

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS**



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES.

ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TESIS DE GRADO:

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA.**

TEMA:

**FACTIBILIDAD PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS E
INSUMOS MÉDICOS EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS.**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Económica/Financiera (Proyecto Micro-Empresariales/Sociales)

AUTORA.

PAOLA GABRIELA AGUILAR MOLINA

ASESORA.

DRA. TAHIMI ACHILIE VALENCIA

ESMERALDAS-ECUADOR

MAYO 2017

Trabajo de grado aprobado después de haber cumplido con lo estipulado en el reglamento de Grado de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas, previo a la obtención del título de **INGENIERÍA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA.**

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

LECTOR 1

LECTOR 2

DIRECTOR DE ESCUELA

DIRECTORA DE TESIS

ESMERALDAS, _____

AUTORÍA DE TESIS

Yo, Aguilar Molina Paola Gabriela, estudiante de la Escuela de Contabilidad y Auditoría de la Pontificia Universidad Católica de Ecuador Sede Esmeraldas, declaro que la presente investigación y comentarios emitidos fueron de mi autoría en conjunto con la guía de mi asesora la Dra. Tahimi Achilie Valencia, respetando fuentes bibliográficas de consulta en base a normas APA sexta edición.

En virtud al contenido de dicha investigación es de responsabilidad legal por la autora y académica de la PUCESE.

Paola Gabriela Aguilar Molina

C.I.: 1803653136

AUTORA

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios por la vida y salud quien permite que culmine con éxito mis metas.

A mis padres Marco y Pathy y a mi abuelita Hilda, quienes son mi motivación y por apoyarme con los recursos necesarios para culminar mis estudios.

A la institución universitaria “PUCESE”, la misma que me otorgó las herramientas indispensables para mi desarrollo académica- profesional.

Al Director de Escuela el Mgt. Orlin Alava y Profesores, en especial a mi asesora la Dra. Tahimi Achilie, quienes me compartieron sus conocimientos para el desarrollo del presente proyecto de grado.

Gabriela Aguilar Molina

DEDICATORIA

Este logro se lo dedico a mis padres, quienes con su ejemplo han guiado mi camino y por su apoyo incondicional para no decaer ante cualquier dificultad que se me presente en mi vida personal y académica.

A mi esposo Fabián Pozo por su amor y por permanecer con paciencia a mi lado en cada momento de mi etapa universitaria.

A mi hija Briana Salomé, que con sus demostraciones de amor, dinamismo y valentía le da sentido a mi vida y quien se convirtió en mi compañera de aula a pesar de su corta edad.

A mi abuelita Hilda, que siempre me ha alentado para culminar cada una de mis etapas académicas.

A mis hermanos Priscilla y Tadeo por la fortaleza y optimismo que me transmiten para afrontar los diversos ámbitos de mi vida.

Gabriela Aguilar Molina

FACTIBILIDAD PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS E INSUMOS MÉDICOS EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se lo realizó con el fin de conocer la factibilidad de la implementación de una COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS E INSUMOS MÉDICOS EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS, mediante el análisis de los estudios de mercado, técnico, legal y financiero, en el que se utilizó como técnica la encuesta para obtener información de los posibles clientes y poder proyectar la demanda para los siguientes 10 años y mediante la entrevista para conocer sobre la competencia pasiva con la que cuenta este negocio. En el estudio de mercado se recolectó información por medio de investigación exploratoria en el que la oferta se proyectó mediante datos emitidos por los 2 negocios establecidos en la ciudad de Esmeraldas que se dedican a la venta de productos ortopédicos, siendo competencia pasiva para este estudio y así se identifica que hay demanda insatisfecha, permitiendo abordar al 5% de este grupo. En el estudio técnico – legal, se estableció los requerimientos para dar inicio a las funciones de la comercializadora, también se identificó la ubicación estratégica del negocio, las obligaciones con las que se debe cumplir entre ellos los permisos de funcionamiento. En el estudio económico – financiero, se determinó que el presente proyecto no es viable ya que los resultados obtenidos en los índices financieros son negativos.

Palabras Clave: Proyecto, Factibilidad y Comercialización.

FEASIBILITY FOR THE COMMERCIALIZATION OF PRODUCTS AND
MEDICAL SUPPLIES IN THE CITY OF ESMERALDAS.

EXECUTIVE ABSTRACT

The present project was carried out in order to know the feasibility of the implementation of a COMMERCIALIZER OF PRODUCTS AND MEDICAL INPUTS IN THE CITY OF ESMERALDAS, through the analysis of the market, technical, legal and financial studies, in which it was used As a technique the survey to obtain information of potential clients and to be able to project the demand for the following 10 years and through the interview to know about the passive competition with which this business has. In the market study information was collected through exploratory research in which the offer was projected using data from the 2 businesses established in the city of Esmeraldas that are dedicated to the sale of orthopedic products, being passive competence for this study and Thus identifying that there is unsatisfied demand, allowing to approach the 5% of this group. In the technical - lawful study, the requirements were established to start the functions of the marketer, also identified the strategic location of the business, the obligations that must be met among them operating permits. In the economic - financial study, it was determined that the present project is not viable since the results obtained in the financial indexes are negative.

Keywords: Project, Feasibility and Marketing.

ÍNDICE

AUTORÍA DE TESIS.....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
DEDICATORIA	V
RESUMEN EJECUTIVO	VI
EXECUTIVE ABSTRACT.....	VII
INTRODUCCIÓN	- 1 -
MARCO TEÓRICO.....	- 3 -
ANTECEDENTES DE ESTUDIO.....	- 3 -
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	- 7 -
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	- 7 -
ESTUDIO DE MERCADO.....	- 7 -
ESTUDIO TÉCNICO.....	- 9 -
ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL.....	- 10 -
ESTUDIO FINANCIERO.....	- 11 -
FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	- 12 -
CAPÍTULO I	- 14 -
1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	- 14 -
1.1. TIPO DE ESTUDIO.....	- 14 -
1.2. MÉTODO DE ESTUDIO.....	- 14 -
1.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	- 14 -
1.4. POBLACIÓN DE ESTUDIO	- 15 -
1.5. TAMAÑO DE LA MUESTRA	- 15 -
1.6. PROCEDIMIENTO	- 16 -
CAPÍTULO II	- 18 -
RESULTADOS.....	- 18 -
2.2. ESTUDIO DE MERCADO.....	- 18 -
2.2.1. ESTUDIO DE MERCADO.....	- 18 -
2.2.2. DEFINICIÓN DE LOS PRODUCTOS	- 18 -
2.2.2.2. CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS.....	- 20 -
2.2.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	- 20 -
2.2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA	- 25 -
CAPÍTULO III.....	- 32 -

3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL	- 32 -
3.1. ASPECTOS ORGANIZACIONALES	- 32 -
3.1.1. NOMBRE DE LA EMPRESA	- 32 -
3.1.2. LOGOTIPO	- 32 -
3.1.3. <i>SLOGAN</i>	- 33 -
3.1.4. MISIÓN Y VISIÓN.	- 33 -
3.1.5. VALORES.	- 33 -
3.1.6 OBJETIVOS.....	- 34 -
3.1.7. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y LEGALES	- 34 -
3.1.8. ASPECTOS LEGALES	- 39 -
3.2. FLUJO DE PROCESOS.....	- 42 -
3.2.1. PROCESO DE VENTA	- 42 -
3.2.2. PROCESO DE COMPRA	- 44 -
3.2.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO	- 46 -
CAPÍTULO IV	- 54 -
4. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	- 54 -
CAPÍTULO V	- 62 -
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	- 62 -
5.1. CONCLUSIONES	- 62 -
5.2. RECOMENDACIONES	- 62 -
5.3. ALTERNATIVA ESTRATÉGICA	- 63 -
BIBLIOGRAFÍA	- 64 -
ANEXOS	- 68 -

INTRODUCCIÓN

En la última década el Ecuador ha crecido en el área de salud ya que se han incrementado centros de salud de diversos tipos y por ende profesionales de salud, la población esmeraldeña no es la excepción, por lo que las necesidades de elección por parte de los especialistas médicos también se incrementan. Por tanto el estudio de factibilidad aporta en las nuevas necesidades tanto para los doctores como para pacientes que requieren de aparatos ortopédicos, brindando atención de calidad, variedad y disponibilidad de los insumos o productos en un lugar con gran accesibilidad y en un sector catalogado seguro para comodidad de los clientes.

En la actualidad, el cantón Esmeraldas cuenta con 2 negocios que se dedican a la venta de uniformes para profesionales médicos y productos ortopédicos, los mismos que por la falta de dedicación al negocio especialmente en uno de los negocios, poseen poca variedad de sus productos limitando así a sus escasos clientes y han incrementado artículos que no se relacionan con la actividad inicial.

Bajo lo descrito anteriormente, se propone un estudio de *Factibilidad para la Implementación de una Empresa Comercializadora de Productos e Insumos Médicos en la Ciudad de Esmeraldas*, debido a que no existe un negocio que se dedique a la distribución de variedad de productos e insumos médicos, donde se han limitado a la línea de uniformes y productos de rehabilitación, manteniendo un inventario obsoleto.

Para lo cual se plasman objetivos tanto general como específicos, los mismos que están enfocados en verificar la viabilidad del proyecto.

OBJETIVO GENERAL

Efectuar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de productos e insumos médicos en la ciudad de Esmeraldas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar un estudio de mercado, mediante el análisis de oferta–demanda, que permita determinar el tamaño y las características del ambiente que afronta.
- Desarrollar un estudio técnico, así como la estructura organizativa y legal para este tipo de negocio.
- Realizar un estudio económico-financiero, que detalle la viabilidad financiera del proyecto.

MARCO TEÓRICO

ANTECEDENTES DE ESTUDIO

Basado en investigaciones previamente elaboradas, se han encontrado algunos estudios, relacionadas a la factibilidad de proyectos que proponen.

Según Sáez, Haro, y Caba (2014), en su investigación realizada en España, tiene como objetivo aportar como evidencias sobre el GAP existente en la industria de productos del cuidado de la salud, afirman que este tipo de empresas han sido pioneras e impulsadoras, dando un nuevo giro al negocio, en el análisis de los informes anuales de la empresa del sector productivo, se detalla en el ámbito de estudio que estas empresas están influenciadas a nivel político, por lo que han agregado organizaciones internacionales que promueven investigaciones como IFPMA, EFPIA, PhRMA para promocionar y posicionarse en el medio; el método es descriptivo ya que se desarrolla de acuerdo al enfoque estratégico y orientación al futuro, información conectada y conciso; para la evidencia se debe poseer tanto de los informes anuales, cumplimiento de principios, categorización y reportes integrados de información, plasman que el 53,3% de las empresas incluyen información financiera, el 36,7% incluyen información de la memoria de gobierno corporativo y 16,6% no ligan información, concluyendo que se debe adoptar un nuevo modelo de información empresarial determinado como informe integrado, se requiere de inversión de diversos capitales para su desarrollo futuro.

Del país anteriormente mencionado, Agudo, Agudo, Sierra, Jiménez, y Escudero (2007), realizaron un estudio el que tuvo como objetivo elaborar una propuesta para la reducción de la desigualdad en salud, basada en un enfoque cualitativo mediante la aplicación de entrevistas a 21 profesionales de salud, aplicando un muestreo intencional, del que obtuvieron resultados que los especialistas tienen confianza en la eficiencia y efectividad, consideran necesaria la capacitación continua tanto de lo que realizan como de la utilización de sus insumos, concluyendo que las instituciones de salud para mantenerse estables, deben acoplarse al medio cambiante que toda industria afronta acorde a las actividades que desempeñan y los profesionales al ofrecer sus servicios deben poner en práctica características positivas personales y humanitarias.

Los doctores Ugalde y Homedes (2007), en Estados Unidos realizaron un artículo “América Latina: la acumulación de capital, la salud y el papel de las instituciones internacionales”, se efectuó mediante el análisis de las reformas de salud y las políticas de medicamento, en el que alegan que a mediados del siglo XX se han producido cambios en diversos ámbitos, especialmente en los sociales a nivel mundial; en el área médica se requiere implementar políticas apropiadas para facilitar el acceso a la salud y la mejora del uso de las medicinas e insumos médicos que la sociedad necesita para una atención óptima, diversas instituciones y organizaciones internacionales continúan en lucha ya que unas se basan solo en el capital y otras en el bienestar e igualdad de la sociedad como desenlace se alega que por tener un presupuesto reducido, sus recursos provienen de países los que suscitan empresas transnacionales.

En Argentina Tomás, Taboada y Toledo (2004), efectuaron una investigación acerca de “Las condiciones y medio ambiente de trabajo en empresas estatales y sus efectos sobre la salud de la población”, los métodos utilizados para la obtención de resultados fueron la encuesta, la observación directa y la entrevista a informantes claves; para la realización de las encuestas se tomó en cuenta a 65 trabajadores del PAMI (Programa de Asistencia Médica Integral), de los cuales 25 de ellos se abstuvieron de realizar las encuestas por lo que los resultados se basan en las 40 personas encuestadas, demuestran la satisfacción en base a CyMAT (Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo) tan solo el 33,30% no están satisfechos, el 40% satisfechos y 26,70% muy satisfechos con su trabajo, también se plasma que el 40% desea cambiar de trabajo, el 50% tiene afectaciones físicas y mentales por el trabajo que realizan, concluyendo que por consecuencia de los cambios ocurridos en el ámbito económico, social, político y cultural las empresas afrontaron desafíos para conseguir una adecuada presencia en el nuevo mercado globalizado.

En Colombia en la Universidad Industrial de Santander en la ciudad de Bucaramanga, realizó un estudio Martínez y Ayala (2007), el que tuvo como objetivo, desarrollar un estudio de mercados que permita conocer el comportamiento de mezcla de mercadotecnia, para determinar la viabilidad de distribución de los materiales quirúrgicos; el tipo de investigación fue exploratoria en diversas fuentes de información y descriptiva para ampliar y profundizar en referencia a la comercializadora de productos médicos quirúrgicos, se utilizó la encuesta dirigida a 72 hospitales y comercializadoras y a 384 clientes minoristas, aplicando como técnicas de recolección de información;

obteniendo así como resultados relevantes que existe una demanda potencial del 95% probablemente si comprarían los materiales y un 5% que definitivamente si está seguro de adquirirlos. Al finalizar con la evaluación financiero se demuestra la factibilidad de proyecto con una tasa interna de retorno del 109% en relación al 15,98%, en conclusión el proyecto es rentable, según el análisis financiero y es generador de empleos directos e indirectos.

Del mismo país anteriormente detallado, Carreño (2009), en su investigación plantea como objetivo comparar los resultados obtenidos en los indicadores de calidad, eficiencia y productividad en salud, basó sus estudios en 5 hospitales de tercer nivel, guiado por método descriptivo en el que analiza la calidad de la salud, fundamenta en el comportamiento y responsabilidad con la que realiza su trabajo, obteniendo como resultados de la comparación de indicadores de eficiencia y calidad son afectados por los de productividad, es decir optimizan sus recursos con un equipamiento de acuerdo a las necesidades de las diferentes áreas de un hospital, por lo que una adecuada gestión demuestra el grado de compromiso social.

Franco y Urbano (2010), instituyeron una investigación relacionada a un Estudio de Caso en el Sector de Salud, planteándose como objetivo, identificar y analizar los factores que determinan el éxito de las PYMES en Colombia, se basa en un estudio comparativo de casos múltiples de tipo exploratorio, en el que se seleccionó mediante muestreo teórico 4 empresas las mejores poseionadas y más competitivas, concluyendo que las empresas caleñas analizadas consideran relevante poseer inventario de sus productos para brindar una buena atención a sus clientes, la comunicación entre todos los trabajadores de la empresa, otro de los factores para lograr su éxito es el recurso humano, que deben ser profesionales y multifuncionales con ganas e interés de aprender continuamente, como las características positivas que trasmiten los empresarios.

Del país mencionado anteriormente, Arango (2009), plasma un estudio que tuvo como objetivo analizar la importancia del conocimiento sistemático de los costos de inversión en calidad o no en el proceso de las empresas, en base a fallas internas y externas para saber cuánto se está perdiendo por brindar calidad en el servicio, para lo cual se debe adoptar la nueva filosofía en relación a la calidad y su responsabilidad, mediante el costo de calidad, eliminación de causas de error, minimicen las demoras, mejorar la productividad, entre otros que permiten la toma de decisiones adecuadas y concientiza a

los empleados y a la administración en la necesidad de controlar los costos en los que se debe incurrir, por lo que concluye que las empresas deben conocer claramente los costos injustificables en los que reinciden por calidad para ser más rentables.

En Chile el estudio realizado por Araya, Bustos, Castillo, Oliva y Araya (2012), es una investigación de tipo descriptiva, transversal y de observación, ejecutada a 405 personas mayores de 14 años, los resultados revelan que en una media de 5,36 y 5,40 correspondiente al equipamiento moderno e instalaciones atractivas, pero en mayor porcentaje los paciente requieren de un ambiente limpio con 6,45, por lo que es importante potenciar mediante una mejora sustantiva el conocimiento y contacto directo con los empleados y clientes para fortalecer los lazos de fidelización.

La investigación desarrollada en Ecuador en la Universidad de Cuenca, provincia de Azuay Mendés y Cuvero (2014), plantea como objetivo: Analizar la factibilidad de crear una empresa que se dedique a la importación y comercialización de equipos e insumos médicos y odontológicos, se utilizó estudio exploratorio y descriptivo, ejecutando como técnicas de información, las encuestas, perpetradas a 170 posibles clientes, los cuales fueron determinados por el tamaño de la muestra, revelan resultados favorables para este proyecto, con una TIR del 42,87% en comparación a una tasa de oportunidad 10% y un costo beneficio de \$5,20 por cada dólar que se ha invertido, para lo que se concluye que la ejecución del proyecto es rentable, pero la rotación de los equipos es a largo plazo, por tal razón se complementa con los insumos que tienen una rotación mensual.

