



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA COMERCIALIZADORA DE
INSUMOS E IMPLANTES DENTALES”**

AUTORES: AMAIQUEMA SANDOYA JAVIER

GUAMAN QUILLIGANA EVELIN

TUTOR: ECON. ROBERTO MORALES

GUAYAQUIL, SEPTIEMBRE, 2019



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	"Plan de negocios para la creación de una empresa comercializadora de insumos e implantes dentales"		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Amaiquema Sandoya Javier Enrique – Guamán Quilligana Evelin Abigail		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) apellidos/nombres):	Econ. Roberto Morales Vergara		
INSTITUCIÓN:	Universidad de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Facultad de Ciencias Administrativas		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:			
GRADO OBTENIDO:			
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PÁGINAS:	
ÁREAS TEMÁTICAS:			
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Comercialización, odontología, Guayaquil		
RESUMEN/ABSTRACT			
<p>La idea de iniciar una comercialización de insumos e implantes dentales surge de los nuevos puestos o consultorios dentales y las clínicas especializadas de odontología. El planteamiento de emprendimiento e idea de negocio actual considera las necesidades y oportunidades de un mercado que se ha ido incrementando cada año, es decir los nuevos profesionales y especialistas de odontología en la ciudad de Guayaquil.</p> <p>Para el desarrollo del proyecto se realiza una investigación de mercado, también se lleva a cabo un análisis situacional tomando en cuenta factores internos y externos. Al analizar los factores económicos que inciden en el proceso de comercialización la viabilidad a raves de un análisis financiero, por medio proyecciones y punto de equilibrio, incluyendo la tasa de retorno y el tiempo de recuperación de inversión.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0961052376	E-mail: eby1994@hotmail.es	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Abg. Elizabeth Coronel		
	Teléfono: 04 2848487 ext. 123		
	E-mail: fca.secretariageneral@ug.edu.ec		



Universidad de Guayaquil

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado, yo Econ. Roberto Morales, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por Javier Enrique Amaiquema Sandoya C.C.: 0924644461 y Evelin Abigail Guamán Quilligana, C.C.: 0202467148, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Ingeniería Comercial.

Se informa que el trabajo de titulación: "Plan de negocios para la creación de una empresa comercializadora de insumos e implantes dentales", ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio (URKUND) quedando el 1% de coincidencia.

URKUND

Presentado por roberto.moralesv@ug.edu.ec

Recibido valeria.henriquezb.ug@analysis.orkund.com

Mensaje Tesis Amaiquema y Guamán [Mostrar el mensaje completo](#)

1% de estas 26 páginas, se componen de texto presente en 1 fuentes.

Lista de fuentes Bloques ★ PROBAR LA NUEVA BETA DE URKUND

Categoría	Enlace/nombre de archivo
>	MALO ASANZA TANYA - TESIS GEM.pdf

Fuentes alternativas

Fuentes no usadas

Reiniciar Exportar Compartir

100% # 2 Activo

acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones".

Por esta razón, BETAMEDIC S.A, será inscrita en el año 2019 bajo las leyes ecuatorianas desde el momento de su inscripción en el registro mercantil. La complejidad de la empresa se basará con atributos legales y técnicas para desarrollar actividades de comercialización de insumos e implantes dentales. Ubicación La Ubicación de la Empresa puede determinar el éxito o fracaso de un negocio, por esta razón la decisión de donde ubicar el proyecto obedecerá no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos. Se busca establecer la

Archivo de registro Urkund: / MALO ASANZA TANYA - T... 100% 0 Advertencias.

acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

<https://secure.orkund.com/view/53335177-909621-153060#q1bKLVayijaMIVEqzkzPy0zLTE7MS05VsjLQMzAwNLU0MDW1NDIzBLJMzSxrAQ>

Econ. Roberto Morales Vergara
C.I. 0921016507

Guayaquil, 15 de Agosto del 2019

ECON. JORGE CHABUSA VARGAS, MSC
DIRECTOR (E) CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Ciudad.-

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación Plan de negocios para la creación de una empresa comercializadora de insumos e implantes dentales de los estudiantes Javier Enrique Amaiquema Sandoya y Evelin Abigail Guamán Quilligana, indicando han cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que los estudiantes están aptos para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

Econ. Roberto Morales Vergara

C.I. 0921016507

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO
COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

Yo, Javier Enrique Amaiquema Sandoya con C.I. No. 0924644461 y Evelin Abigail Guamán Quilligana con C.I. No. 0202467148, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “Plan de negocios para la creación de una empresa comercializadora de insumos e implantes dentales” son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente

Javier Enrique Amaiquema Sandoya

C.I. No. 0924644461

Evelin Abigail Guamán Quilligana

C.I. No.0202467148

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado

Dedicatoria

Dedico a Dios este acontecimiento importante en mi vida, ya que sin él no hubiera podido llegar a este momento de culminación de carrera.

A mis padres, que con esfuerzo, dedicación y su apoyo incondicional me han permitido seguir mis estudios de manera constante, a mis docentes que me han brindado sus conocimientos y enseñanzas en el transcurso de nuestra carrera.

Amaiquema Sandoya Javier Enrique

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis padres quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades.

Guamán Quilligana Evelin Abigail

Agradecimiento

Agradezco principalmente a Dios que me permite estar aquí en un hecho de culminación de carrera, a mis padres que me han brindado su apoyo de manera incondicional en el transcurso de mis estudios universitarios.

Agradezco a mi tutor Ing. Roberto Morales que con sus sabios consejos supo guiarme y alentarme en el presente proyecto, con profesionalismo y responsabilidad, permitiéndome así culminar con éxito el mismo.

Amaiquema Sandoya Javier Enrique

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes.

A todas los docentes que hacen la Universidad de Guayaquil, por confiar en mí y ayudarme con los conocimientos.

Guamán Quilligana Evelin Abigail



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE INSUMO E IMPLANTES DENTALES”**

Autores: Javier Amaiquema Sandoya
Evelin Guamán Quilligana
Tutor: Econ. Roberto Morales Vergara

Resumen

La idea de iniciar una comercialización de insumos e implantes dentales surge de los nuevos puestos o consultorios dentales y las clínicas especializadas de odontología. El planteamiento de emprendimiento e idea de negocio actual considera las necesidades y oportunidades de un mercado que se ha ido incrementando cada año, es decir los nuevos profesionales y especialistas de odontología en la ciudad de Guayaquil.

Para el desarrollo del proyecto se realiza una investigación de mercado, también se lleva a cabo un análisis situacional tomando en cuenta factores internos y externos. Al analizar los factores económicos que inciden en el proceso de comercialización la viabilidad a través de un análisis financiero, por medio de proyecciones y punto de equilibrio, incluyendo la tasa de retorno y el tiempo de recuperación de inversión.

Palabras claves: comercialización, odontología, Guayaquil.



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL**

**“BUSINESS PLAN FOR CREATING AN ENTERPRISE MARKETING
COMPANY AND DENTAL IMPLANTS”**

Author: Javier Amaiquema Sandoya
Evelin Guamán Quilligana
Advisor: Econ. Roberto Morales Vergara

Abstract

The idea of starting a commercialization of dental supplies and implants arises from new positions or dental offices and specialized dental clinics. The approach to entrepreneurship and current business idea considers the needs and opportunities of a market that has been increasing every year, that is, the new professionals and specialists in dentistry in the city of Guayaquil.

For the development of the project a market investigation is carried out, a situational analysis is also carried out taking into account internal and external factors. The operational part of the business and the viability are estimated through a financial analysis.

Keywords: commercialization , odontology, Guayaquil.

