



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS**

**ESTUDIOS DE LA FACTIBILIDAD PARA LA CREACIONN DE UNA EMPRESA  
DISTRIBUIDORA DE LENCERIA HOSPITALARIA EN LA CIUDAD DE  
LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI PERIODO 2015-2016**

**PROYECTO DE INVERSION PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS**

**AUTOR: MOROCHO CALO SILVIA DEL ROCIO**

**TUTOR ECONOMISTA ERAZO JESSICA**

**Quito, Mayo, 2016**

## DECLARATORIA

Yo, MOROCHO CALO SILVIA DEL ROCIO portadora de la C.I. 050299830-5, declaro que el proyecto es absolutamente original, auténtico, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

---

Morocho Calo Silvia del Rocío

C.I.: 050299830-5

## CESIÓN DE DERECHOS

Yo, MOROCHO CALO SILVIA DEL ROCIO portadora de la C.I. 050299830-5 alumna de la Escuela de Salud, Carrera de Administración de Boticas y Farmacias, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi proyecto en favor al Instituto Tecnológico Superior Cordillera

---

Morocho Calo Silvia del Rocío  
C.I.: 050299830-5

## AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios, por darme la oportunidad de tener vida, salud.

Por haber guiado cada uno de mis pasos en todo el proceso desde el día que llegue hasta el día de hoy, mis más sinceros agradecimientos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera, a todos los docentes que durante mi periodo han sabido no solo implantar sus conocimientos si no los valores para ser una mejor persona en la sociedad.

A mi madre María Calo por haberme enseñado a luchar y apoyarme en cada momento, por todo su esfuerzo dedicación y por todo el amor que me ha entregado.

## DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico a mi Madre, mi Padrino que siempre han estado pendientes inculcándome valores y encaminando mi vida para que sea una persona de bien, en base a sus ejemplos de vida y lucha han sido los pilares que me han ayudado a crecer.

A mis hermanos que a la distancia siempre me han hecho compañía y me han demostrado apoyo incondicional.

A mi tutora y lector que ha tenido la paciencia y buena disposición en brindarme su apoyo no solo en este último periodo de mi vida estudiantil, sino durante todo el camino.

## ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA .....	I
CESIÓN DE DERECHOS .....	II
AGRADECIMIENTO .....	III
DEDICATORIA .....	IV
ÍNDICE GENERAL .....	V
ÍNDICE DE TABLAS .....	IX
ÍNDICE DE FIGURAS .....	XI
RESUMEN .....	XII
ABSTRACT .....	XIII
<b>CAPITULO I .....</b>	<b>1</b>
1.01 JUSTIFICACION .....	1
1.02 ANTECEDENTES.....	3
<b>CAPITULO II .....</b>	<b>4</b>
2.01 ANÁLISIS EXTERNO .....	4
2.01.01 Factor Económico.....	4
2.01.02 Inflación.....	4
2.01.03 Producto Interno Bruto (PIB).....	6
2.01.04 Tasa de Interés.....	7
2.01.04.01 Tasa de Interés Activa .....	7
2.01.05 Tasa de Interés Pasiva.....	9
2.01.06 Factor Social .....	10
2.01.06.01 Población.....	10
2.01.06.02 Población Económicamente Activa .....	12
2.01.06.03 Pobreza .....	13
2.01.07 Aspectos Legales.....	14
2.01.07.01 Requisitos de Apertura.....	15
2.01.08 Entorno Local.....	17
2.01.08.01 Fuerzas Competitivas de Porter .....	17
2.01.08.01.02 Peligro de nuevos competidores.....	18
2.01.08.01.03 Peligro de Introducción de Productos Sustitutos .....	18
2.01.08.01.04 Poder de Negociación de Proveedores.....	19
2.01.08.01.05 Poder de Convenio de los Consumidores .....	19
2.02 Análisis Interno .....	19

2.02.01 Filosofía Institucional .....	19
2.02.01.01 Nombre del Local .....	20
2.02.01.02 Misión .....	20
2.02.01.03 Visión .....	20
2.02.01.04 Objetivos .....	20
2.02.01.05 Slogan y Logo .....	21
2.02.01.06 Gestión Administrativa .....	21
2.02.01.06.01 <i>Tecnólogo en Administración</i> .....	22
2.02.01.06.02 <u>Fuerza de Venta</u> .....	23
2.02.02 Análisis FODA .....	23
2.02.02.01 Matriz de Análisis MEFI .....	25
2.02.02.02 Matriz de Análisis MEFE .....	26
2.02.02.03 Matriz de Análisis MAFE .....	27
<b>CAPITULO III .....</b>	<b>28</b>
3.01 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR .....	28
3.01.01 <i>Determinación de la Población y Muestra</i> .....	28
3.01.01.01 Muestra .....	28
3.01.01.02 Obtención de la Información .....	29
3.01.02 <i>Análisis e Interpretación</i> .....	30
3.02 OFERTA .....	41
3.02.01 <i>Oferta histórica</i> .....	41
3.02.02 <i>Oferta Actual</i> .....	42
3.02.03 <i>Oferta Proyectada</i> .....	43
3.03 DEMANDA .....	43
3.03.01 <i>Demanda Histórica</i> .....	44
3.03.02 <i>Demanda Actual</i> .....	44
3.03.03 <i>Demanda Proyectada</i> .....	45
3.04 BALANCE OFERTA DEMANDA .....	46
<b>CAPITULO IV .....</b>	<b>48</b>
4.01 TAMAÑO DEL PROYECTO .....	48
4.01.01 <i>Capacidad Instalada</i> .....	48
4.01.02 CAPACIDAD ÓPTIMA .....	48
4.01.02.01 Número de Trabajadores .....	49
4.01.02.02 Rol de Pagos .....	50
4.01.02.03 Rol de Provisiones Sociales .....	50
4.02 LOCALIZACIÓN .....	52
4.02.01 <i>Macro Localización</i> .....	52
4.02.02 <i>Micro Localización</i> .....	53
4.02.03 <i>Localización Óptima</i> .....	54
4.02.04 <i>Meso Localización</i> .....	54
4.03 INGENIERÍA DEL PRODUCTO .....	55
4.03.01 <i>Definición Bienes y Servicios</i> .....	55
4.03 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA .....	56
4.03.02.01 Área de Almacenamiento .....	56

4.03.02.02 Área de Administración.....	57
4.03.03 Proceso de Comercialización.....	57
4.03.04 Maquinaria y Equipo.....	58
4.03.04.01 Maquinaria.....	58
4.03.04.02 Equipos.....	58
4.03.05 Aspecto Legal.....	60
<b>CAPITULO V.....</b>	<b>61</b>
5.01 INGRESOS.....	61
5.01.01 Ingresos Operacionales.....	61
5.01.02 Ingresos no Operacionales.....	62
5.02 COSTOS.....	62
5.02.01 Costos Directos.....	62
5.02.02 Costos Indirecto.....	63
5.02.03 Gastos Administrativos.....	63
5.02.03.01 Rol de Pagos.....	64
5.02.03.02 Depreciación de Activos.....	65
5.02.04 Gastos Financieros.....	66
5.02.05 Gastos de Ventas.....	68
5.03 INVERSIÓN DE PROYECTO.....	69
5.03.01 Activos Fijos.....	69
5.03.02 Otros Activos.....	70
5.03.03 Capital de Trabajo.....	70
5.03.04 Estado de Situación Inicial.....	71
5.03.05 Fuentes de Financiamiento.....	71
5.04 PRONOSTICO FINANCIERO.....	72
5.04.01 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	73
5.04.02 Caja de Flujo.....	74
5.04.03 Punto de Equilibrio.....	75
5.05 EVALUACIÓN FINANCIERA.....	77
5.05.01 Tasa Mínima de Retorno T (MAR).....	77
5.05.02 Valor Actual Neto.....	77
5.05.03 Tasa Interna de Retorno.....	78
5.05.04 Razón Costo Beneficio.....	78
5.05.04 Periodo de Retorno Internos (PRI).....	79
5.05.05 Margen Bruto.....	80
<b>CAPITULO VI.....</b>	<b>81</b>
6.01 IMPACTO AMBIENTA.....	81
6.02 IMPACTO SOCIAL.....	82
6.03 IMPACTO ECONÓMICO.....	82
<b>CAPITULO VII.....</b>	<b>83</b>
7.01 COLCLUSIONES.....	83
7.02 RECOMENDACIONES.....	85

---

<b>ANEXOS.....</b>	<b>86</b>
ANEXO 1.....	86
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....</b>	<b>99</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>TABLA N° 1</b> INFLACIÓN DESDE EL 2011 – 2015 .....	5
<b>TABLA N° 2</b> INFLACIÓN DESDE EL 2011 – 2015 .....	6
TABLA N° 3 TASA DE INTERÉS ACTIVA DESDE EL 2011 – 2015 .....	8
TABLA N° 4 TASA DE INTERÉS PASIVA DESDE EL 2011 – 2015 .....	9
TABLA N° 5 POBLACIÓN ECUATORIANA .....	11
TABLA N° 6 PEA.....	12
TABLA N° 7 POBREZA.....	13
TABLA N° 8 POBREZA DESDE EL 2011 – 2015. ....	14
TABLA N° 9 ANÁLISIS FODA.....	24
TABLA N° 10 MATRIZ MEFI .....	25
TABLA N° 11 MATRIZ MEFE .....	26
TABLA N° 12 MATRIZ MAFE.....	27
TABLA N° 13 PREGUNTA 1 .....	30
TABLA N° 14 PREGUNTA 2 .....	31
TABLA N° 15 PREGUNTA 3 .....	32
TABLA N° 16 PREGUNTA 4 .....	33
TABLA N° 17 PREGUNTA 5 .....	34
TABLA N° 18 PREGUNTA 6 .....	35
TABLA N° 19 PREGUNTA 7 .....	36
TABLA N° 20 PREGUNTA 8 .....	37
TABLA N° 21 PREGUNTA 9 .....	38
TABLA N° 22 PREGUNTA 10 .....	39
TABLA N° 23 PREGUNTA 11 .....	40
TABLA N° 24 OFERTA HISTÓRICA .....	42
TABLA N° 25 OFERTA ACTUAL.....	42
TABLA N° 26 OFERTA PROYECTADA .....	43
TABLA N° 27 DEMANDA HISTÓRICA.....	44
TABLA N° 28 DEMANDA ACTUAL .....	45
TABLA N° 29 BALANCE OFERTA - DEMANDA.....	46
TABLA N° 30 DEMANDA INSATISFECHA.....	46
TABLA N° 31 CAPACIDAD ÓPTIMA .....	49
TABLA N° 32 NUMERO DE TRABADORES .....	50
TABLA N° 33 ROL DE PAGOS ANTES DE AÑO.....	50
TABLA N° 34 ROL DE PAGOS DESPUÉS DEL AÑO .....	50
TABLA N° 35 ROL DE PROVISIONES SOCIALES PRIMER MES .....	51
TABLA N° 36 ROL DE PROVISIONES SOCIALES DESPUÉS DEL AÑO .....	51
TABLA N° 37 ESCALA DE PONDERACIÓN .....	54

TABLA N° 38 PONDERACIÓN DE LOCALES .....	55
TABLA N° 39 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN .....	58
TABLA N° 40 EQUIPOS DE OFICINA .....	59
TABLA N° 41 MUEBLES Y ENSERES .....	59
TABLA N° 42 OTROS EQUIPOS .....	59
TABLA N° 43 INGRESOS OPERACIONALES .....	61
TABLA N° 44 COSTOS DIRECTOS .....	62
TABLA N° 45 COSTOS INDIRECTOS.....	63
TABLA N° 46 GASTOS ADMINISTRATIVOS .....	64
TABLA N° 47 ROL DE PAGOS EMPLEADO.....	64
TABLA N° 48 DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN .....	65
TABLA N° 49 DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE OFICINA .....	65
TABLA N° 50 DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES .....	66
TABLA N° 51 AMORTIZACIÓN.....	68
TABLA N° 52 GASTOS DE VENTAS .....	69
TABLA N° 53 ACTIVOS FIJOS .....	69
TABLA N° 54 OTROS ACTIVOS .....	70
TABLA N° 55 CAPITAL DE TRABAJO .....	70
TABLA N° 56 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL .....	71
TABLA N° 57 FUENTES DE FINANCIAMIENTO .....	71
TABLA N° 58 INDICADORES FINANCIEROS.....	72
TABLA N° 59 PRONOSTICO FINANCIERO.....	72
TABLA N° 60 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS .....	73
TABLA N° 61 IMPUESTO A LA RENTA.....	74
TABLA N° 62 FLUJO DE CAJA .....	74
TABLA N° 63 COSTOS Y GASTOS.....	75
TABLA N° 64 T (MAR) .....	77
TABLA N° 65 VALOR ACTUAL NETO (VAN) .....	77
TABLA N° 66 TASA INTERNA DE RETORNO .....	78
TABLA N° 67 RAZÓN COSTO BENEFICIO .....	79
TABLA N° 68 MARGEN BRUTO .....	80

## ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N° 1 INFLACIÓN DESDE EL 2011 – 2015.....	5
FIGURA N° 2 PRODUCTO INTERNO BRUTO DESDE EL 2011 – 2015.....	6
FIGURA N° 3 TASA DE INTERÉS ACTIVA DESDE EL 2011 – 2015.....	8
FIGURA N° 4 TASA DE INTERÉS PASIVA DESDE EL 2011 – 2015.....	9
FIGURA N° 5 CRECIMIENTO P. ECUATORIANA DESDE EL 2011 – 2015.....	11
FIGURA N° 6 PEA DESDE EL 2011 – 2015.....	12
FIGURA N° 7 LOGO DE LA EMPRESA.....	21
FIGURA N° 8 GESTIÓN ADMINISTRATIVA.....	21
FIGURA N° 9 RESULTADO DE LA ENCUESTA PREGUNTA 1.....	30
FIGURA N° 10 RESULTADO DE LA ENCUESTA PREGUNTA 2.....	31
FIGURA N° 11 RESULTADO DE LA ENCUESTA PREGUNTA 3.....	32
FIGURA N° 12 RESULTADO DE LA ENCUESTA PREGUNTA 4.....	33
FIGURA N° 13 RESULTADO DE LA ENCUESTA PREGUNTA 5.....	34
FIGURA N° 14 RESULTADO DE LA ENCUESTA PREGUNTA 6.....	35
FIGURA N° 15 RESULTADO DE LA ENCUESTA PREGUNTA 7.....	36
FIGURA N° 16 RESULTADO DE LA ENCUESTA PREGUNTA 8.....	37
FIGURA N° 17 RESULTADO DE LA ENCUESTA PREGUNTA 9.....	38
FIGURA N° 18 RESULTADO DE LA ENCUESTA PREGUNTA 10.....	39
FIGURA N° 19 RESULTADO DE LA ENCUESTA PREGUNTA 11.....	40
FIGURA N° 20 MACRO LOCALIZACIÓN RECUPERADO DE CANTONES DE COTOPAXI.....	52
FIGURA N° 21 MICRO LOCALIZACIÓN – CANTÓN LATACUNGA – SECTOR EL SALTO.....	53
FIGURA N° 22 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA.....	54
FIGURA N° 23 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....	56
FIGURA N° 24 PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN.....	57
FIGURA N° 25 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	76

|

## RESUMEN

El siguiente proyecto denominado como “ESTUDIOS DE LA FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE LENCERÍA HOSPITALARIA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI PERIODO 2015-2016”, está basada en la implementación de lencería hospitalaria, para lo cual se determina la factibilidad en base al Estudio de Mercado, el mismo que forma parte de los Proyectos de Inversión, el mismo que ayudara al elevar el desarrollo económico del cantón y de la provincia de Cotopaxi.

A pesar de haber instituciones relacionadas con dicha actividad se busca satisfacer las necesidades de nuevos consumidores, ya que el servicio de Salud sigue expandiéndose a nivel de cantones cercanos.

## ABSTRACT

The next project known as "THE FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF A DISTRIBUTION COMPANY HOSPITAL IN LINGERIE LATACUNGA COTOPAXI PROVINCE PERIOD 2015-2016" is based on the implementation of hospital linen, for which the feasibility is determined based on the market study, the same part of the Investment Projects, the same that will help to raise the economic development of the canton and the province of Cotopaxi.

Despite institutions related to this activity it seeks to meet the needs of new consumers, since the Health Service continues to expand at the level of cantons nearby

## CAPITULO I

### 1.01 JUSTIFICACION

Al ver el incremento de necesidades de las humanidad nos vemos en la obligación de buscar alternativas para satisfacer las mismas, para lo cual la investigación de mercado se lleva a cabo dentro de un proyecto de iniciativa empresarial con el fin de identificar y definir las oportunidades y problemas del mercado, la viabilidad comercial de una actividad económica.

Siendo así el estudio una herramienta que nos va ayudar a buscar información sobre los clientes, la competencia y los movimientos habituales sobre la competencia.