Los estudios antes mencionados, fueron de gran importancia en el presente proyecto ya que se pudo tener una idea más clara del estado y requerimientos para mantener estable una empresa enfocada al ámbito salud tanto a nivel nacional como internacional.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

EMPRESA DE SALUD

Las empresas de salud en su mayoría inician como intermediarias, es decir son quienes están entre los productores y consumidores finales de productos o insumos médicos en este caso, incrementando un porcentaje por lo que implica realizar este proceso según Dávila (2011).

De acuerdo a Looréns (2012), la importancia de calidad al brindar un servicio y producto en el ámbito salud, debe fundamentarse en permanecer actualizados, pulcritud, equipos adecuados, personal altamente capacitado, para que se diferencien de las expectativas y percepción de su desempeño por los clientes.

Por tanto, antes de implementar una comercializadora de insumos médicos, que requiere de gran responsabilidad social, se debe realizar varios estudios que garanticen la implementación de la misma.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.

Es un plan al cual se le asigna un monto de capital y se le proporcionan insumos de diferente naturaleza, Baca (2001), conduciendo a la identificación plena de fuentes de financiación, la estimación del nivel de la inversión y la aplicación de criterios de evaluación, lo cuales permitan poseer argumentos viables para la toma de decisiones para la realización del proyecto, Miranda (2001), mismo que debe basarse en la confiabilidad que depende de la profundidad con que se realicen los estudios de mercado, técnicos, organizacional legal y económicos financieros. (Santos, 2008).

ESTUDIO DE MERCADO.

Es un análisis sistemático y objetivo del desarrollo de información relevante para la situación de mercado específica que afronta una organización lo afirman Philip y Armstrong (2012); el estudio de mercado se clasifica en 2 tipos, *cualitativo*, los que se suelen usar al principio del proyecto, mediante entrevistas individuales y detalladas o debates con grupos pequeños, los resultados de dichos métodos sirven como hipótesis

para iniciar nuevas investigaciones y *cuantitativo*, en el que se efectúa encuestas de una muestra al azar, la mayor parte de los estudios son de tipo: cuánta gente compra esta marca, con qué frecuencia, dónde, entre otros factores entre otras similares. (Thompson, 2008).

Para la realización de este estudio se toma en cuenta aspectos como: el consumidor, la competencia, la comercialización del producto o servicio generado por el proyecto, los proveedores, la disponibilidad, la oferta y demanda de mercado y del proyecto, y el precio de los insumos, actuales y proyectados. (Sapag, 2008).

El análisis del *consumidor*, se basa en identificar las preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, tendencias, características, entre otros, para poder establecer una adecuada estrategia comercial de acuerdo a Choquehuyta Vilca (2016), y el análisis de la *demanda*, cuantifica la necesidad de una población determinada, con poder adquisitivo suficiente, para lo cual se requiere profundizar la investigación mediante la distribución y tipología de los consumidores, comportamiento actual que identifica a los demandantes del producto, cuántas unidades de productos están en capacidad de adquirir y la frecuencia de compra, la fracción de la demanda que atenderá el proyecto así como también los factores que condicionan la demanda futura. (Formulacion y Evaluacion de Proyectos, 2011).

En relación a la *Oferta*, cantidad de un producto que se tiene disponible o la capacidad de producción, en relación a los precios vigentes, indicar con quien se va a competir, a qué precio venden, en base a qué compiten, condiciones de pago, calidad, etc., para lo que se debe indagar a fondo la distribución y tipología de los oferentes, el comportamiento actual, importaciones, factores que condicionan la oferta futura (Enciclopedia de Economía, 2010).

El *producto*, está determinado por la identificación, especificaciones técnicas, durabilidad, productos sustitutos, complementarios y precio, lo afirma Muñiz (2016); y la comercialización, consiste en diversas actividades relacionadas con la transferencia de bienes y servicios desde los productores hasta el consumidor final, estableciendo canales de comercialización para vender el producto, con las correctas políticas de comercialización y los elementos de promoción y publicidad. (Rivadeneira, 2012).

ESTUDIO TÉCNICO.

De acuerdo a Sapag y Sapag (2008), se deberá definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio a implementar.

De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital que consiste en saber cuánto dinero invertir en base a las condiciones económicas y de mercado se presenten Baca (2011); mano de obra según Gutiérrez y Llanos (2009), es importante identificar el personal necesario tanto de mano de obra directa como indirecta, para establecer los costos en los que hay que incurrir por los mismos; para Martínez, Patiño y Acevedo (2010), los recursos materiales incluyen maquinaria y equipo que es indispensable para la toma de decisiones y estimaciones tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

La estructura del estudio técnico, es la relación técnica de producción y relación social de producción de acuerdo a Carlos Marx; la inversión en equipamiento se enfoca en las necesidades de la empresa, el espacio físico, la disponibilidad de dinero. (Martínez A. , 2009).

La localización se debe analizar un lugar estratégico, de fácil acceso ya que de éste depende el éxito del mismo y se clasifica en micro localización que es el lugar específico de ubicación y en macro localización que es la región o zona donde se va a desenvolver el negocio. (Medrano, 2014).

La distribución de planta se refiere a construir un sistema ordenado entre los recursos humanos y materiales para así maximizar los beneficios y por último se realiza el cálculo de costos de producción que se refiere a los gastos en los que se incurren para la realización del proyecto, para los cuales están incluidos los costos directos e indirectos de producción, realizando un análisis de costos variables, fijos y de oportunidad. (Salazar, 2012).

Facultad de Economía UNAM (2010), Deriva la importancia, como la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto. Para lo cual se debe enfocar en: La ubicación que se describe el espacio geográfico, las vías de acceso, comunicación e incluso el ámbito económico de la región; el tamaño de la empresa es la capacidad organizacional y del sistema, la producción real; en el equipo se detalla las características de los equipos, maquinaria, entre otros insumos del negocio

y en el capital humano se incluye al personal tanto de mano de obra directa como indirecta. (Esparza, 2008)

ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL.

Hace referencia a la disponibilidad de los recursos humanos que integran el proyecto, analiza la capacitación al personal y la evaluación del comportamiento con respecto a los resultados esperados. (Pérez N. , 2012). De acuerdo a Morales, Osorio, Sayas, & Serpa (2010), la viabilidad legal que comprende el estudio de normas y regulaciones existentes relacionadas a la actividad del proyecto a realizar y la constitución y formalización de la empresa o negocio en el que se analizan los aspectos legales, planteando elementos esenciales, cumplir con el salarios justo a los trabajadores y dotar de los implementos necesarios para realizar el trabajo establecido.

El tipo de sociedad que existe en Ecuador son 3: Privadas son las que están en control de la Superintendencia de Compañías, siendo: Compañías Anónimas, Responsabilidad Limitada, Economía Mixta, Fideicomisos, entre otros; Publicas están incluidas los organismos de derecho público es decir del Estado y en los Contribuyentes Especiales están asignados por la Administración tributaria, obligaciones distintas a las sociedades antes mencionadas, afirmado por el Servicio de Rentas Internas SRI (2012).

La constitución de la empresa va acorde a lo estipulado en la Ley de Compañías (2015), la que en sus artículos expresa de manera general que para la puesta en marcha de un negocio o empresa es esencial describir el tipo de negocio, tamaño, la actividad, razón social, nivel de tecnología, naturaleza de negocio, aspectos comerciales; así también el registro de marcas en el caso de existir. Este proceso en la actualidad se lo puede realizar en la página web de la Superintendencia de Compañías notariada y validada mediante el sistema.

Los estudios antes descritos, permiten recopilar información que es de gran utilidad para el estudio económico-financiero que a continuación se lo detalla.

ESTUDIO FINANCIERO.

Constituye la herramienta más efectiva para evaluar el desempeño económico y financiero de una empresa a lo largo de un ejercicio específico y comparar sus resultados con los de otras empresas del mismo ramo o similares por lo que, es vital para determinar su viabilidad financiera de lo obtenido en los estudios de mercado, técnico y organizacional. (Rosillón, 2009).

Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, también analizar la financiación. (Anzil, 2009).

La inversión en el que interviene las fuentes de recursos que incluyen recursos propios y por instituciones financieras que permiten resguardar la adquisición de activos fijos y diversas actividades que sean indispensables, con tiempo establecido ya sea a corto o largo plazo; en la financiación de operación se toma en cuenta a los inversionistas, evaluadores y entidades que realizan las aportaciones solicitadas, según Creación Empresas (2010), lo que da paso a que se realice las evaluaciones respectivas para la empresa y para los empresarios teniendo conocimiento de donde provienen los fondos.

Para poder evidenciar los resultados y proceder a elaborar el correcto análisis se debe aplicar Estados Financieros como son el Estado de Pérdidas y Ganancias o de Resultados, el cual detalla los ingresos y egresos que se espera realizar en un periodo determinado del proyecto; El Flujo de Efectivo registra detalladamente las entradas y salidas del efectivo que se espera elaborar durante la vida del proyecto. (González, Elvira, Celaya, & Beltrán, 2010)

Se incluyen de acuerdo a Aguirre (2013), el análisis de evaluación del proyecto mediante: TIR debe ser mayor que la tasa del costo de capital para que sea factible, representando la capacidad de cumplimiento del pago por el capital prestado; VAN que representa la aceptación del proyecto en el caso de ser positivo, depende del tiempo; COSTO-BENEFICIO representa la probabilidad que existe en el cambio entre las variables macroeconómicas y operacionales para la rentabilidad de la inversión, TIEMPO DE

RECEPCIÓN permiten obtener información sobre la recuperación de la inversión inicial; El Presupuesto consiente en controlar el logro de los objetivos previamente planteados.

FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

De acuerdo a la Constitución de la República del Ecuador, entre los más relevantes que hacen referencia al tema para dicho proyecto de factibilidad son:

Art. 54. Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

Art.319.Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art.320. En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

La comercialización de insumos y productos médicos, fin mismo del presente proyecto esta normado legalmente por la Ley Orgánica de Salud que al respecto indica lo siguiente:

Art.4.La autoridad sanitaria nacional es el Ministerio de Salud Pública, entidad a la que corresponde el ejercicio de las funciones de rectoría en salud; así como la

responsabilidad de la aplicación, control y vigilancia del cumplimiento de esta ley; y, las normas que dicte para su plena vigencia serán obligatorias.

Art. 6. Establece entre las responsabilidades del Ministerio de Salud Pública:

Regular y realizar el control sanitario de la producción, importación, distribución, almacenamiento, transporte, comercialización, dispensación y expendio de alimentos procesados, medicamentos y otros productos para uso y consumo humano; así como los sistemas y procedimientos que garanticen su inocuidad, seguridad calidad, (...)

Dictar, en su ámbito de competencia, las normas sanitarias para el funcionamiento de los locales y establecimientos públicos y privados de atención a la población.

La comercializadora debe contar con espacios adecuados para el almacenamiento de los uniformes, productos e insumos médicos, por ser productos frágiles y corto punzante. Las exigencias de las normas sanitarias y de seguridad, se deben cumplir por brindar un mejor servicio a los clientes, no solo por ser controladas y estar sujetas a sanciones y continuos controles por las autoridades competentes. Entre las principales están las siguientes:

- El Ministerio de Salud Pública, mediante la Ley Orgánica de Salud emite apartados para ser cumplidos, en el Art. 130, transmite que los establecimientos sujetos a control sanitario para su funcionamiento, deberá contar con el permiso otorgado por la autoridad sanitaria nacional.
- De acuerdo a la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno para el funcionamiento de un establecimiento de comercialización, en el Art. 52 Objetivo del Impuesto, establece que el Impuesto al Valor Agregado IVA, graba al valor de transferencia de dominio o la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos del autor, de propiedad industrial y derechos conexos y al valor de los servicios prestados, en la forma y en las condiciones que prevé esta Ley.
- En la LORTI, el Art. 19 Obligación de llevar contabilidad, plasma que están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas que al primero de enero operen con un capital o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento, incluyendo las

personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

CAPÍTULO I

1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. TIPO DE ESTUDIO

El presente proyecto se enfoca desde una perspectiva cuantitativa y cualitativa es decir, examinación mediante datos numéricos, con análisis objetivo, además es de tipo descriptivo por qué se toma en cuenta los análisis de las consecuencias obtenidas de los instrumentos aplicados según Pérez y Merino (2008), este tipo de estudio se enmarcan en los objetivos planteados, los mismos que fueron utilizados para identificar y medir conceptos y variables antes de estudios para esta investigación como las características de la demanda, infraestructura técnica esenciales de acuerdo a Shuttleworth (2010), para la implementación de la comercializadora de productos e insumos médicos.

1.2. MÉTODO DE ESTUDIO

El método que se aplicó en esta investigación es el método Deductivo, ya que parte de la recolección de información estadística de las variables de interés para el proyecto como características de la demanda, infraestructura y modelo de negocios del sector de proveedores de insumos y productos médicos y clientes regulares y potenciales del mismo, para conjugar, analizar, particularizar y unir todas las características prenombradas en un solo modelo que permita que el proyecto sea rentable y sostenible en el tiempo. (Ferrer, y otros, 2016)

1.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Teniendo en cuenta el tipo y la metodología de estudio para esta investigación se van a aplicar las siguientes técnicas e instrumentos:

TÉCNICAS

Documental. Se aplicó el estudio y análisis de libros para la aplicación teórica en todas las etapas bibliográficas del presente proyecto.

Encuestas. La aplicación de las encuesta responde a conocer las características de la demanda objeto de estudio, las cuales fueron aplicadas a 240 profesionales de la salud del cantón Esmeraldas.

Entrevistas. Se ejecutó dicha técnica a 2 locales en la ciudad de Esmeraldas, para conocer sobre la oferta en base a la competencia pasiva que este proyecto cuenta.

INSTRUMENTOS

Revista médica y económica, Manuales, Libros, Cuestionarios, Fichas Bibliográficas, Equipos electrónicos (celulares, laptop, etc.), Internet.

1.4. POBLACIÓN DE ESTUDIO

El proyecto tuvo como población de estudios a 636 actores del Sector Salud del cantón Esmeraldas, conformados por funcionarios de los principales hospitales, sub-centros públicos, clínicas privadas, IESS y doctores independientes.

1.5. TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para establecer el tamaño de muestra se aplicó la técnica de muestreo aleatorio simple, la misma que de acuerdo a Carlos Ochoa (2015), quienes conforman el universo tienen la misma probabilidad de ser seleccionados para la muestra, en este caso la población finita es de 636 profesionales.

Para determinar el tamaño de la muestra en función de la técnica a utilizar, se tomó en cuenta a 213 profesionales independientes registrados en el SRI, 76 profesionales en el IESS, 162 inscritos en el Colegio de Doctores de Esmeraldas, alrededor de 185 actores de salud de acuerdo a la información proporcionada del Distrito de Salud 08D01 de Esmeraldas, es decir una población de 636, datos en relación al cantón Esmeraldas.

Formula Población Finita:

$$n = \frac{p \cdot q \cdot z^2}{e^2}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra.

q:(p-1)= 0,5.

z: 1,96.

Estableciendo e: 5%=0,05

p: 0,5.

Se obtiene como resultado 384, para determinar la muestra definitiva, se aplicó el procedimiento donde interviene la población ya que se conoce, por lo que es necesario realizar un ajuste con la siguiente formula:

$$n = \frac{n^{\circ}}{1 + \frac{(n^{\circ} - 1)}{N}}$$

Es decir el tamaño de la muestra decisiva para aplicar es de 240 profesionales de la salud.

1.6. PROCEDIMIENTO

Se inició con la elaboración de los formatos de la encuesta, conformada por 11 preguntas elaboradas de acuerdo a los objetivos específicos, es decir se abordó temas de aceptación del producto, precio, ubicación del negocio, accesibilidad, periodicidad de adquisición, los productos que son más demandados, entre otros, las que fueron realizadas a 70 doctores del Hospital Delfina Torres de Concha, centro de salud Distrital 08D01, Unidad de Salud tipo C, en el Hospital del IESS se realizaron 29 encuestas, en las Clínicas privadas Colón, Piedrahita y otras del sector privado, de acuerdo al registro del Colegio de Doctores de la Provincia de Esmeraldas fueron realizadas 61 encuestas, así como también a 80 profesionales médicos independientes.

El criterio ejecutado para la división de las encuestas fue en relación al porcentaje correspondiente a la cantidad de profesionales independientes, del sector público, sector

privado y del IESS, para el total de la población, plasmando porcentajes de 33.49%, 29.09%, 25.47%, 11.95% respectivamente.

También se elaboró 5 preguntas para la entrevista, enfocadas en datos relevantes de la rotabilidad, ventas y proveedores de sus productos, las mismas que se realizaron a los almacenes de productos ortopédicos: Su Alternativa y Ortomedical (Anexo 3), quienes conforman la competencia pasiva del proyecto.

Y por último se procedió a tabular y elaborar los respectivos análisis de los resultados de sensibilidad económica financiera, para verificar la factibilidad del proyecto.

CAPÍTULO II

RESULTADOS

Una vez recogida la información se presentan los resultados en función de los objetivos que se plantearon en la investigación, mismos que estuvieron relacionados a: estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico financiero. El procesamiento de los datos se elaboró en el programa de Office EXCEL 2013. De esta manera se procedió al análisis e interpretación de los datos en relación a las preguntas aplicadas a 240 profesionales de la salud del sector público, privado, del IESS e independientes de la ciudad de Esmeraldas.

2.2. ESTUDIO DE MERCADO

2.2.1. ESTUDIO DE MERCADO

Para obtener los resultados en relación al primer objetivo planteado en la investigación (estudio de mercado), se realizó un análisis de oferta–demanda, que permita determinar el tamaño y las características del ambiente que afronta. Se aplicaron encuestas, ejecutadas a 240 profesionales médicos que laboran en el cantón Esmeraldas (Anexo 1).

La información obtenida de estas preguntas es esencial para realizar un correcto análisis de mercado, mismas que van direccionadas tanto a la oferta de mercado como la demanda del proyecto y en base a estos resultados plantear estrategias para la puesta en marcha. Durante el desarrollo de este apartado se evidencia la obtención de respuestas positivas y de aceptación por los encuestados.

Algunos de los elementos considerados en este estudio, está relacionado al producto que se va a ofertar.