Contenido

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	i
CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD	ii
LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
Índice de tabla.....	xii
Introducción	15
Capítulo I	19
Planteamiento del Problema	19
Formulación del Problema.....	20
Sistematización del problema	20
Objetivo General.....	20
Objetivos Específicos.....	21
Justificación Práctica	21
Justificación Teórica	21
Justificación Social	22
Justificación Metodológica	23
Delimitación General.....	23
Capítulo II.....	24
Antecedentes.....	24
Marco Teórico.....	24
Teoría de la administración.....	24
Teoría del interés.....	24
Plan de negocios	25
Análisis de factibilidad.....	26
Payback.....	27
Tasa interna de retorno.....	27
Valor actual neto	28
Análisis de factibilidad de técnica.	28
Análisis de factibilidad de mercado.	29

Marco Contextual.....	29
Razón social	29
Ubicación	30
Criterios.....	30
Marco Legal	30
Requisitos para la apertura de una empresa sociedad anónima	30
Procedimiento para la conformación de la sociedad.....	30
IESS (Instituto Ecuatoriano De Seguridad Social)	31
Patentes municipales	32
Requisitos.....	32
Capítulo III.....	33
Aspectos Metodológicos	33
Enfoque cuantitativo	33
Población y Muestra	33
Recolección y tabulación de datos	34
Resultados de la encuesta.....	34
Capítulo IV.....	45
Descripción de los bienes a comercializar	45
Elementos de restauración y cirugía	45
Elementos de prevención	50
Material de cirugía	52
Cadena de valor.....	53
Misión.	53
Visión.....	54
Valores de la empresa	54
Persistente	54
Responsabilidad	54
Calidad	54
Estructura organizacional.....	55
Análisis FODA.....	56
Fortalezas	56
Oportunidades	56
Debilidades	56
Amenazas.....	56
Análisis situacional	57

Análisis interno	57
Análisis Externo.....	57
Análisis de mercadotecnia.	58
Producto	58
Precio	59
Promoción.....	60
Plaza.....	61
Análisis Técnico.....	61
Instalaciones.....	62
Objetivos a largo plazo	62
Estrategias	62
Determinación de mercado meta.....	63
Flujo grama de la empresa	63
Análisis Financiero	65
Determinación de Inversiones.....	65
Inversión Total	70
Financiamiento.....	71
Préstamo bancario.....	71
Costos e Ingresos	72
Costos.....	72
Depreciaciones	72
Presupuesto de Operación.....	72
Ingresos Totales	73
Fuerza de ventas.....	73
Estado de Perdida y Ganancia.....	75
Balance General	77
Flujo de Caja.....	78
Costos Fijos.....	78
Costos variables	79
Punto de Equilibrio	79
Valor Actual Neto.....	81
Tiempo de Recuperación de Capital	82
Tasa Interna de Retorno	83
Conclusiones	84
Recomendaciones	85

Bibliografía86

Índice de tabla

Tabla 1	Especialidad odontológica	34
Tabla 2	Experiencia en la práctica odontológica	35
Tabla 3	Elemento de mantenimiento	37
Tabla 4	Elementos utilizados para realizar restauraciones y cirugía dentales	38
Tabla 5	Prevención aplicada en pacientes.....	39
Tabla 6	Marcas de implantes	40
Tabla 7	Inversión en insumos dentales	41
Tabla 8	Material de preferen en los implantes dentales.....	42
Tabla 9	Inversión en implante dental de titanio	43
Tabla 10	Disposición de compra en nuevo local	44
Tabla 11	Elementos de cirugía.....	46
Tabla 12	Elementos de prevención	50
Tabla 13	Material de Implantología.....	52
Tabla 14	Costos de productos	59
Tabla 15	Precios de productos	60
Tabla 16	Talento Humano.....	65
Tabla 17	Equipo de computación.....	66
Tabla 18	Equipo de oficina	67
Tabla 19	Muebles y Enseres	67
Tabla 20	Vehículo.....	67
Tabla 21	Gastos de constitución	68
Tabla 22	Capital de trabajo	68
Tabla 23	Mercadería	69
Tabla 24	Sueldos y salarios.....	69
Tabla 25	Sueldos administrativos	70
Tabla 26	Gastos administrativos	70
Tabla 27	Gastos de ventas.....	70
Tabla 28	Inversión total	71
Tabla 29	Financiamiento.....	71
Tabla 30	Tabla de amortización.....	71
Tabla 31	Tabla de depreciación	72
Tabla 32	Presupuesto de operación.....	73
Tabla 33	Proyección de ventas.....	74
Tabla 34	Estado de pérdidas y ganancias.....	76
Tabla 35	Estado de situación financiera	77
Tabla 36	Flujo de caja.....	78
Tabla 37	Gastos fijos.....	79
Tabla 38	Costos variables	79
Tabla 39	Punto de Equilibrio	80
Tabla 40	Punto de Equilibrio Anual	81

Tabla 41 Van.....	82
Tabla 42 Payback.....	82
Tabla 43 Formula Payback	82
Tabla 44 TIR	83

Tabla de Figura

Figura 1 Elementos del plan de negocio	26
Figura 2 Tasa Interna de Retorno (TIR)	28
Figura 3 Fórmula del VAN	28
Figura 4 Especialidad odontológica.....	35
Figura 5 Experiencia en la práctica odontológica.....	36
Figura 6 Elemento de mantenimiento	37
Figura 7 Elementos utilizados para realizar restauraciones y cirugía dentales.....	38
Figura 8 Prevención aplicada en pacientes	39
Figura 9 Marcas de implantes	40
Figura 10 Inversión en insumos dentales.....	41
Figura 11 Material de prefieren en los implantes dentales	42
Figura 12 Inversión en implante dental de titanio	43
Figura 13 Disposición de compra en nuevo local	44
Figura 14 Lubri spray.....	45
Figura 15 Lysol	46
Figura 16 Anestésico Xylestesin.....	47
Figura 17 Anestésico tópico Zeyco.....	47
Figura 18 Disco de pulir resina.....	47
Figura 19 Fresa de diamantes	48
Figura 20 Cemento de fotocurado.....	48
Figura 21 Resina fluida económica.....	48
Figura 22 Agujas dentales cortas	49
Figura 23 Agujas dentales largas	49
Figura 24 Agujas dentales extra-cortas.....	49
Figura 25 Hemostático vicostad clear	50
Figura 26 Cubetas de flúor.....	50
Figura 27 Encident enjuague bucal.....	51
Figura 28 Flour gel.....	51
Figura 29 Sellante de fosas y fisuras.....	51
Figura 30 Algodón por funda sana.....	52
Figura 31 Implante.....	52
Figura 32 Cadena de valor	53
Figura 33 Estructura organizacional	55
Figura 34 Logo de la empresa BETAMEDIC S.A.	58
Figura 35 Slogan de BETAMEDIC S.A.....	59
Figura 36 Publicidad de facebook BETAMEDIC S.A	60
Figura 37 Publicidad de Instagram	61
Figura 38 Imagen de Promoción de descuento	61
Figura 39 Flujograma.....	63

Apéndice

Apéndice 1. Encuesta de Estudio de Mercado de Insumos e Implantes Dentales	91
---	----

Introducción

La Estomatología al igual que otras ramas de las ciencias médicas no cuenta, para su buen desempeño, con medidas preventivas que le permita accionar por sí sola, sin la contribución consciente del individuo para evitar que aparezca la enfermedad (Lugo, 2014).

Actualmente la salud estomatológica del individuo en la sociedad forma parte primordial de la salud e imagen en general, generando de parte del Ministerio de Salud Pública del Ecuador, las “Normas y Procedimientos de Atención en Salud Bucal”, presentadas en junio del 2009, las cuales se complementan al “Manual de Normas y Procedimientos Estomatológicos” emitido mediante acuerdo Ministerial N°1465 en mayo de 1995, en la cual se engloban aspectos estéticos como planes nacionales de salud bucal (MSP, 2016).