Por ellos hoy en día hemos visto en el mundo entero el gran incremento de enfermedades infectocontagiosas en diferentes áreas, he ahí la importancia en la actualidad de la utilización de lencería hospitalaria, ya que se ha convertido en una barrera de protección no solo para los médicos sino para todo el personal que está presto a brindar servicio a las personas y más aún para las personas para que no empeore y se expanda aún más la infección.

El Ecuador no se encuentra exento de este problema por lo cual se busca generar nuevas industrias con productos de calidad para dejar así la dependencia de exportaciones con el incremento de los impuestos y las salvaguardias los distribuidores se han visto en la obligación de incrementar su precio para el mercado, provocando así molestia e inconformidad en los consumidores.

[De tal manera se convierte en una oportunidad para buscar emprender una distribuidora local, ya que al permitir la comercialización de productos adquiridos fuera de la zona eleva el costo de los insumos y al constatar de la creación de nuevos centros de salud alrededor de la ciudad de Latacunga creados es de vital importancia disminuir el costo de productos necesarios para el trabajo de los especialistas, por esta razón crear una distribuidora de lencería medica no solo disminuiría el precio final si no que ayudaría a los latacungueños para que tengan fuentes de trabajo y disminuiría la migración de la provincia, dándonos a conocer no solo por su gran cultura sino por la gran capacidad y calidad de distribución de los productos entregando confianza con la puntualidad de nuestras.

## 1.02 ANTECEDENTES

Según Solórzano (2014) "Para viabilizar la elaboración del presente proyecto de tesis, ha sido necesario fundamentarse en el procedimiento que recomienda la investigación científica y social; así este trabajo se ha basado en los métodos deductivos, analítico, sistemático, histórico, descriptivo y estadístico". (pág.216).

Se debe tener muy en cuenta la población de sector a donde nos vamos a dirigir puesto que si es relativamente pequeño de debe proceder (Solórzano, 2014), realizando un censo para obtener datos precisos entre demandantes y oferentes.

## CAPITULO II

### 2.01 Análisis Externo

Según Fernández, (2006). El análisis externo, “da lugar a la identificación de amenazas y oportunidades, tanto presentes como potenciales” (pág. 47).

#### 2.01.01 Factor Económico

Son factores los cuales afectará el poder de negociación entre las personas involucradas, tomando en cuenta también el comportamiento del consumidor frente al producto expuesto.

#### 2.01.02 Inflación

Llamamos (Krugman, Wells & Olney, 2007), nivel de precios agregado, a nivel de precios general de todos los bienes y servicios en la economía, esto es, el nivel de

precios de la producción agregada. Cuando este índice sube decimos que han inflación.

(Pág. 362)

**Tabla N° 1** Inflación desde el 2011 – 2015

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

AÑO	INFLACION
2011	5,41%
2012	4,16%
2013	2,70%
2014	3,67%
2015	3,38%



Figura N° Inflación desde el 2011 – 2015.

Elaborado por Silvia Morocho

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

## Análisis

Después de haber comparado los datos de los últimos años, se determina que la inflación en el 2015 es alta, lo cual es una amenaza ya que dificulta las negociaciones entre los clientes, ya que el precio de los productos será elevado, para lo cual se recomienda tener una lista amplia de proveedores para poder buscar el producto adecuado, de calidad y a bajo costo.

### 2.02.03 Producto Interno Bruto (PIB)

Según el Banco Central del Ecuador, (2016), indica que “el PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales, producidos por una economía en un periodo determinado”. (párr. 1).

**Tabla N° 2** Inflación desde el 2011 – 2015

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

AÑOS	PIB %
2011	7,20%
2012	4,20%
2013	6,80%
2014	1,40%
2015	1,20%

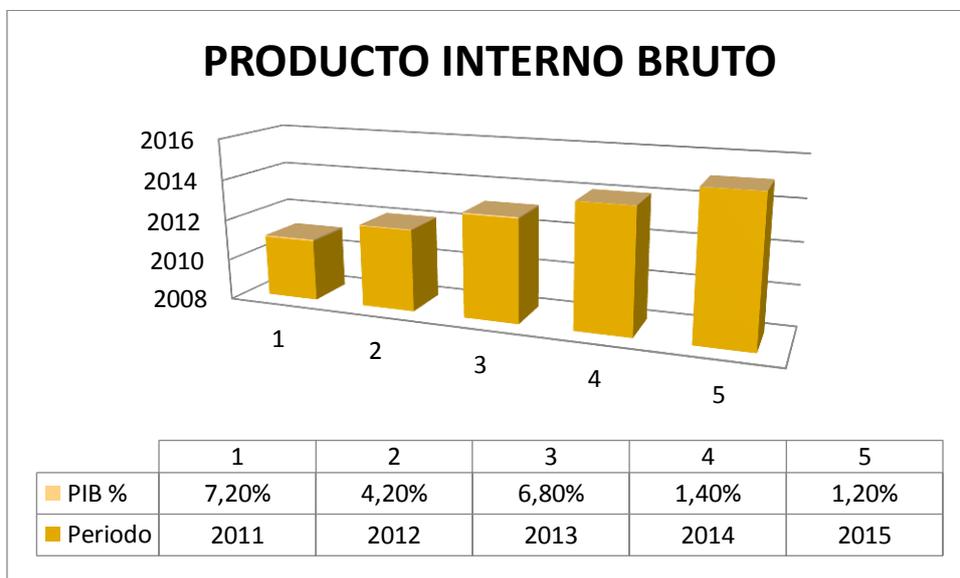


Figura N° 2 *Producto Interno Bruto* desde el 2011 – 2015.

Elaborado por Silvia Morocho

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

Análisis:

Tomando en cuenta el decremento previsto para el año 2015 en un 1.2% este indicador resulta una amenaza, ya que si disminuye el producto interno bruto respecto al año 2014 los márgenes de competencia nacionales no se benefician en mayores proporciones al establecimiento de productos ofrecidos

#### **2.01.04 Tasa de Interés**

Según Ortiz. O, (2001), menciona que “se define a la tasa de interés como el rendimiento porcentual que se paga durante algún periodo contra un préstamo seguro, al que rinde cualquier forma de capital monetario en un mercado competitivo exento de riesgos”. (pág. 127)

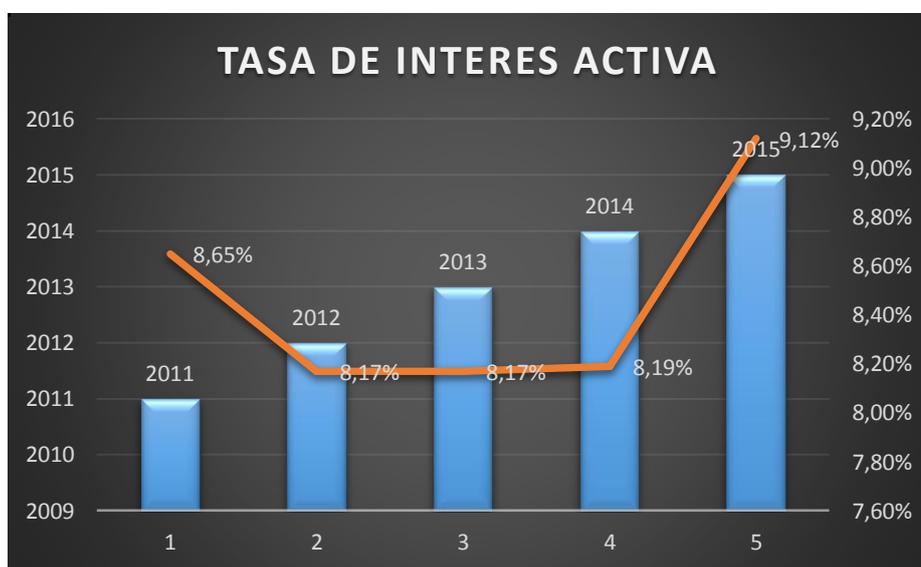
##### **2.01.04.01 Tasa de Interés Activa**

La tasa de interés activa es el rendimiento porcentual que se pagará a entidades financieras durante un periodo determinado. (Ortiz. O, 2001).

**Tabla N° 3** Tasa de Interés Activa desde el 2011 – 2015

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

AÑO	TASA INTERES ACTIVA
2011	8,65%
2012	8,17%
2013	8,17%
2014	8,19%
2015	9,12%



*Figura N° 3* Tasa de Interés Activa desde el 2011 – 2015.

Elaborado por Silvia Morocho

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

#### Análisis:

Se analiza los datos de los últimos 5 años de los intereses de las tasas activas, se determina que en el 2015 ha sido uno de los más altos con el 9,12% lo cual es una amenaza, ya que impide que las empresas se arriesgue a realizar préstamos para crecer pues el interés a pagar es muy alto, se recomienda realizar un portafolio de entidades bancarias para determinar cual dará el interés más bajo del mercado

### 2.01.05 Tasa de Interés Pasiva

La tasa de interés activa es el rendimiento porcentual que nos pagará las entidades financieras durante un periodo determinado. (Ortiz. O, 2001).

**Tabla N° 4** Tasa de Interés Pasiva desde el 2011 – 2015

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

AÑO	TASA INTERES PASIVA
2011	3,90%
2012	3,89%
2013	3,89%
2014	5,18%
2015	5,14%



Figura N° 4 Tasa de Interés Pasiva desde el 2011 – 2015.

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

## Análisis

Se determina que la tasa de interés pasiva en el año 2015 ha aumentado a comparación de los últimos 5 años, pero aun así es muy bajo a comparación de la tasa de interés activa, por lo cual se recomienda buscar alternativas para que el dinero gane inertes de otra manera y no guardada en el banco.

### 2.01.06 Factor Social

Es un factor que tiene por objeto identificar la situación socioeconómica de la población mediante las actividades, expectativas, su estilo de vida, nivel de estudios, costumbres, raza, religión, valores éticos, morales, etc. Esto se toma en consideración para que la empresa se adapte a los cambios y pueda prevalecer en el tiempo como una empresa rentable. (Pelaez.F, 2012)

#### 2.01.06.01 Población

Con la población se podrá determinar la, magnitud, estructura, crecimiento y distribución, además las características económicas sociales y demográficas. (INEC, 2015)

**Tabla N° 5** Población Ecuatoriana

Fuente: (INEC, 2016)

AÑO	POBLACION ECUATORIANA
2011	15.266.431
2012	15.520.973
2013	15.774.749
2014	16.027.466
2015	16.278.844



*Figura N° 5* Crecimiento P. Ecuatoriana desde el 2011 – 2015.

Elaborado por Silvia Morocho

Fuente: (INEC, 2016)

## Análisis

El crecimiento de la población es una oportunidad para la creación de un negocio, ya que al verificar el aumento poblacional es muy seguro el incremento del consumo de los productos a ofertar, por esta razón se recomienda buscar y cubrir las necesidades del consumidor.

## 2.01.06.02 Población Económicamente Activa

El PEA son las personas económicamente activa, que tienen edad para trabajar y están en la capacidad y disponibilidad para dedicarse a la producción de bienes y servicios. (SISE., 2011)

**Tabla N° 6 PEA**

Fuente: (INEC, 2016)

Año	PEA
2011	62,50%
2012	61,7%
2013	62,10%
2014	64,50%
2015	65,90%

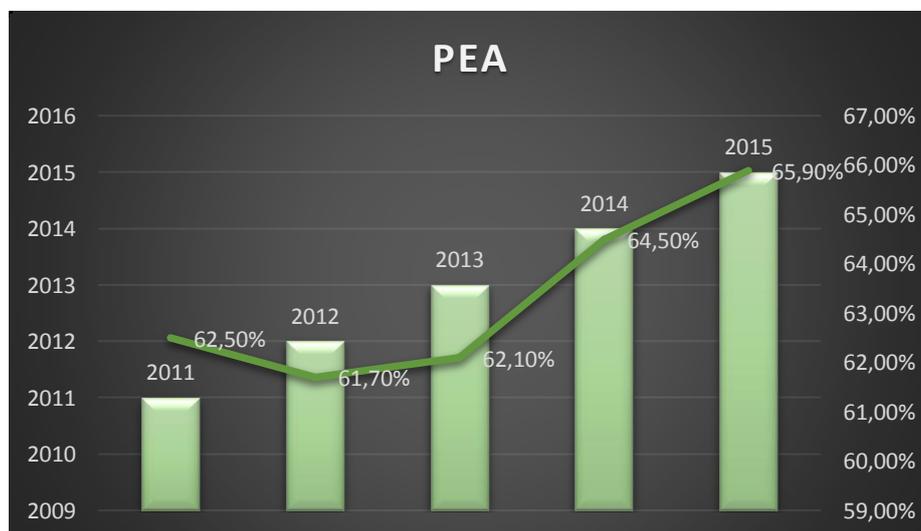


Figura N° 6 PEA desde el 2011 – 2015.

Elaborado por Silvia Morocho

Fuente: (INEC, 2016)

## Análisis

El estudio y la comparación de la población económicamente activa desde el 2011 hasta el 2015 han ido aumentando paulatinamente, por esta razón se considera una oportunidad, ya que al tener una población activa, también incrementa las posibilidades de adquisición y consumo de las personas, aumentado así las posibilidades de distribución del producto.

### 2.01.06.03 Pobreza

Se determina por el consumo de una canasta de bienes y servicios, es decir se define como pobres a los hogares cuyo ingreso y consumo de localice bajo de dicha canasta (INEC, 2015)

**Tabla N° 7 Pobreza**

Fuente: (INEC, 2016)

Año	Pobreza
2011	32,80%
2012	28,60%
2013	27,30%
2014	25,60%
2015	22,01%



Tabla N° 8 Pobreza desde el 2011 – 2015.

Elaborado por Silvia Morocho

Fuente: (INEC, 2016)

### Análisis

La disminución de la pobreza sin duda es una oportunidad para la empresa, pues el nivel de vida ha mejorado gracias a las fuentes de empleo que se han dado en los últimos años, pero no hay que dejar a un lado, el porcentaje restante que sigue en la pobreza extrema lo cual podría ser una amenaza ya que se podría convertir en nivel de delincuencia perjudicando la empresa.

#### 2.01.07 Aspectos Legales

Permitirá identificar los requisitos legales para poner en funcionamiento la distribuidora de lencería médica, para la satisfacción adecuada de la comunidad.

### 2.01.07.01 Requisitos de Apertura

La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (Arcsa). (2015), menciona que “los propietarios de tiendas de abarrotes, panaderías, licorerías, servicios de turismo y hospedaje, salas de cine, discotecas, bares, establecimientos deportivos, gasolineras, centros de cosmetología y estética, gimnasios, distribuidoras de textiles, entre otros establecimientos, ya no necesitan obtener permisos sanitarios de funcionamiento” (párr. 1).

Por esta razón los pasos requeridos para el funcionamiento de una distribuidora de lencería hospitalaria es la siguiente:

Para todo negocio es necesario obtener el RUC (Registro Único de Contribuyentes) en el Servicio de Rentas Internas (SRI), entre los requisitos es tenemos los siguientes puntos:

- Original y copia a color de la Cédula de Identidad vigente
- Original y copia del certificado de votación
- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos que indique la dirección del lugar en el que se realizará la actividad:
- Planilla de servicios básicos (agua, luz, teléfono). Debe corresponder a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Estado de cuenta bancario o del servicio de televisión pagada, o de telefonía celular, o de tarjeta de crédito. Debe corresponder a uno de los últimos tres

---

meses anteriores a la fecha de inscripción. Únicamente los estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito deberán encontrarse a su nombre.

- Contrato de arrendamiento (puede estar vigente o no) conjuntamente con el comprobante de venta válido emitido por el arrendador correspondiente a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de bienes inmuebles.
- Escritura de propiedad o de compra y venta del inmueble, debidamente inscrita en el Registro de la Propiedad, o certificado del registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.
- Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio, solo en caso de que el predio no esté catastrado.

La Ilustre Municipalidad de Latacunga (2016) dicta necesario obtener la Licencia de Funcionamiento otorgada por el Municipio de Latacunga, para este trámite es necesario los siguientes requisitos:

- Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Copia del RUC
- Copia de la Cédula de Identidad del Representante Legal
- Copia de la Papeleta de Votación del Representante Legal
- Informe de Compatibilidad de uso de suelo
- Para establecimientos que requieren control sanitario: Carné de salud del personal que manipula alimentos
- Persona Jurídica: Copia de Escritura de Constitución (primera vez)

Requisitos adicionales para los establecimientos que deseen colocar publicidad exterior:

- Autorización notariada del dueño del predio (en caso de no ser local propio)
- En caso de propiedad horizontal: Autorización notariada de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal
- Dimensiones y fotografía de la fachada del local (ESTABLECIMIENTOS CON PUBLICIDAD EXISTENTE)
- Dimensiones y bosquejo de cómo quedará la publicidad (PUBLICIDAD NUEVA)

El cuerpo de bomberos de Latacunga (2016) menciona que es necesario permiso de Funcionamiento para lo cual los requisitos necesarios son:

- Informe de Inspección
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia de la patente municipal

## **2.01.08 Entorno Local**

### **2.01.08.01 Fuerzas Competitivas de Porter**

Las 5 fuerzas de Porter es un modelo estratégico que ayuda analizar el nivel de competencia dentro de una industria, y así poder desarrollar estrategias y llevar así al éxito. (George.A, 2008)

#### 2.01.07.01.01 Rivalidad Frente a Competidores

Se estudia el mercado y mediante investigación solo hay un local dedicado a la venta de insumos médicos y en el mismo presenta la venta de lencería médica

#### 2.01.08.01.02 Peligro de nuevos competidores

Es probable que entren más competidores de distribuidoras de lencería hospitalaria en la zona de Latacunga, puesto que es muy amplia y con el paso del tiempo ha mostrado un crecimiento en primer lugar de la población, en los negocios, es por esto que ha aumentado satisfacer las necesidades de las personas.

