indumentaria semestral 27% dividiendo muchas de las veces la compra en un semestre para el cuerpo médico y otro semestre para el personal de las instituciones que usan indumentaria como uniforme normal de trabajo.

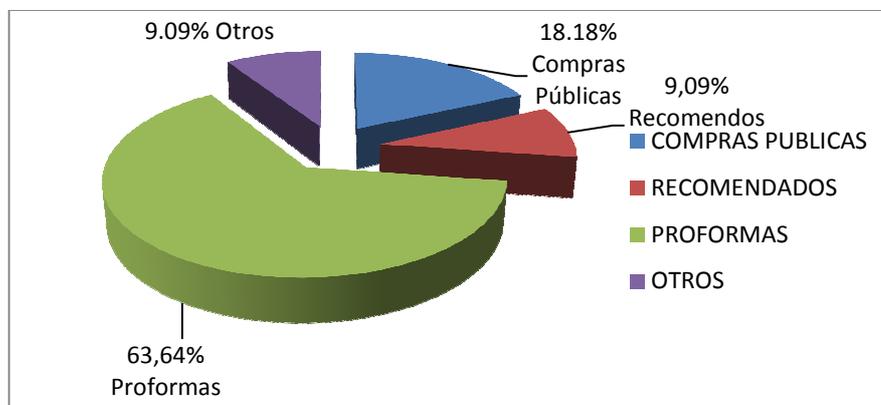
Pregunta N° 2

¿A través de qué medios adquiere usted este producto?

Análisis:

Hay una tendencia mayoritaria de adquisición de indumentaria medica mediante la solicitud de proformas 63,64% para poder seleccionar la mejor oferta y así poder tomar una decisión de compra, esta respuesta tiene relación entre empresa privada-empresa pública, puesto que las empresas del sector público en su gran mayoría realizan sus compras a través del portal web de compras públicas.

GRÁFICO N° 6
 MEDIOS DE ADQUISIÓN DE INDUMENTARIA MÉDICA



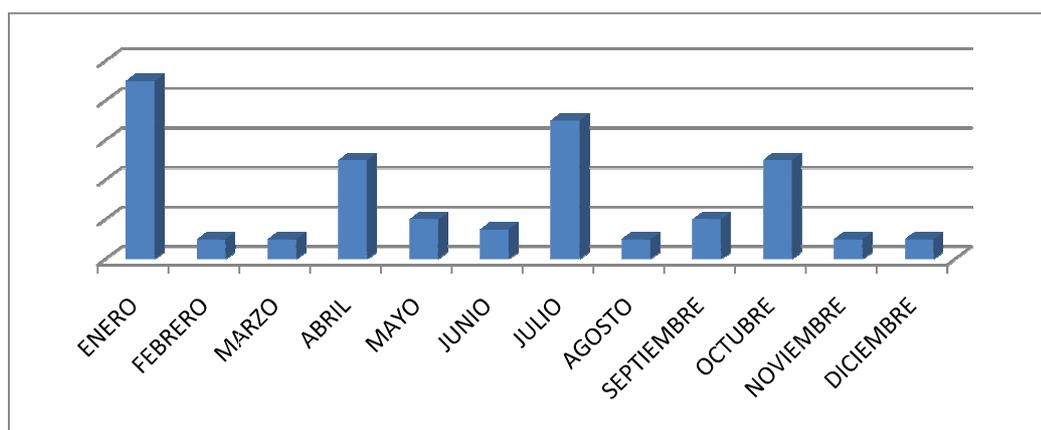
Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio de Mercado, 2011

Pregunta N° 3

¿En qué mes o meses del año usted realiza la adquisición de indumentaria médica?

GRÁFICO N° 7
 MESES EN QUE SE REALIZA LA ADQUISIÓN DE INDUMENTARIA MÉDICA



Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio de Mercado, 2011

Análisis:

En los meses que hay una mayor adquisición de indumentaria médica es en enero y julio, así también se identifica una mayor tendencia de compra en los meses de abril y octubre, sin embargo esto varía según las necesidades de cada empresa y sus políticas de adquisiciones para indumentaria médica.

Pregunta N° 4

¿Con qué presupuesto contaría para la adquisición de este tipo de producto?

A continuación se listan los resultados obtenidos, el presupuesto referencial se maneja entre \$1000,00 y \$25000,00, siendo los resultados:

- | | |
|--------|---------|
| ➤ 1000 | ➤ 12000 |
| ➤ 3000 | ➤ 17000 |
| ➤ 8000 | ➤ 2500 |

Análisis:

Cada empresa dependiendo de su tamaño y al sector que pertenecen designa un presupuesto para la adquisición de indumentaria médica, lo que se puede evidenciar en las encuestas: es que el manejo de esta información es muy bien guardada, y cada institución designa la cantidad dependiendo del número de profesionales y empleados que trabajen en la institución del sector de la rama de salud.

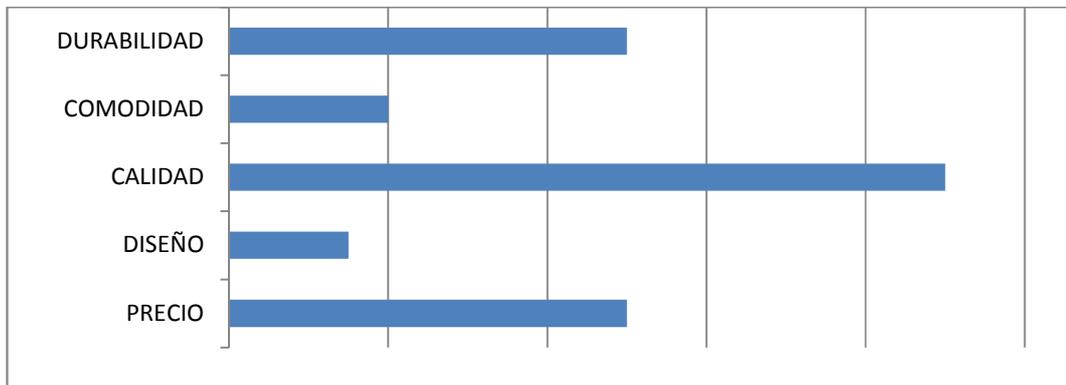
Pregunta N° 5

¿A la hora de comprar indumentaria médica, ¿qué aspecto considera el más importante?

Análisis:

Los aspectos más importantes que consideran los potenciales consumidores de indumentaria médica son: calidad, precio y durabilidad. Los mismos que serán la base para llegar al cliente y lograr una permanencia en el mercado.

GRÁFICO N° 8
ASPECTOS QUE SE CONSIDERAN IMPORTANTES AL MOMENTO DE
ADQUIRIR INDUMENTARIA MEDICA



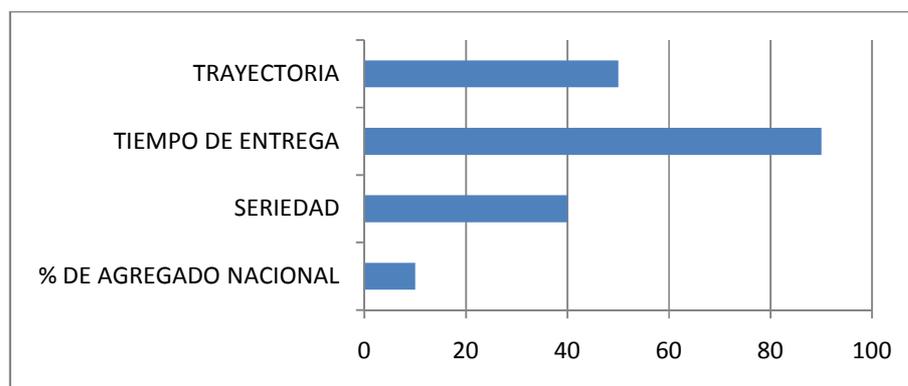
Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio de Mercado, 2011

Pregunta N° 6

De los siguientes aspectos considere el más importante que debe tener su proveedor

GRÁFICO N° 9
ASPECTOS IMPORTANTES QUE DEBE TENER EL PROVEEDOR DE
INDUMENTARIA MÉDICA



Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio de Mercado, 2011

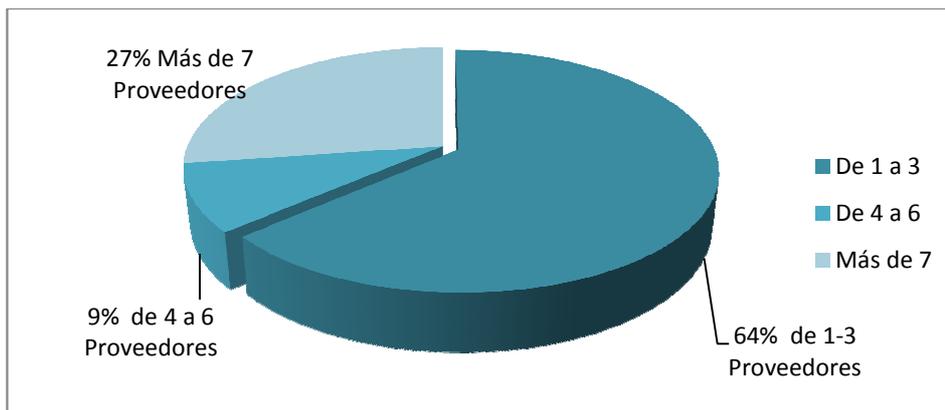
Análisis:

Analizando la gráfica se puede observar que el aspecto más importante que el consumidor toma en cuenta es el tiempo de entrega, así también su trayectoria. Para los consumidores anteriores experiencias tienen mucho peso al momento de hacer una nueva compra, es por esto que también se debe proyectar seriedad empresarial que refleje la buena administración de la empresa.

Pregunta N° 7

¿Cuántos proveedores tienen de este producto?

GRÁFICO N° 10
NÚMERO DE PROVEEDORES QUE TIENEN LOS ESTABLECIMIENTOS



Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio de Mercado, 2011

Análisis:

En el presente gráfico se observa que de los entrevistados el 64% independientemente del tipo de empresa se manejan con un grupo pequeño de proveedores para la adquisición de este producto, lo que da a entender que usan la mayoría de las veces los mismos proveedores; y además que la cantidad de proveedores que ofertan este producto es reducido, existiendo en el mercado una gran oportunidad de negocio.

Pregunta N° 8

Por favor, enumere las marcas que ha utilizado en los últimos años, referentes a este producto.

Análisis:

Al ser una pregunta abierta se obtuvieron varios resultados referenciales para el producto que se analiza, y se evidenció que la gran mayoría de entrevistados muy difícilmente podían identificar marcas del producto, para ellos era más fácil identificar a los proveedores que distribuyen todo tipo de material, insumos e indumentaria médica. Los resultados que se pudieron identificar son:

MARCAS:

- Sin Marcar- Microempresarios
- Multisalud
- Caché
- Med
- El Uniforme
- Midcis

PROVEEDORES:

- Ecuaquímica
- Sumelab
- Tecnoquimicas

1.2.8. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

En la presente investigación de mercado se puede apreciar que la industria textil es muy bien acogida en las instituciones de salud, y a pesar de que la investigación de mercado estuvo marcada con diversas dificultades al momento de desarrollar la encuesta, la destreza empleada permitió arrojar buenos resultados, identificando así:

- ✓ La confección de indumentaria médica es un sector muy amplio y que este campo es muy cuantioso y se presta a tener un gran crecimiento.
- ✓ Que para la confección de la indumentaria médica se debe utilizar materiales de alta calidad que garanticen la excelencia de los productos.
- ✓ Que la elaboración y distribución de indumentaria médica está estrechamente relacionada a la satisfacción de los profesionales del área de salud.
- ✓ Que a medida que pasan los años las personas cada vez buscan hospitales y clínicas que brinden un servicio de calidad, que les garantice el cuidado de su salud.

1.3. LA OFERTA

“Oferta es la cantidad de bienes o servicios que en un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.⁹

El estudio de la oferta es de vital importancia en el presente estudio, porque nos permite determinar la cantidad de competidores que tendrá el proyecto, y así además se podrá realizar un análisis profundo de la futura competencia y se conocer a profundidad el modo que ellos operan actualmente.

1.3.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y CONDICIONES DE LA COMPETENCIA

En el mercado existen algunas empresas destinadas a la confección de uniformes, los mismos que se convierten en los potenciales competidores para el presente proyecto, los cuales se encuentran en diferentes sectores de la ciudad de Quito, los cuales elaboran todo de tipo de uniforme, mientras que los que ofrecen detalladamente uniformes

⁹ BACA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Editorial Mc Graw Hill, Quinta Edición, México, pág. 48.

médicos son muy pocos, dentro de los actuales fabricantes de uniformes médicos se puede ver el total de establecimientos que se dedican a la elaboración de este tipo de productos, en el siguiente cuadro:

GRÁFICO N° 11
NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS ACTIVOS EN LA CIUDAD DE QUITO
DEDICADOS A LA FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS DEDICADOS A LA FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN LA CIUDAD DE QUITO											
Año:	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Número de compañías:	294	306	324	312	299	291	284	301	305	270	268
D181 FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL.	279	294	311	299	288	280	273	289	295	262	260
D182 ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES; FABRICACION DE ARTICULOS DE PIEL.	15	12	13	13	11	11	11	12	10	8	8

Fuente: Superintendencia de Compañías, 2010

Gracias a los datos de la Superintendencia de Compañías se logra tener una visión mucho más general del total de establecimientos que se dedican a la elaboración de prendas de vestir; se pudiera considerar a la competencia como todos los establecimientos que se dedican a la elaboración de todo tipo de prenda de vestir, ya que de una u otra forma estos establecimientos pueden ofrecer el tipo de producto, sin embargo esta sería una visión muy global ya que se debe llegar a cuantificar a la verdadera competencia, la misma que se está analizando en el presente proyecto pero como se puede analizar en el siguiente cuadro del total de compañías constituidas y activas a diciembre del 2010 únicamente el 1,15% pertenece al sector de la confección, por dicho antecedente se puede presumir que el mercado de la confección es un mercado poco explotado y con grandes proyecciones a crecer y constituirse como motor productivo y comercial.

1.3.2. DETERMINACIÓN DE LA OFERTA ACTUAL DEL PROYECTO

El presente análisis se lo puede estudiar con el análisis únicamente de las prendas de vestir de hombres, mujeres, niños y bebés, exterior, interior; ropa de diario y de etiqueta, ropa de trabajo (uniformes) y para practicar deportes. Sin embargo la categoría en la que se ha analizado los uniformes médicos están dentro de una gran categoría, analizando según los datos del estudio de mercado, se puede indicar que los establecimientos de salud tienen muy pocos proveedores, y es muy raro que busquen nuevos, pero esto no es un impedimento para nada, ya que al saber llegar al consumidor y posibles clientes es muy fácil romper con esta forma tan precaria de adquirir indumentaria médica

GRÁFICO N° 12
ESTABLECIMIENTOS DEDICADOS A TODO TIPO DE FABRICACION DE
PRENDAS DE VESTIR EN LA CIUDAD DE QUITO

		Año:	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
		Número de compañías:	242	261	272	265	255	246	239	250	253	223	220
A)	D1810.0.00 Fabricación de prendas de vestir para hombres, mujeres, niños y bebés; ropa exterior, interior, de dormir; ropa de diario y de etiqueta, ropa de trabajo (uniformes) y para practicar deportes (calentadores, buzos de arquero, pantalonetas, etc.).		242	261	272	265	255	246	239	250	253	223	220

Fuente: Superintendencia de Compañías, 2010

A. Fabricación de prendas de vestir para hombres, mujeres, niños y bebés; ropa exterior, interior, de dormir: ropa de diario y de etiqueta; ropa de trabajo (uniformes) y para practicar deportes (calentadores, buzos de arquero, pantalones, etc.).

Claramente en el presente cuadro se puede ver los que el número de establecimientos por clasificación dentro de la industria de la confección es muy reducido y las categorías en las que la Superintendencia de Compañías los clasifica es muy general. Además se debe mencionar que el presente estudio se lo realiza con datos actualizados y considerando el total de establecimientos que se dedican a este tipo de industria.

Según los datos obtenidos por la Superintendencia de Compañías, analizan en el presente estudio se determina que el crecimiento de la constitución de nuevos establecimientos es muy desacelerado y no se evidencia un crecimiento significativo en el sector. Es tanto así que se puede evidenciar que en el 2009 no hubo constitución de este tipo de industria, se puede interpretar que la caída de la economía y problemas en la economía mundial muchos empresarios no crecieron ni emprendieron en este tipo de industria en el año 2009, sin embargo para el año 2010 hubo una reactivación de la producción y se constituyeron nuevas empresas dedicadas a este tipo de negocio.

1.3.3 PROYECCIÓN DE LA OFERTA DEL PROYECTO

Basándonos en los datos proporcionados por la Superintendencia de Compañías se puede realizar una simulación de competidores que se encuentran en el mercado actualmente y proyectarlos en el futuro basándonos en la información actual evidenciada en el sector, y utilizando el método de mínimos cuadrados ¹⁰ para poder realizar la proyección, tenemos:

CUADRO N° 3
EMPRESAS DEDICADAS A LA CONFECCIÓN DE UNIFORMES EN QUITO-
PROYECCIÓN DE LA OFERTA

PROYECCIÓN DE EMPRESAS EN LA CIUDAD DE QUITO DEDICADAS A LA CONFECCIÓN DE UNIFORMES MÉDICOS		
AÑO	# Empresas	Uniformes
2010	220	44
2011	221	43
2012	216	42
2013	211	41
2014	206	40
2015	201	40

Elaborado por: La Autora

Fuente: Superintendencia de Compañías, 2000-2010

¹⁰ En 1829 Gauss fue capaz de establecer la razón del éxito maravilloso de este procedimiento: simplemente, el método de mínimos cuadrados es óptimo en muchos aspectos

Como se puede apreciar en el presente cuadro la proyección de la oferta tiene un decrecimiento en cuanto a los establecimientos dedicados a la confección esto tiene relación porque del total de establecimientos abiertos en la ciudad de Quito no todos logran mantenerse en el mercado y muchos de ellos al no contar con la suficiente experiencia, estudio de mercado y financiamiento cierran. Es por esto que esta variable juega un papel fundamental en el presente estudio de oferta, sin embargo al analizar el Cuadro N°12; se puede apreciar que existe una apertura de nuevas empresas dedicadas a la confección de prendas de vestir. Sin embargo la vida de las empresas depende de que tan rápido puedan evolucionar en el mercado y adaptarse a las necesidades de sus consumidores, clientes, clientes potenciales, usuarios finales del producto.

Con este antecedente el presente proyecto se vuelve muy atractivo porque no solo es un reto académico sino es un reto personal el poder demostrar que con todas las limitaciones de información, dificultad de acceso al mercado para poder consultar la realidad de la industria el lograr demostrar la factibilidad del presente es algo fascinante y me permite continuar con el desarrollo del presente proyecto.

1.3.4. PRINCIPALES COMPETIDORES Y PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

Mediante los datos proporcionados por los entrevistados en el estudio de mercado, se puede constatar que este tipo de producto no está presente en la mente de los consumidores finales ni en los consumidores principales quienes son los que realizan la adquisición del producto.

Al identificar a los establecimientos de salud como el demandante del producto la investigación es muy abierta y se puede analizar a la oferta identificada como la competencia desde un macro-estudio, basado en la investigación de mercado; así se identifica a los competidores en grupos muy marcados clasificándolos de la siguiente manera:

FABRICANTES POSICIONADOS EN LA MENTE DEL CONSUMIDOR

- Sin Marcar- Microempresarios
- Multisalud
- Caché
- Med
- El Uniforme

PROVEEDORES:

- Ecuaquímica
- Sumelab
- Tecnoquímicas

GRÁFICO N° 13

CADENA DE ADQUISICION DE UNIFORMES MÉDICOS



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Mercado, 2011

Siendo los proveedores quienes al ofrecer a los centros de salud no solo indumentaria médica; sino también insumos médicos la venta de la indumentaria es más fácil por así catalogarla ya que se convierte en un servicio extra que estos proveedores ofrecen a los clientes, se puede manifestar así que son muchos microempresarios quien abastecen a los distribuidores con la indumentaria que ellos necesitan, es por eso que se puede apuntar mediante el presente proyecto a una asociación con estos distribuidores para

poder llegar de una manera más concisa a los establecimientos médicos que demandan indumentaria médica.

CUADRO N° 4

PRINCIPALES COMPETIDORES Y PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

PRINCIPALES COMPETIDORES Y PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO		
NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO
MULTISALUD	18 de Septiembre Oe-404 y Rafael Soto	2902787
MED VESTIMENTA	Av. 6 de Diciembre 1457 y Veintimilla	2230233
CACHE	Mallorca N24-410 y Av. Coruña	2521363
EL UNIFORME	Juan Severino E8-58 y Av. 6 de Diciembre	2239616
C & M UNIFORMES	Isla Isabela N43-52 y Tomás de Berlanga	2920640
CRECONEC	Real Audiencia N57-236 y Murialdo	2414134
ECUAQUIMICA	Av. Ilalo entre Cisnes y Alondras	2861690
SUMELAB	Av. Occidental N52-105	2250227

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Mercado, 2011

1.4. LA DEMANDA

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. Las cantidades demandadas de un bien que los consumidores deseen y pueden comprar las denominamos demanda de dicho bien.

“A la relación inversa entre el precio del bien y la cantidad demandada, en el sentido de que al aumentar el precio disminuye la cantidad demandada, y lo contrario ocurre cuando se reduce el precio, se le denomina en Economía la Ley de la Demanda.”¹¹

¹¹ MOCHON, Francisco, Principios de Economía, Editorial Mc Graw Hill, Segunda Edición, España 2001, p 25

1.4.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

De acuerdo con los datos y toda la información recopilada en la presente investigación de mercado, se ha permitido establecer la existencia real de una demanda la misma que nos permite seguir adelante con el desarrollo del presente proyecto.

En el presente estudio se ha considerado una demanda constante, la misma que es representada por el cuerpo médico que labora año a año en las instituciones de salud, para los cuales se debe proporcionar cierta cantidad de uniformes, de acuerdo a las políticas establecidas por cada institución.

Según el tipo de especialidad médica tenemos personal que trabaja en las diferentes áreas en las instituciones de salud; considerando este factor se puede determinar una demanda según el número total de personal que trabaja, tenemos el personal médico que trabaja en los diferentes establecimientos de salud:

Gráfico N° 14

NÚMERO DE PERSONAL QUE TRABAJA EN ESTABLECIMIENTOS DE SALUD

NÚMERO DE PERSONAL QUE TRABAJA EN ESTABLECIMIENTOS DE SALUD, SEGÚN SECTOR AL QUE PERTENECEN, CLASE DE ESTABLECIMIENTO Y REGIONES GEOGRÁFICAS																		
AÑOS 2008																		
SECTOR CLASE Y REGIONES	TOTAL	MÉDICOS				ODONTO- LOGOS	BIOQUÍMICOS Y QUÍMICOS FARMA- CÉUTICOS	OESTE- TRICES	ENFER- MERAS	TRABAJA- DORAS SOCIALES	LICENCIADOS Y TECNÓLOGOS	OTROS PROFE- SIONALES 1/	ESTU- DIANTES INTERNOS	AUXILIARES DE ENFERMERÍA	AUXI- LIARES SERVICIO TÉCNICO 2/	ESTADIS- TICA Y REGISTROS MÉDICOS	PERSONAL ADMINIS- TRATIVO	PERSONAL DE SERVICIO
		ESPECIA- LIZADOS Y GENERALES	RESIDENTES	RURALES	POST- GRADISTAS													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
AÑO 2008																		
TOTAL REPUBLICA	85.892	22.158	2.487	1.875	720	3.145	593	1.586	9.037	582	4.047	996	-	14.891	3.612	1.557	7.017	11.589
PORCENTAJE	100,0	25,8	2,9	2,2	0,8	3,7	0,7	1,8	10,5	0,7	4,7	1,2	-	17,3	4,2	1,8	8,2	13,5
SECTOR																		
SECTOR PÚBLICO	58.788	9.466	1.590	1.875	576	2.861	343	1.352	7.344	518	2.792	689	-	11.698	3.049	1.311	4.499	8.825
SECTOR PRIVADO	27.104	12.692	897	-	144	284	250	234	1.693	64	1.255	307	-	3.193	583	246	2.518	2.764
CLASE																		
CON INTERNACION	63.937	17.178	2.487	350	720	672	425	613	6.843	352	3.163	651	-	11.838	2.048	991	5.571	10.237
SIN INTERNACION	21.955	4.980	-	1.525	-	2.473	168	973	2.194	230	884	345	-	3.253	1.564	566	1.446	1.352
REGIONES																		
REGION SIERRA	44.766	12.183	1.456	794	368	1.690	305	706	5.136	277	2.298	586	-	6.797	1.925	644	3.338	5.783
REGION COSTA	37.224	9.299	950	835	331	1.146	262	784	3.428	268	1.607	364	-	7.387	1.435	847	2.990	5.373
REGION AMAZONICA	3.844	669	81	237	21	301	25	97	469	19	139	46	-	686	247	65	285	447
REGION INSULAR	54	7	-	8	-	7	1	1	3	-	3	-	-	8	5	1	4	6
ZONAS NO DELIMITADAS	4	-	-	1	-	1	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-

Fuente: INEC, 2008

1.4.2. FACTORES QUE DETERMINAN LA DEMANDA

- ✓ El precio del artículo
- ✓ El ingreso monetario de la persona
- ✓ El precio de los artículos sustitutos y su número
- ✓ El precio de los artículos complementarios y su número
- ✓ Los gustos y preferencias del individuo
- ✓ Las expectativas sobre las variaciones futuras de los precios

Se puede constatar que efectivamente todos los establecimientos cubren la demanda que tienen, pero el factor determinante para poder analizar la demanda en el presente proyecto es el tiempo de entrega que tienen que esperar muchas veces los establecimientos de salud para cubrir su demanda, y los precios ya que al haber una demora en la entrega de los uniformes médicos se ven en la necesidad de adquirir el producto a distribuidores que tienen precios altos. Caso contrario sucedería si tuvieran un lugar específico donde realizar la adquisición de este bien.

1.4.3. DEMANDA ACTUAL DEL PROYECTO

La demanda actual del proyecto está representada por el total de establecimientos de salud que funcionan en la ciudad de Quito en el presente año, adicionalmente se puede aclarar que son los establecimientos de salud los que demandan el producto, quienes adquieren este producto para las personas que trabajan en dichos establecimientos; es por esto que la demanda se enfoca a estos establecimientos de salud proyectándose a un alcance total del personal que labora en estos establecimientos.

GRÁFICO N° 15

NÚMERO DE MEDICOS QUE TRABAJAN EN ESTABLECIMIENTOS DE SALUD

PERSONAL MÉDICO QUE TRABAJA EN ESTABLECIMIENTOS DE SALUD, POR TIEMPO, SEGÚN REGIONES Y PROVINCIAS - 2008											
REGIONES Y PROVINCIAS	TOTAL MÉDICOS	MÉDICOS ESPECIALISTAS Y GENERALES					MÉDICOS POSTGRADISTAS, RESIDENTES Y RURALES ^{1/}				
		TOTAL	8 HORAS DIARIAS	6 HORAS DIARIAS	4 HORAS DIARIAS	EVENTUAL O DE LLAMADA Y MENOS DE 4 HORAS DIARIAS ^{2/}	TOTAL	8 HORAS DIARIAS	6 HORAS DIARIAS	4 HORAS DIARIAS	EVENTUAL O DE LLAMADA Y MENOS DE 4 HORAS DIARIAS ^{2/}
TOTAL REPÚBLICA:	27.240	22.158	5.132	1.746	6.753	5.527	5.082	3.884	355	420	423
REGIÓN SIERRA:	14.801	12.183	2.361	1.318	3.466	5.038	2.618	1.800	306	187	325
AZUAY	2.040	1.741	482	250	520	471	200	272	15	0	3
BOLÍVAR	295	204	64	13	65	62	91	68	11	0	6
CAÑAR	387	299	74	41	119	65	88	81	-	3	4
CARCHI	231	148	56	7	50	35	83	56	-	9	18
COTOPAXI	541	407	95	3	90	219	134	106	-	3	25
CHIMBORAZO	788	612	107	87	229	189	176	150	-	9	17
IMBABURA	547	412	100	35	138	130	135	134	-	-	1
LOJA	1.113	877	283	72	280	242	236	228	1	1	6
PICHINCHA	7.092	5.954	829	717	1.653	2.755	1.138	532	264	128	214
TUNGURAHUA	1.170	1.008	141	57	218	592	164	122	14	14	14
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	667	523	130	27	97	269	74	51	11	5	17

Fuente: INEC, 2008

Tenemos un total por región de médicos especiales en las diferentes horas que ellos trabajan de 14801 correspondiente a la región sierra esto corresponde en relación con el total de personal que trabaja en establecimientos médicos tenemos que profesionales médicos corresponde al 54%, teniendo así al 2008 en la ciudad de Quito un total de médicos al 2008 de 5290 médicos que trabajan en establecimientos de salud.

El total de establecimientos en la ciudad de Quito es de 501 al 2011 con un total de personal que trabaja en estos establecimientos al 2008 en la región sierra de 45150, mientras que en la provincia de Pichincha el total de personal médico es de 39505 personas que trabajan en establecimientos de salud, correspondiendo a Quito un total de personas que trabajan en estos establecimientos 26030 al 2008.