2.2.2. DEFINICIÓN DE LOS PRODUCTOS

La comercializadora de productos e insumos médicos, se enfoca en insumos quirúrgicos, productos para rehabilitación, uniformes médicos y productos para laboratorio. Los materiales de estos implementos son de acero inoxidable, diamante, bronce, plata, hierro, cobre, metales especiales, cauchos, plástico, vidrios resistentes, en el caso de los uniformes hay desechables y no desechables, los mismos que son elaborados con tela de 100% de algodón, anti fluidos, poliéster, con diferentes estampados y diseños.

2.2.2.1. CLASIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS

Los uniformes, productos e insumos médicos, están clasificados en 2 grupos, los desechables que son utilizados por una sola vez, posteriormente desechados cuidadosamente para evitar contagios de enfermedades y los duraderos que después de ser utilizados, deben pasar por un proceso de esterilización para volver a ser manipulados. Su adquisición debe realizarse con responsabilidad por profesionales o personas que los necesiten y sepan proporcionar el uso adecuado.

Tabla 1. UNIFORMES

Reusables	Descartable Estéril
-----------	---------------------

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 2. INSUMOS QUIRÚRGICOS

Agujas y Jeringuillas	Catéteres	Guantes	Sondas	Vendas
Material de Curación	Pinzas	Separadores	Suturas	Mangueras
Mascaras	Obturador Esofágico	Filtros	Humidificadores	Oxigenador
Grapas para Piel	Cánulas	Stent	Férulas	Apósitos
Espéculos	Campos Estériles	Clamps	Equipo de Transfusión	Llaves de Conexión
Fonendoscopio	Esterilizador		Porta sueros	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 3. PRODUCTOS PARA LABORATORIO

Microscopio	Vidriería	Termo higrómetro
Balanza Digital y Analítica	Control de Calidad	Reactivos Químicos

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 4. PRODUCTOS PARA REHABILITACIÓN

Muletas Auxiliares	Muletas Canadienses	Tabla Rígida	Juego de Correas Araña Tipo Rescate
Bastones Diversos Modelos	Bastones para No Videntes	Sillas de Ruedas	Andador Bariátrico

Fuente: Elaboración Propia

2.2.2.2. CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

Los productos a ofertar en la comercializadora, se caracterizan en base a las funciones, los productos e insumos médicos ayuda a los profesionales a desempeñar su trabajo, en el caso de los productos de rehabilitación, apoya en la recuperación física de las personas que por diversas razones requieran de dicho producto o en el caso de personas especialmente de la tercera edad que dependen de los mismos para moverse y en referencia a las formas estos productos varían de acuerdo a la necesidad tanto de los doctores como de los pacientes.

Para iniciar con este tipo de negocio, se debe cumplir con diversas normas tanto sanitarias como comerciales que a continuación se detalla.

2.2.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

2.2.3.1. PERFIL DEL CONSUMIDOR

Los uniformes, productos e insumos médicos, que la Comercializadora propone, va encaminada a profesionales de salud que laboran en el cantón Esmeraldas y a personas en general que requieran de los mismos por motivos de trabajo o salud personal.

Para obtener información de la demanda que el proyecto enfrenta, se lo determina mediante la selección y segmentación de la población que requiere de productos e insumos médicos.

El total de los encuestados manifestó que no existe una empresa dedicada a este tipo de negocios, de acuerdo a la pregunta 1, relacionada a la existencia de una comercializadora de productos e insumos médicos en la ciudad de Esmeraldas y a la pregunta 3 respondieron afirmativamente, que refiere a si les agradaría que se establezca este tipo comercializadora en la ciudad.

2.2.3.2. *MERCADO POTENCIAL*

El mercado potencial para la comercializadora de productos e insumos médicos, está compuesto por 636 profesionales del sector privado, público, IESS e independientes, que laboran en el cantón Esmeraldas, y las personas que por diversos motivos de salud requieran de los mismos.

Tabla 5. Cantidad de Profesionales

PROFESIONALES	CANTIDAD
SECTOR PRIVADO	162
SECTOR PUBLICO	185
IESS	76
INDEPENDIENTES	213
TOTAL	636

Fuente: Elaboración Propia

2.2.3.3. *MERCADO META*

El mercado meta para la comercializadora del presente proyecto es igual al mercado anterior ya que la totalidad de los encuestados ratificaron que les gustaría que se implemente una comercializadora de productos e insumos médicos y están dispuestos a recomendar dicha comercializadora, de acuerdo a la información obtenida de la encuesta de la pregunta 11. (ANEXO 1)

Por lo tanto, el mercado meta se planteó en base a las siguientes características:

- Quienes tienen capacidad adquisitiva y poder de compra.
- Profesionales de la salud de la ciudad de Esmeraldas.
- Quienes posean de alguna afectación física y requieren de rehabilitación con los productos que se ofrecen.

2.2.3.4. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DEMANDA

Para el presente proyecto en referencia a la demanda futura, se toma en consideración los siguientes componentes:

- **Precio:** El precio de los productos e insumos médicos, al variar afecta directamente la demanda de los mismos.
- **Ingresos:** Es uno de los factores más importantes a considerar ya que si disminuye el ingreso de los profesionales y personas que requieren de los productos, la adquisición de estos, de igual manera.
- **Gustos y Preferencias:** Es esencial mantener constante comunicación con los consumidores sobre las preferencias ya que las tendencias son rápidamente cambiante, en materiales, tamaños, colores, diseños, entre otros.
- **Lugar de compra:** mediante este factor podemos identificar la ubicación de la competencia y beneficios que proporcionan.

Una de las preguntas del cuestionario para las encuestas, revela datos importantes en referencia a la ciudad en la que los profesionales adquieren los productos e insumos médicos. Con gran diferencia es evidente que los profesionales del cantón Esmeraldas, realizan sus compras en la ciudad de Quito, afirmado por 128 encuestados, en Guayaquil 50, Ambato 26, Santo Domingo 22, Manabí 11, Riobamba 2 y en el extranjero 1 profesional.

Por lo tanto, la posible competencia del proyecto no se encuentra dentro de la ciudad esto implica que los profesionales tengan que viajar para conseguir sus instrumentos de trabajo o realizar pagos adicionales por el envío de los mismos, corriendo el riesgo de que no cumplan con las características específicas o algún tipo de anomalía y demora de los productos o insumos.

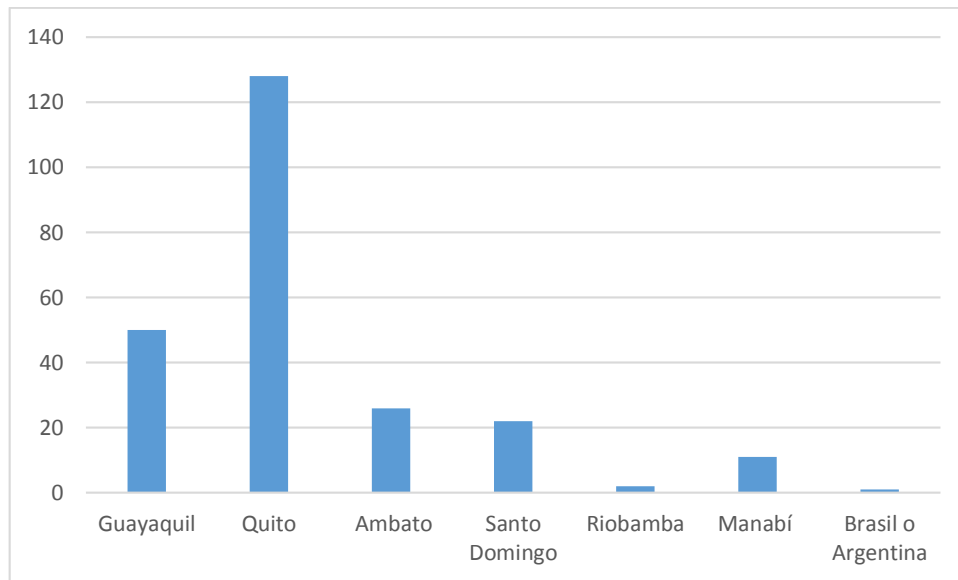


Figura 1. Ciudad de Adquisición de los Productos e Insumos Médicos

De la misma manera en base a las encuestas realizadas, se puede tener una idea mucho más clara de los productos e insumos que necesitan y por ende los más utilizados por los profesionales de la salud. Debido a que los encuestados seleccionaron más de una opción, después de cuantificar se los convirtió en porcentajes para realizar un análisis que corresponde a las 240 encuestas.

En la figura 2, se puede evidenciar que los profesionales requieren en su mayoría de insumos quirúrgico 32,81%, en porcentajes muy ajustados prefieren adquirir uniformes 23,08% y productos para laboratorio 21,27%, los productos para rehabilitación corresponden al 14,93%, mobiliario hospitalario representa el 5,43% y en la opción otros 2,49%, este último grupo incluye entre los más destacados a implementos para ultrasonidos ya sean papel para impresión, gel y equipamiento adecuado para el mismo.

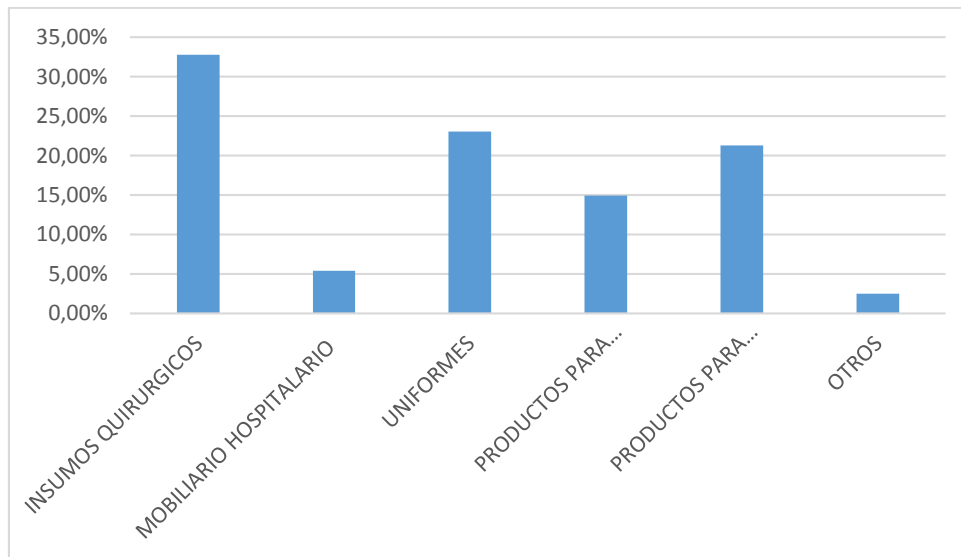


Figura 2. Productos e Insumos que más Adquieren los Profesionales de Salud

2.2.3.5. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA PARA EL PROYECTO

Para saber el consumo futuro de los productos e insumos médicos, se ejecuta la proyección de la demanda manteniendo constante el número de los demandantes y en base al incremento de la inflación de 3.6% correspondiente al año 2017 en concordancia al valor a pagar y los datos históricos de la competencia pasiva para los 10 años de proyección.

Cuadro 1. Proyección de la Demanda de Productos e Insumos

AÑO	DEMANDANTES	C. DE COMPRA	PROYECCIÓN
2017	636	\$ 621,60	\$ 395.337,60
2018	636	\$ 643,98	\$ 409.569,75
2019	636	\$ 667,16	\$ 424.314,26
2020	636	\$ 691,18	\$ 439.589,58
2021	636	\$ 716,06	\$ 455.414,80
2022	636	\$ 741,84	\$ 471.809,74
2023	636	\$ 768,55	\$ 488.794,89
2024	636	\$ 796,21	\$ 506.391,50
2025	636	\$ 824,88	\$ 524.621,60
2026	636	\$ 854,57	\$ 543.507,97

Fuente: Elaboración Propia

2.2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Al momento de poner en marcha la comercializadora, conocer a los posibles competidores, es el propósito de realizar el análisis de la oferta ya que mediante el mismo se elaboran estrategias de imagen y penetración en el mercado.

Específicamente en la ciudad de Esmeraldas, al momento no se encuentra este tipo de negocios, por tal razón no se cuenta con competencia local instalada físicamente, los consumidores tienen que adquirir los productos e insumos fuera de la ciudad.

La competencia que en el cantón Esmeraldas existe, es considerada pasiva ya que los negocios “SU ALTERNATIVA Y ORTOMEDICAL” se dedica a la venta de productos para rehabilitación pero no cuenta con el stock ni variedad necesario para satisfacer las necesidades de los clientes, su forma de trabajar es bajo pedido.

Por otro lado los competidores que a pesar de estar en otras ciudades, tienen gran acogida por su experiencia y están bien posesionados en el mercado, son preferidos por los intermediarios y la necesidad de los profesionales de adquirir estos tipos de productos e insumos médicos. Es viable ingresar al mercado planteando estrategias que prioricen la satisfacción de los clientes, sin descuidar la forma de trabajar de la competencia.

2.2.4.1. Factores que Influyen en la Oferta

En la oferta, se priorizan los costos de producción o de distribución, precios de los productos e insumos, la cantidad de oferentes existentes.

Disminuye la oferta de las comercializadoras, cuando los precios de producción y distribución aumentan, no resulta rentable la elaboración de los mismos, en el caso de la afectación al precio final del producto y éste se incrementa, es factible vender posteriormente ya que las ganancias serán mucho más beneficiosas y en referencia a los oferentes, mientras existe mayor cantidad de oferentes en el sector, es mayor la disponibilidad de los productos e insumos médicos.

Estos factores van de la mano en el cumplimiento de las exigencias que los profesionales de salud están buscando al momento de adquirir los productos e insumos médicos, como lo demuestran en una de las preguntas de la encuesta realizada, figura 3.

Lo primordial que los profesionales de la salud, toman en cuenta es el precio con el 34.94% y la calidad con el 31.60% que se afectan entre sí, ya que como anteriormente se menciona al variar los costos de producción, para que no se afecte la calidad, el precio si varia o se debe tomar otro tipo de estrategias para que no se vean afectados ninguno de estos componentes, también se considera la garantía que se ofrece por los productos adquiridos con un porcentaje de 13.20%, la pronta entrega está representada por el 9.48%, la resistencia con el 8.74% y la entrega a domicilio por el 2.04%.

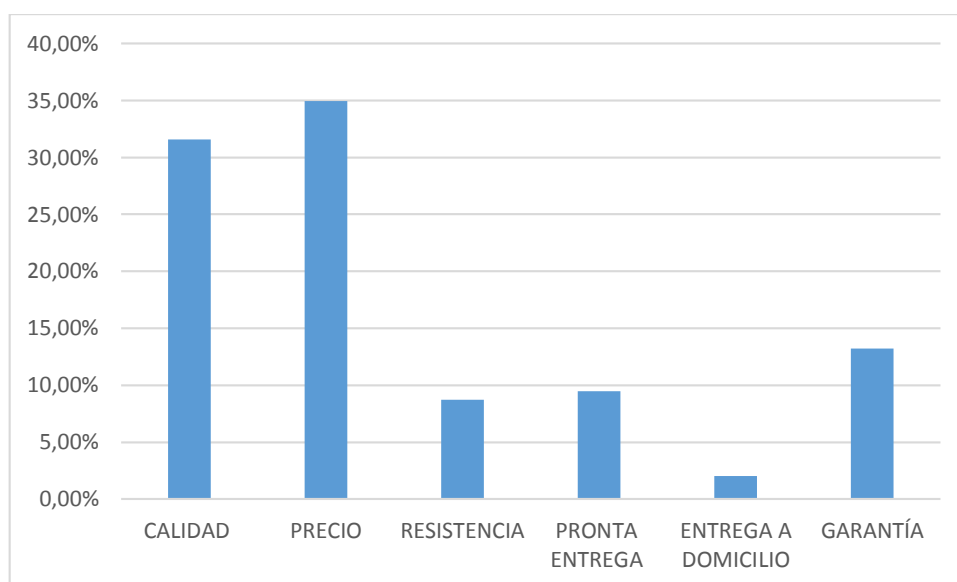


Figura 3. Factores que son Consideran Importantes

2.2.4.2. Proyección de la Oferta

Para elaborar la proyección de la oferta de mercado, se requiere de un historial de precios y ventas de los productos e insumos médicos en la ciudad de Esmeraldas, para el que se tomó en cuenta la información de las ventas del año 2016 de los 2 negocios anteriormente mencionados (competencia pasiva), dichos datos fueron proporcionados por los propietarios de los establecimientos, para proceder a realizar las estimaciones de 10 años, tomando en cuenta el incremento de la inflación establecida para el año 2017 de 3.6%.

Cuadro 4. Proyección de la Oferta.

AÑO	OFERTA ANUAL
2017	\$ 19.971,87
2018	\$ 20.670,89
2019	\$ 21.394,37
2020	\$ 22.143,17
2021	\$ 22.918,18
2022	\$ 23.720,32
2023	\$ 24.550,53
2024	\$ 25.409,80
2025	\$ 26.299,14
2026	\$ 27.219,61

Fuente: Elaboración Propia

2.2.4.3. Análisis de Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha, resulta de la diferencia entre los datos anuales de la demanda y oferta proyectadas, de acuerdo a lo que se estipula apropiado para iniciar con proyectos nuevo es un rango entre el 3% y 5%, por esta razón, se decide abordar con el porcentaje techo.

A continuación se presenta la demanda insatisfecha y el mercado que se va a abordar al iniciar las actividades del negocio, proyectada a 10 años.