No se queda atrás el área de la salud, durante estos últimos años las instituciones, se han proliferado en la ciudad que al presentar solo una institución de salud hoy en día presenta 2 públicas y 6 privadas y sin contar con sus alrededores, por esta razón se toma como una oportunidad para presentar mejores ofertas en el mercado..

#### 2.01.08.01.03 Peligro de Introducción de Productos Sustitutos

Se considera una oportunidad, debido a que no se ofertan productos sustitutos en el mercado.

#### 2.01.08.01.04 Poder de Negociación de Proveedores

Se busca proveedores, con los cuales se puede encontrar la mejor oferta que no entregan los proveedores del producto con el que se trabaja para la distribución,

##### Proveedores

- Lencería hospitalaria indumentaria profesional Quito
- Vicunha Fábrica Textil
- LH Uniformes
- Confecciones Karen
- Confecciones Patricio

#### 2.01.08.01.05 Poder de Convenio de los Consumidores

Al no existir una gran cantidad de competencia, aumenta el poder de negociación entre oferente y el consumidor, debido a que no hay gran competencia en el mercado se puede reclamar por precios no tan bajos, pero siempre presentando una gran calidad.

## **2.02 Análisis Interno**

### **2.02.01 Filosofía Institucional**

La filosofía institucional es la que guiará a la empresa con el desarrollo y cumplimiento de los objetivos fijados en sus orígenes.

### **2.02.01.01 Nombre del Local**

- Lenc´Medical

### **2.02.01.02 Misión**

Somos una empresa dedicada a la adquisición y distribución de lencería médica, que cuenta con el personal capacitado para las diferentes actividades con el fin de mantener la armonía y satisfacción de la comunidad latacungueña.

### **2.02.01.03 Visión**

Consolidarnos en los siguientes 5 años como una de la distribuidora más conocida y aceptada por los habitantes latacungueños con variedad, calidad y rotación de mercadería con el fin de ser reconocido como una empresa líder del mercado.

### **2.02.01.04 Objetivos**

- Estudiar el nivel socioeconómico del sector privado de salud de la ciudad de Latacunga.
- Analizar la demanda insatisfecha que existe entre las clínicas privadas de la ciudad.

- Determinar el monto de los recursos económicos que se van a necesitar para la creación de la distribuidora de lencería hospitalaria.
- Consolidar a la empresa como una de las más reconocidas en la ciudad de Latacunga.

### 2.02.01.05 Slogan y Logo

Comodidad y Calidad en Tu lugar de Trabajo



Figura N° 7 Logo de la empresa.  
Elaborado por Silvia Morocho

### 2.02.01.06 Gestión Administrativa



Figura N° 8 Gestión Administrativa  
Elaborado por Silvia Morocho

### 2.02.01.06.01 *Tecnólogo en Administración*

Es la persona, profesional capacitado para llevar las riendas de la empresa, la misma que tiene que tomar decisiones adecuadas sin tomar en cuentas las de amistad o amorosas, será el responsable de cada decisión a tomar

#### Funciones Designadas

- a. Apertura y cierre del local.
- b. Realiza el análisis financiero y presupuestal
- c. Se encarga de la administración del horario del personal a cargo.
- d. Responsable del stock existente
- e. Pago de facturas y recibos
- f. Prepara las declaraciones de impuestos
- g. Establece los precios de venta de los productos.
  
- h. Participa en la elaboración del presupuesto de la unidad
- i. Supervisa y distribuye las actividades del personal a su cargo.

Realiza inventario de insumos y requisición de los mismos

#### 2.02.01.06.02 Fuerza de Venta

La fuerza de venta se considera al personal que desarrollará una comunicación directa entre el comprador y la empresa, además por esta fuerza se podrá hacer efectiva el servicio posventa. (Diez, Navarro & Peral, 2003)

#### Funciones Designadas

- a. Contribuir al logro de la cifra de venta prevista.
- b. Buscar la comunicación y distribución de la forma más económica
- c. Mantener las relaciones con los compradores a largo plazo.
- d. Buscar la satisfacción del cliente.

#### 2.02.02 **Análisis FODA**

Según La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (2007), “el análisis FODA es un instrumento de la planificación estratégica que puede utilizarse para identificar y evaluar las fortalezas y debilidades de la organización (factores internos), así como las oportunidades y amenazas (factores externos)”. (pág. 139).

**Tabla N° 9** Análisis FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Localizada en un lugar cercano las instituciones de salud privadas.</li> <li>• Posee una lista de proveedores con experiencia en el mercado</li> <li>• <b>Infraestructura adecuada</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El estado presenta una cadena de lencería hospitalaria</li> <li>• Nuevos entrantes en el mercado</li> <li>• Aumento de precios por la dificultad de importar producto.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser una empresa nueva en el mercado.</li> <li>• No se tendrá grandes créditos para la adquisición de mercadería</li> <li>• <b>Falta de recursos</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primera comercializadora dedicada a la venta exclusiva de lencería hospitalaria</li> <li>• Zona muy transitada</li> <li>• Instituciones interesadas en el producto</li> </ul>

## 2.02.02.01 Matriz de Análisis MEFI

Tabla N° 10 Matriz MEFI

FACTORES INTERNOS	VALOR	CALIFICACION	TOTAL PONDERADO
<b>FORTALEZAS</b>			
Localización en un lugar central a las instituciones de salud privadas	0.2	4	0.8
Posee una lista de proveedores con experiencia en el mercado	0.3	3	0.9
Infraestructura adecuada	0.15	3	0.45
<b>DEBILIDADES</b>	<b>0.65</b>		<b>2.15</b>
Ser una empresa nueva en el mercado	0.1	4	0.4
No se tendrá grandes créditos para la adquisición de mercadería	0.15	3	0.45
Falta de recursos	0.1	4	0.4
<b>Subtotal</b>	<b>0.35</b>		<b>1.25</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>3.4</b>

Análisis:

Los resultados de la matriz MEFI han una ponderación de 3.4 de los cuales el 2.15 pertenece a las fortalezas y solo el 1.25 a las debilidades, es decir que el tener una portafolio de proveedores sumado a la buena ubicación del local es una fortaleza al tener la aceptación del cliente.

## 2.02.02.02 Matriz de Análisis MEFE

**Tabla N° 11 Matriz MEFE**

FACTORES INTERNOS	VALOR	CALIFICACION	TOTAL PONDERADO
<b>OPORTUNIDADES</b>			
Primera comercializadora dedicada a la venta exclusiva de lencería hospitalaria	0.4	4	1.6
Zona muy transitada	0.1	2	0.2
Instituciones interesadas en el producto	0.1	3	0.3
<b>AMENAZAS</b>	0.6		2.1
El estado presenta una asociación de producción y distribución de lencería hospitalaria	0.15	4	0.6
Nuevos entrantes en el mercado	0.15	3	0.45
Aumento de precios por la dificultad de exportar productos	0.1	2	0.2
<b>Subtotal</b>	0.4		1.25
<b>TOTAL</b>	1		3.35

### Análisis:

Los resultados de la matriz MEFE han una ponderación de 3.5 de los cuales el 2.10 pertenece a las fortalezas y solo el 1.25 a las debilidades, es decir que el ser una distribuidora dedicada exclusivamente a las distribución de lencería hospitalaria se convierte en una oportunidad notable y al haber una amenaza de nuevos entrantes y de la competencia del estado se tiene que buscar acuerdos inmediatamente en el mercado de la salud privada

### 2.02.02.03 Matriz de Análisis MAFE

**Tabla N° 12** Matriz MAFE

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
		Localización en un lugar central a las instituciones de salud privadas
FACTORES EXTERNOS	Posee una lista de proveedores con experiencia en el mercado	No se tendrá grandes créditos para la adquisición de mercadería
	Infraestructura adecuada	Falta de recursos
OPORTUNIDADES	Estrategia F-O	Estrategia D-O
Primera comercializadora dedicada a la venta exclusiva de lencería hospitalaria	Indicar a los clientes varias opciones de productos	Verificar las necesidades del consumidor y buscar su satisfacción
Zona muy transitada	Distribuir de forma adecuada las zonas del local para indicar al cliente el producto	Buscar financiamiento con cooperativas, para la adquisición de mercadería.
Instituciones interesadas en el producto	Ofrecer productos accesibles y de calidad	Recalcar la importancia del uso de lencería hospitalaria en sus clínicas.
AMENAZAS	Estrategia F-A	Estrategia D-A
El estado presenta una asociación de producción y distribución de lencería hospitalaria	Trabajar en constante renovación de producto con relación a precio y calidad	Superar el nivel de servicio de la competencia
Nuevos entrantes en el mercado	Trabajar con productos ecuatorianos para evitar precios altos	Cumplir a tiempo las entregas de los pedidos realizados.
Aumento de precios por la dificultad de exportar productos	Implementar un sistema software actualizado.	No dar créditos a tan largo plazo a las clínicas

Realizado por Silvia Morocho

#### Análisis:

Se analiza la matriz MAFE y se localiza como la estrategia más importante es de ofrecer al cliente una variedad de productos basados en la calidad y el precio accesible, tomando en cuenta que se puede dar tiempo para que sean más accesibles a los demandantes. De la misma manera verificar necesidades específicas de cada cliente para buscar métodos y estrategias para lograr satisfacerlas y no ser una opción más sino su primera opción.

## CAPITULO III

### 3.01 Análisis del Consumidor

Liderazgo y Mercadeo.com. (2006).definen:

El estudio del Comportamiento del consumidor se centra en el conjunto de actos de los individuos que se relacionan directamente con la obtención, uso y consumo de bienes y servicios. Incluye el estudio de por qué, el dónde, con qué frecuencia y en qué condiciones consumimos los diferentes bienes o servicios. La finalidad de esta área es comprender, explicar y predecir las acciones humanas relacionadas con el consumo. (Parr.5-6).

#### 3.01.01 Determinación de la Población y Muestra

##### 3.01.01.01 Muestra

Es una representación o subconjunto de la población global del cual se obtendrá la información.

Mediante la investigación se determina que no es válido tomar una muestra pues los elementos a analizar no pasan de las 63 instituciones, estas instituciones fueron según el Departamento de Control Sanitario del Centro de Salud de Latacunga

Por lo tanto se ha determinado realizar un censo a dichas instituciones:

### **3.01.01.02 Obtención de la Información**

Censo.- Un censo (Malhotra&Naresh, 2004) es la numeración completa de los elementos a estudiar de la población determinada,

Análisis.- Se tomara en cuenta a las 6 instituciones privadas existentes en el momento en la Ciudad de Latacunga

### 3.01.02 Análisis e Interpretación

#### Preguntas

1. ¿Considera importante que, para el cuidado y manejo adecuado de los pacientes, el personal a cargo cuente con lencería hospitalaria adecuada y comida.

**Tabla N° 13** Pregunta 1

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	53	100%
NO	0	0%
TOTAL	53	100%



*Figura N° 9* Resultado de la Encuesta Pregunta 1  
Realizado por Silvia Morocho

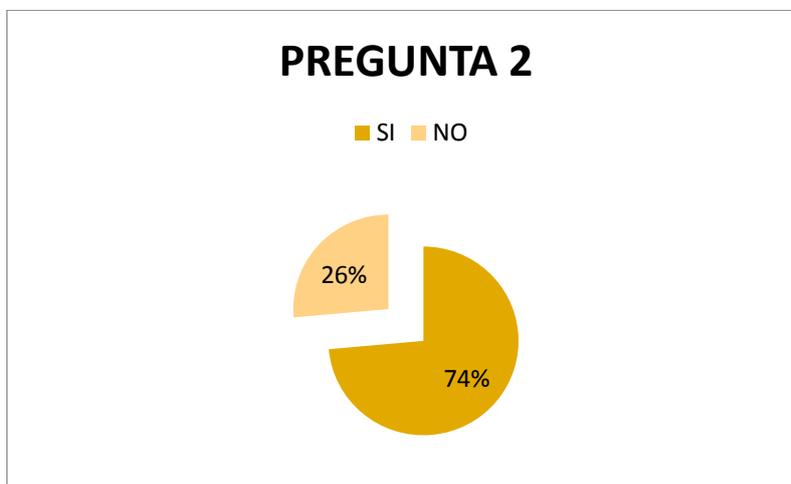
#### Análisis:

Al determinar el resultado del censo realizado a las instituciones privadas de Latacunga se llega a la conclusión que el 100% está de acuerdo que para el cuidado y manejo adecuado de los pacientes es necesario el uso de lencería hospitalaria, lo cual se convierte en una oportunidad para el ingreso de una nueva distribuidora del producto al mercado.

2. ¿Considera Ud. que la imagen que proyecta una casa de salud influye en la confianza de los pacientes?

**Tabla N° 14** Pregunta 2

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	39	74%
NO	14	26%
TOTAL	53	100%



*Figura N° 10* Resultado de la Encuesta *Pregunta 2*  
*Realizado por Silvia Morocho*

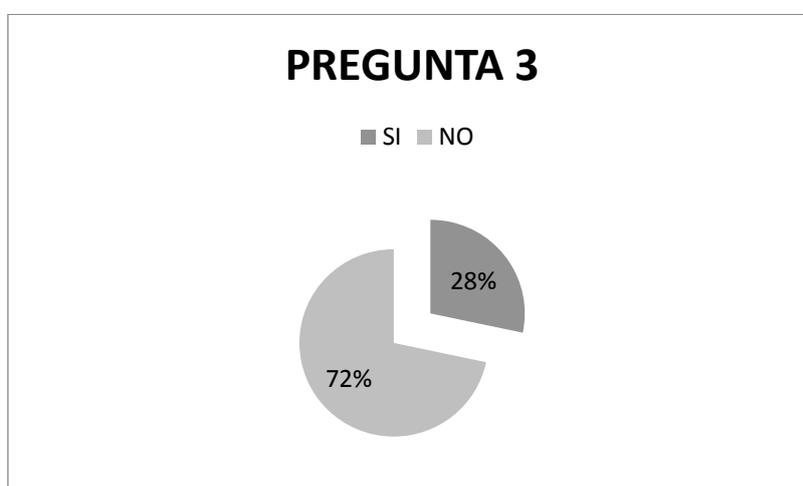
Análisis:

El 74% de las instituciones censadas piensa que la imagen que proyecta a los clientes les ayuda a ganar la confianza de los pacientes, por lo cual se llega a la conclusión que dicho pensamiento es una oportunidad para posesionarnos en el mercado.

3. ¿En este momento cuenta la institución con proveedor fijo de lencería hospitalaria?

**Tabla N° 15** Pregunta 3

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	15	28%
NO	38	72%
TOTAL	53	100%



*Figura N° 11* Resultado de la Encuesta *Pregunta 3*  
*Realizado por Silvia Morocho*

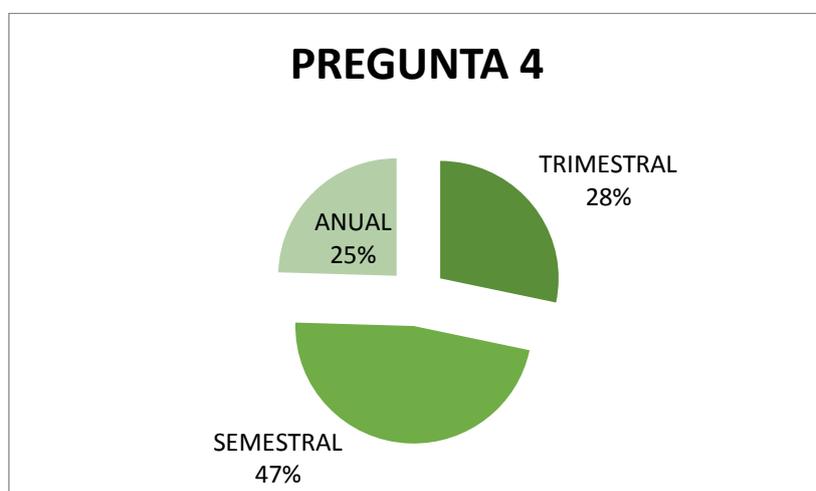
Análisis:

Solo el 28% de las instituciones cuenta con un proveedor fijo de lencería hospitalaria, es decir que el 72% de instituciones son clientes potenciales para ofrecer los productos que necesiten.

4. ¿Cuál es la frecuencia con la que renueva la lencería hospitalaria en la institución?