CUADRO N° 5
DEMANDA SEGÚN EL NÚMERO DE PERSONAL MÉDICO

	Establecimi entos	Demanda Según Número de Personal Médico				
		Q				
Año	QUITO	PAÍS PERSONAL	OTROS AREA	TOTAL PAÍS	PICHINCHA	QUITO
2004	489	73615	20456	94071	32925	21694
2005	504	74144	21576	95720	33502	22074
2006	498	79765	23987	103752	36313	23927
2007	496	85498	24789	110287	38600	25434
2008	492	85892	26979	112871	39505	26030
2009	502	92684	28563	121247	42436	27961

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC, 2004-2009

No solamente se debe considerar el número de personal médico sino también el total de profesionales no doctores que trabajan en establecimientos de salud así como al personal paramédico, auxiliares y estudiantes no residentes que utilizan este producto, sin embargo las adquisiciones de indumentaria está destinada en principalmente a satisfacer las necesidades de este grupo de profesionales de la salud que trabajan en hospitales, pues la satisfacción que ellos depende de la entrega de uniformes de calidad logrando así en el futuro el crecimiento o no de la microempresa.

1.4.4. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Se proyecta un crecimiento en el sector de salud en base al aumento de establecimientos que se puede constatar con la información estadística obtenida en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, teniendo así un crecimiento paulatino en los establecimientos de salud, y al ser Quito la capital de la República no solo se evidencia un crecimiento en número de establecimientos, sino un crecimiento en la capacidad de atención de dichos establecimientos.

CUADRO N° 6
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA QUITO		
Año	Establecimientos	Personal
2010	500	28991
2011	501	30269
2012	501	31546
2013	502	32824
2014	503	34101
2015	504	35379

Elaborado por: La Autora

Fuente: Basado en el Cuadro N°2, página N° 10.

Es importante además, considerar los cambios actuales en cuanto al cuidado de la salud, ya que en los últimos tiempos las persona cada vez llevan una vida llena de actividades en donde tienen menos tiempo para el cuidado de la salud física y mental, se puede apreciar; así, una necesidad de buscar lugares que presenten servicios de medicina alternativa y médica preventiva que muchas veces no se la encuentra en las clínicas, hospitales y centros de salud de medicina convencional, con este antecedente se plantea otro mercado objetivo que puede ser atendido a la par, el mismo que son los centros pequeños de estética como spas, centros de relajación, centros de fisioterapia; a los cuales se les puede considerar como nuevos futuros clientes potenciales y los cuales se los tomo en una pequeña muestra considerados como Otros Área.

Con este antecedente se evidencia que existe un mercado potencial que puede ser explotado, para que esta propuesta microempresarial pueda ser puesta en marcha y se pueda seguir con el presente estudio.

1.4.5. DEMANDA INSATISFECHA

En el presente proyecto no se evidencia una demanda insatisfecha real, ya que de una u otra manera todos los establecimientos cubren la demanda que tienen, pero se analiza no sólo el hecho de que los establecimientos de salud tengan que limitarse a tener que esperar a ser atendidos por las empresas que actualmente elaboran indumentaria médica y tener que comprar a precios que estos establecimientos les imponen, ya que para cubrir su demanda se ven en procesos de demora en la entrega y una calidad que muchas veces deja mucho que desear por la poca calidad y tecnología que les ofrecen en la confección de los uniformes médicos y de la indumentaria en sí.

Sin embargo, académicamente podemos hablar de una demanda insatisfecha analizando la demanda y la oferta, y según esta simple resta matemática tomar parte del mercado para poder generar un negocio atractivo para INDUMED, según lo expuesto tenemos:

CUADRO N° 7
DEMANDA INSATISFECHA

DEMANDA INSATISFECHA			
Año	Demanda	Oferta	Relación
2010	500	44	456
2011	501	43	458
2012	501	42	459
2013	502	41	461
2014	503	40	463
2015	504	40	464

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC, 2004-2009, Investigación de Mercado, 2011

Lo que se pretende analizar a través del estudio de la demanda insatisfecha que independientemente de que los establecimientos de una u otra forma adquieran el producto que necesitan, se pretende hacer énfasis en que se puede proponer un tipo de negocio que se está analizando en el presente proyecto ya que se proyecto se apunta a ser una industria rentable e innovadora en la industria de la confección.

1.5. ESTUDIO DE MARKETING

“Un plan de marketing es un documento escrito que detalla las acciones necesarias para alcanzar un objetivo específico de mercadeo. Puede ser para un bien o servicio, una marca o una gama de producto. También puede hacerse para toda la actividad de una empresa.”¹²

1.5.1. PRODUCTO

INDUMED se plantea como una empresa nueva que pretende llegar a ser un antes y un después en la forma como actualmente se concibe a la indumentaria médica, se plantea la idea que la indumentaria médica sea la parte más importante para los profesionales de la salud al momento de realizar su trabajo.

Las cualidades a considerar como diferenciación del producto, son la huella distintiva del presente estudio, las cuales que se consideran como primordiales son:

- Diseño
- Innovación
- Calidad
- Presentación
- Identidad

¹² KOTLER, Philip- LEE Nancy; Marketing en el Sector Público, Primera Edición, Editorial Pearson Educación S.A, España, 2007.

1. El diseño es la etapa más compleja del proceso productivo, ya que se pretende ofrecer un producto cómodo, práctico y de mucha utilidad para todos los profesionales de la salud que lo usen, prácticamente que se convierta en su herramienta favorita de trabajo.
2. Mediante la invocación se pretende alcanzar un mercado mucho más grande y con mejor proyecciones, ya que mediante la investigación e innovación constante es la única manera que una empresa se mantenga en el tiempo y pueda desarrollarse y apuntar a ser la mejor de su clase, llegando porque no a crecer y ofrecer muchos más productos.
3. Calidad no solo en los procesos productivos, sino como una política organizacional que se aplique en todas las etapas y procesos de la empresa. La calidad solo se la puede medir con buenos resultados económicos, financieros, ventas y relacionados al personal.
4. Llegar a estar en la mente de los consumidores de indumentaria médica significa poder tener una presencia solida en el mercado, que permita el desarrollo de la empresa con proyecciones a un desarrollo constante y creciente.
5. La marca permitirá que el producto cuente con una identidad propia, hoy por hoy ya no se venden productos, lo que las grandes y potenciales empresas venden son servicios ese extra que debe venir por añadidura, que le permite a la empresa posicionarse en el mercado como la mejor de su tipo.

GRÁFICO N°16
LOGOTIPO DE INDUMED



Elaborado por: La Autora

1.5.2. EMPAQUE

Se hace referencia al envoltorio del producto, su contenido, el etiquetado, la información impresa, cualquier envoltorio secundario que se tira cuando se va a utilizar, así como el paquete en el que se envía.

GRÁFICO N° 17
ETIQUETAS DE LA PRENDA



Elaborado por: La Autora

1.5.3. ANÁLISIS DE LOS PRECIOS

“Precio es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio.”¹³

La fijación de los precios del presente proyecto estará dada en base a los precios de la competencia y en relación a los precios que ofrecen tanto los pequeños empresarios como los grandes distribuidores de indumentaria médica. Los precios de indumentaria médica son muy constantes ya que son fijados en base a los materiales e insumos que se emplean en la confección del producto.

En base a una investigación de mercado, muy diferente de la que se realizó a los consumidores, esta investigación de mercado fue realizada puerta a puerta, o para poder ser más específicos se la realizó a empresas distribuidoras y fabricantes de indumentaria médica que se identifican como: Principales Competidores y Participación en el Mercado; llegando a tener así precios de referencia promedio.

En el mercado se puede encontrar uniformes médicos de dos calidades, nacional e importados, los nacionales son más baratos y en las diferentes tiendas estudiadas los precios son más o menos igual, pudiendo deducir así que los competidores son muy competitivos.

En el presente estudio se analiza los precios de los mandiles y los uniformes médicos (ternos médicos), pudiendo así analizar los precios actuales del mercado, el mismo que servirá de referencia para comprobar la factibilidad del presente proyecto al desarrollar el estudio económico del presente proyecto en el capítulo N°4. En los siguientes cuadros se analiza el precio promedio del mercado:

¹³ MOCHÓN, Francisco. Principios de Economía, segunda edición, Editorial Mc Graw Hill, España 2003 Pág. 22

GRÁFICO N° 18
MANDILES



MANDIL MANGA ¾



MANDIL MANGA LARGA

CUADRO N° 8
PRECIO DE MANDILES MEDICOS SEGÚN MERCADO

	MANDILES	
Tipo	Nacional	Importado
Manga 3/4	16,50	29,50
Manga Larga	23,00	38,00

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Mercado, 2011

GRÁFICO N° 19
UNIFORMES MÉDICOS



CUADRO N° 9
PRECIO DE UNIFORMES MÉDICOS SEGÚN MERCADO

UNIFORMES MEDICOS		
Tipo	Nacional	Importado
Poliéster	25,00	38,60
Poli-algodón	37,00	59,00

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Mercado, 2011

1.5.4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

“La distribución es el conjunto de actividades desarrolladas por una empresa desde el momento en que el producto o servicio sale de la empresa hasta que llega al consumidor final. El objetivo es llevar el producto o servicio al lugar indicado, en el momento justo, en la cantidad necesaria y al mejor precio”.¹⁴

En el presente proyecto el canal de distribución que se plantea es el Productor-Consumidor y de Fabricante-Distribuidor-Agente-Usuario, ya que al ser una empresa nueva se debe ir abriendo camino en el mercado e ir ganando los clientes de la competencia así que se comercializará el producto mediante: distribuidores y agentes de ventas que visiten a los clientes en los establecimientos de salud, y la venta directa de la fábrica a al consumidor será vital para poder llegar al consumidor, en el estudio de localización se analizará el lugar de operación de la empresa y se puede utilizar este lugar como punto de exhibición de la indumentaria médica, a donde acudan los posibles consumidor y puedan adquirir la indumentaria médica de forma directa.

1.5.5. PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

Las estrategias de comercialización constituyen un todo con entidad propia, que parte de la misión y la estrategia de la organización para perfilar el rumbo comercial más compatible con ellas, a fin de optar por él. Esta requiere una mentalidad innovadora y amplia, que sitúe a la empresa y sus negocios en el contexto y, en particular, en el mercado.

No existe una estrategia de comercialización única que resulte la mejor para cualquier empresa. La estrategia es dirigida a un determinado consumidor con el objetivo de que ese elija el producto que la estrategia incluye. Dicha estrategia no puede ser autista sino que tiene que tener en cuenta al consumidor y la competencia.

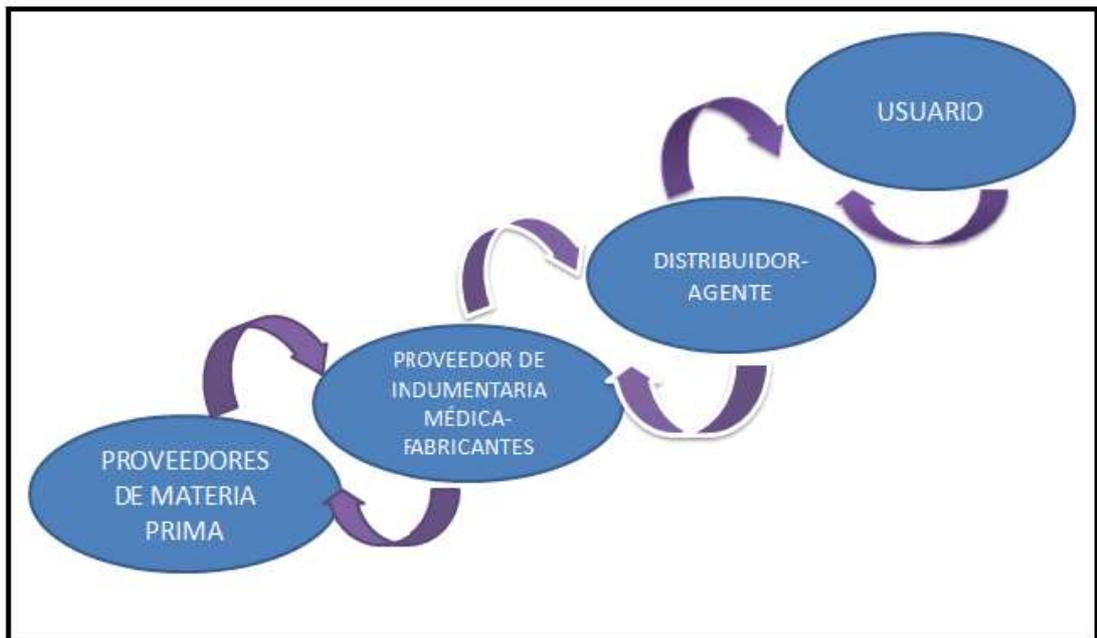
¹⁴ WESTON, Fred. Fundamentos de Administración Financiera, Editorial McGraw Hill, Décima Edición

Se sintetiza las oportunidades de crecimiento a través de una sencilla matriz que resume las estrategias de diversificación de producto y de segmentación de producto. Ello implica:

- ✓ Estudios de mercados
- ✓ Análisis de la competencia
- ✓ Poder negociador de los clientes
- ✓ Poder negociador de los proveedores
- ✓ Estrategias de marketing

GRÁFICO N° 20

PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN



Elaborado por: La Autora

1.5.6. PROMOCIÓN

“La promoción es una manera de informar al público sobre un producto o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo”.¹⁵

La publicidad que se plantea para el presente proyecto es directa y de manera tradicional ya que serán los agentes de ventas quienes visiten a los posibles consumidores y les oferten los productos que la empresa oferta y de esta forma harán publicidad del producto, mientras establecen una canal de distribución del mismo.

Se pretende llegar al cliente a través de estrategias de marketing BTL (Below The Line) agrupando acciones de mercadotecnia directa, como:

- **Relaciones Públicas.-** las relaciones públicas se las hará en dos niveles, una es con los distribuidores a quienes se les puede entregar directamente los uniformes médicos para que sean ellos quienes los vendan y otro eje de las relaciones públicas es a través de los agentes-vendedores que se plantea contratar en el proyecto para que sean ellos la presencia de la microempresa en las transacciones e interacciones con los clientes.
- **Punto de venta.-** se plantea la posibilidad de que el taller donde se confeccionara la indumentaria médica a la vez sirva de punto de venta, donde se puede exhibir los uniformes médicos y sirva a la vez de punto de publicidad al contar con letreros vistosos para que sean fácilmente reconocidos por los posibles clientes.
- **Promociones.-** a los clientes les gusta obtener más en cada compra, por lo que las promociones son muy importantes en para cualquier empresa, se plantea

¹⁵ ETZEL, Michael J., STANTON, Willian J. y WALKER, Bruce j. Fundamentos de Marketing. México. Editorial McGraw –Hill. 1995.

entregar artículos promocionales de la empresa (esferos, calendarios, libretines, etc.) a los departamentos de compras de las instituciones de salud, sin embargo las promociones se las aplicaría según la demanda del mercado y según las necesidades tangibles que se evidencien y que sirvan para posicionar la marca.

Así también se pretende utilizar medios masivos o ATL (Above The Line) para poder llegar a los clientes, tales como:

- **Portal web.-** en el actual mercado que vivimos, tan competitivo y saturado debemos movernos rápidamente, y adaptarnos a las nuevas necesidades de los clientes, por lo que considera al portal web una herramienta de trabajo que permitirá a los consumidor ver que ofrece la empresa, interactuar con ella y según el crecimiento de la empresa ir mostrando nuevos productos, publicidad, eventos, etc.
- **Páginas amarillas.-** al estar en medios masivos de publicidad, facilita a los consumidor que nos busquen rápidamente, y puedan acceder a la información básica de le empresa, para que así puedan los clientes según la necesidad que presenten contactarse con la empresa y se les pueda servir en sus necesidades.
- **Publicaciones en periódicos.-** según el estudio de mercado se analizó que los principales meses en los que los establecimientos realizan adquisición de indumentaria médica son en enero y junio, se plantea realizar publicidad en periódicos de la ciudad entre las fechas. en donde hay mayor demanda de indumentaria médica.
- **Mailing.-** técnica que consiste en enviar información publicitaria por correo postal o correo electrónico; esto es, un folleto publicitario que suele ir acompañado de una carta personalizada. Tanto el folleto como la carta son creaciones publicitarias que muestran los beneficios o ventajas de determinado producto.

CAPITULO 2.

2. ESTUDIO TÉCNICO

2.1. DEFINICIÓN DEL ESTUDIO TÉCNICO

“El tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica”.¹⁶

En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionable.

De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta en el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda. Finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo.

Son todos aquellos recursos que se tomarán en cuenta para poder llevar a cabo la producción del bien o servicio.

2.1.2. ELEMENTOS DEL ESTUDIO TÉCNICO

Los elementos constituyentes del estudio técnico son los siguientes:

- ✓ Descripción del producto
- ✓ Descripción del proceso de manufactura elegido

¹⁶ BACA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Editorial Mc Graw Hill, Quinta Edición, México, Pág. 59

- ✓ Determinación del tamaño de planta y programa de producción
- ✓ Selección de maquinaria y equipo
- ✓ Localización de la planta
- ✓ Distribución de planta
- ✓ Disponibilidad de materiales e instalaciones
- ✓ Requerimientos de mano de obra
- ✓ Desperdicios
- ✓ Estimación del costo de inversión y producción de la planta

2.1.3. ANÁLISIS DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

Con el tamaño del proyecto nos estamos refiriendo a la capacidad de producción instalada que se tendrá, ya sea diaria, semanal, por mes o por año. Depende del equipo que se posea, así será nuestra capacidad de producción.

2.1.3.1. CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad de producción o capacidad productiva es el máximo nivel de actividad que puede alcanzarse con una estructura productiva dada. El estudio de la capacidad es fundamental para la gestión empresarial en cuanto permite analizar el grado de uso que se hace de cada uno de los recursos en la organización y así tener oportunidad de optimizarlos.¹⁷

La capacidad de producción diseñada corresponde a la capacidad máxima que el proyecto podrá dar el mismo que es considerado tomando en cuenta la cantidad de recursos humanos y maquinaria con que se dispondrá. La misma que se detalla en el siguiente cuadro:

¹⁷ GOMEZ L, Productividad y Mejoramiento Continuo de Calidad y Productividad , España

CUADRO N° 10
CAPACIDAD DISEÑADA

CAPACIDAD DISEÑADA						
PRODUCTO	CANTIDADES POR PRODUCTO POR PERSONA				PRODUCCION MENSUAL	
	TIEMPO ESTIMADO	DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	CON 4 OPERARIAS	
Uniforme médico	1 hora	6	30	132	6336	Unidades
Mandil	30 minutos	3	15	68	3264	Unidades

Elaborado por: La Autora

2.1.3.2. PROYECCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

Es lo que se pretende se producirá durante el proyecto, se lo determina tomando en cuenta el tamaño del proyecto y la capacidad productiva, que se plantea INDUMED tendrá, así tenemos:

CUADRO N° 10
PRODUCCIÓN MENSUAL

PROYECCIÓN PRODUCCIÓN ANUAL						
PRODUCCIÓN MENSUAL						
DETALLE	%	2011	2012	2013	2014	2015
UNIFORMES MÉDICOS	66%	528	576	627	684	745
MANDILES	34%	272	296	323	352	384
TOTAL PRODUCCIÓN MENSUAL		800	872	950	1036	1129

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 12
PRODUCCIÓN ANUAL

TOTAL PRODUCCIÓN ANUAL						
DETALLE	%	2011	2012	2013	2014	2015
UNIFORMES MÉDICOS	66%	6336	6906	7528	8205	8944
MANDILES	34%	3264	3558	3878	4227	4607
TOTAL PRODUCCIÓN ANUAL		9600	10464	11406	12432	13551

Elaborado por: La Autora

2.1.3.3. FACTORES QUE CONDICIONAN EL TAMAÑO DEL PROYECTO

La importancia de dimensionamiento, en el contexto de estudio de factibilidad, radica en que sus resultados se constituyen en la parte fundamental para la determinación de las especificaciones técnicas sobre los activos que habrá que adquirirse. Dichas especificaciones servirán para analizar aspectos económicos y financieros del proyecto, ayudando de esta manera a determinar la inversión que este proyecto requerirá, dichos estudios permitirán además un estudio real de costos y gastos que se analizarán en el presente proyecto. Pudiendo de esta manera determinar la ganancia que se pretende demostrar con la puesta en marcha del proyecto.

Los factores que condicionan el tamaño del proyecto son:

- ✓ Mercado
- ✓ Proceso Técnico
- ✓ Localización
- ✓ Financiamiento

1. Mercado: A través del estudio de mercado, se determinan si existe o no una demanda potencial y en qué cantidad para determinar el tamaño del proyecto.

En el estudio de mercado se determina la magnitud de la demanda, puede darse los siguientes casos:

- Que la demanda sea mayor que el tamaño mínimo: En este caso la demanda limita el tamaño del proyecto, ya que la cantidad producida se podría vender por la existencia de demanda insatisfecha.
- Que la magnitud de la demanda sea igual al tamaño mínimo del proyecto: Por ser la demanda igual al tamaño mínimo, deberá tomarse en consideración la demanda futura. Si las perspectivas son halagadoras para el corto plazo, valdrá la pena continuar con el proyecto con capacidad inferior, con la que se tendrá demanda insatisfecha.
- Que la demanda sea muy pequeña con relación al tamaño mínimo: En este caso la cantidad de la demanda hace que el proyecto sea imposible de ponerlo en marcha, ya que la producción no se vendería

2. El proceso Técnico: Con la elección del proceso técnico se determina también el tamaño del proyecto. Algunas veces el proyecto exige una escala mínima de producción para ser económica.

Se debe analizar si es posible construir plantas o una sola planta con la misma capacidad.

3. Localización: El tamaño se ve afectado por la localización cuando el lugar elegido para ejecutar el proyecto no dispone de la cantidad de insumos suficientes, ni accesos idóneos, etc.

4. Financiamiento: Este es uno de los puntos más importantes al momento de implementar un proyecto, ya que la inversión del proyecto puede ser afectada por la capacidad financiera, ya que muchas veces se dan un límite máximo de inversión por la capacidad financiera del inversionista.

El tamaño del presente proyecto está enfocado en la demanda total que se analizó en el capítulo 1 “Demanda actual del Proyecto”¹⁸. El total de establecimientos de salud en la

¹⁸ BACA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Editorial Mc Graw Hill, Quinta Edición, México, Pág. 59

ciudad de Quito es de 501 al 2011. Este es el tamaño con el que se pretende realizar el presente proyecto. Este estudio se lo realiza básicamente en base al estudio de mercado, pues se plantea un demanda insatisfecha que es cubierta de una u otra manera por los establecimientos de salud, pues no se puede afirmar que estos establecimientos se quedan sin cubrir su demanda, pues sin importar precio o calidad, estos establecimientos adquieren el producto que necesitan para poder cubrir su demanda y satisfacer las necesidades de este sector.

2.1.4. ANÁLISIS DE LA LOCALIZACIÓN

“La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo”.¹⁹

El estudio de la localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas locacionales con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario.

2.1.4.1 FACTORES DETERMINANTES DE LA LOCALIZACIÓN

En el estudio de localización se analizan factores como: la disponibilidad de la mano de obra que se requiere para poner en marcha el proyecto y mantenerlo, la cercanía al mercado al cual se va a entregar el producto de insumo, los servicios necesarios para la buena selección del lugar, el lugar operativo donde se desarrollará el proyecto.

- METODO CUALITATIVO POR PUNTOS

“Este método consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de factores que se consideraran relevantes para la localización. Esto conduce a una comparación

¹⁹ BACA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Editorial Mc Graw Hill, Quinta Edición, México, Pág. 107

cuantitativa de diferentes sitios. El método permite ponderar factores de preferencia para el investigador al tomar la decisión”²⁰.

Para la evaluación de la localización se tomará una escala de 1 -10 siendo 1 el menos adecuado y 10 el más adecuado para la calificación de cada dirección. Las alternativas a evaluar son las que se detallan a continuación, las mismas que se encuentran localizadas en la ciudad en la ciudad de Quito, Pichincha.

- ❖ **Dirección A:** Sector Real Audiencia.- Av. Real Audiencia y Nazacota Puento
- ❖ **Dirección B:** Sector La Mariscal.- Av. Amazonas y La Niña
- ❖ **Dirección C:** Sector Universidad Central.- La Gasca y América

Según el método cualitativo por puntos que lo describe Baca Gabriel, en su libro evaluación de proyectos y haciendo un análisis a las direcciones más representativas, tomando en consideración aspectos como: el fácil acceso a la materia prima, mano de obra disponible en el sector, costo de los insumos, medios y costos de transporte y la cercanía del mercado, se puede obtener el siguiente estudio:

CUADRO N° 13
METODO CUALITATIVO POR PUNTOS

MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS								
N°	FACTOR RELEVANTE	PESO	DIRECCIÓN A		DIRECCIÓN B		DIRECCIÓN C	
			CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN		PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
1	Materia prima disponible	0,20	7	1,40	10	2,00	9	1,80
2	Mano de obra disponible	0,15	5	0,75	8	1,20	8	1,20
3	Costo de los insumos	0,20	5	1,00	8	1,60	6	1,20
4	Medios y costos de transporte	0,15	7	1,05	9	1,35	8	1,20
5	Cercanía del mercado	0,30	6	1,80	9	2,70	8	2,40
TOTALES:		1,00	6,00		8,85		7,80	

Elaborado por: La Autora

²⁰ BACA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Editorial Mc Graw Hill, Quinta Edición, México, Pág. 109

- ❖ **Análisis de la dirección A:** Sector Real Audiencia.- Av. Real Audiencia y Nazacota Puento.- Esta dirección es que menos porcentaje de aceptación recibió al realizar el análisis cuantitativos por puntos, se puede decir que la localización del proyecto se la analiza a través de cualidades que se pueden apreciar de los sectores analizados y también juega un papel muy importante la valoración que cada persona tiene del sector, en mi caso prefiero un lugar mucho más cercano al centro norte de la ciudad.

- ❖ **Análisis dirección B:** Sector La Mariscal.- Av. Amazonas y La Niña.- se ha demostrado a través del análisis cuantitativo por puntos que esta es la mejor dirección en la que se pudiera instalar el proyecto, no solo porque se cuenta con todos los servicios necesarios, sino también que se facilita el estudio al tener mucha familiarización con el sector, y el acceso y apertura a la información en este sector en particular se vuelve de más fácil acceso que en las direcciones anteriores; además hay que mencionar que en dirección escogida como la mejor se tiene cercanía de proveedores y fabricantes del mismo bien, lo que se puede utilizar como fuente permanente de estudio y al conocer a la competencia se puede saber cómo enfrentarse a la misma.

- ❖ **Análisis dirección C:** Sector Universidad Central.- La Gasca y América.- esta dirección es muy cercana a la del sector de la universidad central, por lo que la valoración otorgada en el análisis cuantitativo por puntos es muy similar a la de la dirección B, sin embargo a través del análisis se puede decir que esta dirección tiene deficiencias de cercanía con el mercado, así como la facilidad del transporte público, privado que tiene la dirección B.

FACTORES:

❖ MATERIA PRIMA DISPONIBLE

Este factor es muy importante y considerado dentro del estudio de localización del proyecto, pues si se tiene un lugar que nos permita adquirir materia prima de forma ágil y generando el menor costo posible, ahorrando tiempo es mucho más conveniente elegir una localización que nos haga dependientes de largos procesos de adquisición de materias primas, sino un lugar que nos haga libres y nos permita tener la oportunidad de elegir donde queremos realizar las compras de materias primas. Es por esto que en este análisis la dirección del sector de la Universidad Central, es muy oponible pues se encuentra cerca del centro de la ciudad donde se encuentran la gran mayoría de pequeños proveedores y de crecer el proyecto no se encuentra lejos de los grandes proveedores los mismos que están localizados en la zona industrial al norte de la ciudad.

❖ MANO DE OBRA DISPONIBLE

La mano de obra es un factor crucial en el estudio de localización porque, se necesita un lugar de fácil acceso de nuestros futuros trabajadores, que les brinde seguridad y que sientan cómodos en el lugar elegido para la localización. Se pretende contratar personal que vivan cerca de dirección establecida ya que las personas contratadas no gasten mucho tiempo en llegar a su lugar de trabajo.

❖ COSTOS DE LOS INSUMOS

De la misma manera que se analizó el costo de la materia prima, se puede decir que los insumos son tan importantes que la materia prima, pues juegan un papel fundamental en la elaboración de la indumentaria médica, y como se puede apreciar en el presente estudio todo nos direcciona a elegir una dirección que preste todas las facilidades de

tipo técnico, económico, financiero y este solamente se logra mediante la elección correcta de una ubicación que nos permita desarrollar y proyectar el presente proyecto inclusive antes de contar con información financiera de respaldo.

❖ MEDIOS Y COSTOS DE TRANSPORTE

Sin lugar a duda es la dirección C la que se encuentra en la mejor dirección para que tanto proveedores y consumidores puedan acceder de manera rápido y al menor costo a los productos que proyecta ofrecer.

Tanto las vías como los medios de transporte representan un factor muy importante que se ha considerado en cuenta para la ubicación del proyecto, siendo estas variables muy adecuadas para la logística y desarrollo del proyecto y se lo ha considerado como uno de los factores prioritarios en el estudio de localización debido al importante uso y análisis que se le da a este factor, ya que se necesitará fáciles maneras de transportar el producto al cliente.

❖ CERCANÍA DEL MERCADO

Este factor se lo ha tomado como prioritario y se le ha dado el mayor peso ya que es el lugar donde confluyen todo el giro del negocio, ya que al estar cerca del mercado, facilita a los posibles consumidores el acceso al producto que se elaborara, además si esta cerca del mercado se optimiza en costos, pues es más fácil poder adquirir insumos y maquinaria al encontrarse en una dirección céntrica de fácil acceso, además esta dirección escogida la número 3 se encuentra cerca de la mayoría de hospitales e instituciones de salud más representativas de la ciudad de Quito.