Cuadro 5. Demanda Insatisfecha

AÑOS	DEMANDA ANUAL	OFERTA ANUAL	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA A ABORDAR
2017	\$ 395.337,60	\$ 19.971,87	\$ 375.365,73	\$18.768,29
2018	\$ 409.569,75	\$ 20.670,89	\$ 388.898,86	\$19.444,94
2019	\$ 424.314,26	\$ 21.394,37	\$ 402.919,89	\$20.145,99
2020	\$ 439.589,58	\$ 22.143,17	\$ 417.446,41	\$20.872,32
2021	\$ 455.414,80	\$ 22.918,18	\$ 432.496,62	\$21.624,83
2022	\$ 471.809,74	\$ 23.720,32	\$ 448.089,42	\$22.404,47
2023	\$ 488.794,89	\$ 24.550,53	\$ 464.244,36	\$23.212,22
2024	\$ 506.391,50	\$ 25.409,80	\$ 480.981,70	\$24.049,09
2025	\$ 524.621,60	\$ 26.299,14	\$ 498.322,46	\$24.916,12
2026	\$ 543.507,97	\$ 27.219,61	\$ 516.288,36	\$25.814,42

Fuente: Elaboración Propia

2.2.4.4. Análisis de Precios

Para determinar los ingresos de la comercializadora, se debe establecer precios a cada uno de los productos e insumos que se van a vender. Por lo general los precios son establecidos a criterio del margen de contribución que cada propietario se instituye y considerando los precios establecidos por su competencia, es por esta razón que los precios no varían en gran magnitud de un lugar a otro.

2.2.4.4.1. Precio para los Productos e Insumos

Los precios se establecen de acuerdo al costo de los productos e insumos planteados por los proveedores, incrementando 55% de margen de utilidad, que permitirá cubrir con los costos y gastos de administrativos y de venta.

Cuadro 6. Precios de Productos e Insumos

PRODUCTOS E INSUMOS	RANGOS DE PRECIOS
UNIFORMES	\$ 4,46 - \$ 55,00
INSUMOS QUIRÚRGICOS	\$ 1,50 - \$ 82,50
PRODUCTOS PARA LABORATORIO	\$ 3,15 - \$ 79,90
PRODUCTOS PARA REHABILITACIÓN	\$8,00 - \$358,85

Fuente: Elaboración Propia

2.2.4.4.2. Políticas de Precios

La comercializadora de productos e insumos médicos, establecerá como política de precios:

- Buscar varios proveedores, seleccionando la mejor opción para los diversos grupos de productos e insumos a ofertar.

De esta manera los precios sean accesibles y no muy elevados, para los clientes.

2.2.4.4.3. Comercialización

Esmeraldas es un lugar estratégico para emprender el negocio de una comercializadora de productos e insumos médicos, más aún cuando no se posee competencia directa. Es esencial que los clientes cuenten con un lugar físico que cumpla con sus expectativas y no sean limitados a simplemente esperar que el producto les llegue o tengan que realizar viajes extensos.

Por esta razón, es importante plantear estrategias de comercialización, para que lleguen al consumidor final de forma segura y con costos bajos.

2.2.4.4.3.1. Canales de Distribución

El modelo de distribución que se va a utilizar para este proyecto, es directo ya que está dirigido a quienes requieren de uniformes, productos e insumos médicos para desempeñarse en sus jornadas diarias de trabajo, de igual manera para quienes requieren de productos de rehabilitación es decir los consumidores finales.

Canales de Distribución Directa



Fuente: Elaboración Propia

2.2.4.4.4. Marketing

Al comenzar con las actividades de la comercializadora, tendrá buena acogida en el mercado ya que se requiere de este servicio y es un negocio nuevo con gran variedad de productos con diseños y materiales diferentes y para que la aceptación en el mercado se mantenga, se realizará promoción y publicidad.

El horario de atención es necesario darlo a conocer y cumplirlo ya que esto es parte de la imagen de responsabilidad y compromiso que se tiene, se atenderá en la mañana de 09:00 a 12:30 y en la tarde de 14:30 hasta 19:00.

2.2.4.4.5. Promoción y Publicidad

2.2.4.4.5.1. Promoción

Las estrategias de promoción son importantes para llamar la atención de los clientes y estimular la demanda de los consumidores.

- Se otorgan descuentos a los clientes frecuentes, de acuerdo al monto.
- Se concede descuentos a los profesionales de salud que hayan recomendado la comercializadora a sus pacientes que requieran de productos para rehabilitación u otros.
- Se proporcionan alicientes, en diversos meses de acuerdo la propietaria considere conveniente.

- Los pagos con tarjeta de crédito superiores a \$100,00, podrán ser diferidos sin intereses.

2.2.4.4.5.2. Publicidad

La publicidad se realizara a nivel de la provincia de Esmeraldas, en los medios que de acuerdo a la encuesta realizada, los profesionales desean tener información del mismo y adicional mediante radio y televisión.

- Se transmitirá en las radios de la localidad, “La Voz de su Amigo, Candela, La Unión, Antena Libre y Caribe”, en 3 horarios: matutino 6:00 am, vespertino 12:00 pm y nocturno 06:00 pm, en los que cuentan con mayor sintonía.
- En el canal de televisión “TELEMAR” de la ciudad de Esmeraldas en los horarios antes mencionados.
- Mediante tarjetas de presentación y trípticos que plasmen los datos más relevantes como ubicación, contactos y productos a ofrecer.
- En la actualidad, el medio más utilizado es mediante internet es decir por las redes sociales como son: Facebook, Twitter, Instagram, y para mantener contacto con los clientes se utilizará WhatsApp.

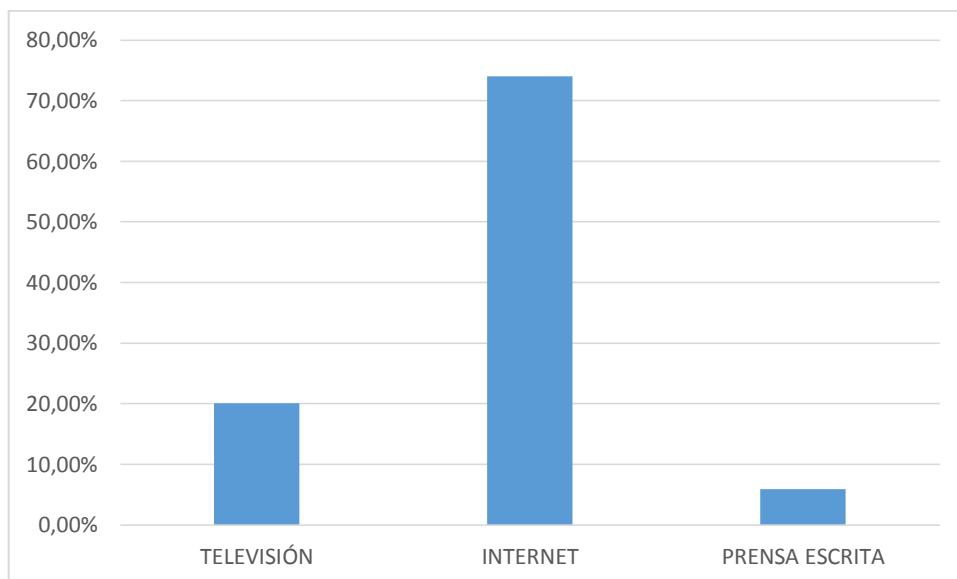


Figura 4. Medios para Informar

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

3.1. ASPECTOS ORGANIZACIONALES

3.1.1. NOMBRE DE LA EMPRESA

La comercializadora de productos e insumos médicos, desarrollará sus actividades bajo el nombre comercial “T-MEDIC”, considerando que es un negocio que se desenvolverá en el área de salud.

3.1.2. LOGOTIPO



El diseño del logotipo obedece a la clase de negocio y representa la esencia del mismo, con colores característicos de un negocio del sector salud.

De acuerdo a diversos significados de los colores, se define al color azul y sus gamas (celeste), como la representación de profesionalismo, conocimiento, integridad, calma, seriedad y confianza, por tal razón en su mayoría es utilizado por empresas del sector bancario y de la salud y el color blanco representa limpieza y pureza.

Por lo tanto, la combinación de estos 3 colores: azul, celeste y blanco, transmiten la responsabilidad de cumplir con los objetivos y valores propuestos para el negocio, en un ambiente fresco, aseado y con atención cordial y profesional, siendo sus más fuertes características.

3.1.3. SLOGAN

“TUS INSUMOS MÁS CERCA DE TI”

“**TUS INSUMOS MÁS CERCA DE TI**”, hace referencia a unos de los fines del negocio que es el de poner a disposición la venta de toda clase de insumos médicos en la ciudad de Esmeraldas, oferta que actualmente no se da en la ciudad y que los demandantes se ven obligados a conseguir fuera de la provincia.

3.1.4. MISIÓN Y VISIÓN.

3.1.4.1 MISIÓN.

Proveer de una amplia gama de productos e insumos médicos de alta calidad en un solo lugar, brindando una adecuada atención, variedad y precios razonables, cumpliendo con todas las normas regulatorias de la salud del Ecuador.

3.1.4.2 VISIÓN.

Ser la comercializadora líder de productos e insumos médicos en la provincia Esmeraldas a partir del año 2021, satisfaciendo la demanda con productos de calidad a precios razonables, con una marcada orientación a la responsabilidad social y buen servicio al cliente.

3.1.5. VALORES.

- Honestidad.
- Cooperación.
- Responsabilidad.
- Transparencia.
- Compromiso.
- Respeto.

3.1.6 OBJETIVOS

3.1.6.1. OBJETIVO GENERAL

Ofertar a los actores de la salud y al público en general una amplia gama de productos en insumos médicos de calidad que cumplan con las norma de regulación a un precio asequible, priorizando el buen trato al cliente.

3.1.6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Cumplir con las normas regulatorias de calidad y sanitarias del país.
- Garantizar la calidad y calidez en la atención al cliente.
- Mantener la el equilibrio entre productos de alta calidad y el mantenimiento de precios razonables.

3.1.7. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y LEGALES

3.1.7.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

La estructura organizacional con la que inicia esta comercializadora, establece las características y las funciones a cumplir por cada uno de los miembros que conforman el equipo de trabajo. Para el inicio de las actividades del presente negocio se determinó que se requieren un total de 2 personas, las mismas que se detallan a continuación en función de la distribución y estructura requerida por la comercializadora:

Tabla 6. Distribución del equipo de trabajo.

CARGO	NÚMERO DE PERSONAS
ADMINISTRADOR/ CONTADOR	1
CAJERO	1
BODEGUERO/CONSERJE	1
GUARDIA DE SEGURIDAD	1
TOTAL	4

Fuente: Elaboración Propia

3.1.7.2. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Fuente: Elaboración Propia

3.1.7.3 PERFIL DEL PERSONAL REQUERIDO PARA LA COMERCIALIZADORA.

CARGO: Administrador/ Contador	
PERFIL REQUERIDO	
TITULO:	Ing. Comercial, Contabilidad y Auditoría o afines.
EDAD/SEXO	Indistinto
EXPERIENCIA	Minimo 2 años desempeñando cargos similares
APTITUDES	Trabajo bajo presión con orientación al cambio
TIPO DE CONTRATACIÓN	
Contrato a prueba y plazo fijo.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none">• Planificar, organizar, dirigir y controlar la administración de la comercializadora.• Supervisión de las actividades generales del negocio.• Ejecución y manejo de presupuesto.• Buscar, obtener y mantener recursos económicos y financieros.• Elaborar y ejecutar estrategias de comercialización y venta.• Reclutamiento y selección de personal.• Supervisar el desarrollo de las actividades del personal a cargo.• Llevar el registro contable de la comercializadora de acuerdo a las normas y principios contables.• Elaborar informes, reportes y balances financieros.• Cumplir con las distintas actividades emanadas de las obligaciones en materia tributaria, laboral de la comercializadora.	

CARGO: Cajero	
PERFIL REQUERIDO	
TITULO:	Bachiller o estudiante universitarios en ciencias contables.
EDAD/SEXO	Indistinto
EXPERIENCIA	Minino 3 meses desempeñando cargos similares
APTITUDES	Trabajo bajo presión con orientación al servicio.
TIPO DE CONTRATACIÓN	
Contrato a prueba y plazo fijo.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Facturar todos los productos vendidos. • Apoyar en el cierre y cuadro de caja diarios, conjuntamente con el administrador. • Contar y custodiar la dotación de caja diaria. • Controlar monitorear y organizar el inventario de productos en las perchas. • Empacar productos vendidos 	

CARGO: Bodeguero/ Conserje	
PERFIL REQUERIDO	
TITULO:	Bachiller o estudiante universitarios en cualquier área de estudio.
EDAD/SEXO	Indistinto
EXPERIENCIA	Minino 3 meses desempeñando cargos similares.
APTITUDES	Trabajo bajo presión orientado al servicio del cliente
TIPO DE CONTRATACIÓN	
Contrato a prueba y plazo fijo.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Manejar, resguardar y controlara el flujo de entrada y salidas del inventario en bodega. • Recepción, control y almacenamiento de mercadería entregada por proveedores. • Apoyar en la compra de mercadería. • Mantener la limpieza general del local. 	

CARGO: Guardia	
PERFIL REQUERIDO	
TITULO:	Bachiller
EDAD/SEXO	Mayor de 25 años, de sexo masculino preferencialmente.
EXPERIENCIA	Mínimo 3 meses desempeñando cargos similares.
APTITUDES	Trabajo bajo presión, buenas relaciones humanas.
TIPO DE CONTRATACIÓN	
Contrato a prueba y plazo fijo.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Brindar seguridad en la comercializadora. • Mantener el orden dentro del local. • Llevar registro de todas las entradas y salidas del personal en la respectiva bitácora. 	

3.1.7.3.1. MODO DE CONTRATACIÓN

Las relaciones de trabajo entre empleado y empleador y las distintas modalidades contractuales están establecidas en el Código de Trabajo que en su artículo 1 referente a su ámbito expone que “los preceptos del código regulan las relaciones entre los empleadores y los trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo”.

Partiendo de lo establecido en el Código Laboral, las modalidades contractuales a celebrarse para la puesta en marcha de la comercializadora serán el contrato a prueba con una duración máxima de 90 días y luego del tiempo de prueba, una vez cumplidas las expectativas laborales se celebrara el contrato a plazo fijo haciendo referencia lo dictado en el artículo 14 y 15 de dicho código.

3.1.7.3.2 JORNADA DE TRABAJO

Para cumplir con el horario de atención se actuará de acuerdo a lo establecido en el artículo 47 del Código de Trabajo en referencia a la jornada máxima donde se indica que “la jornada máxima de trabajo será ocho horas diarias de manera que no exceda de cuarenta horas semanales salvo disposición de la ley en contrario” en caso de que se incumpla lo dispuesto en este artículo se reconocerá las horas suplementarias y extraordinarias en función a lo indicado en el artículo 55 del mismo código.

3.1.8. ASPECTOS LEGALES

3.1.8.1. CONSTITUCIÓN JURÍDICA.

3.1.8.1.1. PERSONA NATURAL.

Para iniciar las actividades la comercializadora de productos e insumos médicos denominada “T-MEDIC” se establecerá como una microempresa con personería natural, tendiente en un futuro a cambiar su constitución societaria en función de las necesidades, debiendo cumplir con los siguientes requisitos y disposiciones legales propias de un negocio en el área de salud:

3.1.8.1.2. PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO.

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE HIGIENE ARCSA.

- Descargar de la página web del Ministerio de Salud Pública www.salud.gob.ec en el link ARCSA los formularios para solicitar el permiso de funcionamiento: Formulario No. PF-ARCSA-2013-001: solicitud de permiso de funcionamiento (archivo en Word o ODT) Formulario No. PF-ARCSA-2013-002: matriz para base de datos (archivo en Excel). Formulario No. PF-ARCSA-2013-003: datos para la factura (archivo en Word o ODT).
- Llenar los tres formularios de solicitud, y enviar un correo electrónico a la dirección: permisosdefuncionamiento@msp.gob.ec con el asunto “Número de registro único de contribuyentes RUC – nombre del establecimiento – Zona a la que pertenece”.
- La revisión documental se realizará en un plazo de 72 horas desde la fecha de recepción de la respectiva documentación por parte de la Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria.
- Posteriormente, una vez aprobada la solicitud de permiso de funcionamiento y sus anexos se remitirá vía correo electrónico la orden de pago; y, una vez cancelado el valor el técnico correspondiente enviará el permiso de funcionamiento al Director Técnico de Buenas Prácticas y Permisos para la firma electrónica del documento.
- El Certificado de Permiso de Funcionamiento será enviado vía correo electrónico al usuario solicitante.

RUC.

- Presentar el Original de la cedula de ciudadanía.
- Presentar el certificado de votación vigente.
- Presentar Original y entregar copia de cualquiera (solo uno) de los siguientes documentos que certifique la dirección fiscal donde se realizara la actividad económica: Planilla de agua, teléfono o luz de los últimos tres meses; estado de cuenta bancaria, tarjeta de crédito o celular de los últimos tres meses o contrato de arrendamiento.
- Llenar el acuerdo de claves y uso de medios electrónicos.

REQUISITOS PARA EL REGISTRO PATRONAL EN EL IESS.

- Ingresar a la página web www.iesg.gob.ec Servicios por Internet, Escoger Empleadores- Actualizar datos del registro patronal. – Escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico) – Ingresar los datos obligatorios que tienen asterisco – Digitar el número de RUC y (En caso de doméstica digitar número de cédula). – Seleccionar el tipo de empleador – En el resumen del Registro de Empleador al final del formulario se visualizará imprimir solicitud de clave.
- Solicitud de Entrega de Clave (impresa del Internet)
- Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- Copias de las cédulas de identidad a color 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 un servicio básico (agua , luz o teléfono)
- Calificación artesanal si es artesano calificado.
- Original de la cédula de ciudadanía.

PATENTE MUNICIPAL.

- Registro Único de Contribuyente (RUC) actualizado.
- Obtener el formulario para la Patente en la Jefatura de Rentas y llenarlo a máquina o con letra imprenta legible.
- Copia a colores de la cédula de ciudadanía y certificado de votación vigente.
- Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos actualizado, en caso de ser necesario.
- Contrato de arriendo en caso de no poseer local propio.
- Certificado de no adeudar al municipio.
- Informe de Inspección otorgado por la Unidad de Gestión Ambiental si el caso amerita.

PERMISO DE CUERPO DE BOMBEROS.

- Inspección del establecimiento.
- Copia de cedula de identidad.
- Copia del certificado de votación vigente.
- Permiso de funcionamiento.
- Valor del permiso \$40 dólares.
- Extintor de fuego de 4kg.