**Tabla N° 16** Pregunta 4

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
TRIMESTRAL	15	28%
SEMESTRAL	25	47%
ANUAL	13	25%
TOTAL	53	100%



*Figura N° 12* Resultado de la Encuesta *Pregunta 4*  
*Realizado por Silvia Morocho*

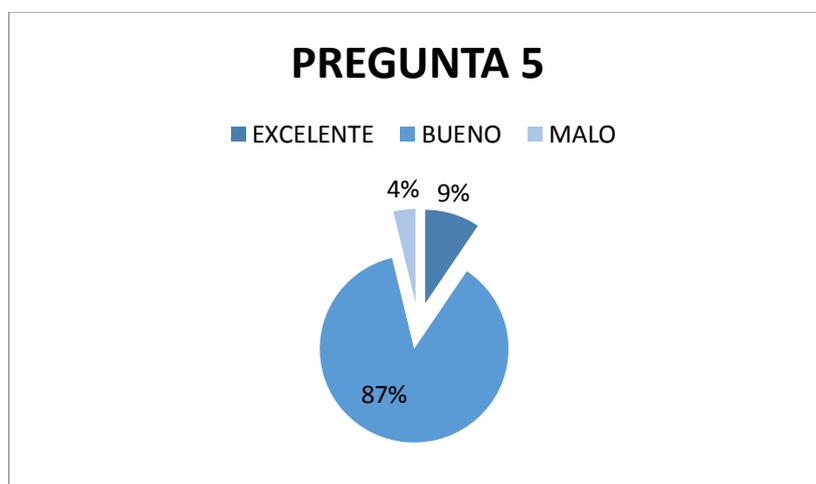
**Análisis:**

Se nota una rotación moderada de renovación de lencería hospitalaria en el mercado se debe buscar nuevos clientes como consultorios privados para mantener una rotación constante del stock.

5. ¿El grado de satisfacción que le genera su actual proveedor es?

**Tabla N° 17** Pregunta 5

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
EXCELENTE	5	9%
BUENO	46	87%
MALO	2	4%
TOTAL	53	100%



*Figura N° 13* Resultado de la Encuesta Pregunta 5  
Realizado por Silvia Morocho

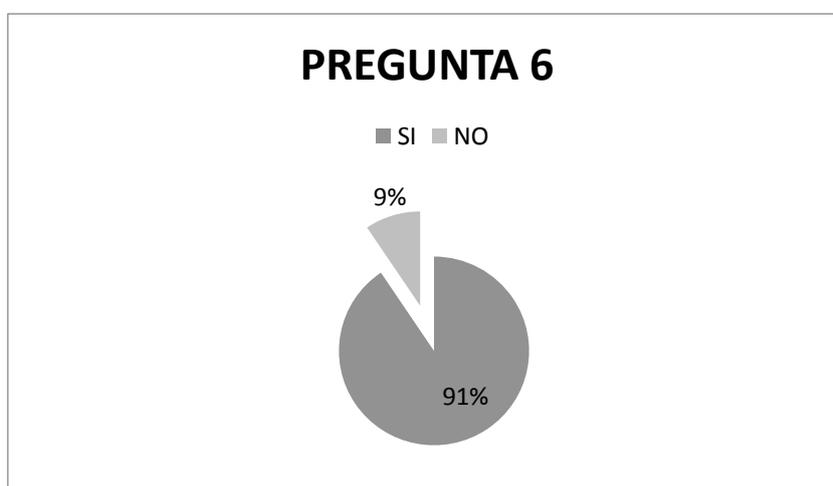
Análisis:

El 87% de las instituciones se encuentra en un nivel bueno de satisfacción, lo cual es una amenaza ya que se dificultaría por este lado la negociación con lo cliente, el 4% se toma como una gran oportunidad en el cual se puede buscar la necesidad del cliente y satisfacerla, para los demás se recomienda buscar necesidades del consumidor y por ende encontrar soluciones.

6. ¿Consideraría Ud. Los productos a nuevos proveedores que le ofrezcan lencería hospitalaria de calidad?

**Tabla N° 18** Pregunta 6

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	48	91%
NO	5	9%
TOTAL	53	100%



*Figura N° 14* Resultado de la Encuesta *Pregunta 6*  
*Realizado por Silvia Morocho*

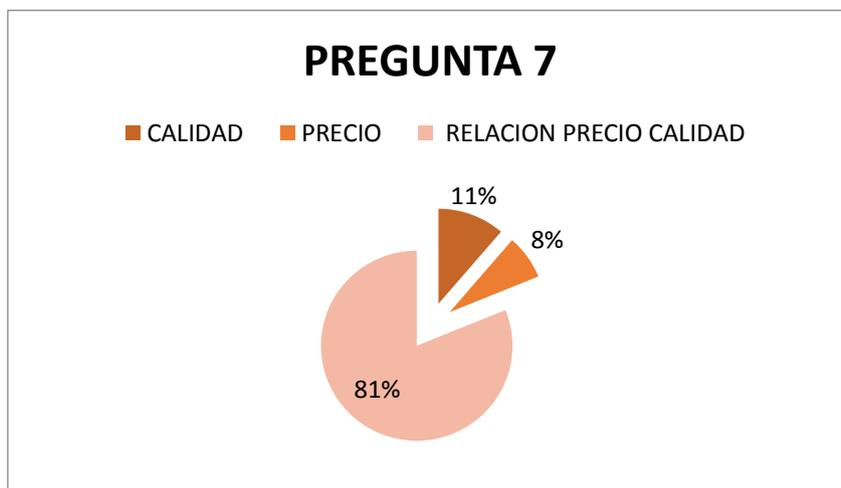
Análisis:

El 91% de instituciones está dispuesto a experimentar con una distribuidora nueva de lencería hospitalaria, siempre y cuando esta la distribuidora entregue el productos bajos normas de calidad lo cual no exige a mejorar las ofertas en calidad de nuestros competidores.

7. ¿Qué es lo que Ud. consideraría al momento de adquirir el producto?

**Tabla N° 19** Pregunta 7

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
CALIDAD	6	11%
PRECIO	4	8%
RELACION PRECIO CALIDAD	43	81%
TOTAL	53	100%



*Figura N° 15* Resultado de la Encuesta Pregunta 7  
*Realizado por Silvia Morocho*

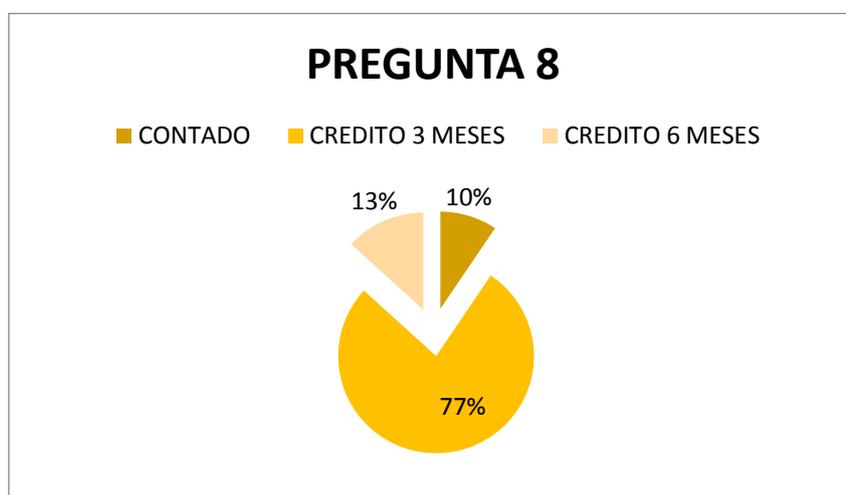
**Análisis:**

El mercado en estudio da que el 81% se inclina por el producto siempre y cuando la relación precio y calidad este íntimamente relacionada, lo cual obliga a extender el portafolio y buscar nuevos proveedores para que se pueda satisfacer el consumidor.

8. ¿La forma de pago que considera más óptima es?

**Tabla N° 20** Pregunta 8

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
CONTADO	5	9%
CREDITO 3 MESES	41	77%
CREDITO 6 MESES	7	13%
TOTAL	53	100%



*Figura N° 16* Resultado de la Encuesta *Pregunta 8*  
*Realizado por Silvia Morocho*

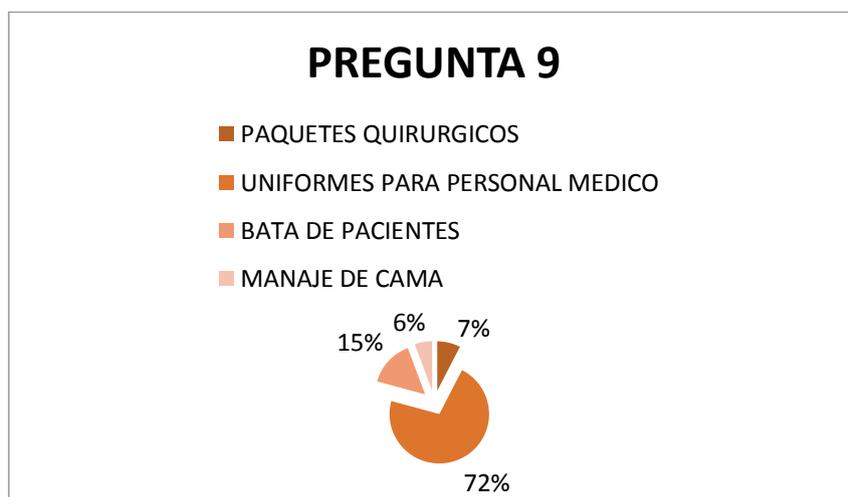
Análisis:

El 41% de instituciones prefiera el pago a 3 meses sin intereses, se llega a la conclusión que el tiempo está entre los límites aceptados, pues lo invertido en el producto se recuperará en poco tiempo.

9. ¿Con que frecuencia adquiere más del siguiente listado de lencería?

**Tabla N° 21** Pregunta 9

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
PAQUETES QUIRURGICOS	4	8%
UNIFORMES PARA PERSONAL MEDICO	38	72%
BATA DE PACIENTES	8	15%
MANAJE DE CAMA	3	6%
TOTAL	53	100%



*Figura N° 17* Resultado de la Encuesta *Pregunta 9*  
*Realizado por Silvia Morocho*

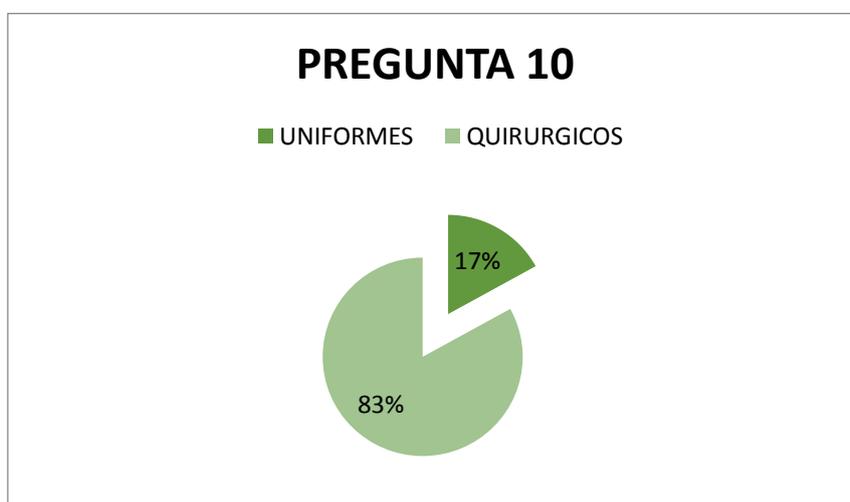
Análisis:

Los uniformes para el personal es el que tiene mayor rotación con e 72% de consumo por las instituciones para lo cual, se tomará en cuenta el producto que más rotación tiene en las instituciones para mantener el stock adecuado y a tiempo para satisfacer las necesidades del consumidor

10. ¿Qué tipo de lencería hospitalaria considera Ud. más difícil de conseguir?

**Tabla N° 22** Pregunta 10

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
UNIFORMES	9	17%
QUIRURGICOS	44	83%
TOTAL	53	100%



*Figura N° 18* Resultado de la Encuesta *Pregunta 10*  
*Realizado por Silvia Morocho*

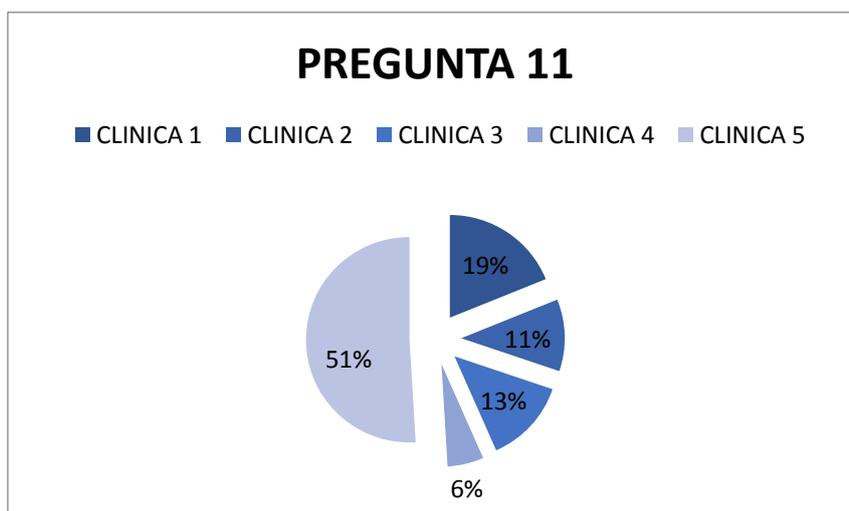
**Análisis:**

Al identificar el 83% en ropa quirúrgica se buscará manejar el periodo de rotación con la que trabajan las instituciones para mantener un stock adecuado en la distribuidor

11. ¿Cuál es el consumo promedio que realiza en lencería hospitalaria?

**Tabla N° 23** Pregunta 11

CLINICA	OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE	SUBTOTAL CONSUMO
CLINICA 1	\$ 6.000,00	10	19%	\$ 60.000,00
CLINICA 2	\$ 8.500,00	6	11%	\$ 51.000,00
CLINICA 3	\$ 9.500,00	7	13%	\$ 66.500,00
CLINICA 4	\$ 10.800,00	3	6%	\$ 32.400,00
CLINICA 5	\$ 14.500,00	27	51%	\$ 391.500,00
TOTAL	\$ 49.300,00	53	100%	\$ 601.400,00



*Figura N° 19* Resultado de la Encuesta *Pregunta 11*  
*Realizado por Silvia Morocho*

**Análisis:**

El consumo promedio es de \$120280.00 lo cual es una oportunidad y para posesionarnos del mercado se debe buscar estrategias para incrementar sus necesidades y por esta razón su consumo.

### Análisis General:

Se analizan las preguntas realizadas a las instituciones y se llega a la conclusión que hay una gran aceptación de una nueva empresa distribuidora de lencería hospitalaria, para lo cual se debe buscar las necesidades no exploradas por la competencia para así poder satisfacer al 100% al cliente, para lo cual una de ella es contar con el stock adecuado y con las prendas de mayor rotación, contando siempre con alta calidad y los precios adecuados para los demandantes.

### 3.02 Oferta

Según Ávila.J, (2006) la oferta se “considera como la cantidad de mercancías que se ofrece a la venta a un precio dado por unidad de tiempo. La oferta de un producto se determina por las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y aptos para ofrecer en el mercado.” (pág. 45)

#### 3.02.01 Oferta histórica

Se toma la venta de los últimos 5 años del local Suministros Médicos.

**Tabla N° 24 Oferta Histórica**

AÑOS	% PIB	OFERTA HISTORICA
2011	7,20%	\$ 66.655,80
2012	4,20%	\$ 71.455,02
2013	6,80%	\$ 74.456,13
2014	1,40%	\$ 79.519,14
2015	1,20%	\$ 80.632,41

Análisis:

Para elaborar la oferta histórica se toma en cuenta el porcentaje de incremento en el sector salud desde el año 2011 al 2015

### 3.02.02 Oferta Actual

**Tabla N° 25 Oferta Actual**

ESTABLECIMIENTO	MENSUAL	ANUAL
Insumos Médicos	\$ 6.800,00	\$ 81.600,00
TOTAL		\$ 81.600,00

Análisis:

La oferta actual ha sido establecida por 1 establecimientos en la ciudad de Latacunga de la cuales la oferta determinada ha sido de \$8600.00, se considera que el sector tiene amplias oportunidades en el mercado

### 3.02.03 Oferta Proyectada

Tabla N° 26 Oferta Proyectada

AÑOS	% PIB	OFERTA PROYECTADA
2017	4,16%	\$ 84.994,56
2018	4,16%	\$ 88.530,33
2019	4,16%	\$ 92.213,20
2020	4,16%	\$ 96.049,26

Análisis:

Para proyectar la oferta se tomara en cuenta el promedio del producto interno bruto de la salud desde el año 2016 que se estimara hasta el año 2020 en el cual se obtiene una oferta de \$96049.26

### 3.03 Demanda

Según Ávila.J, (2006) “la demanda expresa las actitudes y preferencia de los consumidores por un artículo, mercancía o servicio. Es decir la demanda es una mercancía (bien) es la cantidad de ella que el individuo estaría dispuesto a comprar, en un momento dado, a los diversos precios posibles.” (pág. 40)

### 3.03.01 Demanda Histórica

Son los bienes y servicios que adquirieron los consumidores en los últimos 5 años atrás.