La principal enfermedad bucal es la caries dental, ésta es considerada un problema de salud pública a nivel mundial debido al impacto negativo que genera en los ámbitos social, económico, psicológico y sobre la calidad de vida, además de que, debido a su carácter multifactorial, prevenirla y controlarla no es tarea sencilla (Ramirez, 2015)

Esta serie de problemas hace que la demanda de servicios odontológicos aumente en la ciudad de Guayaquil y que los tratamientos y equipos deban ser innovadores, para así entregar una mejor atención al cliente en un menor tiempo, calidad, y bajos costos.

Es por esta razón que nace la necesidad de crear la empresa BETAMEDIC S.A., para llevar a cabo la compra y venta de implantes odontológicos a menor costo, ya que existen variables macro y micro económico que hacen factible este hecho, la comercialización también contara en subastas para el sector público es decir abarca el mercado de los asegurados por Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social a través de proformas o cotizaciones y una investigación de mercado para abastecer los respectivos hospitales para los insumos odontológicos.

En el primer capítulo se desarrolla el planteamiento del problema, los objetivos y la justificación, esto dará a conocer la importancia del plan de negocios con relación a la comercialización de insumos e implantes dentales.

En el capítulo dos se mencionan los antecedentes investigativos, aspectos contextuales, teóricos y legales de las empresas dedicadas a la comercialización de insumos e implantes dentales, esto será muy útil ya que será un soporte para el desarrollo de esta tesis.

En el capítulo tres se desarrollarán los soportes metodológicos que hacen referencias a diferentes tipos de estudios, que para este proyecto se aplicará la investigación de campo, por lo que se hará una encuesta dirigida a posibles clientes con la finalidad de conocer sus gustos y preferencias y la problemática que existe dentro del entorno.

Y por último en el capítulo cuatro se desarrollarán la propuesta que es el diseño de un plan de negocios con el fin de dar a conocer el servicio de la empresa BETAMEDIC S.A, a través de la aplicación de estrategias de marketing como las 4 p del marketing mix.

La idea de este proyecto es la creación de un plan de negocio, el cual surge de la necesidad que tienen las personas de reemplazar sus piezas dentales dañadas por un implante dental, así como también de la necesidad de utilizar insumos dentales en hospitales y clínicas de odontología, además va dirigido a pacientes y profesionales de odontología del norte de la ciudad de Guayaquil.

Capítulo I

En el capítulo uno se va a desarrollar el planteamiento del problema basado en las necesidades que tienen los odontólogos y los pacientes en adquirir insumos e implantes dentales, basando en una problemática cuantificada con datos estadísticos de fuentes informativas que servirán de base para el desarrollo del problema.

La necesidad que se menciona en la problemática es el motivo para crear una empresa de comercialización de insumos e implantes dentales en la ciudad de Guayaquil, con el fin de proveer de insumos dentales a los odontólogos y mejorar la salud bucal a los pacientes, además de contribuir con el desarrollo socio económico en el Ecuador.

La formulación se desarrollará acorde al planteamiento del problema, donde será una interrogante de investigación que será basada en lo que pretende conseguir el investigador para poder solucionar el problema planteado, mientras que la sistematización se desarrollará con interrogantes que deben ser respondidas mediante los objetivos específicos de esta investigación.

Planteamiento del Problema

Actualmente existe un mayor conocimiento por parte de la población sobre los beneficios de la utilización de los implantes dentales, por lo cual existen nuevas clínicas odontológicas de implantología en el Ecuador, lo que contribuye al mejoramiento y calidad en el servicio de la salud bucal. Al existir mayor competitividad en el mercado, existirá una mayor demanda y por lo tanto se considerará una oportunidad importante para el desarrollo del proyecto (Expreso, 2017).

Según datos del Informe Anuario de Estadística de Salud (INEC, 2017), el sector odontológico en el año 2014 contaba con 4.170 odontólogos en la ciudad de Guayaquil.

Según INEC (2017) el sector de odontología profesional en el año 2017 fue de 5.027 odontólogos en la ciudad de Guayaquil, cada año se reporta un incremento del 6% promedio

de profesionales. Tres odontólogos deben cubrir a 10.000 habitantes, datos que fue calculado según el número de odontólogos comprendido entre el periodo 2014 – 2017, esto hace que la demanda de servicios odontológicos en la ciudad de Guayaquil crezca y que los tratamientos y equipos deban ser innovadores, por lo que los odontólogos necesitan de insumos dentales para así otorgar una mejor atención al cliente en un menor tiempo, calidad, y bajos costos.

Debido a este problema mencionado anteriormente, se ve la necesidad de crear una empresa que brinde servicios de implantes e insumos odontológicos y que cumplan con las necesidades y expectativas de los clientes.

Formulación del Problema

¿Es factible la creación de una empresa de comercialización de insumos e implantes dentales llamada BETAMEDIC SA en la ciudad de Guayaquil?

Sistematización del problema

¿Es factible desde el punto de vista técnico la creación de una empresa de comercialización de insumos e implantes dentales?

¿Es factible a nivel de mercado la creación de una empresa de comercialización de insumos e implantes dentales?

¿Es factible financieramente la creación de una empresa de comercialización de insumos e implantes dentales?

Objetivo General

Determinar si es factible la creación de una empresa de comercialización de insumos e implantes dentales llamada BETAMEDIC S.A en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos Específicos

- Determinar los soportes técnicos que sustentarán el desarrollo del proyecto.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda potencial de insumos e implantes dentales en la ciudad de Guayaquil
- Estimar la inversión financiera necesaria para la creación de este negocio y determinar la proyección financiera para los próximos 5 años y el tiempo de recuperación del capital invertido de la empresa BETAMEDIC S.A.

Justificación Práctica

La idea de proveer insumos e implantes Odontológicos, nace del incremento de nuevos profesionales que se desenvuelven en clínicas especializadas en el sector de Guayaquil, sobre todo en dar un servicio completo en todo lo que requiere a la salud bucal, he ahí donde surge la necesidad por parte de los odontólogos la apertura de nuevos consultorios dentales que logren satisfacer las necesidades odontológicas específicas al mercado.

La satisfacción de la calidad del servicio que recibe, depende principalmente de la diferencia entre lo que el cliente espera y lo que percibe. Es necesario que los centros de odontología inviertan en infraestructura, equipos, insumos y capacitación del personal odontológico para brindar un mejor servicio, es por estas razones que se justifica prácticamente la importancia de crear una empresa de comercialización de insumos e implantes dentales.

Justificación Teórica

Según Toala (2018) en su tesis de grado titulado: “Estudio técnico económico para la creación de una empresa de implantes dentales” observa que Actualmente existe un mayor conocimiento por parte de la población sobre los beneficios de la utilización de los implantes dentales, por lo cual existen nuevas clínicas odontológicas de implantología en el Ecuador, Es

necesario que se cuenten una distribución de productos para el área de odontología que contribuye al mejoramiento y calidad en el servicio de la salud bucal. (p. 21)

Según Toala (2018) en su tesis de grado titulado: “Estudio técnico económico para la creación de una empresa de implantes dentales” señalan que la innovación es parte fundamental en el crecimiento tecnológico de los países, por lo cual, el proyecto contribuirá al desarrollo industrial por la utilización de maquinarias y equipos de alta tecnología para garantizar los estándares de calidad del dispositivo (p. 10).

Según Ricuarte (2016) en su tesis de grado titulada: “Plan de negocios para la creación de una empresa importadora de equipo odontológico” señala que: la mala alimentación, la falta de higiene bucal y fumar, hacen que las personas requieran reparar sus dientes, lo que hace alta la demanda de servicios de odontología en el Ecuador y que los equipos y tratamientos sean innovadores con el fin de entregar una buena atención a los clientes (p. 5).

Según Méndez & Cubero (2014) en su proyecto de titulación titulado: “Plan de negocios para una empresa de importación y comercialización de equipos e insumos médicos y odontológicos” indican que: con respecto a la estrategia de venta, los vendedores realizarán visitas a áreas de odontología de los hospitales públicos y privado, consultorios odontológicos, y en facultades de odontología de las universidades (p. 18).