REGISTRO DE LA MARCA INSTITUTO ECUATORIANO DE PROPIEDAD INTELECTUAL.

Para realizar el registro de marca en el órgano competente, primero se debe hacer la búsqueda de la fonética del nombre de la empresa.

1.-) Requisitos para la búsqueda de la fonética.

- Copia de cedula de identidad.
- Copia de papeleta de votación vigente.
- Depósito de \$16 dólares.
- Pago de \$10 dólares por el formulario.

Bajo lo antes descrito, la comercializadora requiere para desarrollar sus actividades que se describan algunos procesos, que para este caso específico del proyecto es necesario 2 procesos que son de venta y de compra, detallados a continuación.

3.2. FLUJO DE PROCESOS

3.2.1. PROCESO DE VENTA

1.- Recepción del pedido del cliente: Al ingresar el cliente, realiza su pedido, el encargado de atenderlo, le presenta varias opciones de diseño o material del o de los productos requeridos por el cliente.

2.- Elección del producto: El cliente selecciona el producto de acuerdo a sus gustos y preferencias.

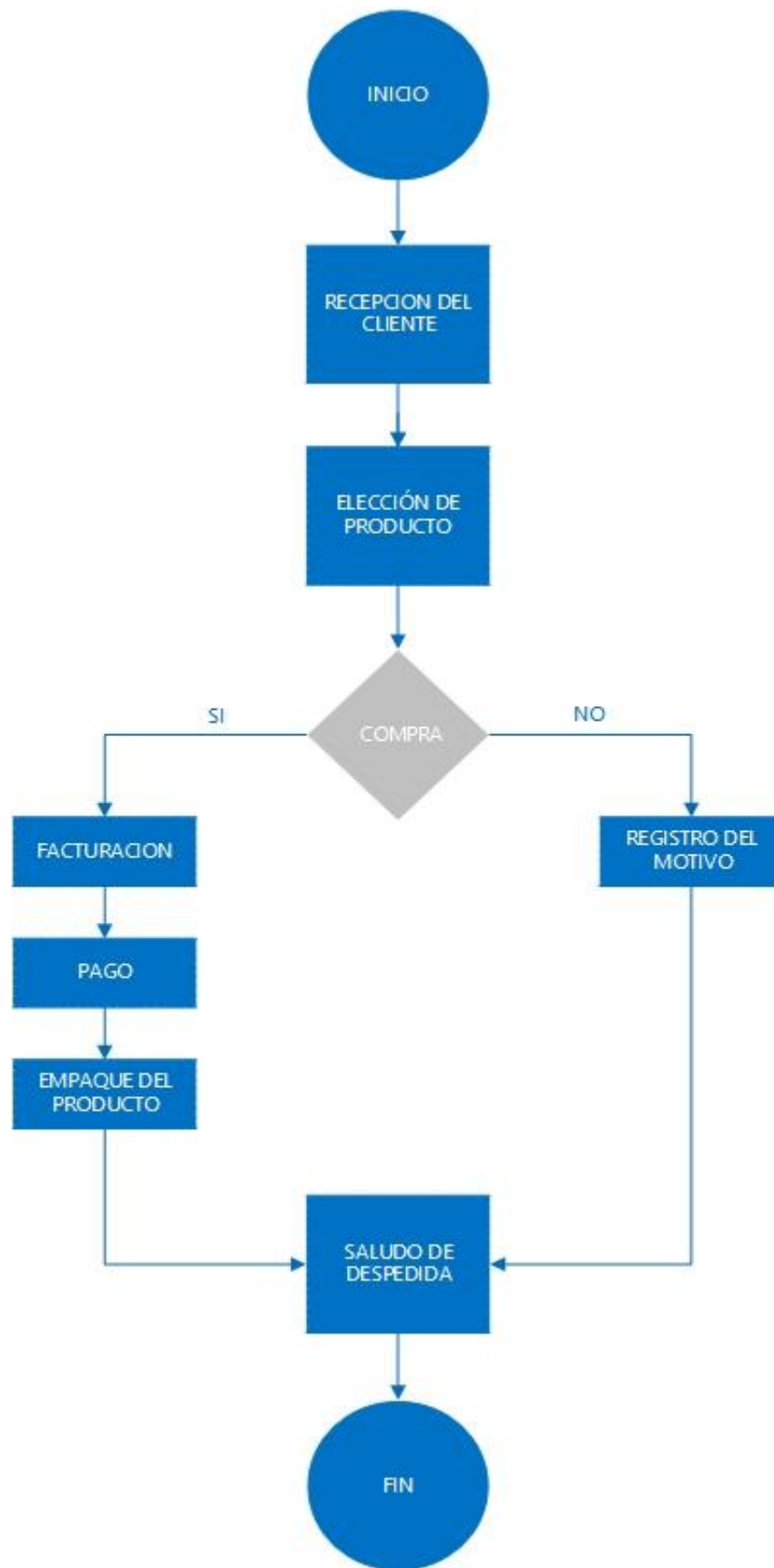
Después de este punto se da paso a decidir en si se compra o no los productos, en el caso de que la respuesta es negativa el proceso avanza al punto 6 para culminar con dicho proceso, en el caso de que la respuesta es afirmativa y efectivamente se procede a realizar la compra, se continua con el mismo:

3.- Facturación: El cajero quien es el encargado de atender a los clientes, procede a elaborar la factura con todos los requerimientos.

4.- Pago: El cliente realiza el pago ya sea con tarjeta de crédito, efectivo, cheque o dinero electrónico de acuerdo al monto detallado en la factura emitida y entregada al mismo.

5.- Empaque del producto: Se empacan los productos con el cuidado que estos requieren por sus características, de esta manera evitar que se produzcan daños a los productos y a quienes van a manipularlos, garantizando así que lleguen intactos a su destino.

6.- Saludo de despedida: Para culminar con el proceso de venta, el cajero se despide de forma cordial del cliente atendido.



Fuente: Elaboración Propia

3.2.2. PROCESO DE COMPRA

Para cumplir correctamente con el proceso de compra, la comercializadora establece los siguientes pasos:

1.- Registro de necesidades: Las necesidades de productos para la comercializadora se las realiza de acuerdo a los inventarios, es decir mediante el análisis de los productos que tengan mayor rotación y aceptación en el mercado.

2.- Orden de compra: El encargado de realizar los pedidos, elabora una orden de compra con las especificaciones y características necesarias de los productos solicitados.

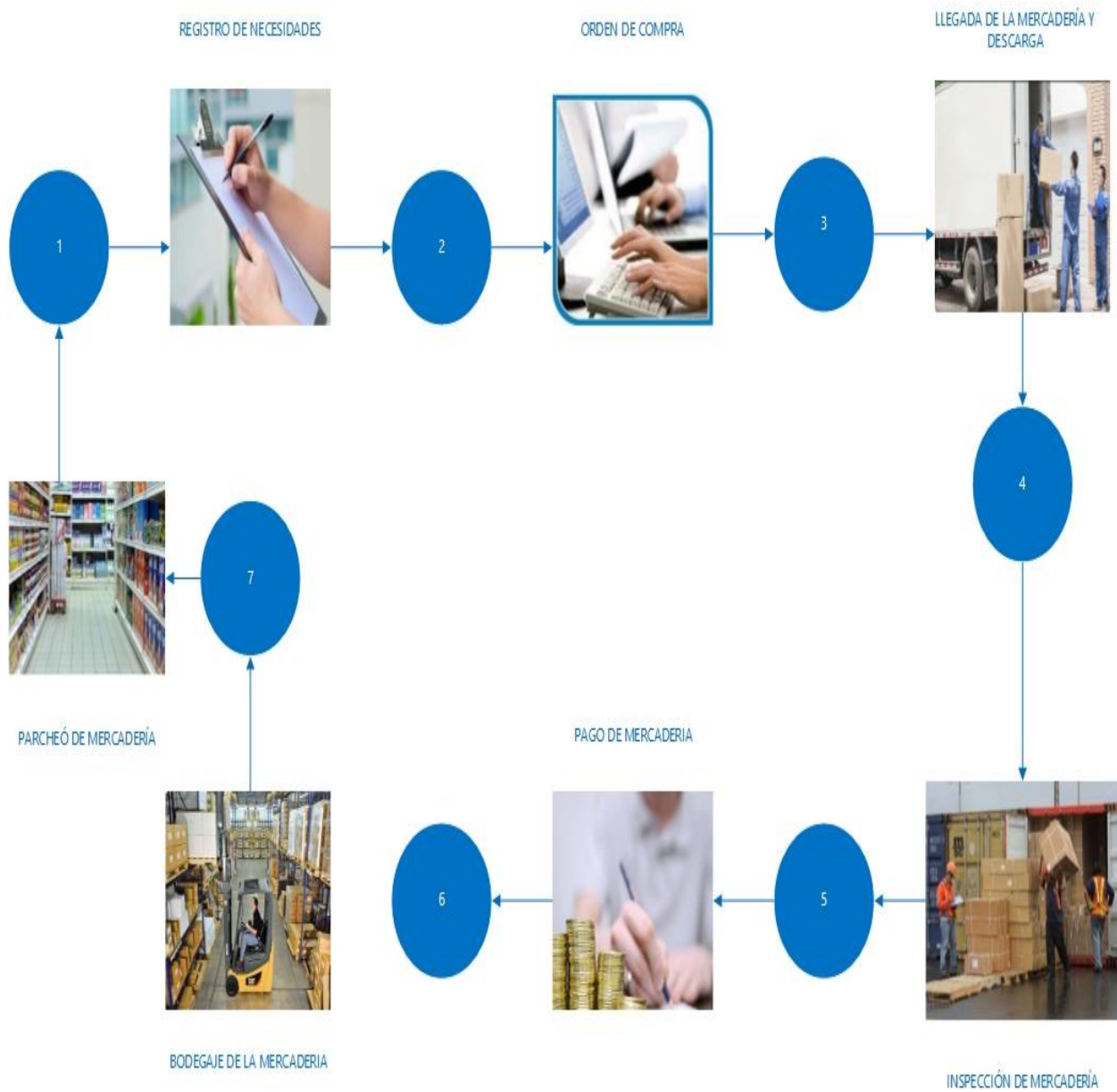
3.- Llegada de la mercadería y descarga: Con previo aviso de la llegada de la mercadería al lugar acordado, se procede a descargarla con los debidos cuidados que los productos requieren.

4.- Inspección de la mercadería: Se realiza la respectiva revisión del estado de los productos y de igual manera de la documentación emitida ya que estos deben coincidir con lo solicitado y con lo que se recibe.

5.- Pago de mercadería: Al corroborar que todo se encuentre en buen estado, se realiza el pago pactado, mediante las condiciones y forma de pago establecidas.

6.- Bodega de la mercadería: La mercadería recibida se la almacena en la bodega, para proceder al respectivo registro en el inventario de la comercializadora, estableciendo los precios a los que serán vendidos.

7.- Percheo de mercadería: Conforme se tenga espacio en las perchas del local, la mercadería se coloca en las áreas establecidas para cada clase de productos o insumos médicos y así se encuentren al alcance de quien realiza la venta y a la vista de los clientes.



Fuente: Elaboración Propia

La comercializadora debe contar con datos específicos de la ingeniería del proyecto, los mismos que son en relación a su ubicación, y la distribución de las áreas, que el espacio físico cuenta para la puesta en marcha del negocio.

3.2.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.2.3.1. LOCALIZACIÓN

La empresa comercializadora de productos de insumos médicos denominada “T-MEDIC” estará ubicado en el cantón Esmeraldas de la provincia del mismo nombre en las calles Libertad y Manabí, frente al hospital Delfina Torres de Concha, lugar geográficamente estratégico debido a la cercanía de varias instituciones de salud de la ciudad.

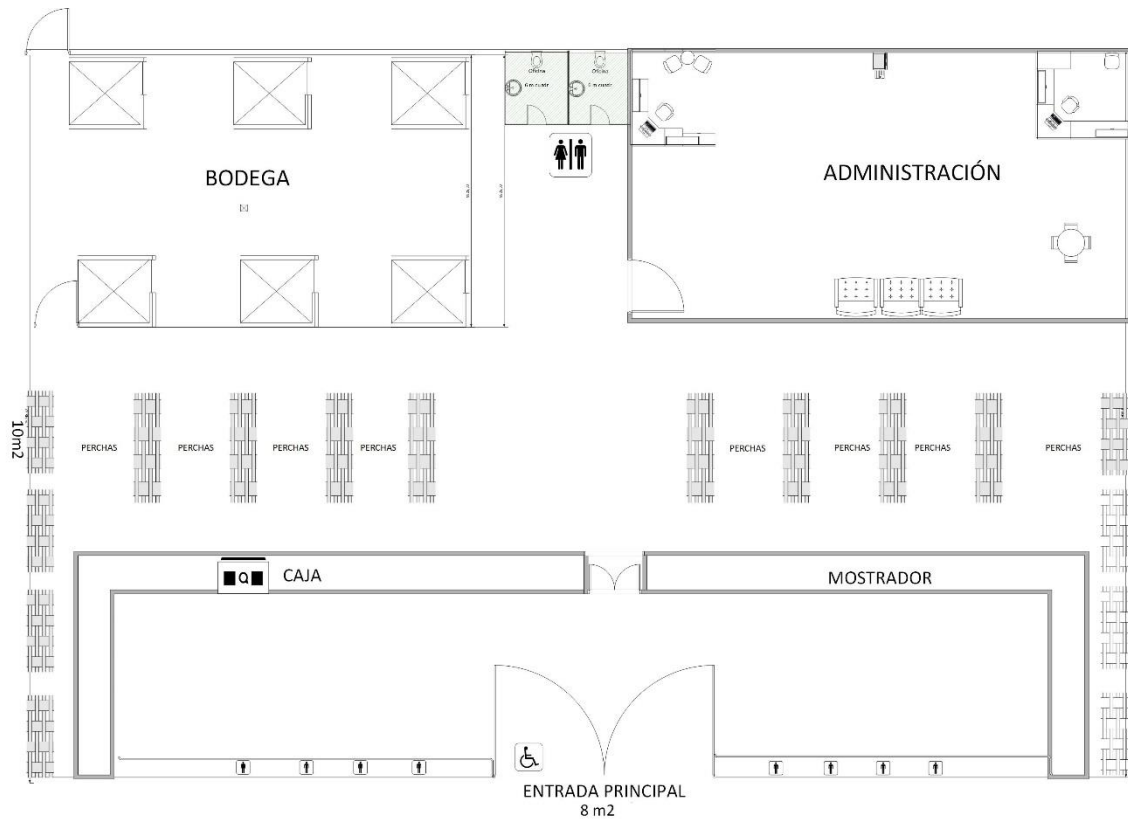


Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Google Earth

3.2.3.2. DIMENSIÓN DE LA COMERCIALIZADORA



Fuente: Elaboración Propia

3.2.3.3. REQUERIMIENTO DE LA COMERCIALIZADORA

3.2.3.3.1. ALQUILER DE INMUEBLE.

Para dar inicio a las actividades de la comercializadora se requerirá del alquiler de un bien inmueble, el mismo que estará ubicado estratégicamente y con un espacio que cumpla las necesidades del proyecto.

Tabla 7. Gastos de Alquiler.

CANTIDAD	DETALLE	P. UNITARIO
1 MES	Alquiler	\$ 300,00

Fuente: Elaboración Propia

3.2.3.3.2 ADECUACIÓN DEL INMUEBLE

Se debe arreglar y adaptar el local a las necesidades de la comercializadora, para los mismos que se deben incurrir con algunos gastos de adecuación y de constitución para poder poner en marcha el presente proyecto.

Tabla 8. Gastos de Adecuaciones.

DETALLE	ANUAL
Material e instalaciones eléctricas	\$500,00
Adecuación y ambientación del local	\$725,00
TOTAL	\$1.225,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 9. Gasto de Constitución.

DETALLE	PRECIO
Permisos Municipales	\$ 120,00
Honorarios Abogado	\$ 180,00
Registro de Marca	\$ 152,00
TOTAL	\$ 452,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 10. Gasto de Permiso de Funcionamiento.

DETALLE	ANUAL
Patente Municipal	\$ 60,00
Permiso de Higiene	\$ 60,00
Permiso de Bomberos	\$ 40,00
TOTAL	\$ 160,00

Fuente: Elaboración Propia

3.2.3.3.3. MAQUINARIA Y EQUIPOS DE TRABAJO

La comercializadora requiere de maquinaria que garantice la seguridad y el mantenimiento de los productos e insumos y de la misma manera de quienes trabajan en este negocio ya que facilitan el acudir e identificar con rapidez la ubicación de los mismos.

Tabla 11. Maquinaria y Equipo.

CANTIDAD	DETALLE	P.UNITARIO	P.TOTAL
1	CAJA REGISTRADORA	\$ 520,00	\$ 520,00
1	LECTOR DE CÓDIGO DE BARRAS INALÁMBRICO	\$ 369,00	\$ 369,00
4	ESTANTERÍAS METÁLICAS 6 PANELES	\$ 134,31	\$ 537,24
2	GÓNDOLAS LATERALES DE 4 PANELES	\$ 324,68	\$ 649,36
1	ACONDICIONADOR DE AIRE SPLIT LG	\$ 648,99	\$ 648,99
10	GAVETAS	\$ 13,12	\$ 131,20
1	ETIQUETADORA	\$ 47,00	\$ 47,00
4	MANIQUÍES	\$ 90,00	\$ 360,00
	TOTAL		\$ 3.262,79

Fuente: Elaboración Propia

3.2.3.3.4. EQUIPAMIENTO DE PERSONAL

En este apartado se detalla el equipamiento de trabajo que requiere el personal de la comercializadora, el que permitirá transmitir buena imagen y distinción.

Tabla 12. Uniformes del Personal.

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	ANUAL
4	CAMISETAS	\$ 13,50	\$ 54,00
2	DELANTALES	\$ 10,00	\$ 20,00
TOTAL			\$ 74,00

Fuente: Elaboración Propia

3.2.3.3.5. EQUIPOS Y SUMINISTROS DE OFICINA, TECNOLÓGICOS, MUEBLES Y ENSERES Y OTROS.

El correcto y ordenado control de los procesos contables y administrativos que la comercializadora debe cumplir, es posible mediante los mencionados equipos ya que agilitan el registro de datos y para mantener las diferentes áreas organizadas.