**Tabla N° 27** Demanda Histórica

AÑOS	TASA	DEMANDA HISTORICA
2011	1,40%	\$ 622.324,69
2012	1,42%	\$ 631.037,23
2013	1,42%	\$ 639.997,96
2014	1,37%	\$ 649.085,93
2015	1,90%	\$ 657.978,41

Análisis:

Para determinar la Demanda Histórica se utilizó la tasa de crecimiento poblacional, con el cual nos demuestra un notable crecimiento de la población por ende de la demanda.

### 3.03.02 Demanda Actual

Se llama demanda actual a los consumidores que se encuentran dispuestos adquirir el producto.

N= 68 Instituciones

Consumo Promedio= \$9860.00

**Tabla N° 28** Demanda Actual

INSTITUCIONES	CONSUMO PROMEDIO	MENSUAL	ANUAL
68	\$ 9,860.00	\$ 55,873.33	\$ 670,480.00

Análisis:

Para la demanda actual se tomó en cuenta el número de instituciones existentes en la ciudad de Latacunga y los alrededores dando así 68 instituciones por el consumo promedio que las instituciones tienen en la compra de lencería hospitalaria

### 3.03.03 Demanda Proyectada

Tabla N°24 Demanda Proyectada

AÑOS	TASA	DEMANDA PROYECTADA
2017	1,50%	\$ 680.550,61
2018	1,50%	\$ 690.772,48
2019	1,50%	\$ 701.147,88
2020	1,50%	\$ 711.679,12

Análisis:

Se toma los datos de los siguiente cinco años la demanda incrementara en cada periodo, para proyectar la demanda se utilizó la media de la tasa de crecimiento de los años 2011 a 2015

### 3.04 Balance Oferta Demanda

Para obtener el balance oferta - demandada se tomaran los resultados de la oferta actual menos la demandada actual.

**Tabla N° 29** Balance Oferta - Demanda

INSTITUCIONES	CONSUMO PROMEDIO	MENSUAL	ANUAL
68	\$ 9.860,00	\$ 55.873,33	\$ 670.480,00

Análisis:

Se toma en cuenta las preguntas más relevantes para comprobar la demanda insatisfecha.

**Tabla N° 30** Demanda Insatisfecha

Pregunta	Porcentaje
#2	74%
#3	72%
#5	87%
#6	91%
<b>Suma</b>	324%
<b>Media</b>	81%

Análisis:

Para sacar la quinta parte de la demanda insatisfecha se ha tomado en cuenta las preguntas más relevantes, de las que ha cogido la quinta parte, dando un 16%, es decir 81% dividido para 5, lo cual nos da una demanda insatisfecha del 16%.

Se toma los \$81600,00 - \$ 670480,00 dado una demanda insatisfecha de anual es de \$588880.00, así se tomará el 16% que da \$-94220.8.

## CAPITULO IV

### 4.01 Tamaño del Proyecto

#### 4.01.01 Capacidad Instalada

La capacidad instalada (Miranda. J, 2005) es la capacidad máxima y disponible que tendrá la instalación.

#### 4.01.02 Capacidad Óptima

Son los factores condicionales básicos para la implementación del tamaño de una empresa dedicada a producir bienes o servicios.

**Tabla N° 31** Capacidad Óptima

DETALLE	CANT.	V. UNIT	V. TOTAL
Perchas	6	\$ 55,00	\$ 330,00
Mostrador de caja	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Facturador	1	\$ 65,00	\$ 65,00
Caja registradora	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Computadora	2	\$ 330,00	\$ 660,00
Impresora	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Impresora Facturas	1	\$ 75,00	\$ 75,00
Teléfono	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Silla móvil	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Extintor	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Sensor de humo fotoeléctrico	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Alarma	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Software	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Rotulo principal	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Artículos de oficina	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Sillón de espera	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Mesa pequeña sala	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Dispensador de agua	1	\$ 18,00	\$ 18,00
<b>TOTAL</b>	25	\$ 1.323,00	\$ 1.943,00

#### 4.01.02.01 Número de Trabajadores

La empresa estará constituida en sus inicios con dos trabajadores los cuales son Administrador y un auxiliar, los roles considerados son los siguientes:

**Tabla N° 32** Numero de Trabadores

PERSONAL	Numero	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Horas	Valor por Hora
Administrador	1	\$ 700,00	\$ 8.400,00	160	\$ 4,38
Auxiliar 400	1	\$ 160,00	\$ 1.920,00	64	\$ 2,50
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>\$ 860,00</b>	<b>\$ 10.320,00</b>	224	\$ 6,88

#### 4.01.02.02 Rol de Pagos

**Tabla N° 33** Rol de Pagos Antes de Año

ROL DE PAGOS ANTES DE AÑO									
Nomina	Sueldo	Horas extras	Fondos de reserva	Total Ingresos	Deducciones	Préstamos	Anticipo	Total Deducciones	Líquido a Pagar
					Aporte individual 9,35%				
Administrador	\$ 700,00	\$ -	\$ -	\$ 700,00	\$ 66,15	\$ -	\$ 200,00	\$ 266,15	\$ 433,85
Auxiliar	\$ 160,00	\$ -	\$ -	\$ 160,00	\$ 15,12	\$ -	\$ -	\$ 15,12	\$ 144,88
<b>TOTAL</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 860,00	\$ 81,27	\$ -	\$ 200,00	\$ 281,27	\$ 578,73

**Tabla N° 34** Rol de Pagos Después del Año

ROL DE PAGOS DESPUES DE AÑO									
Nomina	Sueldo	Horas extras	Fondos de reserva	Total Ingresos	Deducciones	Préstamos	Anticipo	Total Deducciones	Líquido a Pagar
					Aporte individual				
Administrador	\$ 700,00	\$ -	\$ 58,31	\$ 758,31	\$ 66,15	\$ -	\$ 200,00	\$ 266,15	\$ 492,16
Auxiliar	\$ 160,00	\$ -	\$ 13,33	\$ 173,33	\$ 15,12	\$ -	\$ -	\$ 15,12	\$ 158,21
<b>TOTAL</b>	\$ -	\$ -	\$ 71,64	\$ 931,64	\$ 81,27	\$ -	\$ 200,00	\$ 281,27	\$ 650,37

#### 4.01.02.03 Rol de Provisiones Sociales

Se toma en cuenta roles para diferenciar entre las obligaciones con el empleado antes del mes, después del mes y año.

**Tabla N° 35 Rol de Provisiones Sociales Primer mes**

ROL DE PROVISIONES SOCIALES PRIMER MES							
Nomina	Sueldo	Horas extras	Aporte Patronal al IESS 12.15%	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Vacaciones	Total
Administrador	\$ 700,00	\$ -	\$ 85,05	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 85,05
Auxiliar	\$ 160,00	\$ -	\$ 19,44	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 19,44
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 860,00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 104,49</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 104,49</b>

**Tabla N° 36 Rol de Provisiones Sociales Después del Año**

ROL DE PROVISIONES SOCIALES DESPUES DEL AÑO							
Nomina	Sueldo	Horas extras	Aporte Patronal al IESS 12.15%	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Vacaciones	Total
Administrador	\$ 700,00	\$ -	\$ 85,05	\$ 58,33	\$ 30,00	\$ 29,17	\$ 202,55
Auxiliar	\$ 160,00	\$ -	\$ 19,44	\$ 13,33	\$ 30,00	\$ 6,67	\$ 69,44
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 860,00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 104,49</b>	<b>\$ 71,67</b>	<b>\$ 60,00</b>	<b>\$ 35,83</b>	<b>\$ 271,99</b>

**Tabla N° Incremento de Sueldo Básico y Proyección para 5 Años**

AÑO	Salario Historico	%	Promedio de Crecimiento	AÑO	Sueldo Proyectado
2012	\$ 292,00		5,83%	2017	\$ 387,35
2013	\$ 318,00	8,90%		2018	\$ 409,94
2014	\$ 340,00	6,92%		2019	\$ 433,85
2015	\$ 354,00	4,12%		2020	\$ 459,15
2016	\$ 366,00	3,39%		2021	\$ 485,93
		23%			

**Tabla N° Rol de Pagos Administrador 5 Años**

ROL DE PAGOS DESPUES DE AÑO ADMINISTRADOR																
Año	Nomina	Sueldo	Horas extras	Fondos de reserva	Total Ingresos	Deducciones							Total Deducciones	Total Deducciones Patrono	Líquido a Pagar Mensual	Líquido a Pagar Anual
						Aporte individual 9,45%	Aporte Patronal 12,15%	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Vacaciones	Préstamos	Anticipo				
Administrador	2016	\$ 700,00	\$ -	\$ -	\$ 700,00	\$ 66,15	\$ 85,05	\$ 58,33	\$ 30,50	\$ 29,17	\$ -	\$ 200,00	\$ 266,15	\$ 203,05	\$ 433,85	\$ 10.836,60
	2017	\$ 740,83	\$ -	\$ 61,71	\$ 802,54	\$ 70,01	\$ 90,01	\$ 61,74	\$ 32,28	\$ 30,87	\$ -	\$ 211,66	\$ 281,67	\$ 214,89	\$ 520,87	\$ 11.468,64
	2018	\$ 784,04	\$ -	\$ 65,31	\$ 849,35	\$ 74,09	\$ 95,26	\$ 65,34	\$ 34,16	\$ 32,67	\$ -	\$ 224,01	\$ 298,10	\$ 227,43	\$ 551,24	\$ 12.137,54
	2019	\$ 829,76	\$ -	\$ 69,12	\$ 898,88	\$ 78,41	\$ 100,82	\$ 69,15	\$ 36,15	\$ 34,57	\$ -	\$ 237,08	\$ 315,49	\$ 240,69	\$ 583,40	\$ 12.845,46
	2020	\$ 878,16	\$ -	\$ 73,15	\$ 951,31	\$ 82,99	\$ 106,70	\$ 73,18	\$ 38,26	\$ 36,59	\$ -	\$ 250,90	\$ 333,89	\$ 254,73	\$ 617,42	\$ 13.594,67

**Tabla N° Rol de Pagos Auxiliar 5 Años**

ROL DE PAGOS DESPUES DE AÑO AUXILIA																
Año	Nomina	Sueldo	Horas extras	Fondos de reserva	Total Ingresos	Deducciones							Total Deducciones	Total Deducciones Patrono	Líquido a Pagar Mensual	Líquido a Pagar Anual
						Aporte individual 9,35%	Aporte Patronal 12,15%	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Vacaciones	Préstamos	Anticipo				
Auxiliar	2016	\$ 160,00	\$ -	\$ -	\$ 160,00	\$ 15,12	\$ 19,44	\$ 13,33	\$ 30,50	\$ 6,67	\$ -	\$ -	\$ 15,12	\$ 69,94	\$ 144,88	\$ 2.759,28
	2017	\$ 169,33	\$ -	\$ 14,11	\$ 183,44	\$ 16,00	\$ 20,57	\$ 14,11	\$ 32,28	\$ 7,06	\$ -	\$ -	\$ 16,00	\$ 74,02	\$ 167,44	\$ 2.920,21
	2018	\$ 179,21	\$ -	\$ 14,93	\$ 194,14	\$ 16,94	\$ 21,77	\$ 14,93	\$ 34,16	\$ 7,47	\$ -	\$ -	\$ 16,94	\$ 78,34	\$ 177,20	\$ 3.090,53
	2019	\$ 189,66	\$ -	\$ 15,80	\$ 205,46	\$ 17,92	\$ 23,04	\$ 15,81	\$ 36,15	\$ 7,90	\$ -	\$ -	\$ 17,92	\$ 82,91	\$ 187,54	\$ 3.270,79
	2020	\$ 200,72	\$ -	\$ 16,72	\$ 217,44	\$ 18,97	\$ 24,39	\$ 16,73	\$ 38,26	\$ 8,36	\$ -	\$ -	\$ 18,97	\$ 87,74	\$ 198,47	\$ 3.461,56

## 4.02 Localización

### 4.02.01 Macro Localización



Figura N° 20 Macro Localización recuperado de Cantones de Cotopaxi

Análisis:

El estudio de factibilidad para la creación de una distribuidora de lencería hospitalaria se realizara en la Provincia: Cotopaxi. Cantón: Latacunga.

#### 4.02.02 Micro Localización

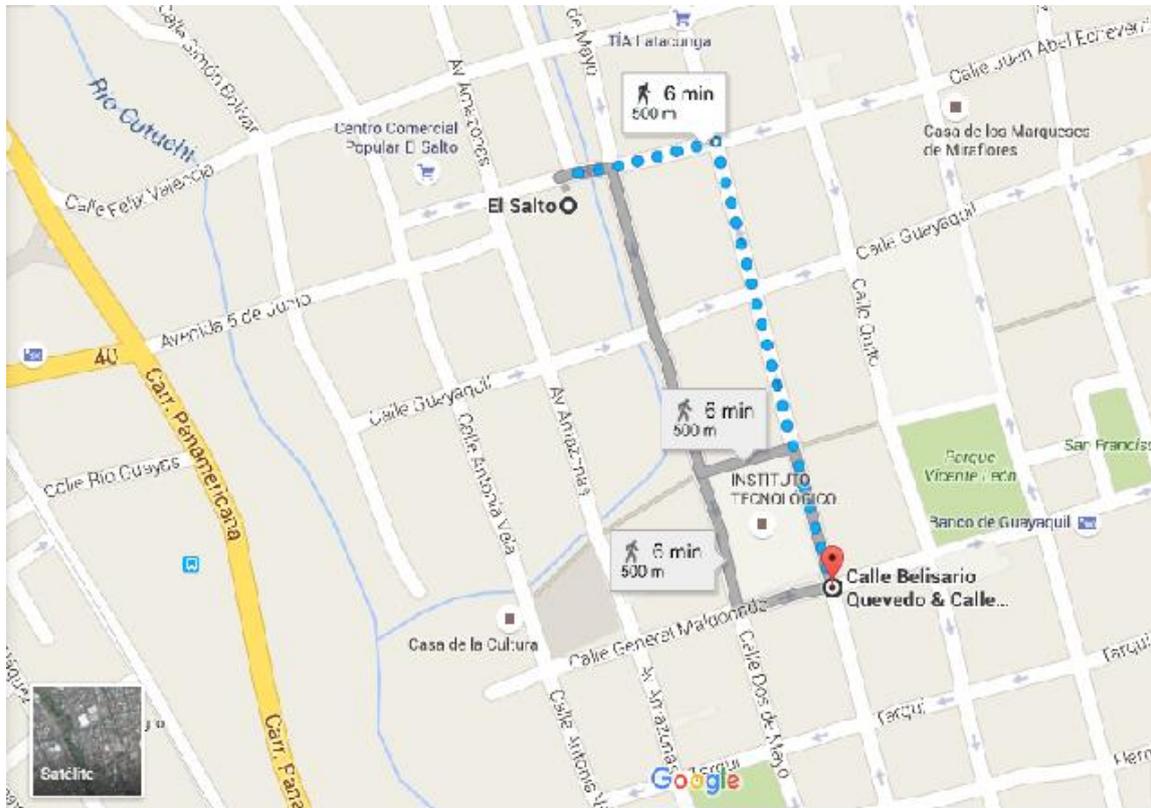


Figura N° 21 Micro Localización – Cantón Latacunga – Sector el Salto

### 4.02.03 Localización Óptima

Análisis;



Figura N° 22 Localización Óptima

El establecimiento Lenc' medical está ubicado en el barrio el Salto entre las calles Belisario Quevedo y General Maldonado.

### 4.02.04 Meso Localización

Tabla N° 37 Escala de Ponderación

PONDERACION	
4	Muy Significativo
3	Significativo
2	Poco Significativo
1	Nada Significativo

**Tabla N° 38** Ponderación de Locales

OBSERVACIONES	Sector El Loreto	Sector La FAE	Sector El Salto
Accesibilidad	1	4	4
Nivel de Competencia	2	2	2
Demanda	2	3	4
Reconocimiento	1	2	3
Espacio Físico	1	3	4
Proveedores	3	2	3
Total	10	16	20

### Análisis

Mediante la tabla de ponderación se ha podido determinar que el sector del Salto presenta diversos factores que influyen a la factibilidad para la creación del establecimiento lencería hospitalaria como la accesibilidad, la demanda que posee el sector, el alto nivel de reconocimiento, el espacio físico adecuado que presenta, por lo cual se determina como el más apto para establecer el local en dichas instalaciones.