Justificación Social

La finalidad de este plan de negocios es brindar una solución a los problemas que afectan a los pacientes de la ciudad de Guayaquil que necesitan restaurar u obtener nuevas piezas dentales, con el fin de mejorar su salud bucal.

El emprendimiento de esta compañía contribuirá con el desarrollo económico del país, generando oportunidades de empleo, también generara valor al proveer nuevas marcas de productos que cumplan con las expectativas de los clientes.

Ingresos al estado por medio del recaudo de impuestos que da un fortalecimiento económico al país.

Justificación Metodológica

La investigación se realizará basada en la metodología cuantitativa a través de técnicas de investigación mediante el método subjetivo realizando encuestas dirigido a los consultorios, en este caso se investigará por medio de preguntas de lo más necesario que requiere el sector salud de odontología y acorde al crecimiento que se ha generado en el sector odontológico referente a los gustos y preferencias que tienen los posibles clientes en el momento de elegir una empresa que comercialice insumos e implantes dentales.

Delimitación General

La presente investigación se la realizará en un campo comercial de odontología, dentro del área de comercialización de insumos e implantes dentales para el sector norte de la ciudad de Guayaquil, donde se evaluará su factibilidad financiera económica para la implementación de esta empresa.

Este plan de negocios se realizará en el sector norte, de la ciudad de Guayaquil, en la provincia del Guayas, dentro de un periodo cronológico del 2019 en adelante, para realizar el estudio de mercado, se utilizarán datos informativos del INEC que permitirán determinar el número de personas que representa la muestra de la población.

Capítulo II

Antecedentes

El implante dental es un material de cirugía que mediante un diagnóstico y estudio facial y estético se lo introduce en el tejido maxilar, con la finalidad de optar por una pieza que se asemeje a una pieza de diente natural estéticamente.

Actualmente los centros odontológicos, clínicas y hospitales en Guayaquil, son numerosos, principalmente en la ciudad de Guayaquil. Algunos de estos centros no tienen los permisos de funcionamiento porque se encuentran en lugares marginal, sin embargo, demanda la necesidad de adquirir más insumo acorde al sector que su población de pacientes es numerosa en los sectores marginales.

La odontología fue evolucionada a medida que introducen nuevos productos y técnicas, con la creación del Ministerio de Salud Pública a medida que se han relacionado con actividades de investigación, seguimiento en sectores rural, capacitación para que los odontólogos puedan brindar un servicio completo para los pacientes.

Del 2008 al 2016 en Ecuador existió un gran avance respecto a la salud oral, a través de políticas por parte del gobierno que generan un beneficio social que se manejan por procesos de atención, prevención y tratamiento a la ciudadanía.

Marco Teórico

Teoría de la administración

“la dirección de un organismo social y su forma efectiva en alcanzar sus objetivos fundada en la habilidad de conducir a sus integrantes” (Koontz, 1985).

Teoría del interés

Según Fisher (1999) consideraba que el interés encuentra su propia y última explicación en una ley psicológica, en la preferencia por los bienes presentes con respecto a

los futuros; esta preferencia la define como la "impaciencia de gastar" y corresponde sustancialmente al "agio" böhm-bawerkiano de los bienes presentes sobre los bienes futuros.

Plan de negocios

El plan de negocios es la herramienta utilizada para direccionar la creación de un negocio nuevo o emprendimiento, no hay cabida para especulaciones dentro de la planificación que puede conllevar un mínimo de 2 hasta 5 años. Cabe indicar que el plan de negocios tiene por finalidad lograr plantear las rutas y formas en que va a ser desarrollado el nuevo negocio, asimismo, debe incluir detalle de las oportunidades que pueden surgir, desventajas, personal que realizará las actividades y la captación de recursos monetarios que financiarán el emprendimiento. (Rattinger, 2018).

El plan de negocios se conoce como el documento que detalla de forma ordenada el análisis del inicio de un negocio, es decir las ideas, ventajas, desventajas, estructura, personal y además análisis financiero. Entre las características del plan de negocio se encuentran:

- ✓ Efectividad en la información
- ✓ Claridad del documento
- ✓ Organización de la información
- ✓ Presentación impecable

Entre los elementos que conforman el plan de negocios se encuentran:

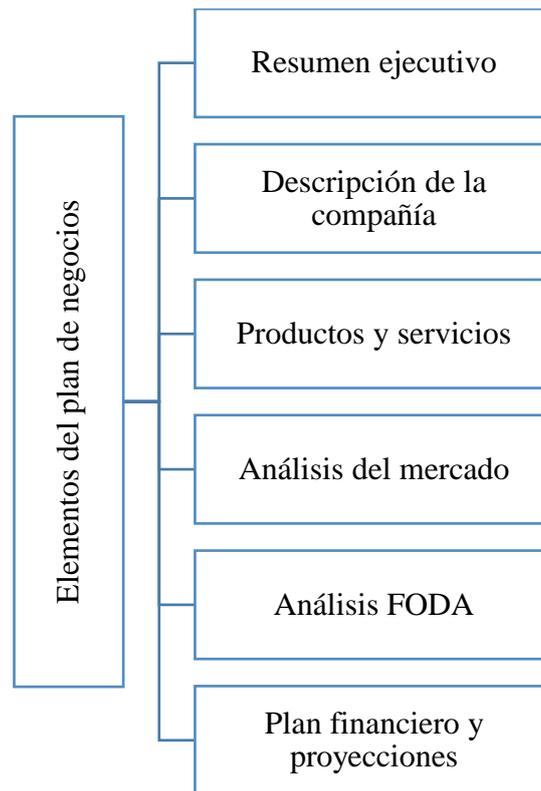


Figura 1 Elementos del plan de negocio
Tomado de (Rattinger, 2018)

Análisis de factibilidad

El estudio de factibilidad se define como aquella herramienta que permite realizar la evaluación de un nuevo proyecto, la finalidad es determinar la rentabilidad y viabilidad en base al cálculo de indicadores financieros. Conocer la propuesta y disponibilidad existente de parte de inversionistas, así como la rentabilidad que estos recibirán, resultados que se muestran por medio de proyecciones financieras, mostrando los beneficios económicos que percibirán dentro de un lapso de 5 años. (Burneo-Valarezo & Vérez, 2016, pág. 311).

El estudio de factibilidad es una herramienta que nos ayudara a evaluar la viabilidad del proyecto, y tomar decisiones favorables para la ejecución. Los indicadores que nos permitirá evaluar el proyecto será: el Payback, VAN y TIR. Esto indicadores tienen la finalidad de establecer una evaluación de los flujos y los beneficios a largo plazo que se obtienen a través de los valores invertidos.

Payback

El autor Morales (2018) define el Payback como: plazo de recuperación que permite tener el conocimiento del periodo de tiempo que tiene una inversión, al mismo tiempo que permite evaluar el tiempo en que se va a retornar la inversión del capital, es decir el tiempo en que la inversión se recuperará. Este método de evaluación permite determinar el tiempo que se tardará en recuperar el valor monetario que se realizó como inversión.

El Payback permite estimar el tiempo en el cual se va a recuperar la inversión que los accionistas han colocado para un proyecto. La fórmula para calcular el Payback es:

$$Payback = \frac{I_0}{F}$$

En la formula se determina que I_0 es la inversión realizada para el proyecto, mientras que F , es el número total de los flujos de caja.