Esta opción no solo sobresale por su cercanía, sino que además sobresale por ser un sector muy comercial, rodeado de facilidades para el desarrollo del negocio, como es facilidad de acceso a servicios públicos y facilidad de acceso al mercado.

2.1.5. MACROLOCALIZACIÓN

“La macro localización tiene relación con la primera aproximación de la localización, es decir la determinación de una región o zona muy grande de probable localización”.²¹

El presente proyecto será desarrollado para la ciudad de Quito, específicamente ubicado en la zona de la Universidad Central, el lugar de operación y comercialización del mismo se pudo definir una vez analizadas las variables para dicho objetivo, las mismas que serán: localización, infraestructura, área, servicios básicos, accesos a transportes públicos, parqueaderos, cercanía de proveedores y seguridad. Las que se agruparon de manera general en el siguiente estudio:

- Materia prima disponible
- Mano de obra disponible
- Costo de los insumos
- Medios y costos de transporte
- Cercanía del mercado

Mediante el estudio realizado del método cualitativo por puntos, se pudo determinar la mejor zona (dirección) que cuente con todas las características apropiadas para la puesta en marcha de la microempresa, siendo esta la ubicada en el sector de la Universidad Central de la ciudad de Quito, la misma que posee las mismas características:

²¹ Manual de Formulación y Evaluación de proyectos, BARRENO, Luis. Pág. 66, Primera Edición, Quito 2005

CUADRO N° 14
MACROLOCALIZACION DE PROYECTO

MACROLOCALIZACION DEL PROYECTO	
Provincia:	Pichincha
Cuidad:	Quito
Dirección:	Sector La Mariscal
Características:	Ubicación cerca a hospitales
	Cerca al centro de la ciudad
	Fácil recordación
	Centrica para transporte público
	Cuenta con todos los servicios básicos
	De fácil acceso

Elaborado por: La Autora

2.1.6. MICROLOCALIZACIÓN

“Corresponde a la ubicación exacta de localización del proyecto”.²²

Se puede considerar que el lugar escogido es una fuerza de desarrollo para el sector, porque al estar situado en una zona bastante comercial, inyecta al sector dinamismo, crecimiento y mejores ofertas para los potenciales clientes que habitan en la ciudad de Quito.

La Dirección escogida es la de la Mariscal, específicamente el sector de La Amazonas y La Niña, se ha analizado todas las ventajas de esta dirección y se puede indicar que es muy óptima para el presente proyecto, por su fácil estudio y conocimiento que se tiene del sector.

²² Manual de Formulación y Evaluación de proyectos, BARRENO, Luis. Primera Edición, Quito 2005

2.1.7. PLANOS DEL PROYECTO

GRÁFICO N°21
MAPA DE LA CIUDAD DE QUITO



Fuente: Distrito Metropolitano de Quito

GRÁFICO N°22
MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO PLANTA



Fuente: Google Map

2.1.8. DISTRUBUCIÓN DE LA PLANTA

“Una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores”.²³

Los objetivos básicos de una distribución de la planta son los siguientes:

- **Integridad total:** consiste en integrar en lo posible todos los factores que afectan la distribución, para obtener una visión de todo el conjunto y la importancia relativa de cada factor.
- **Mínima distancia de recorrido:** al tener una visión general de todo el conjunto, se debe tratar de reducir en lo posible el manejo de materiales, trazando el mejor flujo.
- **Utilización del espacio cúbico:** aunque el espacio es de tres dimensiones, pocas veces se piensa en el espacio vertical. Esta acción es muy útil cuando se tienen espacios reducidos y su utilización deber ser máxima.
- **Seguridad y bienestar para el trabajador:** este debe ser uno de los objetivos principales en toda distribución.
- **Flexibilidad:** se debe obtener una distribución fácilmente reajutable a los cambios que exija el medio, para poder cambiar el tipo de proceso de la manera más económica, si fuera necesario.

2.1.8.1. CARACTERÍSTICAS DE LA DISTRIBUCIÓN

Cualquiera que sea la manera en que esté hecha una distribución de la planta, afecta al manejo de los materiales, la utilización del equipo, los niveles de inventario, la productividad de los trabajadores. La distribución de la planta está determinada en base

²³ BACA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Editorial Mc Graw Hill, Quinta Edición, México, Pág. 1116

al proceso productivo, al tipo del proceso productivo y según el volumen de la producción.

La Distribución por proceso, agrupa a las personas y al equipo que realizan las funciones similares y hacen trabajos rutinarios en bajo a volúmenes de producción. Las dimensiones de la planta son 13X10 m², esta dimensión es la optima que se necesita para poner poder funcionar, la misma que se la podrá ajustar según el local que se alquile; en la misma que se distribuye la mesa de corte, la maquinaria industrial, la zona de estampado-bordado y empaque, todo en base a la secuencia del proceso productivo con el fin de optimizar el tiempo de recorrido, y buscando una integridad total del proceso.

2.1.8.2. DIAGRAMA DE DISTRIBUCION DE LA PLANTA Y SHOWROOM

DISTRIBUCION DE LA PLANTA

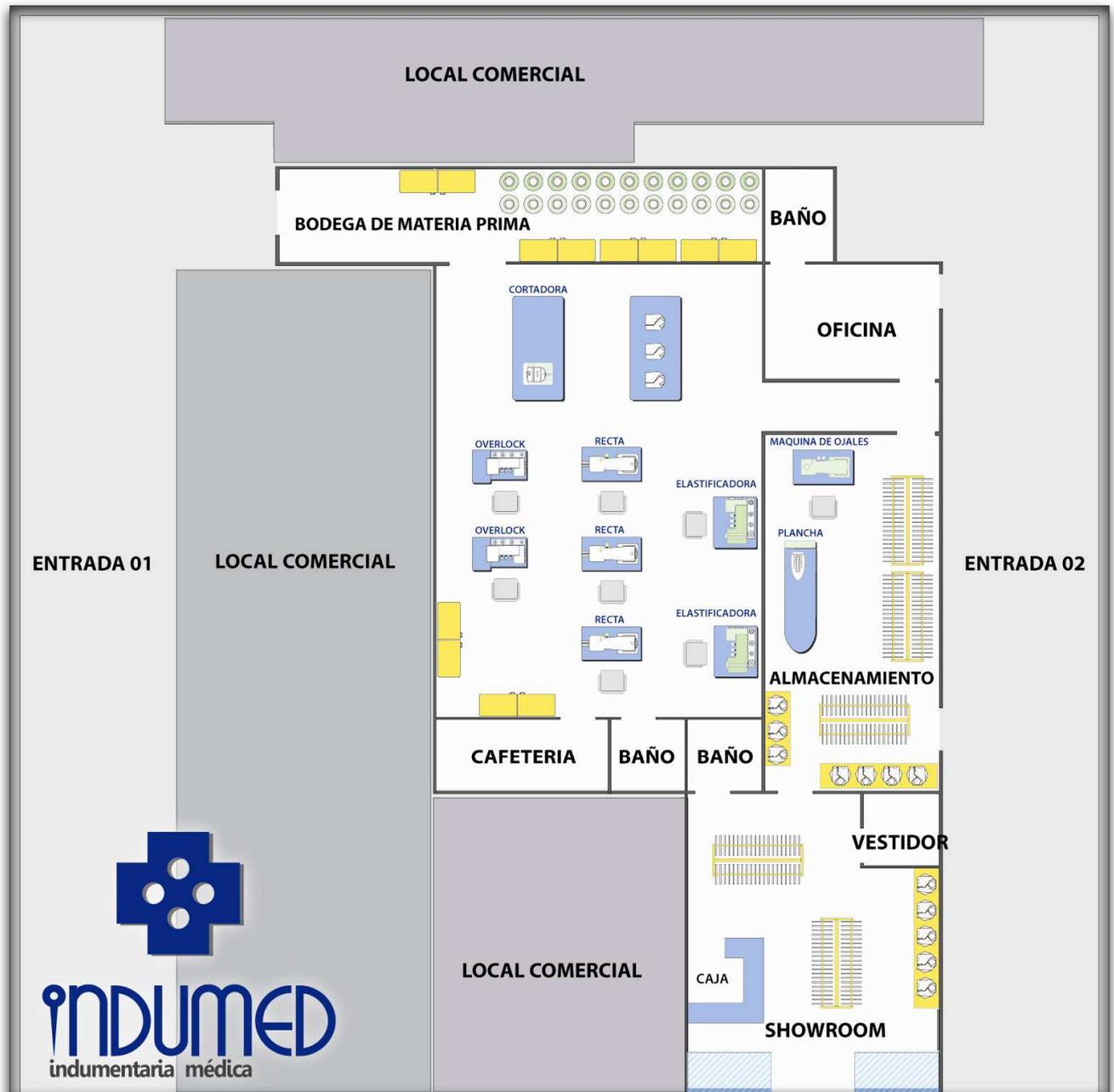
Las áreas en las que se distribuirá la planta son:

- A. Oficinas Contables y Administrativas
- B. Bodega de Materia Prima Materia Prima
- C. Área de Cortado y Diseño
- D. Área de Costura
- E. Área de Finalizado
- F. Área de Planchado y Empaque
- G. Área de Almacenaje o Bodega de Producto Terminado
- H. Cafetería
- I. Baño

DISTRIBUCION DEL SHOWROOM

- Área de Caja, Cambiador

GRÁFICO N°23
DIAGRAMA DEL TALLER Y SHOWROOM



Elaborado por: La Autora

2.1.8.3. PRESUPUESTO PARA LA PUESTA EN MARCHA

Dentro del presupuesto para la puesta en marcha del presente proyecto se está considerando el equipo de oficina, equipo de computación, vehículo, maquinaria y herramientas así como los valores que se deberán tomar en cuenta para la constitución legal de la microempresa, como también los valores que se deberá invertir para las instalaciones y adecuaciones necesarias que se tendrán que hacer en el local y taller que se rentará.

CUADRO N° 15
INVERSIÓN FIJA

INVERSIÓN FIJA					
ACTIVO FIJO					
Activo Fijo	Detalle del Activo	Total Activo	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Equipo de Computación	Computadora	\$ 1.100,00	2	550,00	\$ 1.100,00
Equipo de Oficina		\$ 260,00			
	Sumadora		1	50,00	\$ 50,00
	Teléfono		2	105,00	\$ 210,00
Muebles y enseres		\$ 2.193,00			
	Escritorio		2	189,00	\$ 378,00
	Silla Giratoria		2	50,00	\$ 100,00
	Sillón Triple		1	300,00	\$ 300,00
	Archivador		1	95,00	\$ 95,00
	Mesa de corte		1	300,00	\$ 300,00
	Estanterías		5	148,00	\$ 740,00
	Sillas		7	40,00	\$ 280,00
Vehículo		\$ 14.890,00			
	Camioneta Fiorino 1.3 V8 2010		1	14.890,00	\$ 14.890,00
Maquinaria y Herramienta		\$ 11.280,00			
	Máquina Overlock		2	1.500,00	\$ 3.000,00
	Máquina Recta		3	1.000,00	\$ 3.000,00
	Máquina elasticadora		2	1.300,00	\$ 2.600,00
	Máquina Cortadora		1	700,00	\$ 700,00
	Máquina de ojales		1	1.200,00	\$ 1.200,00
	Tijeras Pulidoras		7	40,00	\$ 280,00
	Plancha Industria		1	500,00	\$ 500,00
	TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 29.723,00			

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 16
GASTOS DE ARRANQUE

GASTOS DE ARRANQUE		
Gastos de Arranque		
	Gastos de Constitución Legales	\$ 1.200,00
	Gastos de Adecuaciones e instalaciones	\$ 3.500,00
TOTAL GASTOS ARRANQUE:		\$ 4.700,00

Elaborado por: La Autora

2.2. ANALISIS ORGANIZACIONAL

Hoy, para que una empresa logre alcanzar una posición sólida en el mercado debe tener políticas claras, objetivos y metas alcanzables que le permitan cumplir su misión, visión y fines sociales. La organización de una empresa para llevar a cabo dichos propósitos es primordial, pues por medio de esta se puede medir el grado de desarrollo, de respuesta a los cambios externos e internos como el cambio de algún tipo de tecnología, sistema de operación, adaptación a las nuevas condiciones del mercado (lo que significa una gran oportunidad, porque entre más rápido se produzca la adaptación a nuevos sistemas mercantiles, más ventajas se tendrán sobre la competencia).

2.2.1. DESCRIPCIÓN DE LA INDUSTRIA

Textil: “término genérico (derivado del latín terere, `tejer') aplicado originalmente a las telas tejidas, pero que hoy se utiliza también para filamentos, hilazas e hilos sintéticos, así como para los materiales tejidos, hilados, fieltros, acolchados, trenzados, adheridos, anudados o bordados que se fabrican a partir de los mismos. También se usa para referirse a telas no tejidas producidas mediante la unión mecánica o química de fibras”.²⁴

²⁴ <http://es.wikipedia.org/wiki/Textil>

Historia y Actualidad

Los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos.

Posteriormente, las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra. Hoy por hoy, la industria textil ecuatoriana fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el ya mencionado algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda.

A lo largo del tiempo, las diversas empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país. Sin embargo, se puede afirmar que las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas.

La diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sinnúmero de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. No obstante, cada vez es mayor la producción de confecciones textiles, tanto las de prendas de vestir como de manufacturas para el hogar.

El sector textil genera varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos. Según estimaciones hechas por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador – AITE, alrededor de 50.000 personas laboran directamente en empresas textiles, y más de 200.000 lo hacen indirectamente.

Contrabando

Este método de comercio, indiscutiblemente ilegal, ha existido por siempre y desde siempre, y ha sido el origen de grandes fortunas a nivel mundial. Por desgracia Ecuador no podía estar al margen de este mal y muchos comerciantes inescrupulosos han optado por esta vía para traer mercancías al país.

Según un estudio realizado por la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE), el contrabando textil se sitúa entre 150 y 200 millones de dólares al año, sin considerar lo que se introduce ilegalmente por las fronteras con Perú y Colombia, de cuyos ingresos no existe registro alguno. Una modalidad utilizada con mucha frecuencia para cometer este acto ilegal es la subfacturación de importaciones, así como la falsa clasificación arancelaria de las mismas²⁵.

Este negocio fue alentado históricamente por la ineficiencia y corrupción existente en las Aduana del país, y por la falta de una vigilancia exhaustiva en los mercados. No obstante, la Administración Aduanera actual está empeñada en dar un giro radical en el control aduanero, y los resultado de esta decisión se han podido sentir especialmente a partir del segundo semestre del 2007.

2.2.2. LA EMPRESA

Mediante el presente trabajo se pretende demostrar la factibilidad de la creación la microempresa que se la denominará: “INDUMED” enfocada a los profesionales de salud que buscan indumentaria de calidad que les garantice prendas optimas y funcionales para su satisfacción; así como prendas para todas las áreas de los centros de salud, atendiendo principalmente al cuerpo médico y a los usuarios que acuden a estos.

La microempresa se enfocara en la calidad de sus productos siendo el eje principal los usuarios y colaboradores que trabajen en el mismo. Se fomentará el desarrollo personal

²⁵ Artículo publicado por la Asociación de Industrias Textiles de Ecuador, en su portal web

de sus colaboradores, haciendo de la empresa una gran familia donde los principios morales y éticos serán el punto inicial que garantice el crecimiento acelerado y sostenido de la microempresa. Para este crecimiento se fomentará en el análisis profundo de las necesidades de nuestros clientes y proyectándonos a satisfacerlas con entrega y con un servicio personalizado de atención para así poder cubrir todas las exigencias de nuestros clientes.

Cuadro N° 16
ANÁLISIS FODA

<p>FORTALEZAS</p> <p>Al ser un negocio nuevo se pretende utilizar maquinaria moderna que garantice y optimicen procesos de producción.</p> <p>Atención personalizada y con alto grado de profesionalismo para guiar a nuestros clientes: los centros médicos en la adquisición de indumentaria de calidad.</p> <p>Localización estratégica y adecuada para la elaboración y comercialización de la indumentaria médica y hospitalaria.</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <p>Incremento en las propuestas y alternativas de centros de salud tanto públicas como privadas.</p> <p>Apertura a nuevos mercados en la confección tanto de ropa de vestir como de indumentaria medica.</p> <p>Existencia de demanda por atender tanto localmente como a nivel nacional.</p> <p>Ingresos económicos con proyección de incrementos en un tiempo acelerado.</p> <p>No hay impedimentos legales para la creación de este tipo de negocios.</p>
---	--

DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Al ser un negocio nuevo el centro de operación del mismo puede ser un limitante, es decir que la demanda sería básicamente sujeta a la localización y se necesitaría de mucha publicidad y de un adecuado manejo en cuanto a licitaciones y ventas en el sector público y privado.</p> <p>Competidores que prestan una mayor cantidad de indumentaria médica y hospitalaria.</p> <p>Inexistencia de experiencia en el área de manejo, control, fabricación, comercialización y administración de un negocio como este.</p> <p>Altos costos iniciales para poder operar este negocio.</p>	<p>No poder encontrar el financiamiento para la microempresa dedicada a la confección y comercialización de indumentaria médica y hospitalaria.</p> <p>No encontrar los profesionales con alta experiencia en la confección de indumentaria médica y hospitalaria.</p> <p>Que el lugar escogido sea de poca frecuencia es decir que se encuentre lejos de los clientes potenciales.</p> <p>Que no se pueda concretar negociaciones con instituciones del sector público y privado haciendo muy pequeño el giro del negocio.</p>

Elaborado por: La Autora

2.2.3. ANÁLISIS DEL ENTORNO

La confección de indumentaria medica y hospitalaria está enfocada a la satisfacción de los profesionales de salud, que buscan uniformes de calidad que les brinde total confianza y comodidad al momento de trabajar, así también proyectar una imagen pulcra para que los usuarios del servicio de salud se sientan en total confianza de usar la vestimenta que se le ofrece en el centro médico.

El presente estudio de factibilidad está enmarcado a la satisfacción de los profesionales de la salud que trabajan en el Distrito Metropolitano de Quito y de manera indirecta para

los usuarios de estos centros. Para analizar de una manera más enfocada a la realidad se procederá a la elaboración de una matriz FODA considerando los siguientes aspectos:

Al contar con una mayor información será mucho más fácil de controlar los riesgos y cuantificar ganancias que se espera obtener cuando la microempresa este en funcionamiento.

Principales Fortalezas para contrarrestar las Amenazas

- ✓ Haciendo un análisis profundo a las fortalezas del proyecto se determinó que la fortaleza de mayor peso es: la atención personalizada y con alto grado de profesionalismo para guiar a nuestros clientes: los centros médicos en la adquisición de indumentaria de calidad; ya que con esta se pretende contrarrestar la principal amenaza que afecta al proyecto la misma que es: que no se pueda concretar negociaciones con instituciones del sector público y privado haciendo muy pequeño el giro del negocio.
- ✓ Además otra fortaleza que se visualiza es: localización estratégica y adecuada para la elaboración y comercialización de la indumentaria médica y hospitalaria, la misma que esta encamina a minimizar una amenaza que asecha el proyecto la misma que es: que el lugar escogido sea de poca frecuencia es decir que se encuentre lejos de los clientes potenciales.

Principales Oportunidades para contrarrestar las Debilidades

- ✓ Una de las principales oportunidades que se analiza en el presente estudio es la apertura a nuevos mercados en la confección tanto de ropa de vestir como de indumentaria medica, la misma que ayuda a minimizar una de las debilidades detectadas en el presente estudio la misma que es que los competidores pueden prestar una mayor cantidad de indumentaria médica y hospitalaria que la que se pretende ofrecer en el presente proyecto.

- ✓ Otra de las oportunidades donde se puede aprovechar para poder alcanzar los objetivos del presente proyecto es que no hay impedimentos legales para la creación de este tipo de negocios, con esta oportunidad bien definida sin lugar a duda se puede competir fuertemente con una debilidad identificada la misma que es: la inexistencia de experiencia en el área de manejo, control, fabricación, comercialización y administración de un negocio como este.

2.2.4. MISIÓN

“La misión es un importante elemento de la planificación estratégica porque es a partir de ésta que se formulan objetivos detallados que son los que guiarán a la empresa u organización”.²⁶

MISIÓN

La misión de INDUMED será:

Somos una empresa dedicada a la confección, elaboración y comercialización de indumentaria medica con diseños personalizados con altos estándares de calidad, diversidad y durabilidad en sus prendas, dirigidos al cuerpo médico de todas las instituciones de salud, para satisfacer las necesidades del mercado de la ciudad de Quito.

2.2.5 VISIÓN

“Define y describe la situación futura que desea tener la empresa, el propósito de la visión es guiar, controlar y alentar a la organización en su conjunto para alcanzar el estado deseable de la organización”.²⁷

²⁶ Edición Promonegocios, Abril 2010. www.promonegocios.net

²⁷ Artículo Web: http://www.webandmacros.com/Mision_Vision_Valores_CMI.htm

VISIÓN

La visión de INDUMED al 2015 será:

Convertirnos en una empresa posicionada en el mercado nacional, entregando una amplia variedad de indumentaria medica de calidad de forma eficiente y a precios competitivos, llegando a servir a más áreas de la salud; con recurso humano calificado sustentado en valores éticos y constante innovación tecnológica.

2.2.6. VALORES Y PRINCIPIOS CORPORATIVOS

Los valores son el conjunto de principios, creencias, reglas que regulan la gestión de la organización. Constituyen la filosofía institucional y el soporte de la cultura organizacional.

Toda institución implícita o explícitamente tiene un conjunto de valores corporativos, por lo tanto estos deben ser analizados, ajustados o redefinidos y luego divulgados. En resumen, el objetivo básico de la definición de valores corporativos es el de tener un marco de referencia que inspire y regule la vida de la organización.

Mediante el liderazgo efectivo, los valores se vuelven contagiosos; afectan los hábitos de pensamiento de la gente.

VALORES

Nuestros valores describen nuestra cultura y la imagen que deseamos ofrecer. Con fundamentales para impulsar a nuestra empresa en la dirección adecuada. Los clientes solo percibirán que estos valores son reales cuando guíen todas nuestras actividades cotidianas.

- **Ser éticos:** según una corriente “clásica”, la ética tiene como objeto los actos que el hombre realiza de modo consciente y libre (es decir, aquellos actos sobre los

que ejerce de algún modo un control racional). No se limita sólo a ver cómo se realizan esos actos, sino que busca emitir un juicio sobre estos, que permite determinar si un acto ha sido éticamente bueno o éticamente malo.

Ello implica establecer una distinción entre lo que sea bueno y lo que sea malo desde el punto de vista ético, y si el bien y el mal éticos coincidan o no con lo que serían el bien y el mal en sí.

- **Ser una empresa seria:** ser una empresa seria significa cumplir con las promesa que se hacen a los consumidor, jamás se debiera prometer lo que no podemos cumplir, por lo que es muy importante recordar que los clientes son muy sensibles al mal servicio que se les puede ofrecer justamente por la falta de palabra al momento que se puede llegar a tener, solo por el hecho de cerrar contratos se puede ofrecer más de lo que se podía y tener muchos inconvenientes con los clientes, además se puede perder clientes al notar ellos la falta de seriedad preferirán ir con la competencia sin dudarlos dos veces.

- **Ser proactivos**

Nos anticipamos y actuamos en consecuencia, innovamos para encontrar formas nuevas y mejores de hacer las cosas. Somos líderes, no seguidores. Nuestros clientes podrán confiar en la calidad de nuestros productos y estar seguros que siempre estamos innovando para adelantarnos a sus exigencias.

- **Estamos orientados a los resultados**

Nos centramos en el rendimiento y los resultados en todo lo que hacemos. Nos apasiona buscar las mejores soluciones.

- **Estamos decididos**

Hacemos que las cosas funcionen, somos responsables y nunca nos rendimos. Prestamos servicio de calidad.

Objetivos Corporativos de INDUMED:

- Satisfacción del cliente, su éxito es nuestro éxito.
- Anticiparnos a las necesidades del cliente.
- La innovación, fortalece nuestro liderazgo.
- Reconocer en público el buen trabajo de los demás. Nuestro trabajo hablará por nosotros.
- Comercializar productos de la mejor calidad y beneficio para el sector de la salud.
- Respetar nuestras obligaciones y compromisos en los plazos y horarios convenidos.
- Ser promotores del orden, puntualidad y disciplina.
- Reconocer nuestras faltas y subsanarlas sin que nos lo soliciten.

PRINCIPIOS

La declaración de principios constituye el hilo conductor de nuestra estrategia y sirve para exponer a nuestros accionistas, nuestros clientes, la opinión pública y muy especialmente a nuestros empleados cuál es el marco de nuestra forma de pensar y actuar, con el objetivo de servir de orientación y despertar el interés por contribuir al éxito de la empresa.

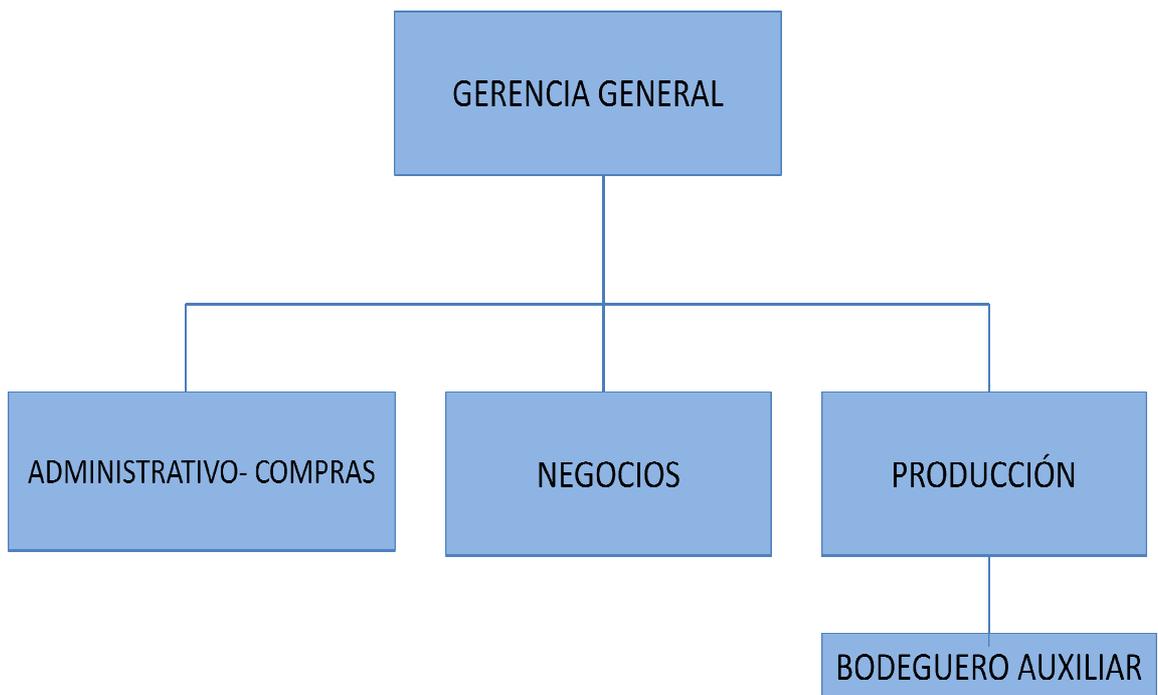
Principios de INDUMED

- ✓ Estar siempre activos en la modernización, crecimiento, capacitación, calidad, simplificación y mejora incansable de los procesos productivos.
- ✓ No hay reto que no podamos alcanzar trabajando unidos con claridad en los objetivos y con conocimiento de los instrumentos para lograrlos.

- ✓ El optimismo firme y paciente siempre rinde sus frutos.
- ✓ Apoyamos y reconocemos a los empleados que trabajan en la creación de ventajas competitivas.

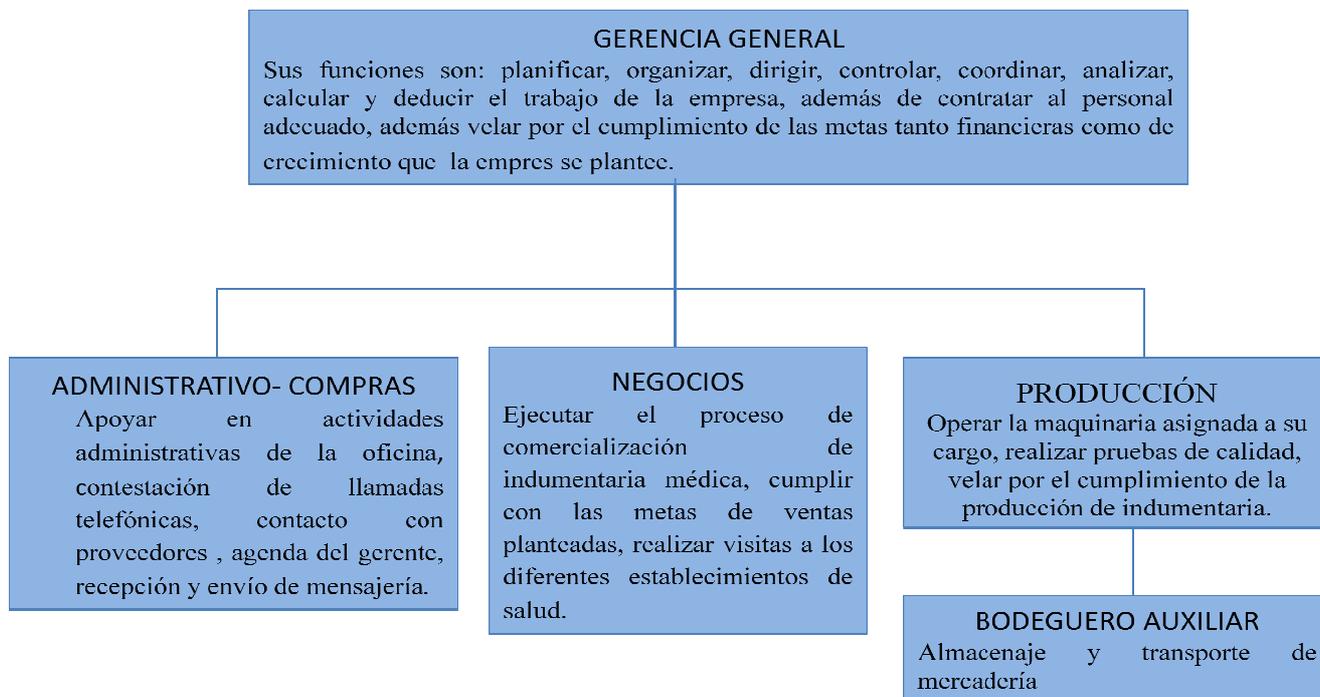
2.2.7. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL Y FUNCIONAL

GRÁFICO N°24
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°25
ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Elaborado por: La Autora

2.2.8. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Los manuales de funciones se caracterizan por el principio de especialización; es decir, la diferencia de actividades y funciones que son inherentes a cada uno de los actores de la Organización, los mismos que ayudan al proceso de organización, administración y desarrollo de las empresas.