Tabla 13. Equipos de Oficina.

CANTIDAD	DETALLE	P.UNITARIO	P.TOTAL
1	IMPRESORA CANON MULTIFUNCIÓN-SISTEMA DE TINTA CONTINUA	\$ 269,99	\$ 269,99
1	IMPRESORA MATRICIAL- PUNTO DE VENTA	\$ 369,99	\$ 369,99
1	TELÉFONO INALÁMBRICO PANASONIC	\$ 37,99	\$ 37,99
TOTAL			\$ 677,97

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 14. Suministros de Oficina.

CANTIDAD	DETALLE	P.U	TOTAL
NO FUNGIBLES			
1	PERFORADORA	\$ 3,50	\$ 3,50
2	TIJERAS DE CORTAR PAPEL	\$ 1,60	\$ 3,20
6	FOLDERS	\$ 3,85	\$ 23,10
2	SELLOS	\$ 15,00	\$ 30,00
2	CALCULADORAS	\$ 11,50	\$ 23,00
1	GRAPADORAS	\$ 4,25	\$ 4,25
TOTAL NO FUNGIBLES TRIMESTRAL			\$ 87,05
FUNGIBLES			
2	RESMAS DE PAPEL BOND	\$ 3,50	\$ 7,00
1	CAJA DE ESFEROS PUNTA FINA	\$ 6,50	\$ 6,50
1	CAJA DE GRAPAS 1/2-3/8-32mm	\$ 1,90	\$ 1,90
1	CAJA DE LÁPICES	\$ 3,00	\$ 3,00
1	CAJA DE BORRADORES	\$ 2,99	\$ 2,99
2	PAQUETES DE TINTAS X 4 UNI.	\$ 5,20	\$ 10,40
2	PAQUETES DE SOBRES MANILA F2/21CMX27CM 78 GRS	\$ 6,00	\$ 12,00
3	CAJA DE CLIPS NORMALES	\$ 1,20	\$ 3,60
TOTAL FUNGIBLES MENSUAL			\$ 47,39

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 15. Equipos Informáticos y Tecnológicos.

CANTIDAD	DETALLE	P.UNITARIO	P.TOTAL
1	COMPUTADORAS DE ESCRITORIO	\$ 695,00	\$ 695,00
1	TELEVISOR LED SMARTV 32"	\$ 444,98	\$ 444,98
1	KIT DE VIGILANCIA X 4 CÁMARAS	\$ 189,90	\$ 189,90
TOTAL			\$ 1.329,88

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 16. Muebles y Enseres.

CANTIDAD	DETALLE	P.UNITARIO	P.TOTAL
1	Combo escritorio(silla, escritorio, tacho de basura)	\$ 200,00	\$ 200,00
1	Archivador aéreo	\$ 79,90	\$ 79,90
1	Archivador	\$ 239,90	\$ 239,90
2	Mostrador mixto	\$ 360,00	\$ 720,00
2	Vitrinas (180cm x 65 x 30)	\$ 165,00	\$ 330,00
4	Sillas estáticas de oficina	\$ 16,00	\$ 64,00
	TOTAL		\$ 1.633,80

Fuente: Elaboración Propia

3.2.3.3.6. SUMINISTROS DE LIMPIEZA.

Para mantener aseado el local es necesario contar con suministros de limpieza, el espacio físico contará con baños para el personal de la empresa y los clientes, para lo que se requiere de suministros de aseo, estos 2 grupos de suministros están clasificados en fungibles y no fungibles.

Tabla 17. Suministros de Limpieza.

CANTIDAD	DETALLE	P.U	TOTAL
NO FUNGIBLES (EQUIPOS)			
1	TRAPEADOR	\$ 3,00	\$ 3,00
1	ESCOBA	\$ 4,20	\$ 4,20
1	BALDE	\$ 8,00	\$ 8,00
5	FRANELAS	\$ 0,80	\$ 4,00
1	RECOGEDOR DE BASURA(PALA)	\$ 2,80	\$ 2,80
TOTAL NO FUNGIBLES TRIMESTRAL			\$ 22,00
FUNGIBLES (SUMINISTROS)			
1	GALÓN DE CLORO	\$ 7,24	\$ 7,24
1	DESINFECTANTE 1L	\$ 1,75	\$ 1,75
1	DETERGENTE 4K	\$ 8,30	\$ 8,30
2	LIQUIDO LIMPIA VIDRIOS	\$ 3,26	\$ 6,52
1	AMBIENTADOR (CAJA)	\$ 45,00	\$ 45,00
5	FUNDAS DE BASURA(PAQUETES)	\$ 1,00	\$ 5,00
TOTAL FUNGIBLES MENSUAL			\$ 73,81

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 18. Suministros de Aseo.

CANTIDAD	DETALLE	P.U	TOTAL
NO FUNGIBLES (EQUIPOS)			
1	DISPENSADORES DE PAPEL HIGIÉNICO	\$ 12,45	\$ 12,45
1	DISPENSADORES DE JABÓN	\$ 19,23	\$ 19,23
1	SECADOR DE MANOS AUTOMÁTICO	\$ 63,23	\$ 63,23
TOTAL NO FUNGIBLES TRIMESTRAL			\$ 94,91
FUNGIBLES (SUMINISTROS)			
2	JABÓN LÍQUIDO(FUNDAS)	\$ 7,48	\$ 14,96
1	ROLLOS DE PAPEL HIGIÉNICO X 4	\$ 13,07	\$ 13,07
TOTAL FUNGIBLES MENSUAL			\$ 28,03

Fuente: Elaboración Propia

3.2.3.3.7. SOFTWARE DE APOYO.

En la actualidad es indispensable contar con un sistema contable para el registro de las transacciones de compra y venta que se ejecuten en el negocio manteniendo en control el inventario.

Tabla 19. Software de Apoyo.

CANTIDAD	DETALLE	P. UNITARIO	P. TOTAL
1	SOFTWARE ADM. CONTABLE-ANFIBIUS	\$ 490,00	\$ 490,00
TOTAL			\$ 490,00

Fuente: Elaboración Propia

3.2.3.3.8. PUBLICIDAD.

La empresa para darse a conocer en el mercado requiere incurrir en gastos de publicidad que llame la atención y con información clara de a qué se dedica y que ayude con la ubicación y contactos de la comercializadora.

Tabla 20. Gasto de Publicidad.

DETALLE	PRECIO
RÓTULO PUBLICITARIO LED	\$ 500,00
HOJAS VOLANTES	\$ 10,00
TARJETAS DE PRESENTACIÓN	\$ 4,17
VINIL MICRO PERFORADO	\$ 12,50
PERFIL CORPORATIVO EN PAG. WEB	\$ 13,33
X-BANNERS	\$ 15,00
TOTAL	\$ 555,00

Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Para desarrollar el estudio económico financiero y determinar la factibilidad del proyecto, se toma en consideración algunos elementos:

- Resumen de la Inversión Inicial.
- Fuentes de Financiamiento.
- Estado de Situación Financiera.
- Presupuesto de Gastos.
- Estado de Pérdidas y Ganancias.
- Flujo de Caja.
- Punto de Equilibrio.
- Indicadores Financieros.

Tabla 21. INVERSIÓN INICIAL.

DESCRIPCIÓN		TOTAL	
INVERSIÓN FIJA			
EQUIPOS DE OFICINA		\$ 677,97	
EQUIPOS INFORMÁTICOS Y TECNOLÓGICOS		\$ 1.329,88	
MUEBLES Y ENSERES		\$ 1.633,80	
MAQUINARIAS Y EQUIPOS		\$ 3.262,79	
OTROS ACTIVOS(ROTULO PUBLICITARIO)		\$ 500,00	
SOFTWARE CONTABLE		\$ 490,00	
AMBIENTACIÓN Y ADECUACIÓN		\$ 1.225,00	
TOTAL DE LA INVERSIÓN FIJA		\$ 9.119,44	
CAPITAL DE TRABAJO			
SUMINISTRO DE LIMPIEZA	3	\$ 413,39	\$ 1.240,16
SUMINISTRO DE OFICINA	3	\$ 480,75	\$ 1.442,24
SUMINISTROS DE ASEO	3	\$ 368,00	\$ 1.103,99
SERVICIO DE INTERNET	3	\$ 21,35	\$ 64,05
SERVICIOS BÁSICOS	3	\$ 23,16	\$ 69,48
PUBLICIDAD	3	\$ 55,00	\$ 165,01
GASTOS DE ALQUILER	3	\$ 300,00	\$ 900,00
UNIFORMES	ANUAL	\$ 74,00	\$ 74,00
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	ANUAL	\$ 160,00	\$ 160,00
INVENTARIO DE PRODUCTOS (MERCADERÍA)	3	\$2.815,24	\$ 8.445,73
REMUNERACIONES	3	\$2.863,04	\$ 8.589,11
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO		\$ 22.253,77	
INVERSIÓN DIFERIDA			
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	ANUAL		\$ 452,00
TOTAL DE INVERSIÓN DIFERIDA		\$ 452,00	
SUBTOTAL INVERSIÓN INICIAL		\$ 31.825,21	
IMPREVISTOS		3%	\$ 954,76
INVERSIÓN INICIAL TOTAL		\$ 32.779,97	

Fuente: Elaboración Propia

Para dar inicio con las actividades de la comercializadora, previamente ya se detalló los requerimientos en base a las características de la misma, es por esto que la tabla que se presenta a continuación consta de 2 partes, *la inversión fija y el capital de trabajo*, en este último se lo provisiona para los 3 primeros meses hasta que se establezca y se dé a conocer la empresa.

Tabla 22. FUENTES DE FINANCIAMIENTO.

INVERSIÓN INICIAL	APORTE	% APORTE	TASAS REFERENCIALES		COSTO DE CAPITAL
APORTE PROPIO	\$ 10.000,00	30,51%	T. PASIVA	7,53%	2,30%
DEUDA	\$ 22.779,97	69,49%	T. ACTIVA	9,68%	6,73%
INVERSIÓN INICIAL	\$ 32.779,97	100,00%			9,02%

Fuente: Elaboración Propia.

De acuerdo a la inversión inicial se requiere de \$32.779,97, el mismo que será financiado el 69.49% que corresponde a \$22.779, 97 por la institución bancaria “BanEcuador” con una tasa de interés de 9.68% de acuerdo al Banco Central de Ecuador (2017) para 5 años y aporte propio de \$10.000,00 que representa el 30,51% de la inversión total.

Tabla 23. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA						
EXPRESADO EN DÓLARES						
AL 01 DE ENERO. 20XX						
ACTIVOS				PASIVOS		\$ 22.779,97
ACTIVOS CORRIENTES				PASIVOS O CORRIENTES		\$19.083,51
BANCO	\$23.208,53	\$ 23.208,53		PRÉSTAMO BANCARIO L/P	\$19.083,51	
ACTIVOS NO CORRIENTES		\$ 9.571,44		PASIVOS CORRIENTES		\$ 3.696,46
TANGIBLES				PRÉSTAMO BANCARIO C/P	\$ 3.696,46	
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 677,97					
EQUIPOS INFORMÁTICOS Y TECNOLÓGICOS	\$ 1.329,88			PATRIMONIO		\$ 10.000,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.633,80					
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 3.262,79			APORTE SOCIAL	\$10.000,00	
AMBIENTACIÓN Y ADECUACIÓN	\$ 1.225,00					
OTROS ACTIVOS	\$ 500,00					
INTANGIBLES						
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 452,00					
SOFTWARE CONTABLE	\$ 490,00					
TOTAL ACTIVO		\$ 32.779,97		TOATL P+PAT		\$32.779,97

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 24. RESUMEN DE GASTOS.

<i>DETALLE</i>	<i>MENSUAL</i>	<i>ANUAL</i>
GASTO DE SUELDO		
*SUELDOS	\$ 1.775,00	\$ 21.300,00
*IESS PATRONAL	\$ 215,66	\$ 2.587,95
*13° SUELDO	\$ 147,92	\$ 1.775,00
*14° SUELDO	\$ 58,83	\$ 706,00
*VACACIONES	\$ 73,96	\$ 887,50
*FONDOS DE RESERVA	\$ 147,92	\$ 1.775,00
ARRIENDO	\$ 300,00	\$ 3.600,00
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 23,16	\$ 277,92
SERVICIO DE INTERNET	\$ 21,35	\$ 256,20
SUMINISTRO DE OFICINA	\$ 51,02	\$ 612,28
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	\$ 39,03	\$ 468,32
SUMINISTROS DE ASEO	\$ 35,94	\$ 431,27
GASTOS DE PUBLICIDAD	\$ 55,00	\$ 110,01
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO		\$ 160,00
UNIFORMES		\$ 74,00
GASTO DE MANTENIMIENTO		\$ 365,00
GASTO DE DEPRECIACIÓN	\$ 91,73	\$ 1.100,75
GASTO DE INTERÉS	\$ 175,97	\$ 2.111,62
SUBTOTAL	\$ 3.212,49	\$ 38.598,82
OTROS GASTOS (3% TOTAL DE GASTOS)	\$ 96,50	\$ 1.157,96
TOTAL	\$ 3.308,98	\$ 39.756,78

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 25. ESTADO DE RESULTADO.

<u>ESTADO DE RESULTADO</u>		
EMPRESA "T-MEDIC"		
AL 31 DE DIC. 20XX		
INGRESOS		\$ 18.768,29
VENTAS	\$ 18.768,29	
COSTOS		\$ 8.445,73
MERCADERÍA	\$ 8.445,73	
UTILIDAD BRUTA EN VENTA		\$ 10.322,56
GASTOS OPERATIVOS		\$ 39.756,78
*SUELDOS	\$ 21.300,00	
*IESS PATRONAL	\$ 2.587,95	
*13° SUELDO	\$ 1.775,00	
*14° SUELDO	\$ 706,00	
*VACACIONES	\$ 887,50	
*FONDOS DE RESERVA	\$ 1.775,00	
ARRIENDO	\$ 3.600,00	
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 277,92	
SERVICIO DE INTERNET	\$ 256,20	
SUMINISTRO DE OFICINA	\$ 612,28	
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	\$ 468,32	
SUMINISTROS DE ASEO	\$ 431,27	
GASTOS DE PUBLICIDAD	\$ 110,01	
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	\$ 160,00	
UNIFORMES	\$ 74,00	
GASTO DE MANTENIMIENTO	\$ 365,00	
GASTO DE DEPRECIACIÓN	\$ 1.100,75	
GASTO DE INTERÉS	\$ 2.111,62	
OTROS GASTOS(3% TOTAL DE GASTOS)	\$ 1.157,96	
(=) PERDIDA NETA		\$ (29.434,23)

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 26. FLUJO DE CAJA PROYECTADO.

	0 AÑO	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO	6 AÑO	7 AÑO	8 AÑO	9 AÑO	10 AÑO	TOTAL
INVERSIÓN INICIAL	\$ 32.779,97											
INGRESOS												
VENTAS		18768,3	19444,9	20146,0	20872,3	21624,8	22404,5	23212,2	24049,1	24916,1	25814,4	\$ 221.252,69
TOTAL INGRESOS		18768,3	19444,9	20146,0	20872,3	21624,8	22404,5	23212,2	24049,1	24916,1	25814,4	\$ 221.252,69
COSTO DE VENTA												
MERCADERÍA		8445,7	8749,8	9064,8	9391,1	9729,2	10079,4	10442,3	10818,2	11207,7	11611,1	\$ 99.539,30
TOTAL COSTO DE VENTA		8445,7	8749,8	9064,8	9391,1	9729,2	10079,4	10442,3	10818,2	11207,7	11611,1	\$ 99.539,30
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		10322,6	10695,2	11081,2	11481,2	11895,7	12325,0	12769,9	13230,9	13708,5	14203,3	\$ 121.713,39
GASTOS OPERACIONALES												
*SUELDOS		21300,0	22066,8	22861,2	23684,2	24536,8	25420,2	26335,3	27283,4	28265,6	29283,1	\$ 251.036,56
*IESS PATRONAL		2588,0	2681,1	2777,6	2877,6	2981,2	3088,6	3199,7	3314,9	3434,3	3557,9	\$ 30.500,94
*13° SUELDO		1775,0	1838,9	1905,1	1973,7	2044,7	2118,3	2194,6	2273,6	2355,5	2440,3	\$ 20.919,71
*14° SUELDO		706,0	731,4	757,7	785,0	813,3	842,6	872,9	904,3	936,9	970,6	\$ 8.320,74
*VACACIONES		887,5	919,5	952,6	986,8	1022,4	1059,2	1097,3	1136,8	1177,7	1220,1	\$ 10.459,86
*FONDOS DE RESERVA		1775,0	1838,9	1905,1	1973,7	2044,7	2118,3	2194,6	2273,6	2355,5	2440,3	\$ 20.919,71
ARRIENDO		3600,0	3729,6	3863,9	4003,0	4147,1	4296,4	4451,0	4611,3	4777,3	4949,3	\$ 42.428,71
SERVICIO DE INTERNET		256,2	265,4	275,0	284,9	295,1	305,8	316,8	328,2	340,0	352,2	\$ 3.019,51
SERVICIOS BÁSICOS		277,9	287,9	298,3	309,0	320,2	331,7	343,6	356,0	368,8	382,1	\$ 3.275,50
SUMINISTRO DE OFICINA		612,3	634,3	657,2	680,8	705,3	730,7	757,0	784,3	812,5	841,8	\$ 7.216,18
SUMINISTRO DE LIMPIEZA		468,3	485,2	502,6	520,7	539,5	558,9	579,0	599,9	621,5	643,8	\$ 5.519,50
SUMINISTROS DE ASEO		431,3	446,8	462,9	479,5	496,8	514,7	533,2	552,4	572,3	592,9	\$ 5.082,84
PUBLICIDAD		110,0	114,0	118,1	122,3	126,7	131,3	136,0	140,9	146,0	151,2	\$ 1.296,51
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO		160,0	165,8	171,7	177,9	184,3	190,9	197,8	204,9	212,3	220,0	\$ 1.885,72
UNIFORMES		74,0	76,7	79,4	82,3	85,2	88,3	91,5	94,8	98,2	101,7	\$ 872,15
MANTENIMIENTO		365,0	378,1	391,8	405,9	420,5	435,6	451,3	467,5	484,4	501,8	\$ 4.301,80
GASTO DE DEPRECIACIÓN		1100,7	1100,7	1100,7	1116,7	1116,7	1120,3	1120,3	1120,3	1120,3	1120,3	\$ 11.137,20
GASTO DE INTERÉS		2111,6	1724,6	1297,0	824,6	302,7						\$ 6.260,45
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		452,0										\$ 452,00
OTROS GASTOS(3% DEL TOTAL DE GASTOS)		1158,0	1199,7	1242,8	1242,8	1287,6	1333,9	1382,0	1431,7	1483,2	1536,6	\$ 13.298,36
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		40208,8	40685,3	41620,7	42531,5	43471,0	44685,7	46254,0	47878,8	49562,1	51306,0	\$ 448.203,97
(=) PÉRDIDA		-29886,2	-29990,1	-30539,4	-31050,3	-31575,3	-32360,6	-33484,1	-34648,0	-35853,7	-37102,8	\$ (326.490,58)

Fuente: Elaboración Propia

En el Estado de Flujo de Caja Proyectado detallado anteriormente, se evidencia perdida bruta en ventas es decir que no se logran los ingresos necesarios para cubrir con las obligaciones que se requiere para el funcionamiento de la comercializadora.