Tasa interna de retorno

La Tasa Interna de Retorno es la tasa de interés o la rentabilidad que el inversionista va a recibir por el capital invertido. Este indicador permite realizar una evaluación en los proyectos de inversión, permitiendo de esta manera el más acertado para obtener mejores resultados. Cabe indicar que el TIR está estrechamente ligado con el Valor Actual Neto (VAN). (Milanesi, 2016)

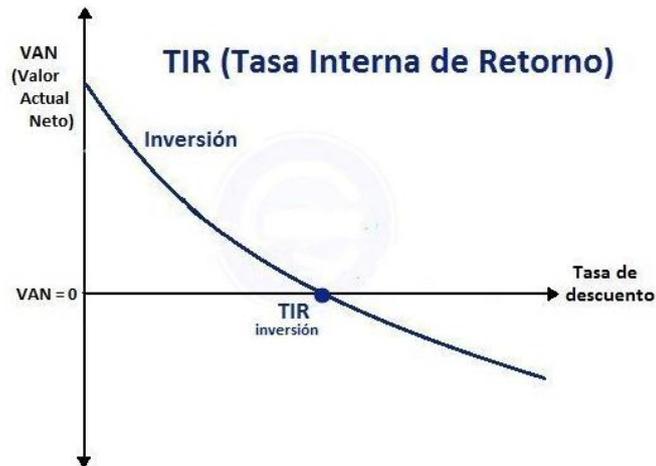


Figura 2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tomado de (Sevilla, 2018)

Valor actual neto

Es el indicador financiero que permite tener un criterio de la inversión, esto se relaciona con los cobros y pagos que se han realizado durante la realización del proyecto, esto permite que evaluar por medio de los flujos de efectivo la ganancia o pérdida que se obtiene por el capital invertido. (González Santoyo & Flores Romero, 2017).

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

Figura 3 Fórmula del VAN

Tomado de (González Santoyo & Flores Romero, 2017)

Análisis de factibilidad de técnica.

Un estudio técnico es aquella evaluación que se realiza con la finalidad de determinar los recursos tecnológicos para la elaboración de bienes o servicios, permite realizar una revisión de la factibilidad de técnica como son equipos, maquinarias, dotación de materia

prima y las instalaciones para la realización del proyecto. Además, este análisis determinar cuál es el costo de la inversión y lo requerido para la operación, por último, permite estimar el capital de trabajo necesario.

Análisis de factibilidad de mercado.

Realizar un análisis de factibilidad de mercado es aquel que tiene por finalidad identificar cual será el espacio dentro del mercado que tendrá un determinado producto o servicio. Este tipo de estudios permite identificar los clientes con los cuales cuenta, además de determinar cuáles son los clientes potenciales, además permite tener conocimiento de las empresas que son competencia con la producción del producto hasta llegar al consumidor final. “El análisis de factibilidad de mercado tiene por finalidad analizar la viabilidad del negocio, así como sus ventajas, beneficios, riesgos que tiene afrontar y la rentabilidad que obtendrá, finalmente permite identificar el costo de oportunidad” (Serta, 2018).

Marco Contextual

En el mercado de la ciudad de Guayaquil los depósitos de insumos dentales han generalizado sus productos con una presentación similar, determinando el producto con un diseño habitual que al observarlo se reconoce sencillamente que es un elemento útil para la odontología general, vehículos, viviendas.

Razón social

Según lo mencionado en la ley de compañías (2014) “la compañía anónima es una sociedad cuyo capital, se divide en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones”. Por esta razón, BETAMEDIC S.A, será inscrita en el año 2019 bajo las leyes ecuatorianas desde el momento de su inscripción en el registro mercantil.

La complejión de la empresa se basará con atributos legales y técnicas para desarrollar actividades de comercialización de insumos e implantes dentales.

Ubicación

La Ubicación de la Empresa puede determinar el éxito o fracaso de un negocio, por esta razón la decisión de donde ubicar el proyecto obedecerá no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos. Se busca establecer la localización que maximice la rentabilidad del negocio. El lugar donde se llevará a cabo el plan de negocio será en la ciudad de Guayaquil, Garzota en la Av. Guillermo Pareja Rolando.

Criterios

La compañía se dedica a la comercialización, venta y distribución de insumo e implantes dentales que van dirigidos a la ciudad de Guayaquil. Los productos gozan de una excelente calidad y registro sanitario, su adaptación se basa en el mercado creciente de consultorios odontológicos.

Marco Legal

La empresa BETAMEDIC S.A será una sociedad anónima según el Art #143 de la Ley de compañías (2014) Las compañías anónimas están compuestas de capital, las cuales se dividen en acciones negociables, que están compuestas de aportaciones de dinero de los accionistas.

Requisitos para la apertura de una empresa sociedad anónima

La constitución de una empresa en el Ecuador será conformada por 2 o más accionistas, con un capital mínimo de 800 dólares.

Procedimiento para la conformación de la sociedad

La compañía iniciará sus actividades de comercialización, una vez que apertura el registro único de contribuyente.

Pasos a cumplir para que el SRI le emita un Número de RUC a una empresa:

- Original y copia de las hojas de datos generales otorgadas por la Superintendencia de Compañías.

- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
- Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación (exigible hasta un año posterior a los comicios electorales).

IESS (Instituto Ecuatoriano De Seguridad Social)

Para afiliar a los colaboradores de la empresa BETAMEDIC S.A se deberá cumplir con los siguientes pasos:

Para la correspondiente emisión de un número patronal, se solicita utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal, el cual se efectúa a través de la página web del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social en línea, en la opción Empleadores conseguirá:

- Actualizar Ruc Patronal.
- Identificar el sector al que pertenece (Público, Privado y Domestico).
- Redactar el número del RUC.
- Escoger el tipo de empleador.

También se deberá acercarse a las oficinas de Historial Laboral, con la solicitud de entrega de la clave firmada con los siguientes documentos obligatorios:

- Solicitud de la entrega de clave (Registro).
- Copia de la cédula de identidad del representante legal y de su delegado en caso de que autorice retiro de clave.
- Copia de planilla de luz.
- Copia del RUC
- Copia de papeleta de votación de las últimas elecciones o copia del certificado de abstención del representante legal.

Patentes municipales

Cualquier persona natural o jurídica que efectúe alguna actividad comercial, que opere corrientemente en la ciudad de Guayaquil, así como las que efectúen otra actividad de orden económico.

Requisitos

- Copia y original del certificado de seguridad expuesto por el Cuerpo de Bomberos.
- RUC actualizado.
- Copia de cédula y del certificado de votación del dueño del local.
- Tasa de habilitación de locales comerciales
- Completar formulario de tasa de habilitación.
- Cancelación de tasa de trámite por tasa de habilitación.
- Croquis del lugar donde está ubicado el negocio.
- Copia y original de la patente de comerciante del año.
- Copia del RUC actualizado.
- Copia de la cédula y del certificado de votación del dueño del local.

Capítulo III

En este capítulo se obtendrá la información necesaria a través de aspectos metodológicos de investigación que nos permite tener datos subjetivos acorde al proyecto propuesto para el desarrollo del negocio. Por eso preciso realizar una investigación de mercado, para saber las necesidades y la importancia a la que estamos sujetos para poder cumplir y satisfacer totalmente al mercado meta.

Aspectos Metodológicos

El presente proyecto tiene como base principal el método cuantitativo.

Enfoque cuantitativo

Según (Gomez, 2006) considera que el enfoque cuantitativo utiliza la recolección y análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo, y en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de una población.

Encuesta.

Cuestionario de interrogantes que busca recaudar información de fuentes primarias.

Por lo general consta de preguntas cerradas, estas pueden ser de escala u ordinales según corresponda la investigación. (Grande & Abascal, 2017)

Población y Muestra

Normalmente se selecciona la muestra de una población para su estudio, debido a que estudiar a todos los elementos de una población resultaría muy extenso y poco práctico.

Determinación de la población. Al momento de la investigación se necesitará establecer la muestra con la cual se trabajará para llevar a cabo la encuesta. Debe existir relación con el lugar donde se levantará la información, es decir en la ciudad de Guayaquil, según cifras estadísticas existía 5.027 odontólogos (INEC, 2017), es decir que la población de profesionales de la salud bucal en Guayaquil será útil para el cálculo de la muestra.