AREA: Gerencia

CARGO: Administrador- Gerente

SUPERIOR: Junta de Accionistas de la Microempresa

FUNCIONES:

- ✓ Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.
- ✓ Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta
- ✓ Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros
- ✓ Realizar evaluaciones periódicas a los diferentes departamentos.
- ✓ Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo
- ✓ Supervisar que los demás departamentos cumplan sus objetivos.
- ✓ Crear y mantener buenas relaciones con los clientes.
- ✓ Supervisar directamente la producción realizando el control de calidad así como también al área de negocios
- ✓ Manejar los flujos de caja y créditos para la obtención de maquinaria y materia prima
- ✓ Supervisar el funcionamiento de la maquinaria
- ✓ Realizar pagos de sueldos y demás rubros generados
- ✓ Abrir nuevos mercados en conjunto con el área de negocios
- ✓ Contratar un contador bajo la modalidad de prestación de servicios que le ayude a llevar la contabilidad y administrar los recursos financieros de la microempresa
- ✓ Planificación de la producción según los pedidos que se tengan en conjunto con las operarias
- ✓ Compra de la materia prima
- ✓ Lleva la contabilidad de la empresa

AREA: Administrativa

CARGO: Asistente Administrativo

SUPERIOR: Gerente

FUNCIONES:

- ✓ Control y revisión de facturas y retenciones
- ✓ Proceso de facturación y cobro del almacén
- ✓ Solicitud de cotizaciones a proveedores
- ✓ Contacto con proveedores
- ✓ Gestionar las negociaciones respectivas a la compra de materias primas
- ✓ Realizar trámites de cobranzas
- ✓ Apoyar en actividades administrativas de la oficina
- ✓ Atención de la Consola de Telefonía
- ✓ Gestión de citas y agendas de Gerentes
- ✓ Recepción y envío de mensajería
- ✓ Recepcionista en general
- ✓ Uso, manejo y organización de archivo físico
- ✓ Asistente del Administrador- Gerente

AREA: Negocios

CARGO: Asistente de Ventas

SUPERIOR: GERENTE

FUNCIONES:

- ✓ Ejecutar el proceso de comercialización de indumentaria médica
- ✓ Cumplir con las metas de ventas planteadas
- ✓ Realizar visitas a los diferentes establecimientos de salud

- ✓ Orientación a resultados,
 - ✓ Excelentes relaciones interpersonales
 - ✓ Que tenga buena comunicación
 - ✓ Orientación de servicio al cliente
 - ✓ Llevar al día el reporte del stock disponible del producto terminado, trabajo coordinado con el bodeguero
 - ✓ Registrar las ventas diarias
 - ✓ Reportar las necesidades y nuevas preferencias de los consumidores para poder satisfacer sus necesidades.
-

AREA: Producción

CARGO: Operaria

SUPERIOR: GERENTE

FUNCIONES:

- ✓ Realizar el proceso confección de las prendas (recepción de la materia prima, cortar la tela, armar las prendas, pegar botones, poner elásticos, etiquetas, cortar hilos, empacar las prendas, planchar el producto terminado).
- ✓ Operar la maquinaria asignada a su cargo
- ✓ Realizar pruebas de calidad
- ✓ Velar por el cumplimiento de la producción de indumentaria
- ✓ Reportar novedades de la maquinaria para que se realicen las acciones correctivas en la producción o maquinaria.
- ✓ Llevar un registro del mantenimiento de la maquinaria y solicitar el mismo
- ✓ Coordinar con el área de negocios y gerencia los requerimientos del área y las mejoras que se consideren se deban implementar en el área.
- ✓ Mantener el puesto de trabajo limpio

- ✓ Realizar el pedido para la adquisición de materia prima que se necesite para la producción.

AREA: Producción

CARGO: Bodeguero- Auxiliar:

SUPERIOR: GERENTE

FUNCIONES:

- ✓ Llevar el registro de los productos terminados, mediante el uso de tarjeta Kardex
- ✓ Recepción, registro, almacenaje y control de la materia prima
- ✓ Recepción, registro, almacenaje y control de los productos terminados
- ✓ Prever posibles desabastecimientos
- ✓ Repartir el producto terminado a los diferentes destinos o puntos de ventas
- ✓ Cooperar con la limpieza y mantenimiento de la empresa
- ✓ Colaborar con otras áreas en tareas designadas

2.3. FUNDAMENTOS LEGALES

La creación de una microempresa puede ser el primer paso de un emprendedor a la hora de organizar un proyecto y llevarlo adelante. Al formalizar su actividad a través de una empresa, el emprendedor cuenta con la posibilidad de acceder al crédito, contar con aportes jubilatorios y disponer de una obra social, por ejemplo.

2.3.1. TIPO DE EMPRESA

Una micro empresa o microempresa es una empresa de tamaño pequeño. Su definición varía de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una microempresa

cuenta con un máximo de diez empleados y una facturación acotada. Por otra parte, el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma.

La microempresa es una unidad económica operada por personas naturales, jurídicas o de hecho, formales o informales que se dedican a la producción, servicios y/o comercio, en los subsectores de alimentos, cerámico, confecciones-textil, cuero y calzado, eléctrico, hotelería, turismo, materiales de construcción, maderero, servicios profesionales, transporte de servicios públicos y otros.²⁸

La microempresa puede enmarcarse dentro de las pequeñas y medianas empresas (pymes). Se trata de compañías que no tienen una incidencia significativa en el mercado y cuyas actividades no requieren de grandes sumas de capital

Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacamos las siguientes:

Comercio al por mayor y al por menor.

- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales.

²⁸ Reglamento de Aprobación de Microempresas Asociativas. Acuerdo Ministerial 14, Registro Oficial 524 del 15 de Febrero del 2005

2.3.2. CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA

INDUMED se proyecta a ser una microempresa dedicada a la confección y comercialización de indumentaria médica para el sector salud, la misma que se constituirá en la ciudad de Quito.

La misma que se constituirá en asociación familiar constituida por sus cuatro miembros quienes unirán sus bienes y capital para la puesta en marcha de la microempresa, cuyo objetivo será percibir una utilidad y lograr que el negocio sea una alternativa rentable y de crecimiento constante.

Los datos para la constitución de la empresa se estiman que serán:

RAZÓN SOCIAL:	INDUMED
REPRESENTANTE LEGAL:	Mercedes Eugenia Aguilar Lliguín
R.U.C.:	0703023739001
ACTIVIDAD ECONÓMICA:	Confección y comercialización de indumentaria médica
DIRECCIÓN:	A. Amazonas N25- 95 y la Pinta
TELÉFONO:	022559-034
CORREO ELECTRÓNICO:	info@indumed.com.ec

2.3.3. REQUISITOS PARA LA CONSTITUCION DE UNA MICROEMPRESA²⁹

1. Solicitud de Aprobación dirigida al señor Ministro de Trabajo
2. Acta de la asamblea constitutiva, suscrita por todos los miembros fundadores de la misma que deberá contener expresamente:
 - a) La voluntad de los miembros de constituir la misma
 - b) La nomina de la directiva provisional

²⁹ Registro Oficial N° 660 del 11 de Septiembre del 2002 y Registro Oficial N° 311 del 8 de Abril del 2008

- c) Los nombres completos, la nacionalidad, número de documentos de identidad y domicilio de cada uno de los miembros fundadores y;
 - d) La indicación del lugar en que la entidad en formación tendrá su sede.
3. Dos ejemplares del correspondiente estatuto que deberá incluir la certificación del Secretario provisional, en la que se indique con exactitud la o las fechas de estudio y aprobación del mismo.
 4. Deberán acreditar por cualquier medio que al tiempo de la aprobación del estatuto cuentan con un patrimonio mínimo de USD 400 dólares.
 5. Todas las solicitudes previstas deberán tener el patrocinio de un abogado.

2.3.4. REQUISITOS PARA REGISTRAR LA MICROEMPRESA EN LA CAMARA DE MICROEMPRESARIOS

1. Copia del acta de constitución de la microempresa
2. Copia de la cédula de ciudadanía de representante legal de la microempresa
3. Copia del Ruc
4. Comprobante de pago de registro y pago de la cuota social anual de \$180.00
5. Dos fotografías tamaño carnet de representante legal

2.3.4.1. BENEFICIOS DE PERTENECER A LA CAMARA DE MICROEMPRESARIOS

- Seguridad social para el microempresario y colaboradores
- Representación y defensa gremial de las microempresas ante organismos públicos y privados
- Asesoría jurídica, contable, financiera, administrativa etc.
- Capacitación constante.

2.3.5. REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC).

Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objeto proporcionar información a la Administración Tributaria.³⁰

El RUC no es un papel cualquiera, es un DOCUMENTO que garantiza el cumplimiento de las obligaciones tributarias, el mismo que es público, intransferible, personal y único, en el que el contribuyente puede tener una o varias actividades, por lo que tiene la obligación de actualizarlo.

PLAZO PARA OBTENER EL RUC.

Las personas naturales y jurídicas que adquieran la calidad de contribuyentes, deberán obtener su inscripción dentro de los 30 días hábiles siguientes al de su contribución o iniciación real de sus actividades.

¿DONDE SE OBTIENE EL RUC?

Dicho documento se lo obtiene en cualquiera de las Delegaciones del Servicios de Rentas Internas en todo el país y de acuerdo al lugar en donde el contribuyente efectúe sus actividades económicas.

REQUISITOS PARA OBTENER EL RUC.

Se debe llevar a cualquier oficina de la Administración Tributaria los siguientes documentos:

1. Copia de la cédula de ciudadanía del contribuyente

³⁰ SRI artículo web: www.sri.gob.ec

2. Copia de la última papeleta de votación
3. Copia de un documento que certifique la dirección. (Factura de Agua, luz o teléfono).
4. En el caso de profesionales adjuntar el título de instrucción superior.

2.3.6. REQUISITOS PARA LA OBTENCION DE LA PATENTE

La Patente Municipal es un pago emitido por la Administración Zonal correspondiente por la cancelación anual del impuesto de patente, la misma que es gravada a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad económica y opere en el Distrito Metropolitano de Quito.

Requisitos:

1. Formulario de declaración del Impuesto de Patente, original y copia.
2. RUC original y copia
3. Cédula de identidad, copia
4. Copia del pago del impuesto predial del año en curso.

2.3.7. REQUISITOS PARA SOLICITAR LA LICENCIA METROPOLITANA³¹

La Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas – LUAE, es el documento habilitante para el ejercicio de cualquier actividad económica dentro del Distrito Metropolitano de Quito, que Íntegra las diferentes autorizaciones administrativas tales como: Uso y Ocupación de Suelo (ICUS), Sanidad, Prevención de Incendios, Publicidad Exterior, Ambiental, Turismo, y por convenio de cooperación Ministerio de Gobierno (Intendencia de Policía).

³¹ Municipio de Quito, Artículo Web: <http://www.quito.gov.ec/el-municipio/secretarias/secretaria-general-de-planificacion/proyectos/luen.html>

REQUISITOS PARA EMISIÓN:

GENERALES:

1. Formulario único de Solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas - LUAE, debidamente llenado y suscrito por el titular del RUC o representante legal
2. Copia de RUC actualizado
3. Copia de Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y Papeleta de Votación de las últimas elecciones (Persona natural o Representante legal)
4. Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo (cuando se requiera)
5. Certificado Ambiental (cuando se requiera)

CATEGORIZACIÓN

Categoría 1

Dentro de esta categoría están actividades con bajo riesgo para las personas, bienes y ambiente. Establecimientos de servicio y comercialización que NO almacenen materiales y objetos inflamables, ni lleven a cabo procesos complejos de transformación. Ejemplo: Abarrotes, servicios profesionales, etc.

Excepciones Categoría 1

En el caso de que las actividades económicas de la Categoría I, se desarrollen en establecimientos con una superficie igual o mayor a 200 metros cuadrados o que demanden una ocupación mayor a 20 personas o que almacenen materiales y objetos inflamables ya sean gases, líquidos y/o sólidos inflamables, éstas formarán parte de la categoría II.

Categoría 2

Dentro de esta categoría están los establecimientos de mediano y alto riesgo para las personas, bienes y ambiente. Establecimientos dedicados a la fabricación, o comercios que almacenen combustibles, y lleven a cabo procesos de transformación mediana o altamente complejos.

Ejemplo: Bares, karaokes, panaderías, distribuidoras de gas, etc.

OBSERVACIONES:

El MDMQ entregará la LUAE a establecimientos que requieren y cumplen con permiso sanitario municipal como: camales, plazas de toros, salas de cine, salones de billar, salas de juegos electrónicos, clubes deportivos privados, estadios y coliseos.

De requerirse actualización de datos (cambio de actividad económica, dirección, etc.) de la Licencia vigente, la persona natural jurídica deberá presentar los mismos requisitos necesarios para la emisión y adicionalmente entregar la Licencia original.

Para las empresas y personas naturales obligadas a llevar contabilidad deberán tener cancelado el 1.5 X mil sobre los activos totales hasta el año inmediato anterior a la emisión de la LUAE.

2.3.8. REQUISITOS PARA LEGALIZAR LOS CONTRATOS DE TRABAJO

1. Contrato de trabajo por triplicado firmado por el empleado y el empleador
2. Copia de cédula y papeleta de votación del empleado y el empleador
3. Copia de RUC
4. Solicitud de Registro de Contratos individuales emitido por el Ministerio de Relaciones Laborales debidamente lleno y firmado.

2.3.9. REQUISITOS PARA AFILIACIÓN DE EMPLEADOS AL IESS

REGISTRO PATRONAL EN EL SISTEMA DE HISTORIA LABORAL

El registro e ingreso de empleados en el IESS se lo realiza a través del portal web: <https://www.iess.gob.ec/empleador-web/pages/principal.jsf>, cuya página web es muy didáctica y fácil de manejar es por esto que resulta importante la vinculación con esta herramienta para los empleadores ya que ahorra tiempo y recursos, los pasos a seguir para el manejo de esta herramienta son:

En la página de Inicio, en la sección IESS en línea:

- Click en la opción Empleadores
- Actualización de Datos del Registro Patronal,
- Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico),
- Digitar el número del RUC y
- Seleccionar el tipo de empleador.

Al finalizar el proceso se desplegará el registro de su inscripción y al final del formulario visualizará el botón Imprimir Solicitud de Clave.

Presentar en las oficinas de Historia Laboral la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos:

Documentos

- ✓ Solicitud de Entrega de Clave (Registro)
- ✓ Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico)
- ✓ Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave
- ✓ Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave
- ✓ Copia de pago de teléfono, o luz
- ✓ Calificación artesanal si es artesano calificado

INSCRIPCIÓN DEL TRABAJADOR CON RELACIÓN DE DEPENDENCIA

El empleador está obligado a registrar al trabajador, a través de la página web del IESS, desde el primer día de labor y dentro de los 15 días siguientes al inicio de la relación laboral. El empleador informará a través del Sistema de Historia Laboral la modificación de sueldos, contingencias de enfermedad, separación del trabajador u otra novedad, dentro del término de 3 días posteriores a la ocurrencia del hecho.

En el registro de inscripción se hará constar los nombres completos del trabajador, fecha de ingreso, remuneración, cargo o función que desempeña, número de cédula de identidad o ciudadanía, o documento de identificación para los extranjeros, modalidad de contratación y dirección domiciliaria.

Para el cálculo del aporte de los trabajadores con relación de dependencia, se entiende como materia gravada a todo ingreso regular y susceptible de apreciación pecuniaria, percibido por el trabajador, que en ningún caso será inferior a la establecida por el IESS.

Para el caso de la contratación a tiempo parcial, el salario base de aportación será el ingreso efectivo del dependiente, sin que en ningún caso este sea inferior a un salario básico unificado mínimo del trabajador en general.

Los trabajadores que hubieren sido contratados por días, pagarán sus aportaciones por los días que efectivamente hubieren prestado sus servicios o ejecutado la obra, independientemente del número de horas laboradas en cada día; por tanto no se podrán transformar las horas en días para efectos de la aportación, bajo el concepto de día trabajado, día aportado.

Para el registro de trabajadores mayores de 60 años de edad, que inicien su afiliación o que reingresen como afiliados al IESS, se presentará el contrato de trabajo legalizado y

la certificación médica de las unidades médicas del IESS, de que no adolece de enfermedades crónico-degenerativa. Se exceptúa del examen médico a quienes registren en el IESS 25 o más años de aportación y su reingreso se produzca dentro de los 6 meses posteriores al cese como afiliado.

CAPITULO 3

3. INGENIERIA DEL PROYECTO

“La ingeniería del proyecto está orientada a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o una prestación de un servicio”³².

En este capítulo se analizará el proceso productivo y todos los factores fijos y variables que se van a necesitar en la implementación del proyecto.

3.1. DEFINICIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

“El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirla en artículos mediante una determinada función de manufactura”.³³

GRÁFICO N°26
PROCESO PRODUCTIVO



Elaborado por: La Autora

³² Miranda, Juan José; Gestión de Proyectos, Quinta Edición, Bogotá, MM editores, 2005, Pág. 132

³³ BACA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Editorial Mc Graw Hill, Quinta Edición, México, Pág.110

3.2. INGENIERÍA DEL PROYECTO DEFINICIÓN

Para una consistente definición de la ingeniería del proyecto se debe estar de acuerdo a la existencia de etapas de la ingeniería, ya que desde que ocurre la idea de elaborar un producto hasta la definición de su proceso de producción, siempre hay que realizar diferentes estudios, investigaciones, ensayos e intentos preliminares específicamente para los grandes proyectos.³⁴

3.3. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

La indumentaria médica será elaborada con tela de polialgodón (Aruba), gabardina dacron, telas 100% algodón y jacket dependiendo de las necesidades y de las exigencias y necesidades de nuestros clientes, ya que depende mucho del modelo que se quiera elaborar, la confección es muy sencilla ya que no requiere ni de muchos materiales, peor aun de muchos procesos en la elaboración de la misma, únicamente la tela, hilos, elástico, botones y dependiendo de las especificaciones y necesidades de los clientes se utilizará un bordado para el nombre o un estampado.

Básicamente los colores que se ofrecerán en la indumentaria médica serán los exigidos y admitidos por el Ministerio de Salud los mismos que son: el verde militar, el vino y el azul marino; así como también el verde quirófano que es únicamente utilizado para el personal del quirófano.

Es importante mencionar que la ropa de quirófano es elaborada con tela 100% algodón que es resistente al proceso de lavado Auto Clave, el cual es proceso de alto calor que se utiliza para desinfectar la ropa que se utiliza en quirófanos.

Los hilos, broches y botones se utilizaran según el color de la tela que se utilizará en la elaboración del producto, el hilo que se utilizará es un hilo de calidad (colombiano-chino) que den mejor resistencia a la tela, así también se utilizará el overlock de cinco

³⁴ Econ. Edilberto Meneses, Preparación y Evaluación de Proyectos, segunda edición, 2000, pág. 57

hilos que dan mejor finalización y ajuste a la prenda garantizando así una mayor duración y que la misma no sufra descosturas.

Se pretende garantizar un producto de alta calidad, diseño y sobre todo poder mantener precios competitivos, buscando así que tanto el producto como la microempresa se desarrollen, con el afán de buscar más mercado y poder ofrecer diseños más versátiles para los consumidores de la indumentaria médica.

3.4. PRODUCCIÓN

La Producción de bienes y servicios consiste básicamente en un proceso de transformación que sigue planes organizados de actuación y según el cual las entradas de factores de producción, como materiales, conocimientos y habilidades, se convierten en los productos deseados mediante la aplicación de mano de obra, de una determinada tecnología y de la aportación necesaria de capital³⁵.

Corresponde a todos los procesos, materia prima, mano de obra, equipos, etc., que se utilizarán para la elaboración de la indumentaria médica.

3.4.1. ANÁLISIS DE MATERIA PRIMA E INSUMOS

Para la elaboración de la materia prima se utilizará materiales de alta calidad, los mismos que se detallan a continuación:

³⁵ SAPAG, Chain, Nassier y Reinaldo Sapag, Preparación y Evaluación de Proyectos, cuarta edición Mc Graw Hill. Chile 2000.

CUADRO N° 17
ANÁLISIS DE MATERIA PRIMA

TELAS			
MATERIAL	PRESENTACIÓN	DETALLE	DESCRIPCIÓN
Tela Polialgodón	Rollos	65% Poliéster, 35% Algodón	Tela de mediana impermeabilidad. Amplia variedad de colores disponibles. Textura aterciopelada y suave al tacto debido a su proceso de suavizado. Excelente presentación.
Tela Gabardina Dracon	Rollos	65% Poliéster y 35% Rayón	Tela de gran resistencia y durabilidad. Suave al tacto, excelente textura y apariencia.
Tela Jacket	Rollos	50% Poliéster, 50% Algodón	Textura suave y liviana, antipiling (no se forman motas). Tela de alta calidad, no se destiñe ni encoge.

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 18
ANÁLISIS DE INSUMOS

INSUMOS	
MATERIAL	PRESENTACIÓN
Hilo para overlock	Conos
Hilo máquina recta	Conos
Hilo para bordado	Conos
Elástico	Rollos
Botones	Millar
Agujas para máquina	Cajas
Tijeras	Unidades
Tiza para sastre	Caja
Reglas para costura	Unidades
Cartulina	Unidades
Cinta Métrica	Unidades
Estiletes para hojales	Unidades
Etiquetas Informativas	Cientos
Etiquetas Descriptivas	Cientos
Fundas para empaques	Cientos

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°27
MATERIA PRIMA E INSUMOS



Fuente: La Web

3.4.2. REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA

Los costos representados en el cuadro son todos en base a un estudio de mercado realizado a los principales distribuidores de la ciudad de Quito.

CUADRO N° 18
REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA

MAQUINAS		
MAQUINA	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
Máquina Recta	3	Industrial Brother, piezas adaptables
Overlock	2	Marca Brother de 5 hilos, doble aguja y puntada de seguridad
Elasticadora	2	Marca Siruba de 4 hilos, tres agujas
Cortadora	1	Marca Jontex, cortadora vertical 8pg.
Máquina de Ojales	1	Troqueles intercambiables marca Siruba
Plancha Industrial	1	Plancha industrial marca Brother

Elaborado por: La Autora

3.4.3. REQUERIMIENTO DE RECURSO HUMANO

El Recurso humano esta direccionado en la búsqueda de profesionales de alto desempeño en la elaboración de indumentaria médica, se busca personas comprometidas con el crecimiento de la microempresa, con el cliente y personas que busquen estabilidad laboral y un ambiente de trabajo amigable sintiéndose como en familia.

El recurso humano con el que se contará:

CUADRO N° 19
REQUERIMIENTO DE RECURSO HUMANO

RECURSO HUMANO		
Cargo	N° de Recursos	Sueldo
Administrador	1	500,00
Fuerza de Ventas	2	400,00
Operarias	4	300,00
Asistente Administrativo	1	300,00
Bodeguero-Auxiliar	1	300,00

Elaborado por: La Autora

3.4.4. LISTADO DE PROVEEDORES

Los proveedores con los que se trabajarán en este proyecto se encuentran en la ciudad de Quito y la gran mayoría de ellos en el centro histórico de la ciudad, para el siguiente cuadro se realizó un estudio de mercado y se determinó los posibles proveedores con los que se trabajará, una de las ventajas que se puede apreciar es que se cuenta con una gran cantidad de proveedores tanto minoristas como mayoristas en la ciudad. Los proveedores se detallan en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 20

LISTADO DE PROVEEDORES

Nombre de la Empresa	Producto	Dirección	Teléfono
Brother	Máquinas y Equipos para la Confección	Av. América #4237 y Abelardo Moncayo	3317569
DEMIQ S A	Máquinas y Equipos para la Confección	Manuel Larrea 1003 y Santiago	2222232
Distribuidora José Puebla	Telas, hilos, Botones, Elásticos	Imbabura N4- 102 y Chile	2685330
Textil Ecuador	Telas	Bolívar 275 y Venezuela	2282636
Almacén la Fiesta	Botones, Estampados	Imbabura 1199 y Chile	2956198
Realtex	Telas, Elásticos	Guayaquil N4- 76 y Chile	2282960
Sintofil	Telas	Panamericana Norte Km 10 1/2	2426139
IDTEX	Telas	Panamericana Norte Km 7	2471788
Almacén Olga	Telas	Bolívar 318 y Venezuela	295725

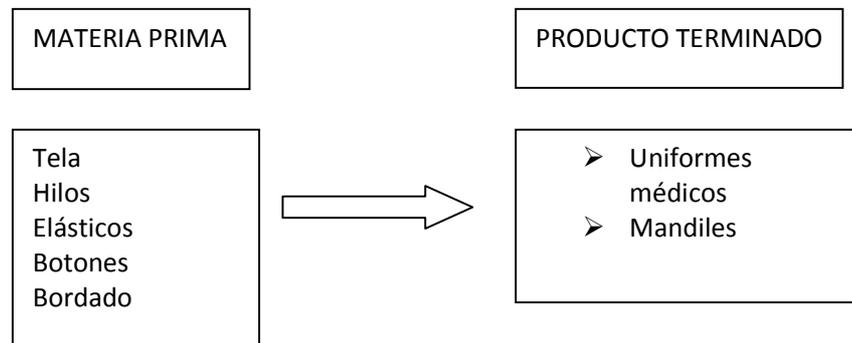
Elaborado por: La Autora

3.5. ANÁLISIS DEL PROCESO PRODUCTIVO DEL PROYECTO

Se entiende como proceso aquel conjunto de actividades que transforman las entradas o “inputs” básicos de la microempresa en el servicio que la misma entrega a sus clientes. Las entradas en el proceso de la confección de la indumentaria médica son la materia prima que luego de procesarlos se transforman en productos finales

GRÁFICO N°28

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO



Elaborado por: La Autora

El proceso productivo se hará lo más organizado posible y en serie para que sea fácil de controlar, tratando de optimizar al máximo la materia prima, buscando trabajar en serie para bajar que el tiempo de producción sea el menor posible.

Descripción del Proceso Producción:

- **Compra de materia prima**

La compra de la materia se la hará en almacenes de la ciudad de Quito ubicados en el centro de la ciudad, porque en esta parte de la ciudad se encuentra todo cerca, el requerimiento de la materia prima se hará en base a la demanda mensual se que tenga ya que es importante tener la materia prima necesaria para elaborar la indumentaria médica pero tampoco es bueno tener en stock materia prima que no se utilizará; lo bueno del proyecto es que la materia prima es muy fácil de encontrar en tiendas grandes y pequeñas en la ciudad.

- **Almacenaje de materia prima**

Una vez que se hace la compra de la materia prima, esta es llevada a la bodega de materia prima de la empresa la misma que será organizada por el bodeguero, clasificándola según la materia prima, el color, el tipo, para que de esta forma sea fácil al momento de la distribución de la materia prima al momento de la elaboración de la indumentaria médica.

- **Distribución de materia prima**

La materia prima almacenada es distribuida por el bodeguero a las operarias según el requerimiento que tengan para la confección de materia prima, es muy importante un buen control de la materia prima, si la materia prima es almacenada de una manera inadecuada esta puede resultar defectuosa y se puede gastar dinero innecesariamente.

- **Corte de la tela**

Este proceso es el fundamental en el proceso de elaboración de la materia prima, no solo que se necesita una máquina especial que se llama “cortadora” sino que se necesita de una operadora experimentada que conozca del proceso para que el proceso sea rápido y lo más preciso posible. Dentro del proceso está el proceso trazado de la prenda en los moldes de cartón los mismos que permiten que la operaria se pueda guiar al momento de realizar el corte de la prenda en la tela.

- **Armado de la prenda**

Una vez cortada la tela esta es llevada al área de armado de la prenda, este proceso consiste en ir armando las piezas, en este proceso se utiliza la máquina recta, el overlock, la bordadora, la máquina de ojales.

El proceso de armado de la prenda comienza con la máquina overlock que sirve para unir las prendas, la maquina overlock le da una punta de ajuste a la prenda garantizando así una costura de calidad, la maquinaria recta también es utilizada en este proceso ya que dependiendo de la unión que se pretenda hacer, básicamente estas dos máquinas sirven para lo mismo, pero dependiendo del la necesidad que se tenga en el proceso de la elaboración de la prenda es alternado el uso de las máquinas.