## 4.03 Ingeniería Del Producto

### 4.03.01 Definición Bienes y Servicios

Los bienes (Montoya D, 2012) son productos elaborados con el fin de satisfacer una necesidad, en cambio el servicio son las actividades que buscan satisfacer las necesidades. Es decir que, los bienes y servicios es todo aquello que es generado por medio de actividades económicas, con el objetivo de satisfacer una necesidad o un deseo.

### 4.03 Distribución de la Planta

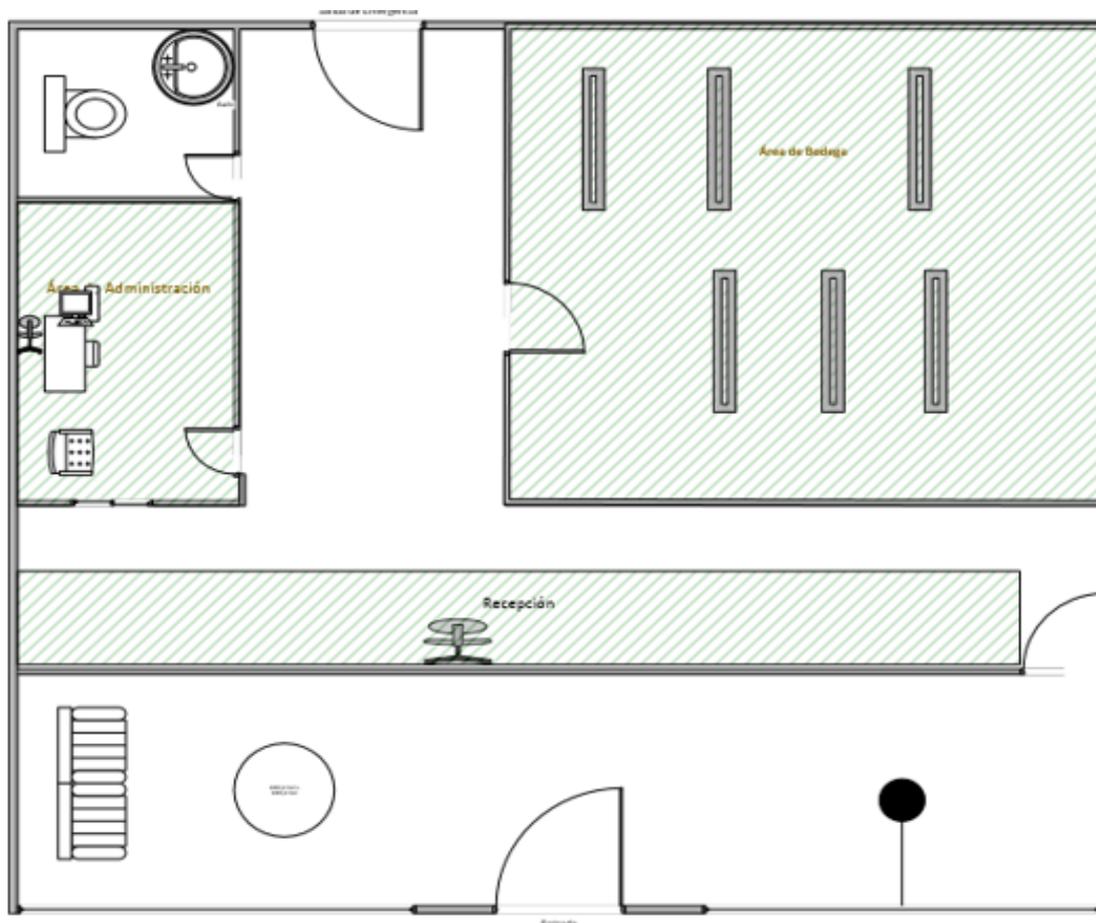


Figura N° 23 Distribución de la Planta

#### 4.03.02.01 Área de Almacenamiento

Las zonas (Gravity.F, 2014) o área de almacenamiento es el destino de los productos almacenados, es decir, de adaptación absoluta a las mercancías, incluye zonas específicas de stock para mercancías especiales, devoluciones y mercadería para reparación.

#### 4.03.02.02 Área de Administración

Es el (UNIMED, 2012) área donde se encarga de realizar los informes administrativos y financieros, sin contar con los planes estratégicos para establecer el correcto funcionamiento de la empresa, además es el lugar donde se monitoreara todas las actividades del personal.

#### 4.03.03 Proceso de Comercialización

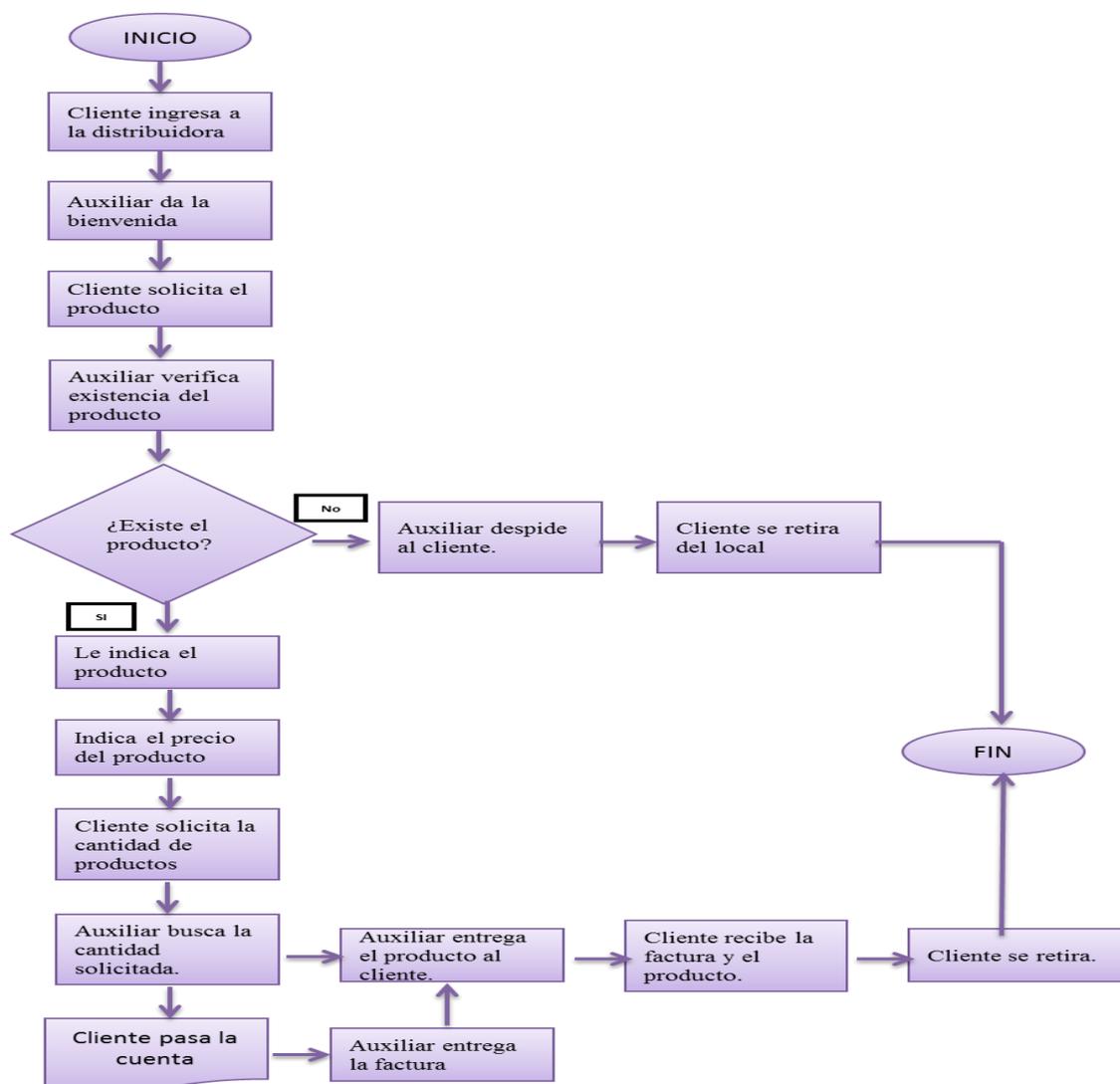


Figura N° 24 Proceso de Comercialización.  
Realizado por Silvia Morocho

#### 4.03.04 Maquinaria y Equipo

##### 4.03.04.01 Maquinaria

Lenc' medical es una empresa que se dedicará exclusivamente a la distribución de lencería hospitalaria, por lo cual no cuenta con equipos de producción y elaboración de productos.

##### 4.03.04.02 Equipos

Se toma en cuenta que para realizar una buena comercialización y distribución de lencería hospitalaria se requieren los siguientes equipos:

**Tabla N° 39 Equipos de Computación**

Equipos de computación	CANT.	V. UNIT	V. TOTAL
Computadora	2	\$ 330.00	\$ 660.00
Impresora	1	\$ 60.00	\$ 60.00
Impresora Facturas	1	\$ 75.00	\$ 75.00
Software	1	\$ 80.00	\$ 80.00
Facturador	1	\$ 65.00	\$ 65.00
Caja registradora	1	\$ 80.00	\$ 80.00
<b>Total Mensual</b>	7	\$ 615.00	\$ 1,020.00

**Tabla N° 40 Equipos de Oficina**

Equipos de oficina	CANT.	V. UNIT	V. TOTAL
Artículos de Escritorio de oficina	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Alarma	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Sensor de humo fotoeléctrico	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Extintor	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Teléfono	1	\$ 25,00	\$ 25,00
<b>Total mensual</b>	5	\$ 260,00	\$ 260,00

**Tabla N° 41 Muebles y Enseres**

Muebles y Enceres	CANT.	V. UNIT	V. TOTAL
Perchas	6	\$ 55.00	\$ 330.00
Mostrador de caja	1	\$ 180.00	\$ 200.00
Sillamóvil	2	\$ 15.00	\$ 30.00
Sillón de espera	1	\$ 35.00	\$ 25.00
Mesa pequeña de sala	1	\$ 25.00	\$ 25.00
<b>Total mensual</b>	11	\$ 310.00	\$ 610.00

**Tabla N° 42 Otros Equipos**

Otros Equipos	CANT.	V. UNIT	V. TOTAL
Rotulo principal	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Dispensador de agua	1	\$ 18,00	\$ 18,00
<b>Total</b>	2	\$ 63,00	\$ 63,00

#### 4.03.05 Aspecto Legal

La Ilustre Municipalidad de Latacunga (2016) dicta necesario obtener la Licencia de Funcionamiento otorgada por el Municipio de Latacunga, para este trámite es necesario los siguientes requisitos:

- Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Copia del RUC
- Copia de la Cédula de Identidad del Representante Legal
- Copia de la Papeleta de Votación del Representante Legal
- Informe de Compatibilidad de uso de suelo
- Para establecimientos que requieren control sanitario: Carné de salud del personal que manipula alimentos (NO ES NECESARIO)

Requisitos adicionales para los establecimientos que deseen colocar publicidad exterior:

- Autorización notariada del dueño del predio (en caso de no ser local propio)
- En caso de propiedad horizontal: Autorización notariada de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal
- Dimensiones y fotografía de la fachada del local (ESTABLECIMIENTOS CON PUBLICIDAD EXISTENTE)
- Dimensiones y bosquejo de cómo quedará la publicidad (PUBLICIDAD NUEVA)

## CAPITULO V

### 5.01 Ingresos

Se (Arango. L, 2014) entiende como ingresos a todas las entradas que reciben a una persona, o empresa, depende del tipo de actividad que realicen. Los ingresos se toman al multiplicar el número de artículos vendidos por su precio.

#### 5.01.01 Ingresos Operacionales

**Tabla N° 43** Ingresos Operacionales

PERIODO	INGRESOS
Ventas anuales	\$ 94.220,00
Ventas Mensuales	\$ 7.851,67
Ventas Diarias	\$ 261,72

### 5.01.02 Ingresos no Operacionales

En la actualidad la empresa no cuenta con ingresos adicionales a las asignadas.

### 5.02 Costos

El costo (Medinez. S, 2014) se determina por el precio de la materia prima más el precio de la mano de obra directa más el precio de mano de obra indirecta, adicional el costo de amortización de la maquinaria.

#### 5.02.01 Costos Directos

Son (Medinez. S, 2014) costos directos todo aquello relacionado con la materia prima y la mano de obra directa a la cual se relaciona con los operarios.

**Tabla N° 44** Costos Directos

Demanda Insatisfecha	\$ (588,880.00)
Porcentaje de aceptación 16% que corresponde a la quinta parte del 80%	\$ (94,220.80)

### 5.02.02 Costos Indirecto

Dentro de los costos indirectos (Medinez. S, 2014) se incluyen todos aquellos en los que se incurren para producir, sin entrar en detalle qué proporción corresponde a cada unidad elaborada

**Tabla N° 45** Costos Indirectos

Costos indirectos	Valor Mensual	Valor Anual
Útiles de aseo	\$ 30.00	\$ 360.00
suministros de oficina	\$ 40.00	\$ 480.00
Teléfono/ Internet	\$ 40.00	\$ 480.00
Servicios Basicos	\$ 50.00	\$ 600.00
<b>Total</b>	\$ 160.00	\$ 1,920.00

### 5.02.03 Gastos Administrativos

Los gastos administrativos permiten (Paredes.L, 2014) el desarrollo eficiente y coordinado de la actividad global de la empresa y se manifiestan contablemente en los denominados gastos de administración que tiene una naturaleza predominante fija.

**Tabla N° 46 Gastos Administrativos**

Gastos Administrativos	Valor total	Valor total
Sueldo Administrador	\$ 902.55	\$ 10,830.60
Sueldo Auxiliar	\$ 229.44	\$ 2,753.28
Depreciación Equipos computación	\$ 340.00	\$ 340.00
Depreciación Equipos oficina	\$ 26.00	\$ 26.00
Depreciación .Muebles y encerres	\$ 61.00	\$ 61.00
Arriendo	\$ 2,760.00	\$ 2,760.00
Servicios básicos	\$ 90.00	\$ 1,080.00
Amor. Patente	\$ 120.00	\$ 120.00
Amor. Permisos Funcionamiento	\$ 80.00	\$ 80.00
Servicio Escritura Publica	\$ 160.00	\$ 160.00
Suministros de Oficinaa y Aseo	\$ 70.00	\$ 840.00
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>\$ 4,838.99</b>	<b>\$ 19,050.88</b>

### 5.02.03.01 Rol de Pagos

**Tabla N° 47 Rol de Pagos Empleado**

ROL DE PAGOS DESPUES DE AÑO ADMINISTRADOR																
Año	Nomina	Sueldo	Horas extras	Fondos de reserva	Total Ingresos	Deducciones							Total Deducciones	Total Deducciones Patrono	Líquido a Pagar Mensual	Líquido a Pagar Anual
						Aporte individual 9,35%	Aporte Patronal 12,15%	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Vacaciones	Préstamos	Anticipo				
Administrado	2016	\$ 700,00	\$ -	\$ -	\$ 700,00	\$ 65,45	\$ 85,05	\$ 58,33	\$ 30,50	\$ 29,17	\$ -	\$ 200,00	\$ 265,45	\$ 203,05	\$ 434,55	\$ 10.836,60
	2017	\$ 740,83	\$ -	\$ 61,71	\$ 802,54	\$ 69,27	\$ 90,01	\$ 61,74	\$ 32,28	\$ 30,87	\$ -	\$ 211,66	\$ 280,93	\$ 214,89	\$ 521,61	\$ 11.468,64
	2018	\$ 784,04	\$ -	\$ 65,31	\$ 849,35	\$ 73,31	\$ 95,26	\$ 65,34	\$ 34,16	\$ 32,67	\$ -	\$ 224,01	\$ 297,32	\$ 227,43	\$ 552,03	\$ 12.137,54
	2019	\$ 829,76	\$ -	\$ 69,12	\$ 898,88	\$ 77,58	\$ 100,82	\$ 69,15	\$ 36,15	\$ 34,57	\$ -	\$ 237,08	\$ 314,66	\$ 240,69	\$ 584,23	\$ 12.845,46
	2020	\$ 878,16	\$ -	\$ 73,15	\$ 951,31	\$ 82,11	\$ 106,70	\$ 73,18	\$ 38,26	\$ 36,59	\$ -	\$ 250,90	\$ 333,01	\$ 254,73	\$ 618,30	\$ 13.594,67