Determinación de la muestra. Una vez establecida la población a la cual la investigación se enfocará, se procederá a trabajar con un método de muestreo no probabilístico a conveniencia seleccionaremos una muestra de 50 odontólogos dada la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador.

Recolección y tabulación de datos

La encuesta se la realizara de forma electrónica a través de los formularios de Google Forms, esta es una herramienta que permite recopilar información de los odontólogos a través de una encuesta o cuestionario personalizado. La información se recopila y se conecta automáticamente a una hoja de cálculo. La hoja de cálculo se completa con las respuestas dando como resultado una gráfica en forma de pastel.

Resultados de la encuesta

1. ¿Cuál es su especialidad odontológica?

Tabla 1
Especialidad odontológica

Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Odontología general	23	46%
Cirugía maxilofacial	0	0%
Implantología	15	30%
Periodoncia	0	0%
Ortodoncista	4	8%
Rehabilitación oral	3	6%
Exodoncia	4	8%
Otros	1	2%
Total	50	100%

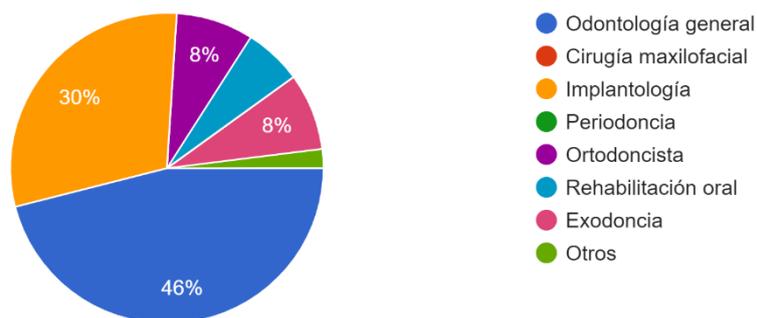


Figura 4 Especialidad odontológica

Análisis: Según los resultados de la encuesta la especialidad odontológica más común es la implantología con la respuesta del 46% del total de la población en estudio. A éstas les sigue la odontología general y la ortodoncia con un 30% y 8% respectivamente.

2. ¿Años de experiencia en la práctica odontológica?

Tabla 2

Experiencia en la práctica odontológica

Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
0 a 2 años	3	6%
2 a 5 años	34	68%
5 a 10 años	8	16%
10 años en adelante	3	10%
Total	50	100%

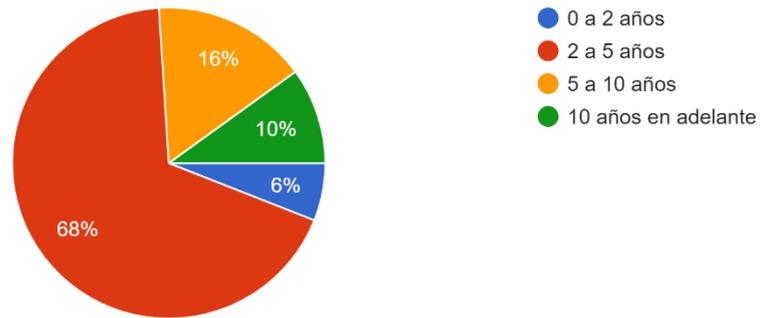


Figura 5 Experiencia en la práctica odontológica

Análisis: Según los resultados de la encuesta la mayoría de los odontólogos se encuentran en un rango de experiencia de 2 a 5 años, este rango representa el 68% de la población en estudio. Adicionalmente los odontólogos que tienen de 5 a 10 años de experiencia representan el 16%. Esto indica que, a la hora de seleccionar un tipo de insumo o implante, son muy minuciosos producto del conocimiento adquirido a lo largo de su vida profesional.

3. ¿Qué elemento de mantenimiento utiliza para desinfectar sus herramientas de diagnóstico?

Tabla 3

Elemento de mantenimiento

Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Lubri Spray	18	36%
Lysol	16	32%
Lubri Limp	6	12%
Lubri-Film	1	2%
Way Spray Lubricant	1	2%
Multi Lubi	6	12%
Dental-Spray	2	4%
Total	50	100%

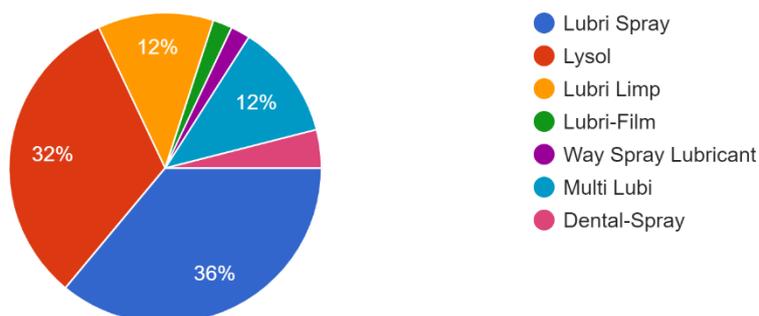


Figura 6 Elemento de mantenimiento

Análisis: Según los resultados de la encuesta el insumo más utilizado en la práctica de la odontología es Lubri spray que representa el 36% de las respuestas de la población en estudio. Este tipo de insumo es muy utilizado para la lubricación y limpieza de los pacientes que se someten a tratamientos odontológicos e implantación de piezas dentales.

4. ¿Qué elementos utiliza para realizar restauraciones?

Tabla 4

Elementos utilizados para realizar restauraciones y cirugía dentales

Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Resina Fluida económica	22	44%
Disco de pulir resina	10	20%
Fresa de diamantes	7	14%
Agujas dentales	4	8%
Hemostático vicostad clear	1	2%
Baberos Odontológicos	3	6%
Cemento fuji fotocurado	3	6%
Total	50	100%

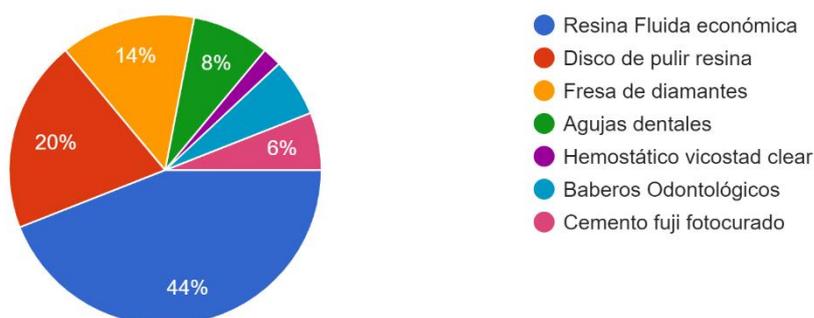


Figura 7 Elementos utilizados para realizar restauraciones y cirugía dentales

Análisis: Según los resultados de la encuesta uno de los elementos más utilizados para realizar restauraciones de cirugías dentales es la resina fluida económica esto manifiesta el 44% de la población en estudio. Este elemento es muy importante y necesario a la hora de dar forma estética del implante o restauración que realiza el odontólogo.

5. ¿Qué elementos de prevención aplica usted en sus pacientes?