Dependiendo del modelo que se haga hay piezas que son unidas por separado como los bolsillos las mangas, y estas prendas muchas veces se pone bordados en la prenda este proceso es realizado por separado utilizando la máquina bordadora, así también los botones y los ojales que se los hace con una máquina especial para colocarlos.

En este proceso también se coloca las etiquetas informativas que son colocadas en la prenda, se utiliza etiquetas de tela.

- **Pulido y empaque de la prenda**

Una vez que la prenda está prácticamente terminada pasa al proceso de pulido de la prenda el cual consiste en sacar hilos que se hayan quedado en la prendas, cortar hilos, ver si la prenda está bien cocida, planchar la prenda y dejarla lista para el empaque; en el momento del empaque de la prenda coloca también las etiquetas informativas de cartón de la prenda.

- **Almacenamiento y distribución del producto terminado**

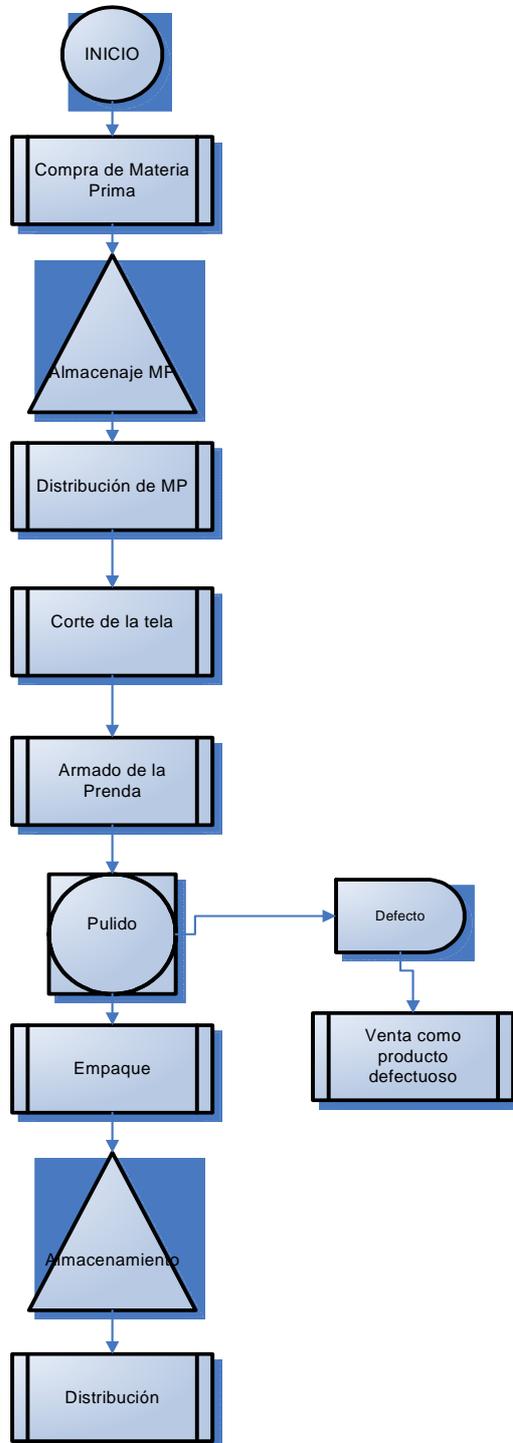
Cuando el producto ya está listo, se lo almacena en la bodega, se lo distribuye al punto de venta para su almacenaje y exhibición a los diferentes canales para su venta.

3.5.1. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LA INDUMENTARIA MÉDICA

“Los diagramas de flujo (o flujogramas) son diagramas que emplean símbolos gráficos para representar los pasos o etapas de un proceso. También permiten describir la secuencia de los distintos pasos o etapas y su interacción.”³⁶

³⁶ Tomado del artículo Web:
http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/quesonlosdiagramasdeflujo/

GRÁFICO N°33
PROCESO DE PRODUCCIÓN



Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 21
DIAGRAMA DE PROCESOS DE FLUJOS

DIAGRAMA DE PROCESOS DE FLUJOS						
SIMBOLOGIA	●	➔	▭	◐	▼	
ACTIVIDAD						Observaciones
Compra de materia prima	●					Las operarias hacen el pedido de materia prima y el Administrador se encarga de la compra
Almacenaje de materia prima		●			●	El bodeguero-auxiliar, se encarga de recibir la materia prima e insumos y de su almacenaje y control
Distribución de materia prima	●					el bodeguero-auxiliar, se encarga de distribuir la materia prima e insumos para la confección de la indumentaria médica
Corte de la tela	●					Una operaria se encarga del corte de la tela, optimizando al máximo.
Armado de la prenda	●					Las operarias se encargan del armado de las prendas
Pulido y empaque de la prenda			●			Antes del empaque de las prendas se constata la buena calidad de las prendas.
Almacenamiento y distribución del producto terminado					●	Una vez terminado los productos las operarias y el bodeguero-auxiliar se encargan de almacenar el producto terminado.

Elaborado por: La Autora

CAPITULO 4.

4. ESTUDIO FINANCIERO

Una vez analizado el mercado y los elementos de a los que se va a enfocar el proyecto, se detecta la necesidad de cuantificar los elementos que estarán presentes para la realización del proyecto así como su valoración económica, por tal motivo el presente estudio sintetiza la información financiera para poder evaluar y determinar si fuera posible o no la puesta en marcha de este proyecto.

En el presente estudio se utilizará una política de inventarios, de compras y de ventas.

4.1. DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS

La determinación de los costos es el punto de partida tanto del capítulo como del análisis del presente proyecto ya que el mismo nos permitirá una visión integral del proyecto.

“Costo es una palabra muy utilizada, pero nadie ha logrado definirla con exactitud, debido a su amplia aplicación, pero se puede decir que el costo es un desembolso en efectivo o en especie efectuado en el pasado, presente, o en el futuro”.³⁷

“Los costos a diferencia de los gastos, son valores que a futuro generan un ingreso; los gastos son desembolsos no reales derivados de la operación normal de la empresa los cuales no generan ingresos. El costo se destinará a la producción y el gasto a la distribución, administración y financiamiento”.³⁸

³⁷ Mundo Económico, portal web

³⁸ Folleto de Contabilidad de Costos Curso del SECAP, Lic. Edgar Jácome, 2006

4.1.2. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción son rubros que se derivan del proceso productivo del proyecto.

Aquí tenemos:

- Materia Prima Directa
- Mano de Obra Directa
- Costos Indirectos de Fabricación

4.1.2.1. MATERIA PRIMA

Es el elemento principal que interviene en el proceso productivo, el mismo que es transformado en un nuevo bien, este puede convertirse en otra materia prima, dependiendo el uso que se le dé.

Existen otros elementos complementarios, que son necesarios para el proceso productivo, los mismos que se constituyen en materiales indirectos de fabricación, por consiguiente son identificados como tales.

CUADRO N° 22
COSTO DE MATERIA PRIMA 2011

DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
MANDIL	\$ 4,68	\$ 1.272,47	\$ 15.269,64
UNIFORME MÉDICO	\$ 7,11	\$ 3.755,58	\$ 45.067,02
	TOTAL:	\$ 5.028,06	\$ 60.336,66

Elaborado por: La Autora

Se detalla el Costo Total de la materia Prima del 2011, de los años 2012-2015 se detalla en los anexos.

En el proyecto no se plantea el pago de un salario básico ya que se considera que el proyecto tendrá ventas que podrán cubrir los costos un salario un poco mejor para las personas con las que se trabajar, un salario de \$264.00, es muy poco se plantea un salario básico de \$300.00 más todos los beneficios sociales que exige la ley ecuatoriana.

CUADRO N° 25

SUELDOS 2011

SUELDOS 2011					
	Num. Empl.	Sueldo y Salarios		Beneficios Sociales	Total Anual
		Mensual	Anual		
Mano de Obra Directa					
Operarias	4	\$ 300,00	\$ 14.400,00	\$ 4.005,60	\$ 18.405,60
Subtotal MOD		\$ 1.200,00	\$ 14.400,00	\$ 4.005,60	\$ 18.405,60
Mano de Obra Indirecta					
Auxiliar-Bodeguero	1	\$ 300,00	\$ 3.600,00	\$ 1.002,40	\$ 4.602,40
Subtotal MOI		\$ 300,00	\$ 3.600,00	\$ 1.002,40	\$ 4.602,40
Sueldos Administrativo					
Administrador	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 1.493,00	\$ 7.493,00
Asistente Administrativo	1	\$ 300,00	\$ 3.600,00	\$ 1.001,40	\$ 4.601,40
Subtotal Administrativo		\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 2.494,40	\$ 12.094,40
Sueldo Ventas					
Vendedor	2	\$ 400,00	\$ 9.600,00	\$ 2.494,40	\$ 12.094,40
Subtotal Ventas		\$ 400,00	\$ 9.600,00	\$ 2.494,40	\$ 12.094,40
Subtotal SAV		\$ 1.200,00	\$ 19.200,00	\$ 4.988,80	\$ 24.188,80
TOTAL 2011		\$ 2.700,00	\$ 37.200,00	\$ 9.996,80	\$ 47.196,80

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 26

BENEFICIOS SOCIALES

BENEFICIOS SOCIALES 2011							
	Num. Empl.	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de	Vacaciones	Aporte	Total
		Tercero	Cuarto	Reserva		IESS	Beneficios
Mano de Obra Directa							
Operarias	4	\$ 1.200,00	\$ 1.056,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.749,60	\$ 4.005,60
Subtotal MOD		\$ 1.200,00	\$ 1.056,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.749,60	\$ 4.005,60
Mano de Obra Indirecta							
Auxiliar-Bodeguero	1	\$ 300,00	\$ 264,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 437,40	\$ 1.002,40
Subtotal MOI		\$ 300,00	\$ 264,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 437,40	\$ 1.002,40
Sueldos Administrativo							
Administrador	1	\$ 500,00	\$ 264,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 729,00	\$ 1.493,00
Asistente Administrativo	1	\$ 300,00	\$ 264,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 437,40	\$ 1.001,40
Subtotal Administrativo		\$ 800,00	\$ 528,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.166,40	\$ 2.494,40
Sueldo Ventas							
Vendedor	2	\$ 800,00	\$ 528,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.166,40	\$ 2.494,40
Subtotal Ventas		\$ 800,00	\$ 528,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.166,40	\$ 2.494,40
Subtotal SA		\$ 1.600,00	\$ 1.056,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 2.332,80	\$ 4.988,80
TOTAL 2011		\$ 3.100,00	\$ 1.320,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 4.519,80	\$ 9.996,80

Elaborado por: La Autora

4.1.2.3. COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Están constituidos por la Materia Prima Indirecta, Mano de Obra Indirecta y los Gastos Generales de Fabricación.

4.1.2.3.1. MATERIA PRIMA INDIRECTA

Constituye todos los elementos necesarios que complementan el producto terminado, aunque en unos casos son intangibles como pegas, remaches, etiquetas, fundas, empaques, etc., dependiendo del bien producido, sin embargo son registrados y tomados en cuenta para la determinación del costo unitario.

4.1.2.3.2. MANO DE OBRA INDIRECTA

Es el pago por remuneración al personal que labora en la fábrica, pero que no interviene directamente en la fabricación del producto, como por ejemplo: el pago al gerente de producción, los supervisores, la secretaria, el bodeguero, el mensajero, etc., pero sin embargo son pagos que afectan al costo.

4.1.2.3.3. GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN

Son elementos necesarios que aportan al proceso productivo, los mismos que muchas veces no se identifican como el bien terminado.

En este rubro están considerados todos los costos que impliquen pagos por energía, combustible, lubricantes, mantenimiento, arriendo, agua, internet, etc., y todo lo necesario para la elaboración del bien.

CUADRO N° 27
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		
DETALLE	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima Indirecta		
Fundas	\$ 40,00	\$ 480,00
Etiquetas	\$ 18,00	\$ 216,00
Agujas de máquina	\$ 3,00	\$ 36,00
Lápices de Sastrería	\$ 5,00	\$ 60,00
Cintra métrica	\$ 2,00	\$ 24,00
Reglas de Costura	\$ 5,00	\$ 60,00
Tizas	\$ 1,00	\$ 12,00
Modelos de Cartón	\$ 2,00	\$ 24,00
Cortadora de ojales	\$ 6,00	\$ 72,00
TOTAL MPI	\$ 82,00	\$ 984,00
Mano de Obra Indirecta		
Salarios	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Beneficios Sociales	\$ 83,53	\$ 1.002,40
TOTAL MOI	\$ 383,53	\$ 4.602,40
Gastos Generales Fabricación		
Arriendo Taller	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Agua	\$ 30,00	\$ 360,00
Luz	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Teléfono	\$ 20,00	\$ 240,00
Mantenimiento	\$ 40,00	\$ 480,00
Depreciación	\$ 63,67	\$ 764,00
Total Gastos Generales	\$ 673,67	\$ 8.084,00
TOTAL CIF	\$ 1.139,20	\$ 13.670,40

Elaborado por: La Autora

4.1.2.4. ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

Es el estado financiero que muestra la integración y cuantificación de la materia prima, mano de obra y gastos indirectos que nos ayuda a valorar la producción terminada y transformada para conocer el costo de su fabricación.

CUADRO N° 28
ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	Año 2011			Año 2012			Año 2013			Año 2014			Año 2015		
	Cantidad	Precio	Valor	Cantidad	Precio	Valor	Cantidad	Precio	Valor	Cantidad	Precio	Valor	Cantidad	Precio	Valor
Inventario inicial de MP	0	\$ 0,00	\$ 0,00	0	\$ 0,00	\$ 0,00	0	\$ 0,00	\$ 0,00	0	\$ 0,00	\$ 0,00	0	\$ 0,00	\$ 0,00
+ Compras	2390688	\$ 0,03	\$ 60.336,66	2605850	\$ 0,03	\$ 68.747,52	2840376	\$ 0,03	\$ 78.330,84	3096010	\$ 0,03	\$ 89.250,07	3096010	\$ 0,03	\$ 101.691,42
= MPD DISPONIBLE PARA TRANSFORMAR	2390688	\$ 0,03	\$ 60.336,66	2605850	\$ 0,03	\$ 68.747,52	2840376	\$ 0,03	\$ 78.330,84	3096010	\$ 0,03	\$ 89.250,07	3096010	\$ 0,03	\$ 101.691,42
- Inventario Final de MP	0	\$ 0,00	\$ 0,00	0	\$ 0,00	\$ 0,00	0	\$ 0,00	\$ 0,00	0	\$ 0,00	\$ 0,00	0	\$ 0,00	\$ 0,00
= MP DIRECTA UTILIZADA	2390688	\$ 0,03	\$ 60.336,66	2605850	\$ 0,03	\$ 68.747,52	2840376	\$ 0,03	\$ 78.330,84	3096010	\$ 0,03	\$ 89.250,07	3096010	\$ 0,03	\$ 101.691,42
+ Mano de obra directa	4	\$ 4.601,40	\$ 18.405,60	4	\$ 5.341,77	\$ 21.367,08	4	\$ 5.608,86	\$ 22.435,43	4	\$ 5.889,30	\$ 23.557,21	4	\$ 6.183,77	\$ 24.735,07
= COSTO PRIMO	2390692	\$ 4.601,43	\$ 78.742,26	2605854	\$ 0,03	\$ 90.114,60	2840380	\$ 0,04	\$ 100.766,28	3096014	\$ 0,04	\$ 112.807,27	3096014	\$ 0,04	\$ 126.426,49
+ Costos indirectos de producción															
+ Materia Prima Indirecta	32800	\$ 0,03	\$ 984,00	32800	\$ 0,03	\$ 1.028,59	32800	\$ 0,03	\$ 1.075,21	32800	\$ 0,03	\$ 1.123,94	32800	\$ 0,04	\$ 1.174,88
+ Mano de obra indirecta	1	\$ 4.602,40	\$ 4.602,40	1	\$ 5.342,77	\$ 5.342,77	1	\$ 5.609,86	\$ 5.609,86	1	\$ 5.890,30	\$ 5.890,30	1	\$ 6.184,77	\$ 6.184,77
+ Gastos Generales de Fabricación	46836	\$ 0,17	\$ 8.084,00	46836	\$ 0,18	\$ 8.415,74	46836	\$ 0,19	\$ 8.762,52	46836	\$ 0,19	\$ 9.125,01	46836	\$ 0,20	\$ 9.503,93
= COSTO DE PRODUCCION DEL PERIODO	9600	\$ 9,63	\$ 92.412,66	10464	\$ 10,03	\$ 104.901,71	11406	\$ 10,19	\$ 116.213,87	12432	\$ 10,37	\$ 128.946,53	13551	\$ 10,57	\$ 143.290,06
+ Inventario inicial productos en proceso	0	\$ 0,00	\$ 0,00	0	\$ 0,00	\$ 0,00	0	\$ 0,00	\$ 0,00	0	\$ 0,00	\$ 0,00	0	\$ 0,00	\$ 0,00
= PRODUCTOS EN PROCESO DISPONIBLES	9600	\$ 9,63	\$ 92.412,66	10464	\$ 10,03	\$ 104.901,71	11406	\$ 10,19	\$ 116.213,87	12432	\$ 10,37	\$ 128.946,53	13551	\$ 10,57	\$ 143.290,06
- Inventario final productos en proceso	0	\$ 0,00	\$ 0,00	0	\$ 0,00	\$ 0,00	0	\$ 0,00	\$ 0,00	0	\$ 0,00	\$ 0,00	0	\$ 0,00	\$ 0,00
= COSTO PROD. TERM DEL EJERCICIO	9600	\$ 9,63	\$ 92.412,66	10464	\$ 10,03	\$ 104.901,71	11406	\$ 10,19	\$ 116.213,87	12432	\$ 10,37	\$ 128.946,53	13551	\$ 10,57	\$ 143.290,06
+ Inventario inicial productos terminados	0	\$ 0,00	\$ 0,00	0	\$ 0,00	\$ 0,00	0	\$ 0,00	\$ 0,00	0	\$ 0,00	\$ 0,00	0	\$ 0,00	\$ 0,00
= PRODUCTOS TERMINADOS DIS. VENTA	9600	\$ 9,63	\$ 92.412,66	10464	\$ 10,03	\$ 104.901,71	11406	\$ 10,19	\$ 116.213,87	12432	\$ 10,37	\$ 128.946,53	13551	\$ 10,57	\$ 143.290,06
- Inventario final de productos terminados	0	\$ 0,00	\$ 0,00	0	\$ 0,00	\$ 0,00	0	\$ 0,00	\$ 0,00	0	\$ 0,00	\$ 0,00	0	\$ 0,00	\$ 0,00
= COSTO DE VENTAS	9600	\$ 9,63	\$ 92.412,66	10464	\$ 10,03	\$ 104.901,71	11406	\$ 10,19	\$ 116.213,87	12432	\$ 10,37	\$ 128.946,53	13551	\$ 10,57	\$ 143.290,06

Elaborado por: La Autora

4.2. DETERMINACIÓN DE LOS GASTOS

A cualquier empresa –industrial, comercial o de prestación de servicios– para funcionar normalmente le resulta ineludible adquirir ciertos bienes y servicios como son: mano de obra, energía eléctrica, teléfono, etc.

“La empresa realiza un gasto cuando obtiene una contraprestación real del exterior, es decir, cuando percibe alguno de estos bienes o servicios. Así, incurre en un gasto cuando disfruta de la mano de obra de sus trabajadores, cuando utiliza el suministro eléctrico para mantener operativas sus instalaciones, etc.”³⁹

4.2.1. GASTO ADMINISTRATIVO, VENTAS Y VARIOS

En este rubro se incluyen todos los valores que se van a emplear en estas áreas durante la operatividad del proyecto.

Cuadro N° 29

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VARIOS

Descripción	Gasto Mensual	Gasto Anual
Sueldos y salarios	\$ 1.242,00	\$ 19.200,00
Beneficios sociales	\$ 415,73	\$ 4.988,80
Arriendo	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Publicidad	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Luz	\$ 60,00	\$ 720,00
Agua	\$ 30,00	\$ 360,00
Internet	\$ 40,00	\$ 480,00
Suministros y Materiales	\$ 20,00	\$ 240,00
Teléfono	\$ 50,00	\$ 600,00
Depreciación	\$ 299,16	\$ 3.589,97
Gastos de Arranque	\$ 391,67	\$ 4.700,00
Total Gastos Administrativos	\$ 2.706,90	\$ 41.478,77

Elaborado por: La Autora

³⁹ Artículo Web: <http://www.contabilidad.tk/concepto-de-gastos-e-ingresos-13.htm>

Dentro de los gastos de arranque se han considerado adecuaciones, gastos legales, gastos que se incurrirán para el taller como son instalaciones y mano de obra.

4.2.2. GASTO FINANCIERO

Los gastos financieros se conforman de los desembolsos realizados a las entidades financieras producto de los préstamos bancarios para la ejecución del proyecto, y así tenemos; la amortización, los intereses, las comisiones bancarias.

CUADRO N° 29
TABLA DE AMORTIZACIÓN

(En dólares)					
INSTITUCIÓN FINANCIERA	PRODUBANCO				
MONTO	33599,18	\$			
TASA DE INTERÉS	0,15	ANUAL			
NÚMERO DE PERÍODOS	5	AÑOS			
CUOTA	10023,16	\$			
Período	Valor Inicio	Intereses	Amortiz	Cuota	Capital Reducido
1	33599,18	5039,88	4983,28	10023,16	28615,90
2	28615,90	4292,39	5730,77	10023,16	22885,13
3	22885,13	3432,77	6590,39	10023,16	16294,74
4	16294,74	2444,21	7578,95	10023,16	8715,79
5	8715,79	1307,37	8715,79	10023,16	0,00
TOTAL		16516,61	33599,18	50115,79	

Elaborado por: La Autora

4.3. PROYECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Es lo que se pretende se producirá durante el proyecto, se lo determina tomando en cuenta el tamaño del proyecto y la capacidad productiva, que se plantea INDUMED tendrá así tenemos:

CUADRO N° 31
TOTAL PRODUCCIÓN ANUAL

DETALLE	%	2011	2012	2013	2014	2015
UNIFORMES MÉDICOS	66%	6336	6906	7528	8205	8944
MANDILES	34%	3264	3558	3878	4227	4607
TOTAL PRODUCCIÓN ANUAL		9600	10464	11406	12432	13551

Elaborado por: La Autora

Basado en el Cuadro N° 10, página 47

4.4. DETERMINACIÓN DE PRECIO DE VENTA

La fijación del precio se la consideró en base al estudio de mercado, en donde se observo que en las mejores empresas y con capacidad productiva mayor a la del mercado hay los precios promedio de un uniforme médico es de \$23,00 y un mandil \$18,00; mientras que en el mismo producto pero relacionando con un pequeño taller sin nombre más o menos en las mismas características de INDUMED el precio de un uniforme médico es \$18,00 y un mandil \$14,00, por tal motivo y para poder ser competitivos y poder entrar en el mercado se plantea un precio para un uniforme médico de \$20 y de \$15,00 para un mandil.

En el siguiente cuadro se analiza el costo de producción por producto y el margen de ganancia que se obtiene por producto:

CUADRO N° 32
DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA

	COSTO PARCIAL	COSTO TOTAL	UNIFORMES	MANDILES
Materia Prima Directa	\$ 60.336,66		\$ 45.067,02	\$ 15.269,64
Mano de Obra Directa	\$ 18.405,60		\$ 12.147,70	\$ 6.257,90
CIF	\$ 13.670,40		\$ 9.022,46	\$ 4.647,94
Costo de Producción		\$ 92.412,66		
Gastos Administrativo		\$ 41.478,77	\$ 27.375,99	\$ 14.102,78
Gastos Financieros		\$ 5.039,88	\$ 3.326,32	\$ 1.713,56
TOTAL		\$ 138.931,31	\$ 96.939,48	\$ 41.991,82
COSTO UNITARIO POR PRENDA			\$ 15,30	\$ 12,87
PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO			\$ 20,00	\$ 15,00
MARGEN DE GANANCIA			24%	14%

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 33
MARGEN DE GANANCIA

Margen % = 1 - $\frac{\text{Costo Unitario}}{\text{Precio de Venta Unitario}}$			
UNIFORMES	MANDILES		
Margen % = 1 -	$\frac{\$ 15,30}{\$ 20,00}$	Margen % = 1 -	$\frac{\$ 12,87}{\$ 15,00}$
Margen % =	24%	Margen % =	14%

Elaborado por: La Autora

4.4.1. PROYECCIÓN DE LOS PRECIOS

En la proyección de los costos se considero una inflación promedio de los últimos 6 años, llegando a tener una inflación promedio a considerar del 4,532% anual, en base al cálculo de la determinación de los precios y considerando el factor inflacionario se obtuvo el siguiente cuadro:

CUADRO N° 34
PROYECCIÓN DE LOS PRECIOS

PROYECCIÓN DE LOS PRECIOS					
DETALLE	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015
Uniformes médicos	\$ 20,00	\$ 20,91	\$ 21,85	\$ 22,84	23,88
Mandiles médicos	\$ 15,00	\$ 15,68	\$ 16,39	\$ 17,13	17,91

Elaborado por: La Autora

4.5. FLUJO DE EGRESOS E INGRESOS

Se presenta en resumen los egresos e ingresos anuales totales resumidos en el presupuesto, donde a partir de años 2012 se incrementan los salarios en un 10% según se estipula en el Ministerio de Trabajo; así también a partir del año 2012 se considera la inflación del 4,532% ya que este es el factor que se considera para proyectar los rubros y poder aproximarse lo mejor posible a la realidad en base a la situación que se vive en nuestro país.

CUADRO N° 34
FLUJO DE EFECTIVO DE EGRESOS E INGRESOS

RUBROS	MESES												SUMATORIA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
INGRESOS DE EFECTIVO													
VENTAS	\$ 14.640,00	\$ 14.640,00	\$ 14.640,00	\$ 14.640,00	\$ 14.640,00	\$ 14.640,00	\$ 14.640,00	\$ 14.640,00	\$ 14.640,00	\$ 14.640,00	\$ 14.640,00	\$ 14.640,00	\$ 175.680,00
50% Ventas al Contado	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 87.840,00
50% Ventas a Crédito 30 días		\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 80.520,00
TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO	\$ 7.320,00	\$ 14.640,00	\$ 168.360,00										
Cuentas por Cobrar	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00	\$ 7.320,00
EGRESOS DE EFECTIVO													
COMPRAS DE MATERIA PRIMA	\$ 5.028,06	\$ 5.028,06	\$ 5.028,06	\$ 5.028,06	\$ 5.028,06	\$ 5.028,06	\$ 5.028,06	\$ 5.028,06	\$ 5.028,06	\$ 5.028,06	\$ 5.028,06	\$ 5.028,06	\$ 60.336,66
60% Pago en Efectivo	\$ 3.016,83	\$ 3.016,83	\$ 3.016,83	\$ 3.016,83	\$ 3.016,83	\$ 3.016,83	\$ 3.016,83	\$ 3.016,83	\$ 3.016,83	\$ 3.016,83	\$ 3.016,83	\$ 3.016,83	\$ 36.202,00
40% Pago con Crédito 30 días		\$ 2.011,22	\$ 2.011,22	\$ 2.011,22	\$ 2.011,22	\$ 2.011,22	\$ 2.011,22	\$ 2.011,22	\$ 2.011,22	\$ 2.011,22	\$ 2.011,22	\$ 2.011,22	\$ 22.123,44
TOTAL PAGOS DE MATERIA PRIMA	\$ 3.016,83	\$ 5.028,06	\$ 58.325,44										
Cuentas por pagar Materia Prima	\$ 2.011,22	\$ 2.011,22	\$ 2.011,22	\$ 2.011,22	\$ 2.011,22	\$ 2.011,22	\$ 2.011,22	\$ 2.011,22	\$ 2.011,22	\$ 2.011,22	\$ 2.011,22	\$ 2.011,22	\$ 2.011,22
Mano de obra directa (100%)	\$ 1.533,80	\$ 1.533,80	\$ 1.533,80	\$ 1.533,80	\$ 1.533,80	\$ 1.533,80	\$ 1.533,80	\$ 1.533,80	\$ 1.533,80	\$ 1.533,80	\$ 1.533,80	\$ 1.533,80	\$ 18.405,60
CIF (100%)	\$ 1.139,20	\$ 1.139,20	\$ 1.139,20	\$ 1.139,20	\$ 1.139,20	\$ 1.139,20	\$ 1.139,20	\$ 1.139,20	\$ 1.139,20	\$ 1.139,20	\$ 1.139,20	\$ 1.139,20	\$ 13.670,40
Gastos de Administración (100%)	\$ 3.456,56	\$ 3.456,56	\$ 3.456,56	\$ 3.456,56	\$ 3.456,56	\$ 3.456,56	\$ 3.456,56	\$ 3.456,56	\$ 3.456,56	\$ 3.456,56	\$ 3.456,56	\$ 3.456,56	\$ 41.478,77
TOTAL PAGOS EN EFECTIVO	\$ 9.146,40	\$ 11.157,62	\$ 36.479,79										
EFECTIVO NETO	-\$ 1.826,40	\$ 3.482,38											

Elaborado por: La Autora

- Se ha considerado una Política de Ventas del 50% en Efectivo y 50% en Crédito a 30 días.

- Se he considerado una Política de Compras del 60% en Efectivo y 40% en Crédito a 30 días.