**Tabla N°43 Rol de Pagos Provisiones Sociales**

ROL DE PAGOS DESPUES DE AÑO AUXILIA																
Año	Nomina	Sueldo	Horas extras	Fondos de reserva	Total Ingresos	Deducciones							Total Deducciones	Total Deducciones Patrono	Líquido a Pagar Mensual	Líquido a Pagar Anual
						Aporte individual 9,35%	Aporte Patronal 12,15%	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Vacaciones	Préstamos	Anticipo				
Administrado	2016	\$ 160,00	\$ -	\$ -	\$ 160,00	\$ 14,96	\$ 19,44	\$ 13,33	\$ 30,50	\$ 6,67	\$ -	\$ -	\$ 14,96	\$ 69,94	\$ 145,04	\$ 2.759,28
	2017	\$ 169,33	\$ -	\$ 14,11	\$ 183,44	\$ 15,83	\$ 20,57	\$ 14,11	\$ 32,28	\$ 7,06	\$ -	\$ -	\$ 15,83	\$ 74,02	\$ 167,60	\$ 2.920,21
	2018	\$ 179,21	\$ -	\$ 14,93	\$ 194,14	\$ 16,76	\$ 21,77	\$ 14,93	\$ 34,16	\$ 7,47	\$ -	\$ -	\$ 16,76	\$ 78,34	\$ 177,38	\$ 3.090,53
	2019	\$ 189,66	\$ -	\$ 15,80	\$ 205,46	\$ 17,73	\$ 23,04	\$ 15,81	\$ 36,15	\$ 7,90	\$ -	\$ -	\$ 17,73	\$ 82,91	\$ 187,73	\$ 3.270,79
	2020	\$ 200,72	\$ -	\$ 16,72	\$ 217,44	\$ 18,77	\$ 24,39	\$ 16,73	\$ 38,26	\$ 8,36	\$ -	\$ -	\$ 18,77	\$ 87,74	\$ 198,67	\$ 3.461,56

### 5.02.03.02 Depreciación de Activos

$$DEP = \frac{vc - vs}{t} = \frac{\$1020.00 - 0}{3} = \$340.00$$

**Tabla N° 48** Depreciación de Equipos de Computación

AÑOS	Depreciación	Depreciación Acumulada	Valor en libros
0	\$ -	\$ -	\$ 1,020.00
1	\$ 340.00	\$ 340.00	\$ 680.00
2	\$ 340.00	\$ 680.00	\$ 340.00
3	\$ 340.00	\$ 1,020.00	\$ -

$$DEP = \frac{vc - vs}{t} = \frac{\$260.00 - 0}{10} = \$26.00$$

**Tabla N° 49** Depreciación de Equipos de Oficina

AÑOS	Depreciación	Depreciación Acumulada	Valor en libros
0	\$ -	\$ -	\$ 260.00
1	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 234.00
2	\$ 26.00	\$ 52.00	\$ 208.00
3	\$ 26.00	\$ 78.00	\$ 182.00
4	\$ 26.00	\$ 104.00	\$ 156.00
5	\$ 26.00	\$ 130.00	\$ 130.00
6	\$ 26.00	\$ 156.00	\$ 104.00
7	\$ 26.00	\$ 182.00	\$ 78.00
8	\$ 26.00	\$ 208.00	\$ 52.00
9	\$ 26.00	\$ 234.00	\$ 26.00
10	\$ 26.00	\$ 260.00	\$ -

$$DEP = \frac{vc - vs}{t} = \frac{\$610.00 - 0}{10} = \$61.00$$

**Tabla N° 50** Depreciación de Muebles y Enseres

AÑOS	Depreciación	Depreciación Acumulada	Valor en libros
0	\$ -	\$ -	\$ 610.00
1	\$ 61.00	\$ 61.00	\$ 549.00
2	\$ 61.00	\$ 122.00	\$ 488.00
3	\$ 61.00	\$ 183.00	\$ 427.00
4	\$ 61.00	\$ 244.00	\$ 366.00
5	\$ 61.00	\$ 305.00	\$ 305.00
6	\$ 61.00	\$ 366.00	\$ 244.00
7	\$ 61.00	\$ 427.00	\$ 183.00
8	\$ 61.00	\$ 488.00	\$ 122.00
9	\$ 61.00	\$ 549.00	\$ 61.00
10	\$ 61.00	\$ 610.00	\$ -

#### 5.02.04 Gastos Financieros

Se toma en cuenta que unos de los préstamos con la tasa de interés más conveniente es la del IESS, lo que la persona involucrada en el proyecto es afiliada y consta con las 36 aportaciones necesarias se realizara un préstamo quirografario de \$1000.00 con un interés de 13.75%.

Para dicho préstamo se tomara en cuenta una tabla de amortización en el cual se indicara, el capital más el interés a pagar cada mes.

$$C = \$9000.00$$

$$T = 2 \text{ años}$$

$$I = 13.75\%$$

$$A = C * \frac{(1 + i)^n * i}{(1 + i)^n - 1}$$

$$A = \$6000.00 * \frac{((1 + 0.1375)^{24}) * 0.011458333}{(1 + 0.011458333)^{24} - 1}$$

$$A = \$431.05$$

**Tabla N° 51 Amortización**

ANO	CAPITAL	INTERES	PAG	CAP PAG	
1	\$ 9,000.00	\$ 103.13	\$ 431.05	\$ 327.93	
2	\$ 8,672.07	\$ 99.37	\$ 431.05	\$ 331.69	
3	\$ 8,340.38	\$ 95.57	\$ 431.05	\$ 335.49	
4	\$ 8,004.90	\$ 91.72	\$ 431.05	\$ 339.33	
5	\$ 7,665.57	\$ 87.83	\$ 431.05	\$ 343.22	
6	\$ 7,322.35	\$ 83.90	\$ 431.05	\$ 347.15	
7	\$ 6,975.20	\$ 79.92	\$ 431.05	\$ 351.13	
8	\$ 6,624.07	\$ 75.90	\$ 431.05	\$ 355.15	
9	\$ 6,268.91	\$ 71.83	\$ 431.05	\$ 359.22	
10	\$ 5,909.69	\$ 67.72	\$ 431.05	\$ 363.34	
11	\$ 5,546.35	\$ 63.55	\$ 431.05	\$ 367.50	
12	\$ 5,178.85	\$ 59.34	\$ 431.05	\$ 371.71	\$ 979.78
13	\$ 4,807.14	\$ 55.08	\$ 431.05	\$ 375.97	
14	\$ 4,431.17	\$ 50.77	\$ 431.05	\$ 380.28	
15	\$ 4,050.89	\$ 46.42	\$ 431.05	\$ 384.64	
16	\$ 3,666.25	\$ 42.01	\$ 431.05	\$ 389.04	
17	\$ 3,277.20	\$ 37.55	\$ 431.05	\$ 393.50	
18	\$ 2,883.70	\$ 33.04	\$ 431.05	\$ 398.01	
19	\$ 2,485.69	\$ 28.48	\$ 431.05	\$ 402.57	
20	\$ 2,083.12	\$ 23.87	\$ 431.05	\$ 407.18	
21	\$ 1,675.93	\$ 19.20	\$ 431.05	\$ 411.85	
22	\$ 1,264.08	\$ 14.48	\$ 431.05	\$ 416.57	
23	\$ 847.51	\$ 9.71	\$ 431.05	\$ 421.34	
24	\$ 426.17	\$ 4.88	\$ 431.05	\$ 426.17	\$ 365.51
<b>TOTAL</b>	0	\$ 1,345.29	\$ 10,345.29	\$ 9,000.00	

#### 5.02.05 Gastos de Ventas

Son recursos con los que la distribuidora se dé a conocer al medio

**Tabla N° 52 Gastos de Ventas**

Inganuracion	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Disco móvil	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Hojas volantes	500	\$ 0,05	\$ 150,00
Promociones	1	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
<b>Total anual</b>	1	\$ 2.900,05	\$ 3.050,00

### 5.03 Inversión de Proyecto

Se realizara una inversión para la compra de activos fijos y mercadería

#### 5.03.01 Activos Fijos

**Tabla N° 53 Activos Fijos**

DETALLE	CANT.	V. UNIT	V. TOTAL
Perchas	6	\$ 55.00	\$ 330.00
Mostrador de caja	1	\$ 180.00	\$ 180.00
Facturador	1	\$ 65.00	\$ 65.00
Caja registradora	1	\$ 80.00	\$ 80.00
Computadora	2	\$ 330.00	\$ 660.00
Impresora	1	\$ 60.00	\$ 60.00
Impresora Facturas	1	\$ 75.00	\$ 75.00
Teléfono	1	\$ 25.00	\$ 25.00
Silla móvil	2	\$ 15.00	\$ 30.00
Extintor	1	\$ 20.00	\$ 20.00
Sensor de humo fotoeléctrico	1	\$ 45.00	\$ 45.00
Alarma	1	\$ 90.00	\$ 90.00
Software	1	\$ 80.00	\$ 80.00
Rotulo principal	1	\$ 45.00	\$ 45.00
Artículos de oficina	1	\$ 80.00	\$ 80.00
Sillón de espera	1	\$ 35.00	\$ 35.00
Mesa pequeña sala	1	\$ 25.00	\$ 25.00
Dispensador de agua	1	\$ 18.00	\$ 18.00
<b>TOTAL</b>	36	\$ 1,323.00	\$ 1,943.00

### 5.03.02 Otros Activos

**Tabla N° 54** Otros Activos

Detalle	Precio
Patente municipal	\$ 600.00
Servicio Escritura Publica	\$ 800.00
Permisos de funcionamiento	\$ 400.00
<b>Sub. Activos Diferidos</b>	<b>\$ 1,800.00</b>

### 5.03.03 Capital de Trabajo

**Tabla N° 55** Capital de Trabajo

Detalle	Cantidad
Caja	\$ 669.59
Bancos	\$ 6,440.41
Mercadería	\$ 15,703.47
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 22,813.47</b>

### 5.03.04 Estado de Situación Inicial

Tabla N° 56 Estado de Situación Inicial

LENCMEDICAL			
BALANCE GENERAL			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>Activos corrientes</b>		<b>Pasivos corrientes</b>	
Caja	\$ 669.59		
bancos	\$ 1,300.00		
mercadería	\$ 15,703.47		
<b>Subtotal Activos corrientes</b>	<b>\$ 17,673.06</b>		
<b>Activos fijos</b>		<b>Pas. largo plazo</b>	\$ 9,000.00
muebles y enseres	\$ 600.00	Préstamo Quirografario	\$ 9,000.00
equipos de oficina	\$ 260.00		
Equipos Computación	\$ 1,020.00		
Otros Equipos	\$ 63.00		
<b>Subtotal Activos Fijos</b>	<b>\$ 1,943.00</b>		
<b>Activos diferidos</b>		<b>Patrimonio</b>	\$ 12,416.06
Servicios de escritura publiva	\$ 800.00		
Patente municipal	\$ 600.00		
Permisos de funcionamiento	\$ 400.00		
<b>Subtotal Activos Diferidos</b>	<b>\$ 1,800.00</b>	<b>Total Patrimonio</b>	<b>\$ 12,416.06</b>
<b>T. ACTIVOS</b>	<b>\$ 21,416.06</b>	<b>T. PAS+PAT</b>	<b>\$ 21,416.06</b>

### 05.03.05 Fuentes de Financiamiento

Tabla N° 57 Fuentes de Financiamiento

Detalle	Cantidad
<b>Total Activos</b>	\$ 21,416.06
Préstamo	\$ 9,000.00
Patrimonio	\$ 12,416.06

Análisis:

Se toma como una oportunidad, pues la inversión propia es mayor a los restamos que se realiza con terceras personas.

## 5.04 Pronostico Financiero

Para realizar el pronóstico financiero se toma en cuenta los siguientes indicadores

**Tabla N° 58** Indicadores Financieros

2016	1.40%	5.41%
2017	1.42%	4.16%
2018	1.42%	2.70%
2019	1.37%	3.67%
2020	1.90%	3.38%
Sumatoria	7.5%	19%
5	1.50%	3.86%

**Tabla N° 59** Pronostico Financiero

PROMEDIO CRECIMIENTO	
Poblacion	1.50%
Inflacion	3.86%
Subtotal	5.37%

### 5.04.01 Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla N° 60 Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
"LENCMEDICAL"					
Años	1	2	3	4	5
<b>Ventas</b>	\$ 94.220,80	\$ 99.280,46	\$ 104.611,82	\$ 110.229,47	\$ 116.148,79
Costos de Ventas 65%	\$ 61.243,52	\$ 64.532,30	\$ 67.997,68	\$ 71.649,16	\$ 75.496,72
<b>UT. Bruta en Ventas</b>	\$ 32.977,28	\$ 34.748,16	\$ 36.614,14	\$ 38.580,32	\$ 40.652,08
<b>Gastos ventas</b>	\$ 3.050,00	\$ 1.609,89	\$ 1.672,10	\$ 1.736,71	\$ 1.803,81
Inauguración	\$ 1.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Volantes	\$ 150,00	\$ 155,80	\$ 161,82	\$ 168,07	\$ 174,56
Promociones	\$ 1.400,00	\$ 1.454,10	\$ 1.510,28	\$ 1.568,64	\$ 1.629,25
<b>UT. Net. Ventas</b>	\$ 29.927,28	\$ 33.138,27	\$ 34.942,04	\$ 36.843,61	\$ 38.848,26
<b>Gastos Administración</b>	\$ 19.373,88	\$ 19.484,23	\$ 20.477,57	\$ 21.185,80	\$ 22.292,03
Sueldo Administrador	\$ 10.836,60	\$ 11.468,64	\$ 12.137,54	\$ 12.845,46	\$ 13.594,67
Sueldo Auxiliar	\$ 2.759,28	\$ 2.920,21	\$ 3.090,53	\$ 3.270,79	\$ 3.461,56
Dep. Eq. computación	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ -	\$ -
Dep. Eq. oficina	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 26,00
Dep. M y E	\$ 52,00	\$ 61,00	\$ 61,00	\$ 61,00	\$ 61,00
Arriendo	\$ 2.760,00	\$ 2.866,65	\$ 2.977,41	\$ 3.092,46	\$ 3.211,95
Servicios básicos	\$ 1.080,00	\$ 1.121,73	\$ 1.165,07	\$ 1.210,09	\$ 1.256,85
Suministros de Oficina y Aseo	\$ 840,00	\$ 872,46	\$ 906,17	\$ 941,18	\$ 977,55
Amor. Patente	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
Permisos Fun.	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00
Servicio Escritura Publica	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00
<b>UT. Operacional</b>	\$ 10.553,40	\$ 13.654,04	\$ 14.464,47	\$ 15.657,80	\$ 16.556,24
Gtos. Financieros	\$ 979,78	\$ 365,51	\$ -	\$ -	\$ -
<b>UT. Antes imp.</b>	\$ 9.573,62	\$ 13.288,53	\$ 14.464,47	\$ 15.657,80	\$ 16.556,24
15% trab	\$ 1.436,04	\$ 1.993,28	\$ 2.169,67	\$ 2.348,67	\$ 2.483,44
<b>UT. Impuestos</b>	\$ 8.137,57	\$ 11.295,25	\$ 12.294,80	\$ 13.309,13	\$ 14.072,80
% imp renta	\$ -	\$ 564,76	\$ 614,74	\$ 665,46	\$ 703,64
<b>UT. Final</b>	\$ 8.137,57	\$ 10.730,49	\$ 11.680,06	\$ 12.643,68	\$ 13.369,16
10% res legal	\$ 813,76	\$ 1.073,05	\$ 1.168,01	\$ 1.264,37	\$ 1.336,92
<b>UT. Dividendo</b>	\$ 7.323,82	\$ 9.657,44	\$ 10.512,05	\$ 11.379,31	\$ 12.032,25

**Tabla N° 61 Impuesto a la Renta**

Fracción Básica	Exceso Hasta	Impuesto Fracción Básica	Impuesto Fracción Excedente
\$ -	\$ 11,170.00	\$ -	0%
\$ 11,170.00	\$ 14,240.00	\$ -	5%
\$ 14,240.00	\$ 17,800.00	\$ 150.00	10%
\$ 17,800.00	\$ 21,370.00	\$ 509.00	12%
\$ 21,370.00	\$ 42,740.00	\$ 938.00	15%
\$ 42,740.00	\$ 64,090.00	\$ 4,143.00	20%
\$ 64,090.00	\$ 85,470.00	\$ 8,413.00	25%
\$ 85,470.00	\$ 113,940.00	\$ 13,758.00	30%
\$ 113,940.00	En adelante	\$ 22,299.00	35%

#### 5.04.02 Caja de Flujo

**Tabla N° 62 Flujo de Caja**

FLUJO DE CAJA	0	1	2	3	4	5
UTILIDADES	\$ -	\$ 8.137,57	\$ 10.730,49	\$ 11.680,06	\$ 12.643,68	\$ 13.369,16
GTOS FINAN	\$ -	\$ 979,78	\$ 365,51	\$ -	\$ -	\$ -
DEP	\$ -	\$ 427,00	\$ 427,00	\$ 427,00	\$ 87,00	\$ 87,00
AMOR	\$ -	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 10.224,36</b>	<b>\$ 12.202,99</b>	<b>\$ 12.787,06</b>	<b>\$ 13.410,68</b>	<b>\$ 14.136,16</b>
INV	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CTN	\$ (19.615,20)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.961,52
ATF. FIJOS	\$ (1.800,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 180,00
<b>FLUJO NETO</b>	<b>\$ (21.415,20)</b>	<b>\$ 10.224,36</b>	<b>\$ 12.202,99</b>	<b>\$ 12.787,06</b>	<b>\$ 13.410,68</b>	<b>\$ 16.277,68</b>