Tabla 27. PUNTO DE EQUILIBRIO.

DETALLE	ANUAL
VENTAS TOTALES	\$ 18.768,29
GASTOS FIJOS TOTALES	\$ 39.756,78
COSTOS VARIABLES TOTALES	\$ 8.445,73
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 72.285,07

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 28. INDICADORES FINANCIEROS.

FLUJO PRESENTE NETO TOTAL	\$(145.538,03)
INVERSIÓN INICIAL	\$ 32.779,97
VAN	\$(178.318,00)
TIR	-25,42%
PRC	-2,25
RCB	\$ (7,89)

Fuente: Elaboración Propia

Los resultados obtenidos de estos indicadores reflejan claramente que no es factible la realización del presente proyecto debido a que sus indicadores son negativos de acuerdo como lo expresa la tabla 28.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- El mercado potencial al que la comercializadora de productos e insumos médicos está enfocada es reducido en la ciudad de Esmeraldas, con características de compra con frecuencia baja, lo que dificulta la rotabilidad del inventario repercutiendo en el nivel de ventas de manera adversa, por la poca cantidad de demandantes que existen en la actualidad.
- Por las características de sector salud y del proyecto a implementar se requieren mayor inversión en relación a otros sectores lo que implica que sus costos de iniciación sean más elevados y en conjunto no expresan una factibilidad técnica del mismo.
- Los indicadores financieros arrojan resultados negativos, dando un VAN de -\$178.318,00, una TIR de -25,42%, el periodo de recuperación será a los 12 años, 3 meses y en relación al costo beneficio se perderá \$7,89 por cada dólar que se invierta.

5.2. RECOMENDACIONES

- Ampliar el mercado meta, modificando las estrategias de captación de demanda potencial y comercialización.
- Revisar, analizar y priorizar los requerimientos necesarios para iniciar el proyecto, de tal modo que se pueda eliminar y usar de manera eficiente los mismos con el fin de reducir costos de implementación.

- Elevar el nivel de ventas y establecer una reingeniería de costos y gastos que permitan tener un margen de rentabilidad aceptable.

5.3. ALTERNATIVA ESTRATÉGICA

Para el presente proyecto, se plantea como estrategia:

- Cambiar el modelo de negocio de una “comercializadora” a “importadora” de productos e insumos médicos.
- Ser partícipes del Sistema de Compra Publicas.
- Establecer alianzas con instituciones de salud privadas y con instituciones educativas de la ciudad, con el objetivo de ampliar el mercado y mejorar el nivel de ventas.

BIBLIOGRAFÍA

- Enciclopedia de Economía. (2010). *Economía 48*. Obtenido de Economía 48:
<http://www.economia48.com/spa/d/oferta/oferta.htm>
- Agudo, M., Agudo, M., Sierra, J., Jiménez, J., & Escudero, C. (2007). Expectativas y Necesidades detectadas en Profesionales de Organizaciones Provinciales que trabajan en acción intersectorial en Salud. *Revista Española de Salud Pública*, 43-52. Obtenido de http://www.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1135-57272007000100006
- Aguirre, W. (24 de Abril de 2013). *Planeamiento y Gestion*. Obtenido de Planeamiento y Gestion:
https://www.google.com.ec/?gfe_rd=cr&ei=WGI1WKaDKIva8geg1o2QDg#q=el+an%C3%A1lisis+de+evaluaci%C3%B3n+del+proyecto+%2C+AGUIRRE+WALTER
- Anzil, F. (16 de Octubre de 2009). *Econlink*. Obtenido de Econlink:
<http://www.econlink.com.ar/proyectos-de-inversion/estudio-financiero>
- Arango, L. J. (10 de Noviembre de 2009). *Revista EAN*. Obtenido de Revista EAN:
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602009000300006
- Araya, C., Bustos, A., Castillo, F., Oliva, P., & Araya, J. (2012). Determinación de la calidad del servicio odontológico de un centro de salud publica. *Scielo*, 349-354. Obtenido de Scielo: http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-381X2012000300018&lang=es
- Baca, G. (2011). Estudio Técnico. En G. Baca, *Evaluación de Proyectos* (págs. 73-134). Guatemala: Mc Graw Hill. Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2011/eva-elePro/3.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (01 de Enero de 2017). *BCE*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Carreño, A. (2009). Medición de la Calidad, la eficiencia y productividad en Hospitales Públicos de tercer nivel de atención en Bogotá 2008. *Revista Universidad y Empresa*, 203-222. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=187214467007>
- Choquehuayta Vilca, S. (27 de Mayo de 2016). *Universidad Cesar Vallejo*. Obtenido de Academia:
http://www.academia.edu/9684413/COMPONENTES_DEL_ESTUDIO_DE_FACTIBILIDAD_DE_UN_PROYECTO
- CreaciónEmpresas. (14 de Febrero de 2010). *Camara de Santa Cruz*. Obtenido de Camara de Santa Cruz : <http://www.creacionempresas.com/plan-de-viabilidad/que-es-un-plan-de-empresa-viabilidad/plan-economico-y-financiero>
- Dávila, D. S. (18 de Agosto de 2011). *Universidad Técnica Particular de Loja*. Obtenido de Universidad Técnica Particular de Loja:
<http://es.slideshare.net/videoconferencias/marketing-para-los-servicios-de-salud>

- Esparza, A. (01 de Marzo de 2008). *uqroo*. Obtenido de uqroo:
<http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/Lec3-%20Estudio%20tecnico.pdf>
- Facultad de Economía UNAM. (31 de Julio de 2010). *Economía UNAM*. Obtenido de Economía UNAM: <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>
- Ferrer, J., de Andrade, P., Nicuesa, M., Ucha, F., Yanover, D., & Bembibre, C. (20 de Agosto de 2016). *Definición ABC*. Obtenido de Definición ABC:
<http://www.definicionabc.com/ciencia/metodo-deductivo.php>
- Formulacion y Evaluacion de Proyectos. (24 de Junio de 2011). *Blog*. Obtenido de Blog:
<http://proyectos-ittla.blogspot.com/2011/06/33-analisis-de-la-demanda.html>
- Franco, M., & Urbano, D. (18 de Enero de 2010). *Scielo*. Obtenido de Scielo:
<http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v26n114/v26n114a05.pdf>
- González, N., Elvira, L., Celaya, R., & Beltrán, N. (27 de Mayo de 2010). *itson*. Obtenido de itson:
http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudio_financiero.pdf
- Gutiérrez, J., & Llanos, M. (15 de Junio de 2009). *Universidad Nacional Federico Villareal*. Obtenido de Universidad Nacional Federico Villareal:
<https://proyectosinversion.files.wordpress.com/2009/06/estudio-tecnico-ingenieria-de-proyectos.pdf>
- Looréns, F. J. (2012). Un análisis de la importancia relativa que tienen las dimensiones de la calidad de servicios en la percepción del cliente. *Cuadernos de Ciencias Económicas y Empresariales*, 35-45. Obtenido de <http://cuadernos.uma.es/pdfs/pdf374.pdf>
- Martínez, A. (04 de Diciembre de 2009). *Ciencias Empresariales y Economía*. Obtenido de Ciencias Empresariales y Economía: <http://cienciasempresariales.info/inversion-bienes-equipo/>
- Martínez, B., Patiño, E., & Acevedo, E. (11 de Abril de 2010). *Universidad del Atlántico*. Obtenido de Universidad del Atlántico:
<http://es.slideshare.net/bmartinezangarita/estudio-tecnico-f-de-proyectos>
- Martínez, G. M., & Ayala, A. (19 de 09 de 2007). *Factibilidad para la Creacion de una Distribuidora de Material Medico Quirurgico en la ciudad de Bucaramanga*. Tesis de Grado, Universidad Industria de Santander, Bucaramanga. Recuperado el 26 de Junio de 2016, de
<http://repositorio.uis.edu.co/jspui/bitstream/123456789/11186/2/124839.pdf>
- Medrano, R. (06 de Marzo de 2014). *Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrión*. Obtenido de Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrión2:
<http://es.slideshare.net/GonzaloMurria/proy-3raslocalizacion>
- Mendés, J., & Cuvero, S. (2014). *Plan de Negocios para una Empresa de Importación Comercialización de Equipo e Insumos Médicos y Odontológicos*. Tesis de Grado, Cuenca. Recuperado el 26 de Junio de 2016, de
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/20242/1/TESIS.pdf>

- Metodología de la Investigación . (03 de Marzo de 2013). *Google sites*. Obtenido de Google Sites: <https://sites.google.com/site/51300008metodologia/caracteristicas-cualitativa-cuantitativa>
- Miranda, J. J. (08 de Abril de 2001). *GestioPolis*. Obtenido de GestioPolis: <http://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>
- Morales, J., Osorio, L., Sayas, R., & Serpa, K. (12 de Abril de 2010). *Universidad del Atlántico*. Obtenido de Universidad del Atlántico: <http://es.slideshare.net/luiseduardo/estudio-legal-y-organizacional>
- Muñiz, R. (15 de Enero de 2016). *Marketing*. Obtenido de Marketing: <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-producto-34.htm>
- Ochoa, C. (08 de Abril de 2015). *Netquest*. Obtenido de Netquest: <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-probabilistico-muestreo-aleatorio-simple>
- Pérez, J., & Merino, M. (31 de Julio de 2008). *Definiciones*. Obtenido de Definiciones: <http://definicion.de/metodo-deductivo/>
- Pérez, N. (21 de Marzo de 2012). *Gereencia de Proyecto UMA*. Obtenido de Gereencia de Proyecto UMA: <https://sites.google.com/site/gerenciadeprojectouma/semestre-i/factibilidad-tecnica-y-operacional>
- Philip, K., & Armstrong, G. (2012). Administración de la información de marketing para conocer a los clientes. En K. Philip, & G. Armstrong, *Marketing* (decimocuarta ed.). Copyright Pearson Educación.
- Rivadeneira, D. (28 de Marzo de 2012). *Empresa y Actualidad*. Obtenido de Empresa y Actualidad: <http://empresactualidad.blogspot.com/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html>
- Rosillón, A. N. (8 de Diciembre de 2009). *Scielo*. Obtenido de Scielo: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842009000400009
- Sáez, A., Haro, A., & Caba, M. (18 de Junio de 2014). *Scielo*. Obtenido de Scielo: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2248-60462014000200005&lang=pt
- Salazar, B. (Agosto de 16 de 2012). *Ingeniería Industrial on line*. Obtenido de Ingeniería Industrial on line: <http://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/producci%C3%B3n/costos-de-producci%C3%B3n/>
- Santos, T. S. (18 de Noviembre de 2008). *eumed.net*. Obtenido de eumed.net: <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>
- Sapag, N., & Sapag, R. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos* (Quinta ed.). Bogotá: McGrawHill.
- Shuttleworth, M. (15 de Octubre de 2010). *Explorable*. Obtenido de Explorable: <https://explorable.com/es/diseño-de-investigación-descriptiva>

- SRI. (27 de Marzo de 2012). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de Servicio de Rentas Internas: <http://www.sri.gob.ec/de/135>
- Thompson, I. (15 de Junio de 2008). *PromonegocioS.net*. Obtenido de PromonegocioS.net: <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
- Tomás, M., Taboada, M., & Toledo, M. (27 de Mayo de 2004). *Scielo*. Obtenido de Scielo: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-81042004000100023&lang=pt
- Ugalde, A., & Homedes, N. (24 de Abril de 2007). *Scielo*. Obtenido de Scielo: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-82652007000100003&lang=pt
- Valores, L. d. (20 de Enero de 2015). *Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros*. Obtenido de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros: http://appscvs.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/images/guias/cons_elec/MANUAL_USUARIO_CONSTITUCION_ELECTRONICA_NOTARIOS.pdf

ANEXOS

Anexo 1.



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS

ENCUESTA PARA PERSONAL MÉDICO

Estimados encuestados, la presente tiene la finalidad de recabar información importante sobre las características de la demanda, de una comercializadora de productos e insumos en la ciudad de Esmeraldas, la misma permitirá elaborar un análisis de mercado. En virtud de lo anteriormente dicho se le agradece de antemano la atención y el tiempo prestado. Por favor conteste con toda la honestidad del caso muchas GRACIAS.

Datos Generales

NOMBRE: _____ EDAD: _____

Nº DE CEDULA: _____ SEXO: M ___ F _____

1.- ¿Conoce Ud. La existencia de una comercializadora de productos e insumos médicos en la ciudad de Esmeraldas?

SI NO

2.- ¿En qué ciudad usted compra sus productos e insumos médicos?

3.- ¿Le agradaría la idea de que en la ciudad de Esmeraldas, se establezca una comercializadora de productos e insumos médicos?

SI NO.

4.- ¿Cuáles de los productos e insumos médicos considera más necesarios al momento de comprar?

Insumos Quirúrgicos	<input type="checkbox"/>	Productos para Rehabilitación	<input type="checkbox"/>
Mobiliario Hospitalario	<input type="checkbox"/>	Productos para Laboratorio	<input type="checkbox"/>
Uniformes	<input type="checkbox"/>	Otro:	

5.- ¿Con qué frecuencia adquiere productos e insumos médicos?

Una vez a la semana	<input type="checkbox"/>	Una vez al mes.	<input type="checkbox"/>
Dos veces al mes	<input type="checkbox"/>	Una vez a año	<input type="checkbox"/>
Cada seis meses	<input type="checkbox"/>		

6.- ¿Qué considera importante al momento de recibir un producto e insumos médicos?

Calidad.	<input type="checkbox"/>	Entrega a Domicilio	<input type="checkbox"/>
Precio.	<input type="checkbox"/>	Resistencia.	<input type="checkbox"/>
Pronta Entrega.	<input type="checkbox"/>	Garantía.	<input type="checkbox"/>

7.- ¿Por qué medios de comunicación le gustaría recibir información del stock de productos e insumos médicos?

Internet.

Televisión.

Prensa Escrita.

8.- ¿Qué medio de pago utilizaría?

Efectivo.

Tarjeta de Crédito.

Dinero Electrónico.

Cheques.

Otros _____

9.- ¿En qué sector de la ciudad considera adecuado para su ubicación?

Centro.

Norte.

Sur.

10.- ¿Cuánto paga por los insumos y productos médicos?

\$0,00-100 \$301-\$400

\$101-\$200

\$201-\$300 \$401 más

11.- ¿Qué posibilidad existe en que recomiende la comercializadora?

Probable

Poco Probable

No la Recomendaría

Anexo 2.



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

SEDE ESMERALDAS

ENTREVISTA A COMPETENCIA PASIVA

Estimados entrevistados, la presente tiene la finalidad de recabar información importante sobre las características de la oferta, de una comercializadora de productos e insumos en la ciudad de Esmeraldas, la misma permitirá elaborar un análisis de mercado. En virtud de lo anteriormente dicho se le agradece de antemano la atención y el tiempo prestado. Por favor conteste con toda la honestidad del caso, muchas GRACIAS.

- 1.- ¿Cuáles son sus ingresos aproximados mensuales del negocio?
- 2.- ¿Qué estrategias de venta aplica?
- 3.- ¿Cuál es la rotabilidad del inventario de sus productos?
- 4.- ¿Quiénes son sus proveedores o en qué ciudad están ubicados?
- 5.- ¿Cuál es el producto más vendido?

Anexo 3.

COMPETENCIA PASIVA.

CARACTERÍSTICAS DEL COMPETIDOR N° 1	
Tipo de Negocio	Venta al por menor de productos ortopédicos.
Nombre del Establecimiento	Su Alternativa
Nombre del Propietario	Jenny Izurieta Rodríguez
Tamaño	Pequeño
Ubicación del Establecimiento	Cantón Esmeraldas, Colón y Morona frente al IESS.
Nivel de ventas estimadas	\$195,00 mensual
Productos más vendidos	Bastones y Muletas.
Rango de precios	\$6,25-\$100,00
Trabajadores	1 persona (PROPIETARIA)
Horario de Atención	10:00am-18:00
Estrategias de Ventas	Las ventas son al por menor, su forma de pago es en únicamente en efectivo.

CARACTERÍSTICAS DEL COMPETIDOR N° 2	
Tipo de Negocio	Venta al por menor de productos ortopédicos.
Nombre del Establecimiento	Ortomedical
Nombre del Propietario	M. Eugenia Bracero Granda
Tamaño	Mediano
Ubicación del Establecimiento	Cantón Esmeraldas, Juan Montalvo y Bolívar.
Nivel de ventas estimadas	\$1.600,00 mensual
Productos más vendidos	Bastones, Muletas y Fajas
Rango de precios	\$3,00-\$225,00
Trabajadores	1 persona (PROPIETARIA)
Horario de Atención	09:00am-12:30pm / 14:00pm-17:30pm
Estrategias de Ventas	Las ventas son al por menor, su forma de pago es en únicamente en efectivo.