El Flujo de Ingresos de los años 2012-2015 se detalla en los Anexos

4.6. CAPITAL DE TABAJO

El capital de trabajo (también denominado capital corriente, capital circulante, capital de rotación, fondo de rotación o fondo de maniobra), que es el excedente de los activos de corto plazo sobre los pasivos de corto plazo, es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo. Se calcula restando, al total de activos de corto plazo, el total de pasivos de corto plazo.⁴⁰

Se consideró para el presente proyecto un capital de trabajo igual al requerimiento de 3 meses ya que se debe tener por lo menos esa cantidad para comenzar a producir, y no siempre se puede cumplir las metas cuando una empresa es nueva por eso el capital de trabajo estimado para INDUMED es de \$50542,95.

Dentro de los Gastos de Administración y varios se consideró el total de los Gastos de Arranque por \$4700.

⁴⁰ Artículo Web: http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_de_trabajo

CUADRO N° 35
CAPITAL DE TABAJO

CAPITAL DE TRABAJO	INVERSIÓN ANUAL	CAPITAL DE TRABAJO A 4 MESES
ACTIVO CORRIENTE		
60% Pago en Efectivo	\$ 36.202,00	\$ 12.067,33
40% Pago con Crédito 30 días	\$ 22.123,44	\$ 7.374,48
Mano de obra Directa (100%)	\$ 18.405,60	\$ 6.135,20
CIF (100%)	\$ 13.670,40	\$ 4.556,80
Gastos de Administración (100%)	\$ 41.478,77	\$ 16.791,98
TOTAL	\$ 131.880,21	\$ 46.925,79
CUENTAS POR COBRAR		
30% ventas crédito	\$ 7.320,00	\$ 2.440,00
INVENTARIOS		\$ 0,00
Productos Terminados	\$ 0,00	\$ 0,00
Materia Prima	\$ 0,00	\$ 0,00
Productos en Proceso	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL INVENTARIOS	\$ 0,00	\$ 0,00
		\$ 0,00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 139.200,21	\$ 49.365,79
PASIVO CORRIENTE		\$ 0,00
- Cuentas por pagar compras MP	-\$ 2.011,22	-\$ 670,41
TOTAL PASIVO CORRIENTE	-\$ 2.011,22	-\$ 502,81
		\$ 0,00
SUBTOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 137.188,98	\$ 48.862,99
+ Gastos Financieros	\$ 5.039,88	\$ 1.679,96
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 142.228,86	\$ 50.542,95

Elaborado por: La Autora

4.7. INVERSIÓN INICIAL- FIJA

Comprende la adquisición de todos los activos fijos necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo.⁴¹

CUADRO N° 36
INVERSIÓN FIJA

INVERSIÓN FIJA					
ACTIVO FIJO					
Activo Fijo	Detalle del Activo	Total Activo	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Equipo de Computación	Computadora	\$ 1.100,00	2	550,00	\$ 1.100,00
Equipo de Oficina		\$ 260,00			
	Sumadora		1	50,00	\$ 50,00
	Teléfono		2	105,00	\$ 210,00
Muebles y enseres		\$ 2.193,00			
	Escritorio		2	189,00	\$ 378,00
	Silla Giratoria		2	50,00	\$ 100,00
	Sillón Triple		1	300,00	\$ 300,00
	Archivador		1	95,00	\$ 95,00
	Mesa de corte		1	300,00	\$ 300,00
	Estanterías		5	148,00	\$ 740,00
	Sillas		7	40,00	\$ 280,00
Vehículo		\$ 14.890,00			
	Camioneta Fiorino 1.3 V8 2010		1	14.890,00	\$ 14.890,00
Maquinaria y Herramienta		\$ 11.280,00			
	Máquina Overlock		2	1.500,00	\$ 3.000,00
	Máquina Recta		3	1.000,00	\$ 3.000,00
	Máquina elasticadora		2	1.300,00	\$ 2.600,00
	Máquina Cortadora		1	700,00	\$ 700,00
	Máquina de ojales		1	1.200,00	\$ 1.200,00
	Tijeras Pulidoras		7	40,00	\$ 280,00
	Plancha Industria		1	500,00	\$ 500,00
	TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 29.723,00			

Elaborado por: La Autora

⁴¹ BACA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Editorial Mc Graw Hill, Quinta Edición, México, Pág.173

4.7.1. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

La depreciación es un rubro que corresponde a un gasto virtual, que no constituyen desembolsos reales de dinero sino más bien asientos contables, sin embargo son muy importantes por constituir reservar que nos permitirán reponer los activos desgastados.⁴²

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor del Activo}}{\text{Años de Vida Útil}}$$

CUADRO N° 37
DEPRECIACIÓN

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS					
Activo Fijo	Total Activo	% Anual	Años de Vida Útil	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Administrativo					
Equipo de Computación	\$ 1.100,00	33,33%	3	\$ 366,67	\$ 30,56
Equipo de Oficina	\$ 260,00	10%	10	\$ 26,00	\$ 2,17
Muebles y enseres	\$ 2.193,00	10%	10	\$ 219,30	\$ 18,28
Vehículo	\$ 14.890,00	20%	5	\$ 2.978,00	\$ 248,17
Total Activo Adm.	\$ 18.443,00	Total Depreciación Administración		\$ 3.589,97	\$ 299,16
Producción					
Maquinaria y Herramienta	\$ 11.280,00	10%	10	\$ 1.128,00	\$ 94,00
Total Depreciación Producción:				\$ 764,00	\$ 63,67
Total Activo:	\$ 29.723,00	Total Depreciación:		\$ 4.353,97	\$ 393,16

Elaborado por: La Autora

4.8. ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

Para estudio y análisis en el presente proyecto se tomo para la inversión total del proyecto tanto la inversión inicial en activos fijos, como el capital de trabajo del primer

⁴² BARRENO, Luis; MANUAL DE FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS; Primera Edición, Quito-2005

mes ya que por motivos de arranque es necesario producir antes de comenzar a vender y puede llegar a pasar que no se venda lo esperado, por tal motivo se plantea tener un valor inicial en bancos que sirva de contingente en casos de no poder cumplir con el esquema de ventas e ingresos planteados, cabe mencionar que al ser un proyecto de factibilidad se considera que se venderá todo lo que producirá por lo que este esquema de no ventas no aplica en este estudio de factibilidad.

CUADRO N° 38
ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO
CUADRO DE FUENTES Y USOS

Descripción	INVERSIÓN REQUERIDA		RECURSOS PROPIOS	RECURSOS A FINANCIAR
	Valor	Totales		
Activo Fijo		\$ 29.723,00		
Equipo de Computación	\$ 1.100,00		\$ 1.100,00	
Equipo de Oficina	\$ 260,00		\$ 260,00	
Muebles y enseres	\$ 2.193,00		\$ 2.193,00	
Vehículo	\$ 14.890,00			\$ 14.890,00
Maquinaria y Herramienta	\$ 11.280,00		\$ 5.000,00	\$ 6.280,00
CAPITAL DE TRABAJO		\$ 50.542,95		
+ Materia Prima Directa	\$ 19.441,81		\$ 19.441,81	
+ Mano de Obra Directa	\$ 4.800,00			\$ 4.800,00
+ Beneficios Sociales MOD	\$ 1.335,20		\$ 1.335,20	
+ Sueldos Mano de Obra Indirecta	\$ 1.200,00		\$ 1.200,00	
+ Beneficios Sociales MOI	\$ 334,13		\$ 334,13	
+ Gastos Generales Fabricación	\$ 3.022,67		\$ 3.022,67	
+ Sueldos Administrativo y Ventas	\$ 6.400,00		\$ 6.400,00	
+ Beneficios Sociales AV	\$ 1.662,93			\$ 1.662,93
+ Gastos Generales de Administración	\$ 4.196,66			\$ 4.196,66
+ Cuentas por Cobrar	\$ 2.440,00			\$ 2.440,00
- Cuentas por pagar compras MP	-\$ 670,41			-\$ 670,41
+ Gastos de Arranque	\$ 4.700,00		\$ 4.700,00	
+ Gastos Financieros	\$ 1.679,96		\$ 1.679,96	
TOTAL DE INVERSIÓN		\$ 80.265,95	\$ 46.666,77	\$ 33.599,18
PORCENTAJE		100%	58%	42%

Elaborado por: La Autora

La inversión inicial del presente proyecto es de \$65044,68 del cual constituye el 100% mientras que en recursos propios se tiene \$33789,84 que corresponde a un 52% y de los recursos de terceros (préstamo) se tiene un 48%, el valor más alto y representativo del proyecto corresponde la compra del activo fijo, mientras que el capital de trabajo es menor ya que depende de la producción.

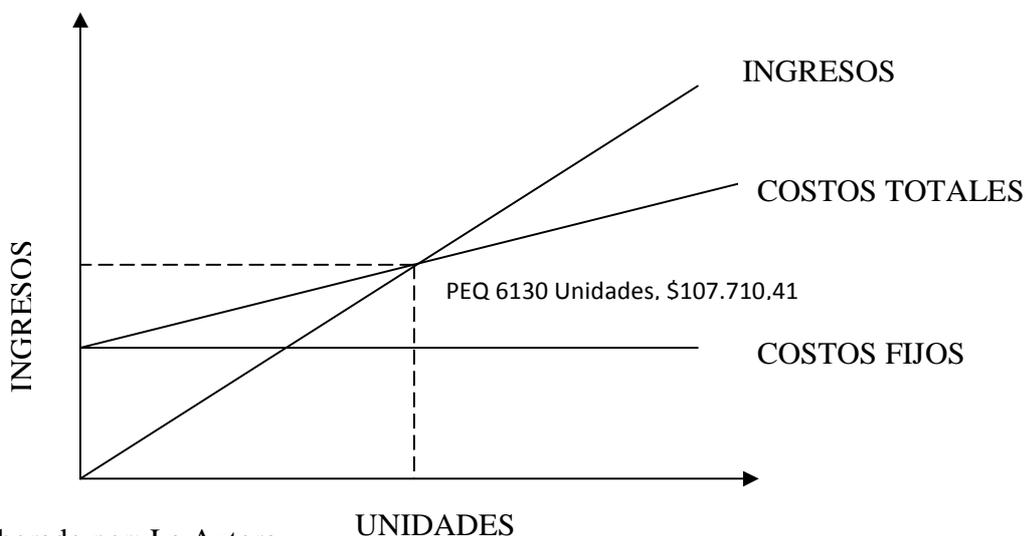
4.9. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.⁴³

PUNTO DE EQUILIBRIO EN CANTIDADES				
PE (Q) =	$\frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Precio Venta Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}}$			

PUNTO DE EQUILIBRIO (\$)				
PE (\$) =	$\frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$			

GRAFICO N° 30



Elaborado por: La Autora

⁴³ BACA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Editorial Mc Graw Hill, Quinta Edición, México, Pág.181

CUADRO N° 39
CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS					
Descripción	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015
COSTOS FIJOS					
Costos Fijos Producción					
Arriendo Taller Producción	\$ 4.800,00	\$ 5.017,54	\$ 5.244,93	\$ 5.482,63	\$ 5.731,10
Mantenimiento	\$ 480,00	\$ 501,75	\$ 524,49	\$ 548,26	\$ 573,11
Depreciación Producción	\$ 764,00	\$ 764,00	\$ 764,00	\$ 764,00	\$ 764,00
Subtotal Costos Fijos Producción	\$ 6.044,00	\$ 6.283,29	\$ 6.533,42	\$ 6.794,89	\$ 7.068,21
Costos Fijos Administración y Ventas					
Sueldos y salarios AV	\$ 19.200,00	\$ 20.160,00	\$ 21.168,00	\$ 22.226,40	\$ 23.337,72
Beneficios sociales AV	\$ 4.988,80	\$ 7.909,44	\$ 8.304,91	\$ 8.720,16	\$ 9.156,17
Arriendo Ventas	\$ 4.200,00	\$ 4.390,34	\$ 4.589,31	\$ 4.797,30	\$ 5.014,72
Publicidad	\$ 2.400,00	\$ 2.508,77	\$ 2.622,47	\$ 2.741,32	\$ 2.865,55
Luz AV	\$ 720,00	\$ 752,63	\$ 786,74	\$ 822,39	\$ 859,67
Agua AV	\$ 360,00	\$ 376,32	\$ 393,37	\$ 411,20	\$ 429,83
Internet AV	\$ 480,00	\$ 501,75	\$ 524,49	\$ 548,26	\$ 573,11
Suministros y Materiales AV	\$ 240,00	\$ 250,88	\$ 262,25	\$ 274,13	\$ 286,56
Teléfono AV	\$ 600,00	\$ 627,19	\$ 655,62	\$ 685,33	\$ 716,39
Depreciación AV	\$ 3.589,97	\$ 3.411,33	\$ 3.411,33	\$ 3.411,33	\$ 3.411,33
Interés prestamo	\$ 5.039,88	\$ 4.292,39	\$ 3.432,77	\$ 2.444,21	\$ 1.307,37
Gastos de Arranque	\$ 4.700,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Subtotal Costos Fijos AV	\$ 46.518,64	\$ 45.181,04	\$ 46.151,26	\$ 47.082,03	\$ 47.958,41
SUBTOTAL COSTOS FIJOS	\$ 52.562,64	\$ 51.464,33	\$ 52.684,68	\$ 53.876,93	\$ 55.026,62
COSTOS VARIABLES					
Costos Variables Producción					
Materia Prima Directa	\$ 60.336,66	\$ 68.747,52	\$ 78.330,84	\$ 89.250,07	\$ 101.691,42
Salario Mano de Obra Directa	\$ 14.400,00	\$ 15.120,00	\$ 15.876,00	\$ 16.669,80	\$ 17.503,29
Beneficios Sociales MOD	\$ 4.005,60	\$ 6.247,08	\$ 6.559,43	\$ 6.887,41	\$ 7.231,78
Salarios Mano de Obra Indirecta	\$ 3.600,00	\$ 3.780,00	\$ 3.969,00	\$ 4.167,45	\$ 4.375,82
Beneficios Sociales MOI	\$ 1.002,40	\$ 1.562,77	\$ 1.640,86	\$ 1.722,85	\$ 1.808,94
Materia Prima Indirecta	\$ 984,00	\$ 1.028,59	\$ 1.075,21	\$ 1.123,94	\$ 1.174,88
Agua Producción	\$ 360,00	\$ 376,32	\$ 393,37	\$ 411,20	\$ 429,83
Luz Producción	\$ 1.440,00	\$ 1.505,26	\$ 1.573,48	\$ 1.644,79	\$ 1.719,33
Teléfono Producción	\$ 240,00	\$ 250,88	\$ 262,25	\$ 274,13	\$ 286,56
SUBTOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 86.368,66	\$ 98.618,42	\$ 109.680,44	\$ 122.151,63	\$ 136.221,85
TOTAL COSTOS	\$ 138.931,31	\$ 150.082,75	\$ 162.365,12	\$ 176.028,56	\$ 191.248,47

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 40
PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO					
Descripción	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015
PRECIO V UNIFORME MÉDICO	\$ 20,00	\$ 20,91	\$ 21,85	\$ 22,84	\$ 23,88
PRECIO V MANDIL MÉDICO	\$ 15,00	\$ 15,68	\$ 16,39	\$ 17,13	\$ 17,91
COSTO FIJO TOTAL UNIFORME	\$ 34.691,34	\$ 33.966,46	\$ 34.771,89	\$ 35.558,77	\$ 36.317,57
COSTO FIJO TOTAL MANDIL	\$ 17.871,30	\$ 17.497,87	\$ 17.912,79	\$ 18.318,16	\$ 18.709,05
COSTO TOTAL FIJO	\$ 52.562,64	\$ 51.464,33	\$ 52.684,68	\$ 53.876,93	\$ 55.026,62
COSTO VARIABLE UNIFORME	\$ 57.003,32	\$ 65.088,16	\$ 72.389,09	\$ 80.620,08	\$ 89.906,42
COSTO VARIABLE MANDIL	\$ 29.365,35	\$ 33.530,26	\$ 37.291,35	\$ 41.531,56	\$ 46.315,43
COSTO VARIABLE TOTAL	\$ 86.368,66	\$ 98.618,42	\$ 109.680,44	\$ 122.151,63	\$ 136.221,85
CVU UNIFORME	\$ 9,00	\$ 9,42	\$ 9,62	\$ 9,83	\$ 10,05
CVU MANDIL	\$ 9,00	\$ 9,42	\$ 9,62	\$ 9,83	\$ 10,05
PEQ UNIFORMES	3.153	2.958	2.841	2.731	2.627
PEQ MANDILES	2.977	2.797	2.644	2.507	2.381
TOTAL UNIDADES PEQ	6.130	5.756	5.486	5.238	5.008
Ventas Uniformes	\$ 126.720,00	\$ 144.384,62	\$ 164.511,66	\$ 187.444,39	\$ 213.573,91
Ventas Mandiles	\$ 48.960,00	\$ 55.784,97	\$ 63.561,32	\$ 72.421,69	\$ 82.517,19
TOTAL VENTAS	\$ 175.680,00	\$ 200.169,58	\$ 228.072,98	\$ 259.866,08	\$ 296.091,10
PE (\$) UNIFORMES	\$ 63.056,46	\$ 61.846,82	\$ 62.095,33	\$ 62.394,90	\$ 62.720,49
PE (\$) MANDILES	\$ 44.653,95	\$ 43.861,21	\$ 43.340,77	\$ 42.946,78	\$ 42.644,84
TOTAL PE(\$)	\$ 107.710,41	\$ 105.708,03	\$ 105.436,10	\$ 105.341,68	\$ 105.365,33

Elaborado por: La Autora

Como se puede apreciar en el cuadro en el año 2011 para lograr el punto de equilibrio optimo entre los benéficos y los costos se debe producir 6130 unidades en total de uniformes médicos y mandiles, con un Punto de Equilibrio en dólares de \$107710,41.

4.10. ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros se elaboran con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera del proyecto para tomar decisiones sobre inversión y préstamos.

La información proporcionada debe ser pertinente, confiable y comparable en varios periodos de tiempo para un mejor entendimiento para los inversionistas y acreedores.

Los estados financieros que se presentarán en el siguiente proyecto son:

- Estado de Resultados Proyectado
- Flujo Neto del Efectivo
- Balance General Proforma

4.10.1. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Documento contable que muestra el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida remanente y excedente) de una entidad durante un periodo determinado.

“Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa. Generalmente acompaña a la hoja del Balance General.”⁴⁴

Estado que muestra la diferencia entre el total de los ingresos en sus diferentes modalidades; venta de bienes, servicios, cuotas y aportaciones y los egresos representados por costos de ventas, costo de servicios, prestaciones y otros gastos y productos de las entidades del Sector Paraestatal en un periodo determinado.

⁴⁴ Artículo Web: <http://www.monografias.com/trabajos5/estafinan/estafinan.shtml>

CUADRO N° 41
ESTADO DE RESULTADOS

INDUMED					
ESTADO DE RESULTADOS (dólares USD)					
Descripción	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015
Ventas	\$ 168.360,00	\$ 191.829,18	\$ 218.569,94	\$ 249.038,33	\$ 283.753,97
- Costos de Ventas	\$ 92.412,66	\$ 104.901,71	\$ 116.213,87	\$ 128.946,53	\$ 143.290,06
= Utilidad Bruta en Ventas	\$ 75.947,34	\$ 86.927,47	\$ 102.356,07	\$ 120.091,80	\$ 140.463,91
- Gastos Administrativos y Ventas	\$ 41.478,77	\$ 40.888,65	\$ 42.718,49	\$ 44.637,82	\$ 46.651,04
= Utilidad Bruta de Operación	\$ 34.468,57	\$ 46.038,82	\$ 59.637,58	\$ 75.453,98	\$ 93.812,87
- Gastos Financieros Interés prestamo	\$ 5.039,88	\$ 4.292,39	\$ 3.432,77	\$ 2.444,21	\$ 1.307,37
= Utilidad Antes de Participación	\$ 29.428,69	\$ 41.746,44	\$ 56.204,81	\$ 73.009,77	\$ 92.505,50
- 15% Participación Trabajadores	\$ 4.414,30	\$ 6.261,97	\$ 8.430,72	\$ 10.951,46	\$ 13.875,83
= Utilidad antes de Impuestos	\$ 25.014,39	\$ 35.484,47	\$ 47.774,09	\$ 62.058,30	\$ 78.629,68
- 25% Impuesto a la Renta	\$ 6.253,60	\$ 8.871,12	\$ 11.943,52	\$ 15.514,58	\$ 19.657,42
= Utilidad Neta Después de Impuestos	\$ 18.760,79	\$ 26.613,35	\$ 35.830,57	\$ 46.543,73	\$ 58.972,26
- Reserva Legal 10%	\$ 1.876,08	\$ 2.661,34	\$ 3.583,06	\$ 4.654,37	\$ 5.897,23
= Utilidad Neta a Distribuir	\$ 16.884,71	\$ 23.952,02	\$ 32.247,51	\$ 41.889,35	\$ 53.075,03

Elaborado por: La Autora

4.10.2 FLUJO NETO DE EFECTIVO

Es la diferencia entre los Ingresos netos y los desembolsos netos, descontados a la fecha de aprobación de un proyecto de Inversión con la técnica de "Valor Presente".

Al tratar el Flujo Neto Efectivo significa considerar en cuenta el Valor del Dinero en Función del Tiempo, al retrotraer mediante la tasa de Interés (tasa de intercambio intertemporal del Dinero) los flujos netos de Dinero a la fecha de inicio del proyecto.

CUADRO N° 42
FLUJO DEL EFECTIVO DEL INVERSIONISTA

INDUMED						
FLUJO NETO DE EFECTIVO DEL INVERSIONISTA FINANCIADO (dólares USD)						
Descripción	Año 0	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015
+ Ingresos		\$ 168.360,00	\$ 191.829,18	\$ 218.569,94	\$ 249.038,33	\$ 283.753,97
- Costos de producción		\$ 92.412,66	\$ 104.901,71	\$ 116.213,87	\$ 128.946,53	\$ 143.290,06
= Utilidad bruta en ventas		\$ 75.947,34	\$ 86.927,47	\$ 102.356,07	\$ 120.091,80	\$ 140.463,91
- Gastos Administrativos		\$ 41.478,77	\$ 40.888,65	\$ 42.718,49	\$ 44.637,82	\$ 46.651,04
- Gastos Financieros		\$ 5.039,88	\$ 4.292,39	\$ 3.432,77	\$ 2.444,21	\$ 1.307,37
= Utilidad antes de Reparto		\$ 29.428,69	\$ 41.746,44	\$ 56.204,81	\$ 73.009,77	\$ 92.505,50
- 15% Participación trabajadores		\$ 4.414,30	\$ 6.261,97	\$ 8.430,72	\$ 10.951,46	\$ 13.875,83
= Utilidad antes de Impuestos		\$ 25.014,39	\$ 35.484,47	\$ 47.774,09	\$ 62.058,30	\$ 78.629,68
- 25% Impuesto a la Renta		\$ 6.253,60	\$ 8.871,12	\$ 11.943,52	\$ 15.514,58	\$ 19.657,42
= Utilidad Neta		\$ 18.760,79	\$ 26.613,35	\$ 35.830,57	\$ 46.543,73	\$ 58.972,26
- Pago de Capital Préstamo		\$ 4.983,28	\$ 5.730,77	\$ 6.590,39	\$ 7.578,95	\$ 8.715,79
+ Depreciaciones		\$ 4.353,97	\$ 4.353,97	\$ 4.353,97	\$ 4.353,97	\$ 4.353,97
- Inversión en Activos Fijos	-\$ 29.723,00					
- Capital de Trabajo	-\$ 50.542,95					
= Flujo Neto de Efectivo	-\$ 80.265,95	\$ 18.131,48	\$ 25.236,55	\$ 33.594,15	\$ 43.318,74	\$ 54.610,43
NETO	-\$ 80.265,95	-\$ 62.134,48	-\$ 36.897,93	-\$ 3.303,78	\$ 40.014,96	\$ 94.625,39

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 43
FLUJO DEL EFECTIVO SIN INVERSIÓN

INDUMED						
FLUJO NETO DE EFECTIVO DEL INVERSIONISTA SIN FINANCIAMIENTO (dólares USD)						
Descripción	Año 0	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015
+ Ingresos		\$ 168.360,00	\$ 191.829,18	\$ 218.569,94	\$ 249.038,33	\$ 283.753,97
- Costos de producción		\$ 92.412,66	\$ 104.901,71	\$ 116.213,87	\$ 128.946,53	\$ 143.290,06
= Utilidad bruta en ventas		\$ 75.947,34	\$ 86.927,47	\$ 102.356,07	\$ 120.091,80	\$ 140.463,91
- Gastos Administrativos		\$ 41.478,77	\$ 40.888,65	\$ 42.718,49	\$ 44.637,82	\$ 46.651,04
- Gastos Financieros		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
= Utilidad antes de Reparto		\$ 34.468,57	\$ 46.038,82	\$ 59.637,58	\$ 75.453,98	\$ 93.812,87
- 15% Participación trabajadores		\$ 5.170,29	\$ 6.905,82	\$ 8.945,64	\$ 11.318,10	\$ 14.071,93
= Utilidad antes de Impuestos		\$ 29.298,29	\$ 39.133,00	\$ 50.691,95	\$ 64.135,88	\$ 79.740,94
- 25% Impuesto a la Renta		\$ 7.324,57	\$ 9.783,25	\$ 12.672,99	\$ 16.033,97	\$ 19.935,23
= Utilidad Neta		\$ 21.973,71	\$ 29.349,75	\$ 38.018,96	\$ 48.101,91	\$ 59.805,70
- Pago de Capital Préstamo		\$ 4.983,28	\$ 5.730,77	\$ 6.590,39	\$ 7.578,95	\$ 8.715,79
+ Depreciaciones		\$ 4.353,97	\$ 4.353,97	\$ 4.353,97	\$ 4.353,97	\$ 4.353,97
- Inversión en Activos Fijos	-\$ 29.723,00					
- Capital de Trabajo	-\$ 50.542,95					
= Flujo Neto de Efectivo	-\$ 80.265,95	\$ 21.344,40	\$ 27.972,94	\$ 35.782,54	\$ 44.876,93	\$ 55.443,88
NETO	-\$ 80.265,95	-\$ 58.921,55	-\$ 30.948,61	\$ 4.833,92	\$ 49.710,85	\$ 105.154,73

Elaborado por: La Autora

4.10.3. BALANCE GENERAL PROFORMA

CUADRO N° 44
BALANCE GENERAL PROFORMA

INDUMED BALANCE GENERAL PROFORMA (dólares USD)						
Descripción	Año 0	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015
ACTIVO						
Activo Corriente						
Bancos	\$ 50.542,95	\$ 90.918,27	\$ 108.186,47	\$ 127.860,73	\$ 150.121,79	\$ 175.346,72
Cuentas por Cobrar		\$ 7.320,00	\$ 8.340,40	\$ 9.503,04	\$ 10.827,75	\$ 12.337,13
Total Activo Corriente		\$ 98.238,27	\$ 116.526,87	\$ 137.363,77	\$ 160.949,54	\$ 187.683,85
Activos Fijos						
Activos Fijos	\$ 29.723,00	\$ 29.723,00	\$ 29.723,00	\$ 29.723,00	\$ 29.723,00	\$ 29.723,00
(-)Depreciación Acumulada		\$ 4.353,97	\$ 8.707,93	\$ 13.061,90	\$ 17.415,87	\$ 21.769,83
Total Activos Fijos		\$ 25.369,03	\$ 21.015,07	\$ 16.661,10	\$ 12.307,13	\$ 7.953,17
TOTAL ACTIVOS	\$ 80.265,95	\$ 123.607,30	\$ 137.541,94	\$ 154.024,87	\$ 173.256,68	\$ 195.637,02
PASIVOS:						
Pasivo Corriente						
Cuentas por Pagar		\$ 2.011,22	\$ 2.291,58	\$ 2.611,03	\$ 2.975,00	\$ 3.389,71
Utilidades por pagar		\$ 4.414,30	\$ 6.261,97	\$ 8.430,72	\$ 10.951,46	\$ 13.875,83
Impuestos por pagar		\$ 6.253,60	\$ 8.871,12	\$ 11.943,52	\$ 15.514,58	\$ 19.657,42
Total Pasivo Corriente		\$ 12.679,12	\$ 17.424,67	\$ 22.985,27	\$ 29.441,04	\$ 36.922,96
Pasivo Largo Plazo						
Préstamo a Largo plazo	\$ 33.599,18	\$ 28.615,90	\$ 22.885,13	\$ 16.294,74	\$ 8.715,79	\$ 0,00
Total Pasivo Largo Plazo		\$ 28.615,90	\$ 22.885,13	\$ 16.294,74	\$ 8.715,79	\$ 0,00
TOTAL PASIVOS	\$ 33.599,18	\$ 41.295,02	\$ 40.309,79	\$ 39.280,01	\$ 38.156,83	\$ 36.922,96
PATRIMONIO:						
Capital Social	\$ 46.666,77	\$ 46.666,77	\$ 46.666,77	\$ 46.666,77	\$ 46.666,77	\$ 46.666,77
Reserva Legal Acumulada		\$ 1.876,08	\$ 2.661,34	\$ 3.583,06	\$ 4.654,37	\$ 5.897,23
Utilidad del ejercicio		\$ 16.884,71	\$ 23.952,02	\$ 32.247,51	\$ 41.889,35	\$ 53.075,03
Utilidades Retenidas		\$ 16.884,71	\$ 23.952,02	\$ 32.247,51	\$ 41.889,35	\$ 53.075,03
TOTAL PATRIMONIO	\$ 46.666,77	\$ 82.312,28	\$ 97.232,14	\$ 114.744,85	\$ 135.099,85	\$ 158.714,06
TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 80.265,95	\$ 123.607,30	\$ 137.541,94	\$ 154.024,87	\$ 173.256,68	\$ 195.637,02

Elaborado por: La Autora

Se dispone de varios métodos abreviados para elaborar el balance general proforma. Probablemente, el mejor y de uso más generalizado es el método de cálculo de estimación.