### 5.04.03 Punto de Equilibrio

**Tabla N° 63** Costos y Gastos

COSTOS/GASTOS	FIJOS	VARIABLES
Costos de Ventas	\$ 61.243,52	\$ -
Gastos de Ventas	\$ -	\$ 3.050,00
Gastos Administrativos	\$ 1.098,00	\$ 18.275,88
Gastos Financieros	\$ 979,78	\$ -
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 63.321,30</b>	<b>\$ 21.325,88</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>84.647,18</b>

$$PVU = \frac{\text{Total Ingresos}}{\text{Tiempo}}$$

$$PVU \frac{\$94220.00}{360} = 261.72$$

$$CVU = \frac{CV}{360}$$

$$CVU = \frac{\$21325.88}{360} = \$ 59.24$$

$$PE(Q) = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

$$PE(Q) = \frac{\$ 63321.30}{261.72 - 59.24} = 313$$

$$PE(MON) = \frac{CF}{1 - \frac{CVU}{PVU}}$$

$$PE(MON) = \frac{\$ 63321.30}{1 - \frac{\$ 59.24}{261.72}} = \$81835.22$$

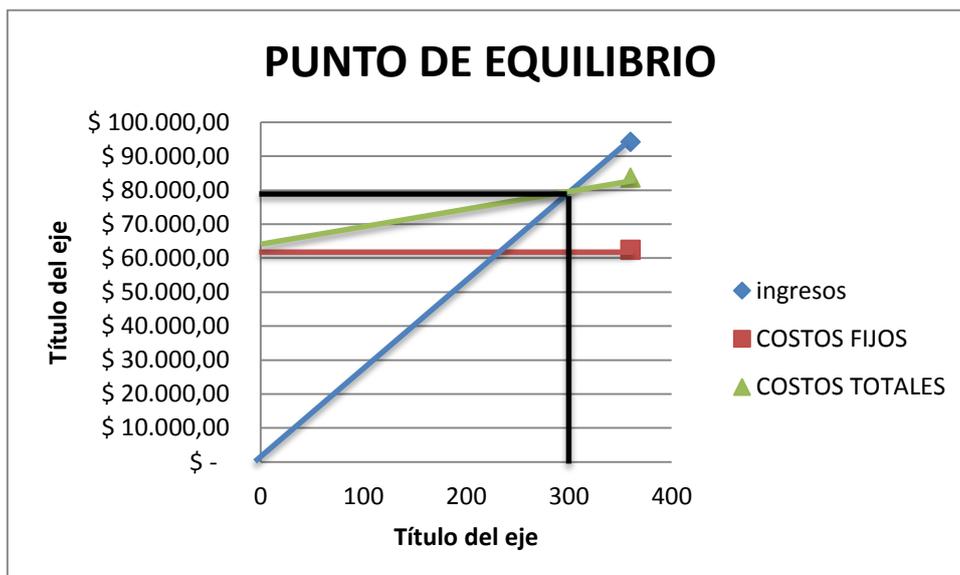


Figura N° 25 Punto de Equilibrio.

Realizado por Silvia Morocho

## 5.05 Evaluación Financiera

### 5.05.01 Tasa Mínima de Retorno T (MAR)

**Tabla N° 64 T (MAR)**

T(MAR)	%
Tasa Int. Activa	8,16%
Riesgo País	8,90%
Inflación	3,86%
Total	20,92%

Análisis:

En el estudio de la tasa mínima de retorno para la inversión se consideró el riesgo país y la inflación dando como resultado el 20.92 %.

### 5.05.02 Valor Actual Neto

**Tabla N° 65 Valor Actual Neto (VAN)**

TIEMPO	FLUJO NETO	VAN
0	\$ (21.415,20)	\$ (21.415,20)
1	\$ 10.224,36	\$ 8.455,47
2	\$ 12.202,99	\$ 8.345,84
3	\$ 12.787,06	\$ 7.232,30
4	\$ 13.410,68	\$ 6.272,75
5	\$ 16.277,68	\$ 6.296,54
		\$ 15.187,70

Análisis

Mediante el VAN se determina que al final de la vida útil de la empresa, es decir en cinco años se generara un total de \$ 14729.21 de recursos líquidos

### 5.05.03 Tasa Interna de Retorno

**Tabla N° 66** Tasa Interna de Retorno

TIEMPO	FLUJO NETO	VAN	TIR
0	\$ (21.415,20)	\$ (21.415,20)	\$ (21.415,20)
1	\$ 10.224,36	\$ 8.455,47	\$ 6.895,67
2	\$ 12.202,99	\$ 8.345,84	\$ 5.550,69
3	\$ 12.787,06	\$ 7.232,30	\$ 3.922,76
4	\$ 13.410,68	\$ 6.272,75	\$ 2.774,68
5	\$ 16.277,68	\$ 6.296,54	\$ 2.271,40
		\$ 15.187,70	48%

Análisis.

La tasa interna de retorno es superior al T(MAR) que es de 20.92% y el TIR de 48%, por lo tanto la inversión que realice la empresa, tiene una buena rentabilidad

### 5.05.04 Razón Costo Beneficio

Se toma en cuenta que:

Si el valor en mayo a 1 el proyecto es factible

Si el valor en menor a 1, no se debe realizar el proyecto

Si el proyecto es igual a 1 se debe revisar el proyecto y modificarlo

$$R.C.B = \frac{\text{Valor Actual}}{\text{Inversion}} =$$

$$R.C.B = \frac{\$36145.27}{\$21416.06} = 1.69$$

**Tabla N° 67 Razón Costo Beneficio**

R.B/COSTO	VALORES	TOTAL
Beneficio	\$ 36.602,90	1,71
Costo	\$ 21.415,20	

Análisis.-

La razón costo beneficio tiene un valor de 1.69 es decir que por cada dólar que se invierta se obtendrá una utilidad de \$ 1.71.

#### 5.05.04 Periodo de Retorno Internos (PRI)

Tabla N°63 PRI

PRI		
AÑOS	MESES	DIAS
2	1	23

Análisis:

Se determina que la inversión se recuperará en 2 años 1 meses y 23 día, por lo tanto la empresa empezará a generar ganancias, por lo cual se seguirá invirtiendo en mejorar y ampliar la distribuidora.

### 5.05.05 Margen Bruto

**Tabla N° 68** Margen Bruto

Margen Neto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
UT. Net. Ventas	\$ 29.927,28	\$ 33.138,27	\$ 34.942,04	\$ 36.843,61	\$ 38.848,26
Ventas	\$ 94.220,80	\$ 99.280,46	\$ 104.611,82	\$ 110.229,47	\$ 116.148,79
Porcentajes	33%	33%	33%	33%	33%

Análisis:

Este indicador ayuda a verificar la utilidad neta, la cual corresponde al 33.00% de las ventas netas, es decir, que por cada dólar que se venda se generará \$33.00.

## CAPITULO VI

### 6.01 Impacto Ambiental

Tiene como principal finalidad formar un juicio previo, lo más objetivo posible, sobre los efectos geobiofísicos y socioeconómicos de determinados proyectos y actividades, para evitarlos o reducirlos a niveles aceptables. (Abellán M., pág. 11, párr. 1, año 2006).

Por esta razón se considera que el impacto que generará la empresa distribuidora de lencería hospitalaria, puesto a que no se trabaja con desechos tóxicos, así que la eliminación de desechos producidos será de una manera adecuada y rápida.

## 6.02 Impacto Social

El impacto social que genera este proyecto es de mejorar la calidad de atención en la venta y distribución de mercadería que en el sector es muy escasa, por este motivo aumentará el nivel de atención y servicio no solo a las clínicas involucradas, sino también a las personas relacionadas con las mismas.

## 6.03 Impacto Económico

Se considera alto debido ya que genera fuentes de trabajo y por la misma razón disminuirá el nivel de pobreza y desempleo en la ciudad. Generando el beneficio de prosperidad para la comunidad latacungueña en la cual no solo se beneficia el propietario, sino también las clínicas.

## CAPITULO VII

### 7.01 COLCLUSIONES

El presente proyecto de inversión para la creación de una distribuidora de lencería hospitalaria en la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi cumple con cada uno de los objetivos planteados en sus inicios.

Mediante el censo realizado se constata el alto nivel de demanda insatisfecha, incluso al existe un local que cuenta con mercadería similar por lo que se genera en una oportunidad de aceptación rápida por las clínicas privadas al ser una distribuidora exclusiva de lencería hospitalaria

Al realizar el estudio del nivel económico del que cuentan las clínicas de Latacunga se toma como referencia para ofrecer productos que se ajusten a sus necesidades.

Se determina que para obtener el nivel de mercadería adecuada para el primer mes, se toma la demanda insatisfecha, la misma que se dividirá para doce y con el resultado generaremos parte necesaria del balance de situación inicial.

Se verifica en este caso con el Margen Neto, la cual corresponde al 33.00% de las ventas netas, es decir, que por cada dólar que se venda se generará \$33.00, llegando a si a la culminación del estudio de factibilidad de la creación de una distribuidora de lencería hospitalaria y demostrando que el establecimiento será es totalmente rentable, viable y factible.

## 7.02 RECOMENDACIONES

Se recomienda buscar nuevas entidades financieras, que ofrezcan tasas de interés más bajas para poder incrementar el valor del préstamo y extender la variedad de los productos.

Se debe investigar a fondo todas las necesidades que las clínicas privadas presentan, para poder buscar así estrategias personalizadas y lograr satisfacer sus necesidades.

Se recomienda tomar en cuenta para los futuros proyectos de factibilidad los valores que se están incrementados en la actualidad, como por ejemplo el IVA que del 12% subirá al 14%, lo cual incrementará costos y gastos para la empresa.

## ANEXOS

### Anexo 1

El presente censo es la herramienta para medir la factibilidad para la creación de una empresa distribuidora de lencería hospitalaria en la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi periodo 2015-2016”, por este motivo pido de manera comedida y respetuosa se dignen en responder las siguientes preguntas.

1. ¿Considera importante que, para el cuidado y manejo adecuado de los pacientes, el personal a cargo cuente con lencería hospitalaria adecuada y cómoda?

SI ( )

NO ( )

2. ¿Considera Ud. que la imagen que proyecta una casa de salud influye en la confianza de los paciente?

SI ( )

NO ( )

3. ¿En este momento cuenta la institución con proveedor fijo de lencería hospitalaria?

SI ( )

NO ( )

4. ¿Cuál es la frecuencia con la que renueva la lencería hospitalaria en la institución?

Trimestral ( )

Semestral ( )

Anual ( )

5. ¿El grado de satisfacción que le genera su actual proveedor es?

Excelente ( )

Bueno ( )

Malo ( )

6. ¿Consideraría Ud. consumir los productos a nuevos proveedores que le ofrezcan lencería hospitalaria de calidad?

SI ( )

NO ( )

7. ¿Qué es lo que Ud. consideraría al momento de adquirir el producto?

Calidad ( )

Relación Precio Calidad ( )

Precio ( )

8. ¿La forma de pago que considera más óptima es?

Contado ( )

Crédito 3 meses ( )

Crédito 6 meses ( )

9. ¿Con que frecuencia adquiere más del siguiente listado de lencería?

Paquete de cirugía ( )

Uniforme para personal médico ( )

Bata de pacientes ( )

Manejo de cama ( )

10. ¿Qué tipo de lencería hospitalaria considera Ud. más difícil de conseguir?

Uniformes ( )

Quirúrgicos ( )

11. ¿Cuál es el consumo promedio que realiza en lencería hospitalaria al año?

\$6000.00 ( )

\$10800.00 ( )

\$8500.00 ( )

\$12500.00 ( )

\$9500.00 ( )

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Ávila, J. J. (2006). Economía. [En línea]. Consultado [14, abril, 2016]

Disponible en:

<https://books.google.com.ec/books?id=0KksqC7ymJcC&pg=PA45&dq=que+es+la+oferta+y+la+demanda+en+economia&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjs6ZuO5ebLAhVDrB4KHSsaAlcQ6AEIMzAE#v=onepage&q=que%20es%20la%20oferta%20y%20la%20demanda%20en%20economia&f=false>

ARCSA. (Marzo 2016). Obtenido de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria.

BCE. (31 de Enero 2016). Obtenido del Banco Central del Ecuador.

CBL. (2016). Obtenido de Cuerpo de Bomberos de Latacunga:

<http://www.cuerpobomberoslatacunga.gob.ec/index.php/es/component/content/article?layout=edit&id=38>

Chauca. W, (2015). Estudio de factibilidad para la creación de un establecimiento de productos veterinarios en el sector santa Rita D.M.Q periodo 2015

Enríquez, C. Navarro, A. y Peral, B. (2003). Fuerzas de Ventas.

Madrid: ESIC editorial Avda. de Valdenigrales,  
s/n28223Pozuelo de Alarcón

Erossa, V. E. (2004). Proyecto de Inversión en Ingeniería. México:

Limusa, S.A de CV Grupo Noriega Editores

Economía y empresa en 50MINUTOS.es. (s.f.). *Las 5 fuerzas de*

*Porter*. . [En línea]. Consultado [02, mayo, 2016] Disponible  
en:

[https://books.google.com.ec/books?id=mWLyCwAAQBAJ&pg=PT2&dq=las+5+fuerzas+de+porter&hl=es&sa=X&ved=0ah](https://books.google.com.ec/books?id=mWLyCwAAQBAJ&pg=PT2&dq=las+5+fuerzas+de+porter&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjn-)

[Gk6sDMAhWIwj4KHWacBrsQ6AEIGjAA#v=onepage&q=las%20fuerzas%20de%20porter&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=mWLyCwAAQBAJ&pg=PT2&dq=las+5+fuerzas+de+porter&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjn-Gk6sDMAhWIwj4KHWacBrsQ6AEIGjAA#v=onepage&q=las%20fuerzas%20de%20porter&f=false)

Fernández, J. M. (2001). Planificación Estratégica de Ciudades.

Reverté, S.A; Loreto 13-15 Local B 08029 Barcelona. España

George.A. (2008). Cinco fuerzas de Porter. *Situacion Organizacional*,  
libro no publicado.

Gravity.F. (2014). *Logistica de Abastecimiento*. Jimdo:

<http://logisticayabastecimiento.jimdo.com/almacenamiento/>.

INEC. (12 de Enero 2016). Obtenido de Instituto nacional de censos.

Krajewski, Lee, J., Ritzman, Larry, P. (2000). *Administracion de operaciones, estrategias y analisis*. (5ta. Ed.). [En línea].

Consultado [02, mayo, 2016] Disponible en:

<https://books.google.com.ec/books?id=B6LAqCoPSeoC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Krugman, W., y Olney, R. (2007). *Fundamentos de Economía*.

Reverté, S.A; Loreto 13-15 Local B 08029 Barcelona. España.

[En línea]. Consultado [20, marzo, 2016] Disponible en:

[https://books.google.com.ec/books?id=MF8sETKKD7EC&pg=PA452&dq=Krugman,+Wells+Olney,+2007&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjuzbvo3K\\_MAhVI2D4KHb\\_0DqsQ6AEIKDACA#v=onepage&q=Krugman%2C%20Wells%20Olney%2C%202007&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=MF8sETKKD7EC&pg=PA452&dq=Krugman,+Wells+Olney,+2007&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjuzbvo3K_MAhVI2D4KHb_0DqsQ6AEIKDACA#v=onepage&q=Krugman%2C%20Wells%20Olney%2C%202007&f=false)

Malhotra, N. K. (2004). *Investigación de Mercados*. México: Pearson Educación

Medinez.S. (2014). *Definicoion de Costos Empresariales*. Mexico: Estersias.

Montoya .DE. (2012). *Gestion de Proyectos de Conservación y Manejo de Recursos Naturales*. [En línea]. Consultado [2, abril, 2016] Disponible en:

<https://books.google.com.ec/books?id=Csfje0S9jQAC&pg=PA142&dq=MONTOYA+DEFINICIONES+DE+BIENES+Y+>

SERVICIOS&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj168iS3q\_MAhU  
JOj4KHRKjCr8Q6AEIIDAB#v=onepage&q=MONTROYA%2  
0DEFINICIONES%20DE%20BIENES%20Y%20SERVICIO  
S&f=false

Ortiz, O. L. (2012). *El Dinero. La Teoría, La Política y las Instituciones*. Facultad de Economía. UNAM; Tercera Edición

Pelaez.F. (2012). *Retribucion del Factor Social*. Quito: Enciclopedia y biblioteca de economia.

Paredes.L. (2014). *Gastos Administrativos*. Quito: Particular.

Solorzano, M. (2014), "Proyecto de factibilidad de la creación de una empresa productora de ropa hospitalaria y su comercialización en las instituciones de salud de la ciudad de Lija" Reuperado de  
<http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/5950/1/Mar%C3%ADa%20Augusta%20Sol%C3%B3rzano%20Alvarado.pdf>

UNIMED. (2012). *Manual para la Administracion de la Farmacia*. Bolivia: Unidad de Medicamentos y Tecnologia en Salud.

Uribe. R, (2011). *Costos para la toma de decisiones*. Bogotá, Colombia: Legis, S.A.