ORTOMEDICAL
 CENTRO DE ORTOPEDIA Y MEDICINA ALTERNATIVA
 FAJAS - SPLIT - BRACE - FERULAS
 CABESTRILLOS - COLLARINES
 CORRECTOR DE ESPALDAS
 RODILLERAS - MULETAS
Local #4

WhatsApp 0967732869
 Celular 0969685323 ofic. 062 722 774
 Email: braceromaria064@gmail.com

JMOcean Avenue
 JMOcean Avenue, Consultor Independiente
CALZADO ORTOPEDICO

Anexo 4.

PROVEEDORES

N°	PROVEEDOR	PRODUCTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO
1	Instruequipos	Productos e Insumos médicos	Ambato: Av. Las Américas 0159 y González Suarez	032826052 0998433574
2	El Galeno	Uniformes e instrumentaría médica	Quito: San Gregorio y Av. 10 de Agosto	023216073 0984055836
3	Vestimed	Uniformes médicos	Guayaquil: Av. Libertador y Av. Delta	042398622 0994138482
4	MedClothes	Uniformes médicos	Quito: Av. Eloy Alfaro y Suiza	022451308

Anexo 5.

ADQUISICIÓN DE MERCADERÍA

PRODUCTOS E INSUMOS	% DE ADQUISICIÓN	COSTO
UNIFORMES	25,48%	\$ 2.151,97
INSUMOS QUIRÚRGICOS	35,92%,	\$ 3.033,71
PRODUCTOS PARA LABORATORIO	22,57%	\$ 1.906,20
PRODUCTOS PARA REHABILITACIÓN	16,03%	\$ 1.353,85
TOTAL	100%	\$ 8.445,73

PRODUCTOS E INSUMOS	REUSABLES	DESCARTABLES
UNIFORMES	\$ 1.316,55	\$ 835,42
INSUMOS QUIRÚRGICOS	\$ 2.058,11	\$ 975,60
PRODUCTOS PARA LABORATORIO	\$ 671,05	\$ 1.235,15
PRODUCTOS PARA REHABILITACIÓN	\$ 1.129,00	\$ 224,85
TOTAL	\$ 5.174,71	\$ 3.271,02

Anexo 6.

DEPRECIACIONES

CUENTA:	EQUIPOS INFORMÁTICOS Y TECNOLÓGICOS		
COSTO:	\$ 1.329,88		
VIDA ÚTIL:	3	(1º--3º AÑO)	
DEPREC. ANUAL:	\$ 443,29		
VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBRO
0			\$ 1.329,88
1	\$ 443,29	\$ 443,29	\$ 886,59
2	\$ 443,29	\$ 886,59	\$ 443,29
3	\$ 443,29	\$ 1.329,88	\$ -

CUENTA:	EQUIPOS INFORMÁTICOS Y TECNOLÓGICOS		
COSTO:	\$ 1.377,76		
VIDA ÚTIL:	3	(4º--6º AÑO)	
DEPREC. ANUAL:	\$ 459,25		
VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBRO
0			\$ 1.377,76
1	\$ 459,25	\$ 459,25	\$ 918,50
2	\$ 459,25	\$ 918,50	\$ 459,25
3	\$ 459,25	\$ 1.377,76	\$ -

CUENTA:	EQUIPOS INFORMÁTICOS Y TECNOLÓGICOS		
COSTO:	\$ 1.427,35		
VIDA ÚTIL:	3	(7º--9º AÑO)	
DEPREC. ANUAL:	\$ 475,78		
VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBRO
0			\$ 1.427,35
1	\$ 475,78	\$ 475,78	\$ 951,57
2	\$ 475,78	\$ 951,57	\$ 475,78
3	\$ 475,78	\$ 1.427,35	\$ -

CUENTA:	EQUIPOS INFORMÁTICOS Y TECNOLÓGICOS		
COSTO:	\$ 1.478,74		
VIDA ÚTIL:	3	(10º--12º AÑO)	
DEPREC. ANUAL:	\$ 492,91		
VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBRO
0			\$ 1.478,74
1	\$ 492,91	\$ 492,91	\$ 985,83
2	\$ 492,91	\$ 985,83	\$ 492,91
3	\$ 492,91	\$ 1.478,74	\$ -

CUENTA:	MUEBLES Y ENSERES		
COSTO:	\$ 1.633,80		
VIDA ÚTIL:	10		
DEPREC. ANUAL:	\$ 163,38		
VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBRO
0			\$ 1.633,80
1	\$ 163,38	\$ 163,38	\$ 1.470,42
2	\$ 163,38	\$ 326,76	\$ 1.307,04
3	\$ 163,38	\$ 490,14	\$ 1.143,66
4	\$ 163,38	\$ 653,52	\$ 980,28
5	\$ 163,38	\$ 816,90	\$ 816,90
6	\$ 163,38	\$ 980,28	\$ 653,52
7	\$ 163,38	\$ 1.143,66	\$ 490,14
8	\$ 163,38	\$ 1.307,04	\$ 326,76
9	\$ 163,38	\$ 1.470,42	\$ 163,38
10	\$ 163,38	\$ 1.633,80	\$ -

CUENTA:	EQUIPOS DE OFICINA		
COSTO:	\$	677,97	
VIDA ÚTIL:		10	
DEPREC. ANUAL:	\$	67,80	
VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBRO
0			\$ 677,97
1	\$ 67,80	\$ 67,80	\$ 610,17
2	\$ 67,80	\$ 135,59	\$ 542,38
3	\$ 67,80	\$ 203,39	\$ 474,58
4	\$ 67,80	\$ 271,19	\$ 406,78
5	\$ 67,80	\$ 338,99	\$ 338,99
6	\$ 67,80	\$ 406,78	\$ 271,19
7	\$ 67,80	\$ 474,58	\$ 203,39
8	\$ 67,80	\$ 542,38	\$ 135,59
9	\$ 67,80	\$ 610,17	\$ 67,80
10	\$ 67,80	\$ 677,97	\$ -

CUENTA:	MAQUINARIAS Y EQUIPOS		
COSTO:	\$	3.262,79	
VIDA ÚTIL:		10	
DEPREC. ANUAL:	\$	326,28	
VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBRO
0			\$ 3.262,79
1	\$ 326,28	\$ 326,28	\$ 2.936,51
2	\$ 326,28	\$ 652,56	\$ 2.610,23
3	\$ 326,28	\$ 978,84	\$ 2.283,95
4	\$ 326,28	\$ 1.305,12	\$ 1.957,67
5	\$ 326,28	\$ 1.631,40	\$ 1.631,40
6	\$ 326,28	\$ 1.957,67	\$ 1.305,12
7	\$ 326,28	\$ 2.283,95	\$ 978,84
8	\$ 326,28	\$ 2.610,23	\$ 652,56
9	\$ 326,28	\$ 2.936,51	\$ 326,28
10	\$ 326,28	\$ 3.262,79	\$ -

CUENTA:	OTROS ACTIVOS (RÓTULO)		
COSTO:	\$ 500,00		
VIDA ÚTIL:	5	(1º--5º AÑO)	
DEPREC. ANUAL:	\$ 100,00		
VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBRO
0			\$ 500,00
1	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 400,00
2	\$ 100,00	\$ 200,00	\$ 300,00
3	\$ 100,00	\$ 300,00	\$ 200,00
4	\$ 100,00	\$ 400,00	\$ 100,00
5	\$ 100,00	\$ 500,00	\$ -

CUENTA:	OTROS ACTIVOS (RÓTULO)		
COSTO:	\$ 518,00		
VIDA ÚTIL:	5	(6º--10º AÑO)	
DEPREC. ANUAL:	\$ 103,60		
VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBRO
0			\$ 518,00
1	\$ 103,60	\$ 103,60	\$ 396,40
2	\$ 103,60	\$ 207,20	\$ 292,80
3	\$ 103,60	\$ 310,80	\$ 189,20
4	\$ 103,60	\$ 414,40	\$ 85,60
5	\$ 103,60	\$ 518,00	\$ -


AMORTIZACIÓN

TABLA DE AMORTIZACIÓN GRADUAL					
MÉTODO		CUOTA FIJA			
CAPITAL	22.779,97	PAGO CADA		1	12 MESES
TASA DE INTERÉS ANUAL		10,00%	PERIODOS		60
PLAZO		5	AÑOS		
PAGOS ANUALES		12	INTERÉS	0,83%	MENSUAL
PAGO PERIÓDICO					484,01
PERIODO	PAGO PERIÓDICO		INTERÉS PAGADOS	CAPITAL PAGADO	SALDO INSOLUTO
0					22.779,97
1	484,01	0,83%	189,83	294,17	22.485,79
2	484,01	0,83%	187,38	296,63	22.189,17
3	484,01	0,83%	184,91	299,10	21.890,07
4	484,01	0,83%	182,42	301,59	21.588,48
5	484,01	0,83%	179,90	304,10	21.284,38
6	484,01	0,83%	177,37	306,64	20.977,74
7	484,01	0,83%	174,81	309,19	20.668,55
8	484,01	0,83%	172,24	311,77	20.356,78
9	484,01	0,83%	169,64	314,37	20.042,41
10	484,01	0,83%	167,02	316,99	19.725,43
11	484,01	0,83%	164,38	319,63	19.405,80
12	484,01	0,83%	161,71	322,29	19.083,51
TOTAL	5.808,08	10,00%	2.111,62	3.696,46	
13	484,01	0,83%	159,03	324,98	18.758,53
14	484,01	0,83%	156,32	327,69	18.430,84
15	484,01	0,83%	153,59	330,42	18.100,43
16	484,01	0,83%	150,84	333,17	17.767,26
17	484,01	0,83%	148,06	335,95	17.431,31
18	484,01	0,83%	145,26	338,75	17.092,56
19	484,01	0,83%	142,44	341,57	16.750,99
20	484,01	0,83%	139,59	344,42	16.406,58
21	484,01	0,83%	136,72	347,29	16.059,29
22	484,01	0,83%	133,83	350,18	15.709,11
23	484,01	0,83%	130,91	353,10	15.356,02
24	484,01	0,83%	127,97	356,04	14.999,98
TOTAL	5.808,08	10,00%	1.724,55	4.083,53	
25	484,01	0,83%	125,00	359,01	14.640,97
26	484,01	0,83%	122,01	362,00	14.278,97
27	484,01	0,83%	118,99	365,02	13.913,95

28	484,01	0,83%	115,95	368,06	13.545,90
29	484,01	0,83%	112,88	371,12	13.174,77
30	484,01	0,83%	109,79	374,22	12.800,55
31	484,01	0,83%	106,67	377,34	12.423,22
32	484,01	0,83%	103,53	380,48	12.042,74
33	484,01	0,83%	100,36	383,65	11.659,09
34	484,01	0,83%	97,16	386,85	11.272,24
35	484,01	0,83%	93,94	390,07	10.882,17
36	484,01	0,83%	90,68	393,32	10.488,85
TOTAL	5.808,08	10,00%	1.296,95	4.511,13	
37	484,01	0,83%	87,41	396,60	10.092,25
38	484,01	0,83%	84,10	399,90	9.692,34
39	484,01	0,83%	80,77	403,24	9.289,10
40	484,01	0,83%	77,41	406,60	8.882,51
41	484,01	0,83%	74,02	409,99	8.472,52
42	484,01	0,83%	70,60	413,40	8.059,12
43	484,01	0,83%	67,16	416,85	7.642,27
44	484,01	0,83%	63,69	420,32	7.221,95
45	484,01	0,83%	60,18	423,82	6.798,12
46	484,01	0,83%	56,65	427,36	6.370,77
47	484,01	0,83%	53,09	430,92	5.939,85
48	484,01	0,83%	49,50	434,51	5.505,34
TOTAL	5.808,08	10,00%	824,58	4.983,50	
49	484,01	0,83%	45,88	438,13	5.067,21
50	484,01	0,83%	42,23	441,78	4.625,43
51	484,01	0,83%	38,55	445,46	4.179,97
52	484,01	0,83%	34,83	449,17	3.730,80
53	484,01	0,83%	31,09	452,92	3.277,88
54	484,01	0,83%	27,32	456,69	2.821,19
55	484,01	0,83%	23,51	460,50	2.360,69
56	484,01	0,83%	19,67	464,33	1.896,36
57	484,01	0,83%	15,80	468,20	1.428,15
58	484,01	0,83%	11,90	472,11	956,05
59	484,01	0,83%	7,97	476,04	480,01
60	484,01	0,83%	4,00	480,01	-0,00
TOTAL	5.808,08	10,00%	302,74	5.505,34	

Anexo 8.

PROFORMAS



Lo mejor en papelería y tecnología

Av. Colón E4-81 y 9 de Octubre / P.O. Box 17-01-1313
 Telf.: +593 2 3997 500 • Fax: +593 2 2521667
 www.superpaco.com
 QUITO - ECUADOR

Razon Social : PA.CO Comercial e Industrial S.A.
 Direccion : AV.COLON E4-81 Y AV.9DE OCTUBRE
 Almacen : PA-CO ESMERALDAS
 Direccion : AV. PEDRO VICENTE MALDONADO S/N Y JULIO ESTUPINAN
 Telefonos : 614419 0
 QUITO

PROFORMA : 030-002-000004302
 RUC : 1790040275001
 CONTRIBUYENTE ESPECIAL Resol.: 5388 del 02/06/1995
 Fecha : 26 DE NOVIEMBRE DEL 2016
 Fecha Entrega: DE MES: DEL
 Emision Sist.: 16/11/26 14:50:26
 No. Control : 17-PR-00004302
 Cliente : 9999 GABRIELA AGUILAR
 Direccion : ATACAMES No:
 Telefono : 0992940774 Ciudad :
 RUC/Cedula : 1803653136

Pagina: 1 de 1

Pedido: (17-PR-0000000) Vendedor: 999-GENERAL Usuarios: aparraga Autoriza: rtilleria

SC.COD.	BARRAS	PRODUCTO/REFERENCIA	MARCA	CANTIDAD	UNI	T.PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	OBSE.
1	0000000471541	CPU SLIM SMOCEL.MALSLW INT CELERON 4GB 1 SPEEDMIND TO WINDOWS 10		1.00	UN	393.86000	393.86	
2	0485417056583	INTEL CELERON J1800 4GB 1TB DVD HDM CARD READER TECLADO,MOUSE,BAR/LANTES WINDOWS 10GL, INCLUDE MOUSE TECLADO USB AXIPHA 1600X900 TECNOLOGIA LED, 19,5 PULGADAS, WIDE SCREEN, RESOLUCION MAXIMA 1600X900		1.00	UN	129.00000	129.00	

CONTRIBUYENTES ESPECIALES
NO RETENER I.V.A.

Esta proforma tiene validez solo con el nombre, firma del vendedor y sello de PA.CO Comercial e Industrial S.A.
 En el caso de existir cambios de precios por nuestros proveedores y/o modificaciones cambiarias oficiales que afecten al costo de la mercadería, nos veremos obligados a actualizar precios en el momento de la facturación previo su conocimiento.
 VALIDEZ OFERTA: 8 DIAS

SUBTOTAL :	522.86
TARIFA 0%:	.00
TARIFA 12%:	522.86
I V A 12%:	62.74
T O T A L \$:	585.60

FIRMA CLIENTE

N° de Cédula de Identidad



INDUMASTER S.A.
LA ARQUITECTURA DEL MUEBLE

Indumaster S.A. fabrica y comercializa productos elaborados con maquinaria y materia prima que cumple con las siguientes normas y certificaciones internacionales



RUC.: 1390140858001

PLANTA INDUSTRIAL: Km 5 1/2 Vía Maná - Montecristi

Tel.: (05) 3700875 / 0991247867

Montecristi - Manabí - Ecuador

COTIZACION 0338

SEÑORES: **GABRIELA AGUILAR MOLINA**

RUC: **1803653136**

DIR: **ATACAMES**




CORREO: **paitog5@hotmail.com**

FORMA DE PAGO: **CONTADO**

VALIDEZ 10 DIAS

FECHA: **25/11/2016**

TELEF: **0992940774**

CANT.	DESCRIPCION	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	COMBO ESCRITORIO + SILLA Y BOTA PAPEL OFERTA DEL MES 	\$ 200,00	\$ 200,00
1	ESTANTERIA METALICA DE 6 PANELES MEDIDAS 200*100*30 	\$ 134,31	\$ 134,31
1	GONDOLA LATERAL DE 4 PANELES LADO A LADO 165* 100-105* 82 	\$ 324,68	\$ 324,68
TOTAL		\$ 658,99	\$ 658,99

GRACIAS POR PREFERIR LO NUESTRO

PRODUCTO 100% ECUATORIANO

PAGO EN EFECTIVO

LUCIA QUIÑONEZ SAMANIEGO

EJECUTIVA DE VENTAS

0990181194/2452172

lucyjq@hotmai.com lucia.quinonez@indumaster.com.ec

PRECIOS INCLUIDOS IVA

PAGO EN CHEQUE AL DIA O EFECTIVO CON 10% DESC/ NO SE APLICAN EN OFERTAS



ecuador
ama la vida

GUAYAS

•GUAYAQUIL NORTE: (04) 2626779 - 2628310
•GUAYAQUIL URDESA: (04) 2389093 - 2389091
•GUAYAQUIL URDENOR: (04) 2922806

MANABI

•MONTECRISTI: 53700 875
•MANTA: (05) 2611667 - 2629483 - 2611223
2612311 - 2628263
•PORTOVIEJO: (05) 2633913 - 2655337
2655335 - 2655336

ESMERALDAS

•ESMERALDAS: (06) 2452172
LOS RIOS
•QUEVEDO: (05) 2761742 - 2753339

EL ORO

•MACHALA: (07) 2955699
SANTO DOMINGO
•Local #1: (02) 2750447
•Local #2: (02) 3700 336

SANTA ELENA

•LA LIBERTAD: (04) 2786755 - 2786942

www.indumaster.com.ec