Los valores de ciertas cuentas del balance general son estimados, en tanto que otras son acumuladas. Debe utilizarse el financiamiento externo como una cifra de equilibrio o balance. El método de cálculo-estimación es aquel que se utiliza para la elaboración del balance general proforma en el que los valores de ciertas cuentas son estimados, en tanto que otros son calculados, se utiliza aquí el financiamiento externo de la compañía como cifra de equilibrio.

4.11. EVALUACION FINANCIERA

Como la parte final del estudio de factibilidad del presente proyecto tenemos la evaluación económica o financiera, la cual permite determinar realmente si la propuesta es económicamente rentablemente para poder invertir en ella.

Para la evaluación de proyectos se requiere de precisión en los datos obtenidos en los estados financieros, y para su correcto análisis los expertos han establecido ciertos parámetros que indican si un proyecto es rentable o no, dichos criterios de evaluación son:

- Si la TIR es mayor a la TMAR el proyecto es viable
- Si el VAN ES mayor a cero el proyecto es viable
- Si el periodo de recuperación de la inversión es menor a 10 años el proyecto es viable.

4.11.1. INDICADORES DE LA RENTABILIDAD

Estos indicadores tienen su importancia ya que demuestran si un proyecto es viable o no como también su rentabilidad, estos aspectos son primordiales tanto para los inversionistas porque aquí se determina la utilidad real que pueda tener el dinero aportado al proyecto; las instituciones requieren de estos elementos para tomar sus decisiones a la hora de otorgar un préstamo.

4.11.1.1. TASA DE DESCUENTO O COSTO PROMEDIO DEL CAPITAL

El Costo de Capital es la Tasa de Descuento que debe utilizarse para actualizar los flujos de caja del proyecto, tasa que corresponderá a la rentabilidad que el inversionista exige a la inversión por renunciar a un uso alternativo de esos recursos proyectos con niveles de riesgos similares.⁴⁵

$$TMAR = Tasa\ de\ inflación + premio\ al\ riesgo$$

El premio al riesgo puede entenderse como un riesgo promedio de las inversiones realizadas en cierto país. Además se puede decir que es el crecimiento del dinero.

Si se desea invertir en empresas productoras de bienes y servicios caracterizada principalmente por fuertes fluctuaciones a lo largo del tiempo y crece con el paso de los años, aunque sea en pequeña proporción y no haya una alta competencia, se puede afirmar que el riesgo de la inversión puede fluctuar del 3 al 5%⁴⁶.

La TMAR para los inversionistas del Proyecto es:

$$TMAR = Tasa\ de\ inflación + premio\ al\ riesgo$$

$$TMAR = 4,53\% + 5\%$$

$$TMAR = 9,53\%$$

El proyecto está financiado en un 26% de recursos propios y en un 74% por crédito y al encontrarnos con las tasas de rendimiento exigida por el inversionista y la institución financiera se debe calcular una TMAR mixta.

⁴⁵ BARRENO, Luis; Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos, Primera Edición, Quito-2005, pág. 113.

⁴⁶ BACA Urbina, Gabriel, Fundamentos de Ingeniería Económica, Tercera Edición pág. 80

4.11.1.2. TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO (TMAR)

Cuando el capital necesario para llevar a cabo un proyecto es aportado totalmente por una persona física, esa persona siempre tiene en mente una tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta, llamada tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR). La referencia para que ésta tasa sea determinada es el índice inflacionario. Sin embargo, cuando un inversionista arriesga su dinero, para él no es atractivo mantener el poder adquisitivo de su inversión, sino más bien que ésta tenga un crecimiento real; es decir, le interesa un rendimiento que haga crecer su dinero más allá que compensar los efectos de la inflación.

“Todo inversionista deberá tener una tasa de referencia sobre la cual basarse para hacer sus inversiones, dicha tasa de referencia deber ser superior a la inflación, ya que si se gana un rendimiento igual a la inflación del dinero no crece sino mantiene su poder adquisitivo”.⁴⁷

Se toma en consideración para el siguiente análisis financiero:

CUADRO N° 45
FACTORES CALCULO TMAR

5,45%	TP=Tasa Pasiva
15,00%	TA=Tasa Activa
5,00%	i=premio al riesgo
4,53%	f=inflación
24%	RP=Recursos Propios
76%	RA=Recursos Ajenos

Datos al 30 de abril del 2011

Fuente: BCE

⁴⁷ BACA Urbina, Gabriel, Fundamentos de Ingeniería Económica, Tercera Edición pág. 79

CUADRO N° 46
COSTO PROMEDIO DEL CAPITAL

Costo Promedio del Capital			
Fuente	% Aportación	TMAR	Ponderación
Capital Propio	58%	9,76%	5,67%
Préstamo Bancario	42%	10,0%	4,19%
TMAR Global	100,00%		9,86%

TMAR= Tasa Inflación + premio al riesgo	9,53%
TMAR Inversionistas=PR+I+(PR*I)	9,76%
TMAR Banco= tasa activa interés	10,0%

Elaborado por: La Autora

Como se observa en el cuadro la TMAR Global o Mixta del Proyecto es 9,86%.

4.11.1.3. VALOR ACTUAL NETO

“Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”.⁴⁸

El Valor Actual Neto es la ganancia o pérdida en términos del valor del dinero en el presente, después de haber recuperado la inversión inicial a una tasa igual a la TMAR,

⁴⁸ BACA Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Quinta Edición pág. 220.

por lo que si el VAN es mayor o igual a cero significa que habrá ganancia a más de haber recuperado la inversión por lo que se deberá aceptar la inversión⁴⁹

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Donde **I** es el Costo del Capital y **n** período correspondiente a cada año.

El criterio de decisión del VAN es el siguiente:

Si el VAN es ≥ 0 ; se acepta el proyecto

Si el VAN es ≤ 0 ; se rechaza el proyecto

Teniendo así lo siguiente:

CUADRO N° 47
VALOR ACTUAL NETO

Años	Flujo de Caja Neto	Factor de Actualización	Flujo de Caja Neto Actualizado
-	-\$ 80.265,95		-\$ 80.265,95
1	\$ 18.131,48	1,10	\$ 16.504,22
2	\$ 25.236,55	1,21	\$ 20.909,97
3	\$ 33.594,15	1,33	\$ 25.336,64
4	\$ 43.318,74	1,46	\$ 29.738,77
5	\$ 54.610,43	1,60	\$ 34.125,94
VAN			\$ 46.349,59

Elaborado por: La Autora

⁴⁹ BACA Urbina, Gabriel, Fundamentos de Ingeniería Económica, Tercera Edición pág. 83.

Como se puede apreciar en el anterior cuadro, el VAN es positivo y mayor que 0 por lo que el proyecto resulta aceptable, además genera un valor actual de \$46.349,59.

4.11.1.4. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno es la aquella tasa a la cual descontados los flujos de caja futuros dan como valor actual el mismo valor de la inversión inicial y por tanto Valor Actual Neto de cero (0).⁵⁰

La Tasa Interna de Retorno indica el porcentaje de rentabilidad que obtendrá el inversionista por invertir en el proyecto.

Para el cálculo de TIR se tomó en cuenta la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_{Ft}}{(1 + TIR)^t} - I_0 = 0$$

Donde V_{Ft} es el Flujo de Caja en el periodo t.

CUADRO N° 48
TASA INTERNA DE RETORNO

Años	Flujo de Caja Neto	Factor de Actualización	Flujo de Caja Neto Actualizado	Flujo de Caja Neto Actualizado	Flujo de Caja Neto Actualizado
			26,61%	28,00%	24,00%
-	(80.265,95)		\$ (80.265,95)	\$ (80.265,95)	\$ (80.265,95)
1	\$ 18.131,48	1,27	\$ 14.321,09	\$ 14.165,22	\$ 14.622,16
2	\$ 25.236,55	1,60	\$ 15.744,02	\$ 15.403,17	\$ 16.412,95
3	\$ 33.594,15	2,03	\$ 16.553,59	\$ 16.018,94	\$ 17.619,70
4	\$ 43.318,74	2,57	\$ 16.859,60	\$ 16.137,49	\$ 18.322,69
5	\$ 54.610,43	3,25	\$ 16.787,65	\$ 15.893,73	\$ 18.628,04
SUMAN VAN			\$ 80.265,95	\$ 77.618,54	\$ 85.605,53
VAN			\$ 0,00	-\$ 2.647,42	\$ 5.339,58

Elaborado por: La Autora

⁵⁰ Apuntes cuaderno de Mercedes Aguilar del 7mo semestre de la materia Finanzas.

La Tasa Interna de Retorno del proyecto es del 26,61% la misma que es mayor a la Tasa de Descuento, lo que indica que el proyecto generará rentabilidad y por consiguiente debe aceptarse. Lo que quiere decir que por cada dólar invertido, se obtendrá 0,2661 centavos de beneficio.

4.11.1.5. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

El periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.⁵¹

Para el cálculo del PRI se tomaron en cuenta el cuadro del Flujo de Caja y el cuadro del Valor Actual Neto, ya que ayudan con la actualización de datos necesarios. De esta manera, se obtiene el siguiente cuadro, el que indica el total de la inversión la misma que se recuperará en cuatro años, lo que es muy beneficio para el proyecto.

CUADRO N° 49
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Años	Flujo de Caja Neto	Flujo de Caja Neto Actualizado	Flujo de Caja Neto Actualizado Acumulado
-	\$ (80.265,95)	\$ (80.265,95)	\$ (80.265,95)
1	\$ 18.131,48	\$ 16.504,22	\$ (63.761,73)
2	\$ 25.236,55	\$ 20.909,97	\$ (42.851,76)
3	\$ 33.594,15	\$ 25.336,64	\$ (17.515,12)
4	\$ 43.318,74	\$ 29.738,77	\$ 12.223,65
5	\$ 54.610,43	\$ 34.125,94	\$ 46.349,59

Elaborado por: La Autora

⁵¹ Artículo Web: <http://www.pymesfuturo.com/pri.htm>

La inversión de la recupera en 3 años 5 meses, teniendo al final del proyecto un VAN positivo de \$46.349,59.

4.11.2. INDICADORES FINANCIEROS

Un indicador financiero es un relación de las cifras extractadas de los estados financieros y demás informes de la empresa con el propósito de formase una idea como acerca del comportamiento de la empresa; se entienden como la expresión cuantitativa del comportamiento o el desempeño de toda una organización o una de sus partes, cuya magnitud al ser comparada con algún nivel de referencia, puede estar señalando una desviación sobre la cual se tomaran acciones correctivas o preventivas según el caso.

CUADRO N° 50
INDICADORES FINANCIEROS

INDICADORES FINANCIEROS					
Indicador	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rentabilidad Total ROI	21%	30%	40%	52%	66%
Rendimiento del Patrimonio ROE	0,30390	0,36495	0,41635	0,45935	0,49542
Coficiente de Endeudamiento	23%	17%	11%	5%	0%
Índice de Apalancamiento	36%	29%	20%	11%	0%
Índice de Cobertura	6,84%	10,73%	17,37%	30,87%	71,76%

Elaborado por: La Autora

4.11.2.1. RENTABILIDAD TOTAL (ROI)

Mide el rendimiento obtenido por el accionista sobre la inversión total, se mide por la relación entre la utilidad neta, después de los impuestos y el capital total empleado.

$$\text{Rentabilidad Total} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión Total}}$$

Aplicando la formula se obtuvo para el año 2011 una rentabilidad del 21%, lo que significa que el proyecto ha tenido una alta utilidad comprada con la inversión realizada, la misma que se mantiene y se va incrementando en los años siguientes del proyecto.

4.11.2.2. RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)

Mide el rendimiento obtenido por el accionista sobre su inversión en el capital de la empresa, se determina mediante la relación entre la utilidad neta, antes de impuestos y el patrimonio.

$$\text{Rentabilidad del Patrimonio} = \frac{\text{Utilidad antes de Impuestos}}{\text{Patrimonio}}$$

Como se puede apreciar en el cuadro de Índices Financieros desde el primer año se comienza a ganar sobre cada dólar que se invierta en el proyecto para el año 2011 se tiene que se gana \$0,30390 centavos por cada dólar, el resultado en este índice se mantiene casi constante para los demás años del proyecto; porque no se hacen incrementos en la inversión, sino que con la misma capacidad instalada se opera para todos los años.

4.11.2.3. COEFICIENTE DE ENDEUDAMIENTO

Es la correspondencia porcentual entre la deuda a largo y corto plazo de una empresa y sus recursos propios, expresa en qué cuantía ha recurrido la empresa a fondos ajenos para financiarse.

$$\text{Coeficiente de Endeudamiento} = \frac{\text{Deuda Total}}{\text{Activo Total}}$$

En el primer año se obtiene un porcentaje del 23% lo que significa que el total de la inversión un 42% de recursos son ajenos al giro del proyecto y los mismos son financiados con recursos del préstamo bancario, llegando al año 2015 con un endeudamiento total del 0%.

4.11.2.4. ÍNDICE DE APALANCAMIENTO

Es la relación entre el capital aportado por los acreedores y el aportado por los accionistas, con respecto a la inversión total.

$$\text{Índice de Apalancamiento} = \frac{\text{Pasivo Largo Plazo}}{\text{Inversión Total}}$$

Aplicando la formula ha dado como resultado para el primer año un índice de apalancamiento del 36% el mismo que va disminuyendo a través del tiempo hasta llegar a 0%, ya que la deuda es saldada y se recupera la inversión en el segundo año.

4.11.2.5. ÍNDICE DE COBERTURA

Índice la capacidad que tiene la empresa para poder cubrir con la utilidad operacional los intereses bancarios.

$$\text{Índice de Cobertura} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Gastos Financieros}}$$

Este índice nos ha dado el 6,84% en el primer año, lo que indica que se puede cubrir con el pago de la obligación bancaria y para los siguientes años la capacidad del pago va incrementándose a efectos de la operación de la empresa.

CAPITULO 5

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Mediante el desarrollo de la tesis se logro cumplir el objetivo específico que era definir la factibilidad de crear una microempresa dedicada a la confección y comercialización de indumentaria médica ubicada en el norte de la ciudad de Quito y determinar el nivel de aceptación dentro del mercado de acuerdo a las necesidades que se presenten dentro del mismo.

Gracias al estudio de mercado fue fácil poder desarrollar los demás capítulos de la tesis, el mismo que sirvió de guía para desarrollarlo de acuerdo con las necesidades de la microempresa y factores que se deben tomar en cuenta.

De acuerdo a la investigación realizada se puede establecer la existencia de demanda la cual va incrementándose a través del tiempo, permitiendo también el incremento de fabricantes de indumentaria médica.

La evaluación financiera realizada mediante los métodos utilizados como el VAN y el TIR permitió determinar que el proyecto es viable como también rentable.

La inversión del proyecto será recuperado en cuatro años, siendo comprobado mediante el cálculo del PRI haciendo al proyecto atractivo para los inversionistas.

Se logro determinar las características y necesidades específicas de los posibles clientes las mimas que son: calidad y puntualidad en la entrega.

El proyecto proporcionará beneficios económicos y sociales, ya que abrirá fuentes de empleo y cooperará al desarrollo económico del país.

5.2. RECOMENDACIONES

Mediante la promoción de indumentaria médica se debe buscar el posicionamiento de la microempresa en el mercado.

Buscar el apoyo del estado o instituciones financiera que apoyen con el desembolso de dinero para programas microempresariales que presten dinero a una tasa menor, que la que ofrecen las instituciones financieras, para lograr invertir en nuevos proyectos como éste que permitan el desarrollo empresarial.

Innovar constantemente en los diseños de la indumentaria médica, para ofrecer productos diferentes a los de la competencia.

Ampliar la cantidad de productos ofertados, y utilizar maquina de otras empresas que se dediquen a la confección, en los casos que se tengan pedidos mayores a los estimados en el presente estudio para lograr una mayor producción y poder atender de esta manera las necesidades de nuestros clientes.

Ampliar la oferta de indumentaria médica a centros de masajes, spas, cosmetologías y estudiantes de medicina, ya que al ampliar la cantidad de demanda a cubrir se logrará mejores flujos y con ello mejores ganancias.

Implementar una política de cobranzas y ventas, que permita a los clientes a tener un crédito directo lo que impulsaría las ventas en lugares pequeños que no tienen la liquidez suficiente para realizar los pagos en un solo desembolso.

Con la misma maquinaria instalada comenzar la producción en seria, lo que reduciría los tiempos significativamente logrando producir los mismos productos en un tiempo menor logar una mayor producción.

BIBLIOGRAFÍA

1. ARMSTRONG, Gary y KOTLER, Philip. Mercadotecnia. México. Editorial Prentice – Hall Hispanoamericana, S.A. Sexta Edición. 1994.
2. BACA, Urbina Gabriel. (2004). Preparación y Evaluación de Proyectos. Cuarta edición. Editorial McGraw Hill. Chile.
3. BARRENO, Luis; Evaluación de Proyectos, Edición 2007.
4. CALDAS MOLINA, Marco. (2001). Preparación y Evaluación de Proyectos. Cuarta edición.
5. CHIAVENATO, Idalberto. Administración en los nuevos tiempos. Editorial Mc Graw Hill, 2002.
6. DE LA TORRE, Joaquín. (2002). Evaluación de Proyectos de Inversión. Pearson Educación, México.
7. ECO, Umberto, Cómo se hace una tesis: Técnicas y procedimientos de investigación, estudio y escritura. Editorial Gedisa, Quinta Edición, Barcelona-España, 1983.
8. ETZEL, Michael J., STANTON, Willian J. y WALKER, Bruce j. Fundamentos de Marketing. Mexico. Editorial McGraw –Hill. 1995.
9. GARCIA P., Jorge. Cómo elaborar trabajos Escritos. Talleres de Gráficas profesionales, Medellín-Colombia. 1993.

10. HERNÁNDEZ, Roberto, y otros, Metodología de la Investigación, 1era. Edición. Editorial McGraw-Hill, México, 1991.
11. MENESES ALVARES, Edilberto. (2001) Preparación y Evaluación de Proyectos, Tercera Edición.
12. MOCHÓN, Francisco. Principios de Economía. Segunda edición. Editorial Mc Graw Hill, 2003.
13. SAPAG, Chain Nasir y Reinaldo (2000). Preparación y Evaluación de Proyectos. Cuarta Edición. Editorial Mc Graw Hill, México.
14. UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA, Instructivo de graduación.

Bibliografía de internet:

- <http://maps.google.com>
- <http://centroarmonico.wordpress.com/about/>
- <http://www.panoramio.com/photo/24775216>
- <http://www.wikipedia.com>
- <http://www.cfn.fin.ec/>
- <http://www.ruralfinance.org>
- <http://www.supercias.gov.ec/>
- <http://www.bce.fin.ec>
- <http://www.supercias.gov.ec/>
- <http://www.inec.gob.ec/web/guest/in>

ANEXOS

ANEXO N° 1 MATERIA PRIMA



ANEXO N° 2 MODELOS DE LAS PRENDAS



ANEXO N° 3
CORTE DE LA PRENDA



ANEXO N° 4
ESTACIÓN DE TRABAJO



ANEXO N° 5
ARMADO DE LAS PRENDAS





ANEXO N° 6
PROYECCIÓN MATERIA PRIMA 2012- 2015

COSTO MATERIA PRIMA 2012			
DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
MANDIL	\$ 4,89	\$ 1.449,85	\$ 17.398,21
UNIFORME MÉDICO	\$ 7,44	\$ 4.279,11	\$ 51.349,31
	TOTAL:	\$ 5.728,96	\$ 68.747,52

COSTO MATERIA PRIMA 2013			
DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
MANDIL	\$ 5,11	\$ 1.651,96	\$ 19.823,51
UNIFORME MÉDICO	\$ 7,77	\$ 4.875,61	\$ 58.507,34
	TOTAL:	\$ 6.527,57	\$ 78.330,84

COSTO MATERIA PRIMA 2014			
DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
MANDIL	\$ 5,34	\$ 1.882,24	\$ 22.586,88
UNIFORME MÉDICO	\$ 8,12	\$ 5.555,27	\$ 66.663,19
	TOTAL:	\$ 7.437,51	\$ 89.250,07

COSTO MATERIA PRIMA 2015			
DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
MANDIL	\$ 5,59	\$ 2.144,62	\$ 25.735,46
UNIFORME MÉDICO	\$ 8,49	\$ 6.329,66	\$ 75.955,96
	TOTAL:	\$ 8.474,29	\$ 101.691,42

ANEXO N° 7
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES 2012- 2015

SUELDOS 2012					
	Num. Empl.	Sueldo y Salarios		Beneficios Sociales	Total Anual
		Mensual	Anual		
Mano de Obra Directa					
Operarias	4	\$ 315,00	\$ 15.120,00	\$ 6.247,08	\$ 21.367,08
Subtotal MOD		\$ 1.260,00	\$ 15.120,00	\$ 6.247,08	\$ 21.367,08
Mano de Obra Indirecta					
Auxiliar-Bodeguero	1	\$ 315,00	\$ 3.780,00	\$ 1.562,77	\$ 5.342,77
Subtotal MOI		\$ 315,00	\$ 3.780,00	\$ 1.562,77	\$ 5.342,77
Sueldos Administrativo					
Administrador	1	\$ 525,00	\$ 6.300,00	\$ 2.392,95	\$ 8.692,95
Asistente Administrativo	1	\$ 315,00	\$ 3.780,00	\$ 1.561,77	\$ 5.341,77
Vendedor	2	\$ 420,00	\$ 10.080,00	\$ 3.954,72	\$ 14.034,72
Subtotal SA		\$ 1.680,00	\$ 20.160,00	\$ 7.909,44	\$ 28.069,44
TOTAL 2012		\$ 3.255,00	\$ 39.060,00	\$ 15.719,29	\$ 54.779,29

BENEFICIOS SOCIALES 2012							
	Num. Empl.	Décimo Tercer	Décimo Cuarto	Fondos de	Vacaciones	Aporte	Total
		Tercero	Cuarto	Reserva		IESS	Beneficios
Mano de Obra Directa							
Operarias	4	\$ 1.260,00	\$ 1.260,00	\$ 1.260,00	\$ 630,00	\$ 1.837,08	\$ 6.247,08
Subtotal MOD		\$ 1.260,00	\$ 1.260,00	\$ 1.260,00	\$ 630,00	\$ 1.837,08	\$ 6.247,08
Mano de Obra Indirecta							
Auxiliar-Bodeguero	1	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 157,50	\$ 459,27	\$ 1.562,77
Subtotal MOI		\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 157,50	\$ 459,27	\$ 1.562,77
Sueldos Administrativo							
Administrador	1	\$ 525,00	\$ 315,00	\$ 525,00	\$ 262,50	\$ 765,45	\$ 2.392,95
Asistente Administrativo	1	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 315,00	\$ 157,50	\$ 459,27	\$ 1.561,77
Vendedor	2	\$ 840,00	\$ 630,00	\$ 840,00	\$ 420,00	\$ 1.224,72	\$ 3.954,72
Subtotal SA		\$ 1.680,00	\$ 1.260,00	\$ 1.680,00	\$ 840,00	\$ 2.449,44	\$ 7.909,44
TOTAL 2012		\$ 3.255,00	\$ 2.835,00	\$ 3.255,00	\$ 1.627,50	\$ 4.745,79	\$ 15.719,29

SUELDOS 2013					
	Num. Empl.	Sueldo y Salarios		Beneficios Sociales	Total Anual
		Mensual	Anual		
Mano de Obra Directa					
Operarias	4	\$ 330,75	\$ 15.876,00	\$ 6.559,43	\$ 22.435,43
Subtotal MOD		\$ 1.323,00	\$ 15.876,00	\$ 6.559,43	\$ 22.435,43
Mano de Obra Indirecta					
Auxiliar-Bodeguero	1	\$ 330,75	\$ 3.969,00	\$ 1.640,86	\$ 5.609,86
Subtotal MOI		\$ 330,75	\$ 3.969,00	\$ 1.640,86	\$ 5.609,86
Sueldos Administrativo					
Administrador	1	\$ 551,25	\$ 6.615,00	\$ 2.512,60	\$ 9.127,60
Asistente Administrativo	1	\$ 330,75	\$ 3.969,00	\$ 1.639,86	\$ 5.608,86
Vendedor	2	\$ 441,00	\$ 10.584,00	\$ 4.152,46	\$ 14.736,46
Subtotal SA		\$ 1.764,00	\$ 21.168,00	\$ 8.304,91	\$ 29.472,91
TOTAL 2013		\$ 3.417,75	\$ 41.013,00	\$ 16.505,20	\$ 57.518,20

BENEFICIOS SOCIALES 2013							
	Num. Empl.	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de	Vacaciones	Aporte	Total
		Tercero	Cuarto	Reserva		IESS	Beneficios
Mano de Obra Directa							
Operarias	4	\$ 1.323,00	\$ 1.323,00	\$ 1.323,00	\$ 661,50	\$ 1.928,93	\$ 6.559,43
Subtotal MOD		\$ 1.323,00	\$ 1.323,00	\$ 1.323,00	\$ 661,50	\$ 1.928,93	\$ 6.559,43
Mano de Obra Indirecta							
Auxiliar-Bodeguero	1	\$ 330,75	\$ 330,75	\$ 330,75	\$ 165,38	\$ 482,23	\$ 1.640,86
Subtotal MOI		\$ 330,75	\$ 330,75	\$ 330,75	\$ 165,38	\$ 482,23	\$ 1.640,86
Sueldos Administrativo							
Administrador	1	\$ 551,25	\$ 330,75	\$ 551,25	\$ 275,63	\$ 803,72	\$ 2.512,60
Asistente Administrativo	1	\$ 330,75	\$ 330,75	\$ 330,75	\$ 165,38	\$ 482,23	\$ 1.639,86
Vendedor	2	\$ 882,00	\$ 661,50	\$ 882,00	\$ 441,00	\$ 1.285,96	\$ 4.152,46
Subtotal SA		\$ 1.764,00	\$ 1.323,00	\$ 1.764,00	\$ 882,00	\$ 2.571,91	\$ 8.304,91
TOTAL 2013		\$ 3.417,75	\$ 2.976,75	\$ 3.417,75	\$ 1.708,88	\$ 4.983,08	\$ 16.505,20

SUELDOS 2014					
	Num. Empl.	Sueldo y Salarios		Beneficios Sociales	Total Anual
		Mensual	Anual		
Mano de Obra Directa					
Operarias	4	\$ 347,29	\$ 16.669,80	\$ 6.887,41	\$ 23.557,21
Subtotal MOD		\$ 1.389,15	\$ 16.669,80	\$ 6.887,41	\$ 23.557,21
Mano de Obra Indirecta					
Auxiliar-Bodeguero	1	\$ 347,29	\$ 4.167,45	\$ 1.722,85	\$ 5.890,30
Subtotal MOI		\$ 347,29	\$ 4.167,45	\$ 1.722,85	\$ 5.890,30
Sueldos Administrativo					
Administrador	1	\$ 578,81	\$ 6.945,75	\$ 2.638,23	\$ 9.583,98
Asistente Administrativo	1	\$ 347,29	\$ 4.167,45	\$ 1.721,85	\$ 5.889,30
Vendedor	2	\$ 463,05	\$ 11.113,20	\$ 4.360,08	\$ 15.473,28
Subtotal SA		\$ 1.852,20	\$ 22.226,40	\$ 8.720,16	\$ 30.946,56
TOTAL 2014		\$ 3.588,64	\$ 43.063,65	\$ 17.330,41	\$ 60.394,06

BENEFICIOS SOCIALES 2014							
	Num. Empl.	Décimo Tercer	Décimo Cuarto	Fondos de	Vacaciones	Aporte	Total
		Tercero	Cuarto	Reserva		IESS	Beneficios
Mano de Obra Directa							
Operarias	4	\$ 1.389,15	\$ 1.389,15	\$ 1.389,15	\$ 694,58	\$ 2.025,38	\$ 6.887,41
Subtotal MOD		\$ 1.389,15	\$ 1.389,15	\$ 1.389,15	\$ 694,58	\$ 2.025,38	\$ 6.887,41
Mano de Obra Indirecta							
Auxiliar-Bodeguero	1	\$ 347,29	\$ 347,29	\$ 347,29	\$ 173,64	\$ 506,35	\$ 1.722,85
Subtotal MOI		\$ 347,29	\$ 347,29	\$ 347,29	\$ 173,64	\$ 506,35	\$ 1.722,85
Sueldos Administrativo							
Administrador	1	\$ 578,81	\$ 347,29	\$ 578,81	\$ 289,41	\$ 843,91	\$ 2.638,23
Asistente Administrativo	1	\$ 347,29	\$ 347,29	\$ 347,29	\$ 173,64	\$ 506,35	\$ 1.721,85
Vendedor	2	\$ 926,10	\$ 694,58	\$ 926,10	\$ 463,05	\$ 1.350,25	\$ 4.360,08
Subtotal SA		\$ 1.852,20	\$ 1.389,15	\$ 1.852,20	\$ 926,10	\$ 2.700,51	\$ 8.720,16
TOTAL 2014		\$ 3.588,64	\$ 3.125,59	\$ 3.588,64	\$ 1.794,32	\$ 5.232,23	\$ 17.330,41