Tabla 5

Prevención aplicada en pacientes

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Flúor	26	52%
Encident enjuague bucal	11	22%
Cubetas desechables	8	16%
Aplicadores de resina	5	10%
Total	50	100%

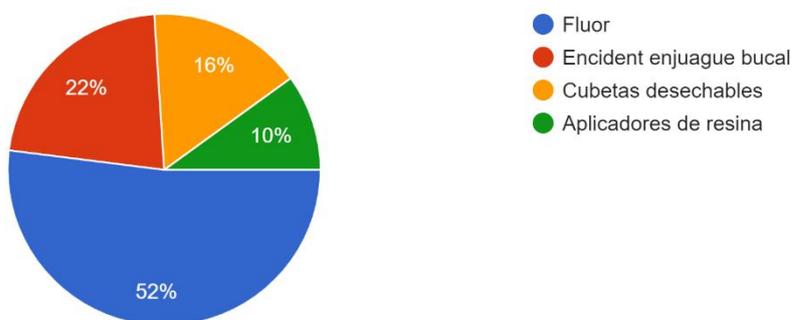


Figura 8 Prevención aplicada en pacientes

Análisis: Según los resultados de la encuesta los elementos de prevención más usados por los odontólogos es el flúor que representa un 52% de respuesta de la muestra. Seguido de del enjuague bucal y las cubetas desechables con un 22% y 16% respectivamente. Los odontólogos usan este tipo de elementos para la prevención de caries y desgaste de las piezas dentales artificiales.

6. ¿Cuál de estas marcas de implantes considera usted que es la mejor?

Tabla 6
Marcas de implantes

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Bionnovación	2	4%
Megagen	3	6%
DSP Biomedical	2	4%
Paltop	5	10%
Unitite	33	66%
Zimmer	3	6%
Conexao	2	4%
Total	50	100%

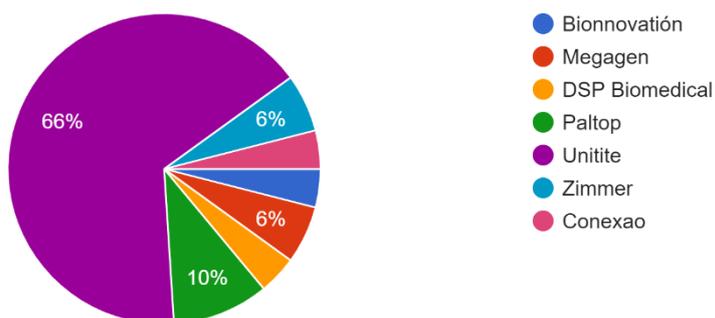


Figura 9 Marcas de implantes

Análisis: Según los resultados de la encuesta la marca de implantes dentales más utilizada y recomendada por los odontólogos es Unititte que represento el 66% de las respuestas de la muestra en estudio. Seguida de Paltop y Zimmer con un 10 y 6 por ciento respectivamente. Estas marcas corresponden a empresas internacionales originarias de España y Brasil.

7. ¿Cuánto invierte usted en insumos dentales mensualmente?

Tabla 7

Inversión en insumos dentales

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Entre \$0 - \$50	3	6%
Entre \$51 - \$100	6	12%
Entre \$101 – \$150	6	12%
Entre \$151 – \$200	35	70%
Total	50	100%

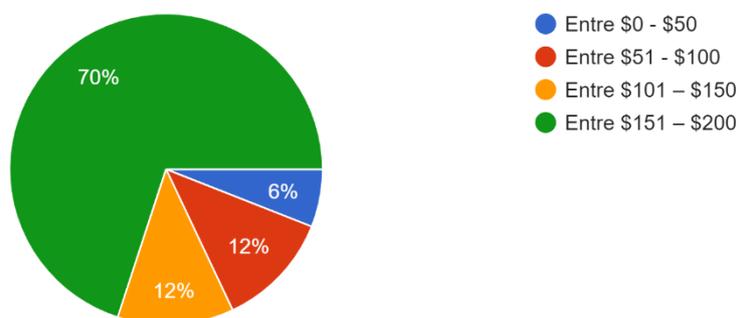


Figura 10 Inversión en insumos dentales

Análisis: Según los resultados de la encuesta el 70% de la población en estudio manifestó que tiene un gasto mensual de insumos dentales en un rango de \$151 a \$200. Seguida del rango de \$101 a \$150 con un 12% de respuesta. Estos rubros son variables dependiendo de la cantidad de pacientes que se atiendan por mes.

8. ¿Cuál es el material que prefieren los clientes en los implantes dentales?

Tabla 8

Material de prefieren en los implantes dentales

Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Zirconio	12	24%
Titanio	26	52%
Cerámicos	12	24%
Total	50	100%

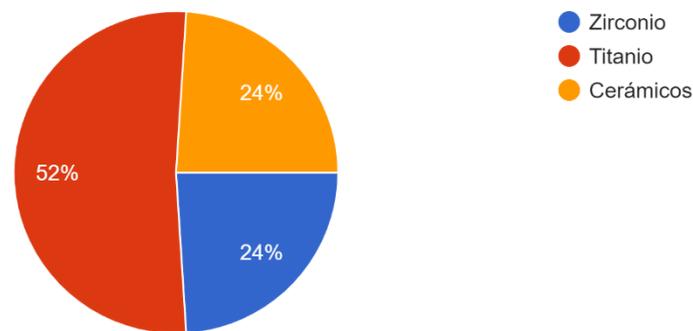


Figura 11 Material de prefieren en los implantes dentales

Análisis: Según los resultados de la encuesta el titanio es el elemento metálico de mayor preferencia en implantes dentales, eso manifestó la muestra en estudio con un 52% de respuestas. El titanio ser un elemento metálico de baja densidad y de gran resistencia es muy preferido en la industria siderúrgica especializada en implantes.

9. ¿Cuál es el precio que invierte en un implante dental de material titanio?

Tabla 9

Inversión en implante dental de titanio

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Entre \$130 - \$170	33	66%
Entre \$171 - \$190	9	18%
Entre \$191 - \$210	4	8%
Entre \$211 - \$250	4	8%
Total	50	100%

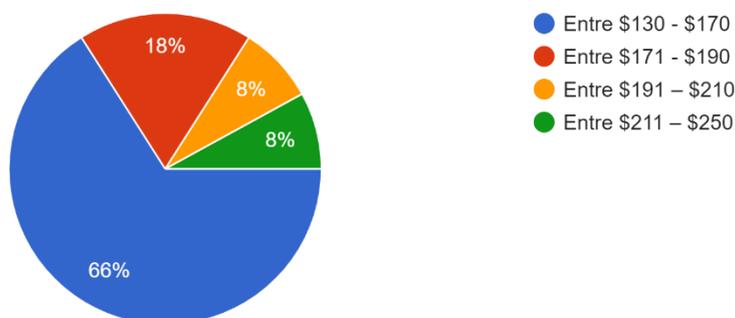


Figura 12 Inversión en implante dental de titanio

Análisis: Según los resultados de la encuesta el 66% de la población en estudio manifestó que estaría dispuesta a pagar por implantes dentales de titanio un rango entre \$130 a \$170. Seguida del rango de \$171 a \$190 con un 18% de respuesta. Estos rubros son variables dependiendo de la marca del fabricante.

10. ¿Estaría dispuesto a comprar insumos e implantes en un nuevo local comercial?

Tabla 10
Disposición de compra en nuevo local

Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Si	43	86%
No	7	14%
Total	50	100%

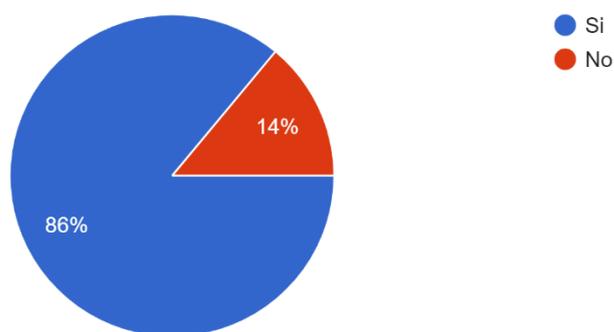


Figura 13 Disposición de compra en nuevo local

Análisis: Según los resultados de la encuesta el 86% de la población en estudio manifestó afirmativamente su disposición a comprar insumos e implantes dentales en un nuevo local comercial. El entorno comercial es cambiante por tanto los odontólogos están en la búsqueda de comercios con precios más accesibles que generen rentabilidad.