SUELDOS 2015					
	Num. Empl.	Sueldo y Salarios		Beneficios Sociales	Total Anual
		Mensual	Anual		
Mano de Obra Directa					
Operarias	4	\$ 364,65	\$ 17.503,29	\$ 7.231,78	\$ 24.735,07
Subtotal MOD		\$ 1.458,61	\$ 17.503,29	\$ 7.231,78	\$ 24.735,07
Mano de Obra Indirecta					
Auxiliar-Bodeguero	1	\$ 364,65	\$ 4.375,82	\$ 1.808,94	\$ 6.184,77
Subtotal MOI		\$ 364,65	\$ 4.375,82	\$ 1.808,94	\$ 6.184,77
Sueldos Administrativo					
Administrador	1	\$ 607,75	\$ 7.293,04	\$ 2.770,14	\$ 10.063,18
Asistente Administrativo	1	\$ 364,65	\$ 4.375,82	\$ 1.807,94	\$ 6.183,77
Vendedor	2	\$ 486,20	\$ 11.668,86	\$ 4.578,08	\$ 16.246,94
Subtotal SA		\$ 1.944,81	\$ 23.337,72	\$ 9.156,17	\$ 32.493,89
TOTAL 2015		\$ 3.768,07	\$ 45.216,83	\$ 18.196,89	\$ 63.413,72

BENEFICIOS SOCIALES 2015							
	Num. Empl.	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de	Vacaciones	Aporte	Total
		Tercero	Cuarto	Reserva		IESS	Beneficios
Mano de Obra Directa							
Operarias	4	\$ 1.458,61	\$ 1.458,61	\$ 1.458,61	\$ 729,30	\$ 2.126,65	\$ 7.231,78
Subtotal MOD		\$ 1.458,61	\$ 1.458,61	\$ 1.458,61	\$ 729,30	\$ 2.126,65	\$ 7.231,78
Mano de Obra Indirecta							
Auxiliar-Bodeguero	1	\$ 364,65	\$ 364,65	\$ 364,65	\$ 182,33	\$ 531,66	\$ 1.808,94
Subtotal MOI		\$ 364,65	\$ 364,65	\$ 364,65	\$ 182,33	\$ 531,66	\$ 1.808,94
Sueldos Administrativo							
Administrador	1	\$ 607,75	\$ 364,65	\$ 607,75	\$ 303,88	\$ 886,10	\$ 2.770,14
Asistente Administrativo	1	\$ 364,65	\$ 364,65	\$ 364,65	\$ 182,33	\$ 531,66	\$ 1.807,94
Vendedor	2	\$ 972,41	\$ 729,30	\$ 972,41	\$ 486,20	\$ 1.417,77	\$ 4.578,08
Subtotal SA		\$ 1.944,81	\$ 1.458,61	\$ 1.944,81	\$ 972,41	\$ 2.835,53	\$ 9.156,17
TOTAL 2015		\$ 3.768,07	\$ 3.281,87	\$ 3.768,07	\$ 1.884,03	\$ 5.493,85	\$ 18.196,89

ANEXO N° 8
DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO
CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS					
Descripción	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015
COSTOS FIJOS					
Costos Fijos Producción					
Arriendo Taller Producción	\$ 4.800,00	\$ 5.017,54	\$ 5.244,93	\$ 5.482,63	\$ 5.731,10
Mantenimiento	\$ 480,00	\$ 501,75	\$ 524,49	\$ 548,26	\$ 573,11
Depreciación Producción	\$ 764,00	\$ 764,00	\$ 764,00	\$ 764,00	\$ 764,00
Subtotal Costos Fijos Producción	\$ 6.044,00	\$ 6.283,29	\$ 6.533,42	\$ 6.794,89	\$ 7.068,21
Costos Fijos Administración y Ventas					
Sueldos y salarios AV	\$ 19.200,00	\$ 20.160,00	\$ 21.168,00	\$ 22.226,40	\$ 23.337,72
Beneficios sociales AV	\$ 4.988,80	\$ 7.909,44	\$ 8.304,91	\$ 8.720,16	\$ 9.156,17
Arriendo Ventas	\$ 4.200,00	\$ 4.390,34	\$ 4.589,31	\$ 4.797,30	\$ 5.014,72
Publicidad	\$ 2.400,00	\$ 2.508,77	\$ 2.622,47	\$ 2.741,32	\$ 2.865,55
Luz AV	\$ 720,00	\$ 752,63	\$ 786,74	\$ 822,39	\$ 859,67
Agua AV	\$ 360,00	\$ 376,32	\$ 393,37	\$ 411,20	\$ 429,83
Internet AV	\$ 480,00	\$ 501,75	\$ 524,49	\$ 548,26	\$ 573,11
Suministros y Materiales AV	\$ 240,00	\$ 250,88	\$ 262,25	\$ 274,13	\$ 286,56
Teléfono AV	\$ 600,00	\$ 627,19	\$ 655,62	\$ 685,33	\$ 716,39
Depreciación AV	\$ 3.589,97	\$ 3.411,33	\$ 3.411,33	\$ 3.411,33	\$ 3.411,33
Interés prestamo	\$ 11.607,95	\$ 9.886,31	\$ 7.906,42	\$ 5.629,56	\$ 3.011,16
Gastos de Arranque	\$ 3.200,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Subtotal Costos Fijos AV	\$ 51.586,71	\$ 50.774,96	\$ 50.624,91	\$ 50.267,38	\$ 49.662,20
SUBTOTAL COSTOS FIJOS	\$ 57.630,71	\$ 57.058,25	\$ 57.158,34	\$ 57.062,27	\$ 56.730,41
COSTOS VARIABLES					
Costos Variables Producción					
Materia Prima Directa	\$ 60.336,66	\$ 68.747,52	\$ 78.330,84	\$ 89.250,07	\$ 101.691,42
Salario Mano de Obra Directa	\$ 14.400,00	\$ 15.120,00	\$ 15.876,00	\$ 16.669,80	\$ 17.503,29
Beneficios Sociales MOD	\$ 4.005,60	\$ 6.247,08	\$ 6.559,43	\$ 6.887,41	\$ 7.231,78
Salarios Mano de Obra Indirecta	\$ 3.600,00	\$ 3.780,00	\$ 3.969,00	\$ 4.167,45	\$ 4.375,82
Beneficios Sociales MOI	\$ 1.002,40	\$ 1.562,77	\$ 1.640,86	\$ 1.722,85	\$ 1.808,94
Materia Prima Indirecta	\$ 984,00	\$ 1.028,59	\$ 1.075,21	\$ 1.123,94	\$ 1.174,88
Agua Producción	\$ 360,00	\$ 376,32	\$ 393,37	\$ 411,20	\$ 429,83
Luz Producción	\$ 1.440,00	\$ 1.505,26	\$ 1.573,48	\$ 1.644,79	\$ 1.719,33
Teléfono Producción	\$ 240,00	\$ 250,88	\$ 262,25	\$ 274,13	\$ 286,56
SUBTOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 86.368,66	\$ 98.618,42	\$ 109.680,44	\$ 122.151,63	\$ 136.221,85
TOTAL COSTOS	\$ 143.999,38	\$ 155.676,67	\$ 166.838,78	\$ 179.213,91	\$ 192.952,26

ANEXO N° 9
PUNTO DE EQUILIBRIO EN CANTIDADES

$PE(Q) = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Precio Venta Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}}$					
PUNTO DE EQUILIBRIO 2011 UNIFORME MÉDICO			PUNTO DE EQUILIBRIO 2011 MANDIL		
PE (Q) =	\$ 34.691,34		PE (Q) =	\$ 17.871,30	
	\$ 11,00			\$ 6,00	
PE (Q) =	3.153	UNIFORMES	PE (Q) =	2.977	MANDILES
PUNTO DE EQUILIBRIO 2012 UNIFORME MÉDICO			PUNTO DE EQUILIBRIO 2012 MANDIL		
PE (Q) =	\$ 33.966,46		PE (Q) =	\$ 17.497,87	
	\$ 11,48			\$ 6,26	
PE (Q) =	2.958	UNIFORMES	PE (Q) =	2.797	MANDILES
PUNTO DE EQUILIBRIO 2013 UNIFORME MÉDICO			PUNTO DE EQUILIBRIO 2013 MANDIL		
PE (Q) =	\$ 34.771,89		PE (Q) =	\$ 17.912,79	
	\$ 12,24			\$ 6,77	
PE (Q) =	2.841	UNIFORMES	PE (Q) =	2.644	MANDILES
PUNTO DE EQUILIBRIO 2014 UNIFORME MÉDICO			PUNTO DE EQUILIBRIO 2014 MANDIL		
PE (Q) =	\$ 35.558,77		PE (Q) =	\$ 18.318,16	
	\$ 13,02			\$ 7,31	
PE (Q) =	2.731	UNIFORMES	PE (Q) =	2.507	MANDILES
PUNTO DE EQUILIBRIO 2015 UNIFORME MÉDICO			PUNTO DE EQUILIBRIO 2015 MANDIL		
PE (Q) =	\$ 36.317,57		PE (Q) =	\$ 18.709,05	
	\$ 13,83			\$ 7,86	
PE (Q) =	2.627	UNIFORMES	PE (Q) =	2.381	MANDILES

ANEXO N° 10
PUNTO DE EQUILIBRIO EN \$

$PE (\$) = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$					
PUNTO DE EQUILIBRIO 2011 UNIFORME MÉDICO			PUNTO DE EQUILIBRIO 2011 MANDIL		
PE (\$) =	\$ 34.691,34		PE (\$) =	\$ 17.871,30	
	\$ 0,55			\$ 0,40	
PE (\$) =	\$ 63.056,46	DOLARES	PE (\$) =	\$ 44.653,95	DOLARES
PUNTO DE EQUILIBRIO 2012 UNIFORME MÉDICO			PUNTO DE EQUILIBRIO 2012 MANDIL		
PE (\$) =	\$ 33.966,46		PE (\$) =	\$ 17.497,87	
	\$ 0,55			\$ 0,40	
PE (\$) =	\$ 61.846,82	DOLARES	PE (\$) =	\$ 43.861,21	DOLARES
PUNTO DE EQUILIBRIO 2013 UNIFORME MÉDICO			PUNTO DE EQUILIBRIO 2013 MANDIL		
PE (\$) =	\$ 34.771,89		PE (\$) =	\$ 17.912,79	
	\$ 0,56			\$ 0,41	
PE (\$) =	\$ 62.095,33	DOLARES	PE (\$) =	\$ 43.340,77	DOLARES
PUNTO DE EQUILIBRIO 2014 UNIFORME MÉDICO			PUNTO DE EQUILIBRIO 2014 MANDIL		
PE (\$) =	\$ 35.558,77		PE (\$) =	\$ 18.318,16	
	\$ 0,57			\$ 0,43	
PE (\$) =	\$ 62.394,90	DOLARES	PE (\$) =	\$ 42.946,78	DOLARES
PUNTO DE EQUILIBRIO 2015 UNIFORME MÉDICO			PUNTO DE EQUILIBRIO 2015 MANDIL		
PE (\$) =	\$ 36.317,57		PE (\$) =	\$ 18.709,05	
	\$ 0,58			\$ 0,44	
PE (\$) =	\$ 62.720,49	DOLARES	PE (\$) =	\$ 42.644,84	DOLARES

ANEXO N° 11
FLUJO DE INGRESOS Y EGRESOS 2012

FLUJO DE EFECTIVO DE INGRESOS Y EGRESOS AÑO 2012

RUBROS	MESES												SUMATORIA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
INGRESOS DE EFECTIVO													
VENTAS	\$ 16.680,80	\$ 16.680,80	\$ 16.680,80	\$ 16.680,80	\$ 16.680,80	\$ 16.680,80	\$ 16.680,80	\$ 16.680,80	\$ 16.680,80	\$ 16.680,80	\$ 16.680,80	\$ 16.680,80	\$ 200.169,58
50% Ventas al Contado	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 100.084,79
50% Ventas a Crédito 30 días		\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40
TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO	\$ 8.340,40	\$ 16.680,80	\$ 191.829,18										
Cuentas por Cobrar	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40	\$ 8.340,40
EGRESOS DE EFECTIVO													
COMPRAS DE MATERIA PRIMA	\$ 5.728,96	\$ 5.728,96	\$ 5.728,96	\$ 5.728,96	\$ 5.728,96	\$ 5.728,96	\$ 5.728,96	\$ 5.728,96	\$ 5.728,96	\$ 5.728,96	\$ 5.728,96	\$ 5.728,96	\$ 68.747,52
60% Pago en Efectivo	\$ 3.437,38	\$ 3.437,38	\$ 3.437,38	\$ 3.437,38	\$ 3.437,38	\$ 3.437,38	\$ 3.437,38	\$ 3.437,38	\$ 3.437,38	\$ 3.437,38	\$ 3.437,38	\$ 3.437,38	\$ 41.248,51
40% Pago con Crédito 30 días		\$ 2.291,58	\$ 2.291,58	\$ 2.291,58	\$ 2.291,58	\$ 2.291,58	\$ 2.291,58	\$ 2.291,58	\$ 2.291,58	\$ 2.291,58	\$ 2.291,58	\$ 2.291,58	\$ 2.291,58
TOTAL PAGOS DE MATERIA PRIMA	\$ 3.437,38	\$ 5.728,96	\$ 66.455,94										
Cuentas por pagar Materia Prima	\$ 2.291,58	\$ 2.291,58	\$ 2.291,58	\$ 2.291,58	\$ 2.291,58	\$ 2.291,58	\$ 2.291,58	\$ 2.291,58	\$ 2.291,58	\$ 2.291,58	\$ 2.291,58	\$ 2.291,58	\$ 2.291,58
Mano de obra directa (100%)	\$ 1.780,59	\$ 1.780,59	\$ 1.780,59	\$ 1.780,59	\$ 1.780,59	\$ 1.780,59	\$ 1.780,59	\$ 1.780,59	\$ 1.780,59	\$ 1.780,59	\$ 1.780,59	\$ 1.780,59	\$ 21.367,08
CIF (100%)	\$ 1.232,26	\$ 1.232,26	\$ 1.232,26	\$ 1.232,26	\$ 1.232,26	\$ 1.232,26	\$ 1.232,26	\$ 1.232,26	\$ 1.232,26	\$ 1.232,26	\$ 1.232,26	\$ 1.232,26	\$ 14.787,11
INVENTARIOS													
Productos terminados													\$ 104.901,71
Materia prima													\$ 68.747,52
Productos en proceso													\$ 0,00
Gastos de Administración (100%)	\$ 3.407,39	\$ 3.407,39	\$ 3.407,39	\$ 3.407,39	\$ 3.407,39	\$ 3.407,39	\$ 3.407,39	\$ 3.407,39	\$ 3.407,39	\$ 3.407,39	\$ 3.407,39	\$ 3.407,39	\$ 40.888,65
TOTAL PAGOS EN EFECTIVO	\$ 9.857,61	\$ 12.149,20											

ANEXO N° 12
FLUJO DE INGRESOS Y EGRESOS 2013

FLUJO DE EFECTIVO DE INGRESOS Y EGRESOS AÑO 2013

RUBROS	MESES												SUMATORIA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
INGRESOS DE EFECTIVO													
VENTAS	\$ 19.006,08	\$ 19.006,08	\$ 19.006,08	\$ 19.006,08	\$ 19.006,08	\$ 19.006,08	\$ 19.006,08	\$ 19.006,08	\$ 19.006,08	\$ 19.006,08	\$ 19.006,08	\$ 19.006,08	\$ 228.072,98
50% Ventas al Contado	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 114.036,49
50% Ventas a Crédito 30 días		\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04
TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO	\$ 9.503,04	\$ 19.006,08	\$ 218.569,94										
Cuentas por Cobrar	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04	\$ 9.503,04
EGRESOS DE EFECTIVO													
COMPRAS DE MATERIA PRIMA	\$ 6.527,57	\$ 6.527,57	\$ 6.527,57	\$ 6.527,57	\$ 6.527,57	\$ 6.527,57	\$ 6.527,57	\$ 6.527,57	\$ 6.527,57	\$ 6.527,57	\$ 6.527,57	\$ 6.527,57	\$ 78.330,84
60% Pago en Efectivo	\$ 3.916,54	\$ 3.916,54	\$ 3.916,54	\$ 3.916,54	\$ 3.916,54	\$ 3.916,54	\$ 3.916,54	\$ 3.916,54	\$ 3.916,54	\$ 3.916,54	\$ 3.916,54	\$ 3.916,54	\$ 46.998,51
40% Pago con Crédito 30 días		\$ 2.611,03	\$ 2.611,03	\$ 2.611,03	\$ 2.611,03	\$ 2.611,03	\$ 2.611,03	\$ 2.611,03	\$ 2.611,03	\$ 2.611,03	\$ 2.611,03	\$ 2.611,03	\$ 2.611,03
TOTAL PAGOS DE MATERIA PRIMA	\$ 3.916,54	\$ 6.527,57	\$ 75.719,81										
Cuentas por pagar Materia Prima	\$ 2.611,03	\$ 2.611,03	\$ 2.611,03	\$ 2.611,03	\$ 2.611,03	\$ 2.611,03	\$ 2.611,03	\$ 2.611,03	\$ 2.611,03	\$ 2.611,03	\$ 2.611,03	\$ 2.611,03	\$ 2.611,03
Mano de obra directa (100%)	\$ 1.869,62	\$ 1.869,62	\$ 1.869,62	\$ 1.869,62	\$ 1.869,62	\$ 1.869,62	\$ 1.869,62	\$ 1.869,62	\$ 1.869,62	\$ 1.869,62	\$ 1.869,62	\$ 1.869,62	\$ 22.435,43
CIF (100%)	\$ 1.287,30	\$ 1.287,30	\$ 1.287,30	\$ 1.287,30	\$ 1.287,30	\$ 1.287,30	\$ 1.287,30	\$ 1.287,30	\$ 1.287,30	\$ 1.287,30	\$ 1.287,30	\$ 1.287,30	\$ 15.447,59
INVENTARIOS													
Productos terminados													\$ 116.213,87
Materia prima													\$ 78.330,84
Productos en proceso													\$ 0,00
Gastos de Administración (100%)	\$ 3.559,87	\$ 3.559,87	\$ 3.559,87	\$ 3.559,87	\$ 3.559,87	\$ 3.559,87	\$ 3.559,87	\$ 3.559,87	\$ 3.559,87	\$ 3.559,87	\$ 3.559,87	\$ 3.559,87	\$ 42.718,49
TOTAL PAGOS EN EFECTIVO	\$ 10.633,33	\$ 13.244,36											

ANEXO N° 13
FLUJO DE INGRESOS Y EGRESOS 2014

FLUJO DE EFECTIVO DE INGRESOS Y EGRESOS AÑO 2014

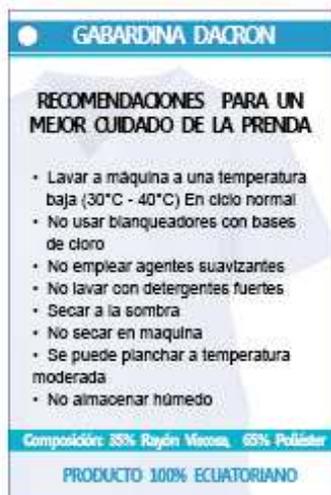
RUBROS	MESES												SUMATORIA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
INGRESOS DE EFECTIVO													
VENTAS	\$ 21.655,51	\$ 21.655,51	\$ 21.655,51	\$ 21.655,51	\$ 21.655,51	\$ 21.655,51	\$ 21.655,51	\$ 21.655,51	\$ 21.655,51	\$ 21.655,51	\$ 21.655,51	\$ 21.655,51	\$ 259.866,08
50% Ventas al Contado	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 129.933,04
50% Ventas a Crédito 30 días		\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75
TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO	\$ 10.827,75	\$ 21.655,51	\$ 249.038,33										
Cuentas por Cobrar	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75	\$ 10.827,75
EGRESOS DE EFECTIVO													
COMPRAS DE MATERIA PRIMA	\$ 7.437,51	\$ 7.437,51	\$ 7.437,51	\$ 7.437,51	\$ 7.437,51	\$ 7.437,51	\$ 7.437,51	\$ 7.437,51	\$ 7.437,51	\$ 7.437,51	\$ 7.437,51	\$ 7.437,51	\$ 89.250,07
60% Pago en Efectivo	\$ 4.462,50	\$ 4.462,50	\$ 4.462,50	\$ 4.462,50	\$ 4.462,50	\$ 4.462,50	\$ 4.462,50	\$ 4.462,50	\$ 4.462,50	\$ 4.462,50	\$ 4.462,50	\$ 4.462,50	\$ 53.550,04
40% Pago con Crédito 30 días		\$ 2.975,00	\$ 2.975,00	\$ 2.975,00	\$ 2.975,00	\$ 2.975,00	\$ 2.975,00	\$ 2.975,00	\$ 2.975,00	\$ 2.975,00	\$ 2.975,00	\$ 2.975,00	\$ 2.975,00
TOTAL PAGOS DE MATERIA PRIMA	\$ 4.462,50	\$ 7.437,51	\$ 86.275,07										
Cuentas por pagar Materia Prima	\$ 2.975,00	\$ 2.975,00	\$ 2.975,00	\$ 2.975,00	\$ 2.975,00	\$ 2.975,00	\$ 2.975,00	\$ 2.975,00	\$ 2.975,00	\$ 2.975,00	\$ 2.975,00	\$ 2.975,00	\$ 2.975,00
Mano de obra directa (100%)	\$ 1.963,10	\$ 1.963,10	\$ 1.963,10	\$ 1.963,10	\$ 1.963,10	\$ 1.963,10	\$ 1.963,10	\$ 1.963,10	\$ 1.963,10	\$ 1.963,10	\$ 1.963,10	\$ 1.963,10	\$ 23.557,21
CIF (100%)	\$ 1.344,94	\$ 1.344,94	\$ 1.344,94	\$ 1.344,94	\$ 1.344,94	\$ 1.344,94	\$ 1.344,94	\$ 1.344,94	\$ 1.344,94	\$ 1.344,94	\$ 1.344,94	\$ 1.344,94	\$ 16.139,25
INVENTARIOS													
Productos terminados													\$ 128.946,53
Materia prima													\$ 89.250,07
Productos en proceso													\$ 0,00
Gastos de Administración (100%)	\$ 3.719,82	\$ 3.719,82	\$ 3.719,82	\$ 3.719,82	\$ 3.719,82	\$ 3.719,82	\$ 3.719,82	\$ 3.719,82	\$ 3.719,82	\$ 3.719,82	\$ 3.719,82	\$ 3.719,82	\$ 44.637,82
TOTAL PAGOS EN EFECTIVO	\$ 11.490,36	\$ 14.465,36											

ANEXO N° 14
FLUJO DE INGRESOS Y EGRESOS 2015

FLUJO DE EFECTIVO DE INGRESOS Y EGRESOS AÑO 2015

RUBROS	MESES												SUMATORIA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
INGRESOS DE EFECTIVO													
VENTAS	\$ 24.674,26	\$ 24.674,26	\$ 24.674,26	\$ 24.674,26	\$ 24.674,26	\$ 24.674,26	\$ 24.674,26	\$ 24.674,26	\$ 24.674,26	\$ 24.674,26	\$ 24.674,26	\$ 24.674,26	\$ 296.091,10
50% Ventas al Contado	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 148.045,55
50% Ventas a Crédito 30 días		\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13
TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO	\$ 12.337,13	\$ 24.674,26	\$ 283.753,97										
Cuentas por Cobrar	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13	\$ 12.337,13
EGRESOS DE EFECTIVO													
COMPRAS DE MATERIA PRIMA	\$ 8.474,29	\$ 8.474,29	\$ 8.474,29	\$ 8.474,29	\$ 8.474,29	\$ 8.474,29	\$ 8.474,29	\$ 8.474,29	\$ 8.474,29	\$ 8.474,29	\$ 8.474,29	\$ 8.474,29	\$ 101.691,42
60% Pago en Efectivo	\$ 5.084,57	\$ 5.084,57	\$ 5.084,57	\$ 5.084,57	\$ 5.084,57	\$ 5.084,57	\$ 5.084,57	\$ 5.084,57	\$ 5.084,57	\$ 5.084,57	\$ 5.084,57	\$ 5.084,57	\$ 61.014,85
40% Pago con Crédito 30 días		\$ 3.389,71	\$ 3.389,71	\$ 3.389,71	\$ 3.389,71	\$ 3.389,71	\$ 3.389,71	\$ 3.389,71	\$ 3.389,71	\$ 3.389,71	\$ 3.389,71	\$ 3.389,71	\$ 3.389,71
TOTAL PAGOS DE MATERIA PRIMA	\$ 5.084,57	\$ 8.474,29	\$ 98.301,71										
Cuentas por pagar Materia Prima	\$ 3.389,71	\$ 3.389,71	\$ 3.389,71	\$ 3.389,71	\$ 3.389,71	\$ 3.389,71	\$ 3.389,71	\$ 3.389,71	\$ 3.389,71	\$ 3.389,71	\$ 3.389,71	\$ 3.389,71	\$ 3.389,71
Mano de obra directa (100%)	\$ 2.061,26	\$ 2.061,26	\$ 2.061,26	\$ 2.061,26	\$ 2.061,26	\$ 2.061,26	\$ 2.061,26	\$ 2.061,26	\$ 2.061,26	\$ 2.061,26	\$ 2.061,26	\$ 2.061,26	\$ 24.735,07
CIF (100%)	\$ 1.405,30	\$ 1.405,30	\$ 1.405,30	\$ 1.405,30	\$ 1.405,30	\$ 1.405,30	\$ 1.405,30	\$ 1.405,30	\$ 1.405,30	\$ 1.405,30	\$ 1.405,30	\$ 1.405,30	\$ 16.863,58
INVENTARIOS													
Productos terminados													\$ 143.290,06
Materia prima													\$ 101.691,42
Productos en proceso													\$ 0,00
Gastos de Administración (100%)	\$ 3.887,59	\$ 3.887,59	\$ 3.887,59	\$ 3.887,59	\$ 3.887,59	\$ 3.887,59	\$ 3.887,59	\$ 3.887,59	\$ 3.887,59	\$ 3.887,59	\$ 3.887,59	\$ 3.887,59	\$ 46.651,04
TOTAL PAGOS EN EFECTIVO	\$ 12.438,71	\$ 15.828,43											

ANEXO N° 15
MATERIAL PUBLICITARIO Y LOGO



ANEXO N° 17
MAQUINARIA- REFERENCIAL

Cliente: Srta. Mercedes Aguilar. Fecha: Quito 23/03/2011
 Dirección: La Primavera 0811 211 y Misionero Domincón. Teléfono: 2559-034.

MODELO	CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	TOTAL
SL755-30	1	Recta industrial Brother.		602,68
N-3	1	Overlock 5x1/3 Brother.		1383,93
	1	Elasticadora & Uñiles Sirda		1508,93
	1	Ojaladora industrial Sirda.		1687,50
	1	Botonera industrial Sirda		3169,64
PE-7800	1	Bordadora doméstica Brother		1303,57
SUBTOTAL				9656,25
12% IVA				1158,75
TOTAL				10.815,00

- SUC 2: Av. América 4237 y Abelardo Moncayo
 - Suc. 3: Alonso de Angulo 062-755 y Galo Molina
 - Suc. 4: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 5: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 6: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 7: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 8: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 9: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 10: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 11: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 12: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 13: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 14: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 15: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 16: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 17: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 18: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 19: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 20: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 21: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 22: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 23: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 24: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 25: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 26: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 27: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 28: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 29: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 30: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 31: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 32: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 33: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 34: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 35: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 36: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 37: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 38: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 39: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 40: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 41: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 42: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 43: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 44: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 45: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 46: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 47: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 48: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 49: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 50: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 51: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 52: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 53: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 54: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 55: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 56: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 57: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 58: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 59: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 60: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 61: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 62: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 63: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 64: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 65: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 66: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 67: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 68: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 69: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 70: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 71: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 72: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 73: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 74: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 75: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 76: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 77: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 78: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 79: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 80: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 81: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 82: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 83: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 84: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 85: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 86: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 87: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 88: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 89: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 90: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 91: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 92: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 93: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 94: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 95: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 96: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 97: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 98: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 99: Alameda 1000 y Galo Molina
 - Suc. 100: Alameda 1000 y Galo Molina

ANEXO N° 19
PRECIOS VARIOS



Computación > Computadoras y Sen

Computador Intel Core I3 3.1 Ghz + Lcd De 19 Full !!

Precio: **U\$S 550⁰⁰** c/u (Artículo nuevo)
Ubicación: PICHINCHA (GUAYAQUIL, QUITO)
Vendidos: 3 ¿Qué dijeron sus compradores?

Compártelo: |

Conoce al vendedor

Reputación: 
MercadoLíder 





Otro

Telefono Inalambrico Dect 3x1 Kx-tg4023 Panasonic,

Precio: **U\$S 105⁰⁰** c/u (Artículo nuevo)
Ubicación: PICHINCHA (Quito)
Vendidos: 2 ¿Qué dijeron sus compradores?

Compá

Conoce al vendedor

Reputación: 





Escritorio En L Nuevo .estacion De Trabajo En Melaminico

Precio: **U\$S 189⁰⁰** c/u (Artículo nuevo)
Ubicación: PICHINCHA (Quito)
Vendidos: 0

Conoce al vendedor

Reputación:  Más información
MercadoLider 



Archivador Aereo

Precio: **U\$S 95⁰⁰** c/u (Artículo nuevo)
Ubicación: PICHINCHA (Quito)
Vendidos: 0

Conoce al vendedor

Reputación:  Más información
Las ventas aún no alcanzan el mínimo para evaluar su reputación.



Modulares - Sistema De Estanterías Quilú

Precio: **U\$S 148⁰⁰** c/u (Artículo nuevo)
Ubicación: PICHINCHA (Quito)
Vendidos: 0

Conoce al vendedor

Reputación:  Más información
Las ventas aún no alcanzan el mínimo para evaluar su reputación.