Capítulo IV

En este capítulo se desarrollara la propuesta de investigación. Los bienes a comercializar son Insumos e implantes dentales que se subdividen en según su actividad de mantenimiento, Restauración, cirugía, prevención.

Descripción de los bienes a comercializar

Los bienes a comercializar son Insumos e implantes dentales que se subdividen en según su actividad de mantenimiento, Restauración, cirugía, prevención.

Elementos de restauración y cirugía

Se aplicación para llevar a cabo restauraciones de dientes o extracciones.

Lubri spray. Es un aceite que sirve para la lubricación de instrumentos rotatorios como turbinas, piezas de mano, instrumentos de cirugías y micro motor.



Figura 14 Lubri spray

Lysol. Es un desinfectante con una presentación de 354g y se aplica para eliminar olores y para las piezas e instrumentos dentales que se aplican antes de utilizar.



Figura 15 Lysol

Tabla 11
Elementos de cirugía

Elementos de restauración y cirugía						
Descripción	Precio de venta					
	0	1	2	3	4	5
Lubri spray	\$ 12,00	\$ 12,60	\$ 13,20	\$ 13,81	\$ 14,42	\$ 15,03
Lysol	\$ 13,05	\$ 13,70	\$ 14,35	\$ 15,00	\$ 15,64	\$ 16,26
Anestésico roxicaina 2% carpul	\$ 1,16	\$ 1,22	\$ 1,28	\$ 1,33	\$ 1,39	\$ 1,45
Anestésico topico gelato	\$ 5,08	\$ 5,33	\$ 5,58	\$ 5,83	\$ 6,08	\$ 6,32
Disco pulir resina	\$ 1,60	\$ 1,67	\$ 1,75	\$ 1,83	\$ 1,91	\$ 1,99
Fresa diamante	\$ 0,87	\$ 0,91	\$ 0,96	\$ 1,00	\$ 1,04	\$ 1,08
Cemento fuji fotocurado	\$ 43,50	\$ 45,68	\$ 47,84	\$ 50,00	\$ 52,12	\$ 54,21
Resina fluida económica	\$ 14,50	\$ 15,23	\$ 15,95	\$ 16,67	\$ 17,37	\$ 18,07
Aguja dental corta	\$ 0,07	\$ 0,08	\$ 0,08	\$ 0,08	\$ 0,09	\$ 0,09
Aguja dental larga	\$ 0,07	\$ 0,08	\$ 0,08	\$ 0,08	\$ 0,09	\$ 0,09
Aguja extra cortas	\$ 0,07	\$ 0,08	\$ 0,08	\$ 0,08	\$ 0,09	\$ 0,09
Hemostático vicostad clear	\$ 10,88	\$ 11,42	\$ 11,96	\$ 12,50	\$ 13,03	\$ 13,55

Anestésico Xylestesin lidocaína 2% carpul. Es un anestésico local que bloquea los nervios empleando su uso para cirugía y extracciones. Su presentación y comercialización es por blíster que contienen 10 unidades.



Figura 16 Anestésico Xylestesin

Anestésico tópico Zeyco. Se utiliza para prevenir el dolor al inyectar anestésicos o previas extracciones de dientes. El producto de marca Zeyco compuesto por un gel del 20% de benzocaína.



Figura 17 Anestésico tópico Zeyco

Disco pulir resina. Los discos de son para dar forma al aplicar la resina en las reconstrucciones de dientes por motivos de caries o pérdida de estructura dental y en su presentación vienen aproximadamente 20 discos.



Figura 18 Disco de pulir resina

Fresa diamantes. Las fresas son para la apertura, tallado y conformación de cavidades que se usan en piezas de mano y turbinas. Su distribución es en cajas de 10 unidades.



Figura 19 Fresa de diamantes

Cemento fuji fotocurado one. La función del cemento es adherir y unir dos superficies en cavidades que también sirve como un reconstructor coronal a nivel de estética y su presentación es de 3g.



Figura 20 Cemento de fotocurado

Resina fluida económica. Este producto sirve para la reconstrucción de algún diente o muela y tiempo una duración de 2 a 5 años, cuenta con una presentación de 3g.



Figura 21 Resina fluida económica

Aguja dental cortas. Son utilizadas de complemento para adherir a la jeringa metálica y aplicar anestésicos y en esta presentación son cortas para jóvenes.



Figura 22 Agujas dentales cortas

Aguja dental largas. Son utilizadas de complemento para adherir a la jeringa metálica y aplicar anestésicos y en esta presentación son largas que se usan en adultos.



Figura 23 Agujas dentales largas

Aguja extra cortas. Son utilizadas de complemento para adherir a la jeringa metálica y aplicar anestésicos y en esta presentación son extra cortas que se aplican en niños.



Figura 24 Agujas dentales extra-cortas

Hemostático vicostad clear. Es un gel hemostático que se usa para las restauraciones dentales, su presentación es de 13ml



Figura 25 Hemostático vicostad clear

Elementos de prevención

Su uso es esencialmente para limpiezas, profilaxis y prevenciones de caries.

Tabla 12
Elementos de prevención

Descripción	Elementos de Prevención					
	Precio de venta					
	0	1	2	3	4	5
Cubetas desechables de flúor	\$ 0,22	\$ 0,23	\$ 0,24	\$ 0,25	\$ 0,26	\$ 0,27
Encident enjuague bucal	\$ 21,75	\$ 22,84	\$ 23,92	\$ 25,00	\$ 26,06	\$ 27,10
Fluor gel	\$ 6,53	\$ 6,85	\$ 7,18	\$ 7,50	\$ 7,82	\$ 8,13
Sellante de fosas y fisuras	\$ 5,80	\$ 6,09	\$ 6,38	\$ 6,67	\$ 6,95	\$ 7,23
Algodón por funda sana	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01

Cubetas desechables de flúor. Se usan para insertan el flúor y luego aplicar a los Pacientes en su presentación están para adultos y niños.



Figura 26 Cubetas de flúor

Encident enjuague bucal. Se utiliza para enjuague bucal que ayuda a eliminar enfermedades como la periodontitis y gingivitis. Su presentación es de 500ml.



Figura 27 Encident enjuague bucal

Fluor gel. Se aplica para realizar limpiezas que ayudan a prevenir caries dentales. Este producto brinda muchos beneficios para los dientes. EL producto tiene 500ml de contenido.



Figura 28 Flour gel

Sellante de fosas y fisuras. Se aplican en la superficie ocluser que son hecho a base de
de
Cemento o resina, conseal producto un producto de calidad.



Figura 29 Sellante de fosas y fisuras

Algodón por funda Mayordent. Se aplican para heridas, sangrados por parte de los pacientes y retener el sangrado. También ayuda a contener los fluidos salivales y vienen aproximadamente 1000 algodones por funda.



Figura 30 Algodón por funda sana

Material de Implantología

Productos que se adhieren al hueso maxilar facial para mejorar su estética.

Tabla 13

Material de Implantología

Descripción	Material de Implantología					
	Precio de venta					
	0	1	2	3	4	5
Implante unitite	\$ 130,50	\$ 137,03	\$ 143,53	\$ 149,99	\$ 156,37	\$ 162,62

Implante unitite. Implante que se usan por perdida de piezas dentales completas que reemplazan a las placas, marca unitite con su respectivo tornillo y pieza dental



Figura 31 Implante

Cadena de valor

Según Porter (1987) afirma que “La cadena de valor es una herramienta básica para diagnosticar la ventaja competitiva y encontrar medios de crearla y mantenerla”.

La cadena de valor de “BETAMEDIC S.A.” Tiene como objetivo determinar las actividades que más demandan los odontólogos y los procesos que se requiere para llevar a cabo una correcta distribución de los productos que representa la compañía.

Los principales procesos de la cadena de valor son:

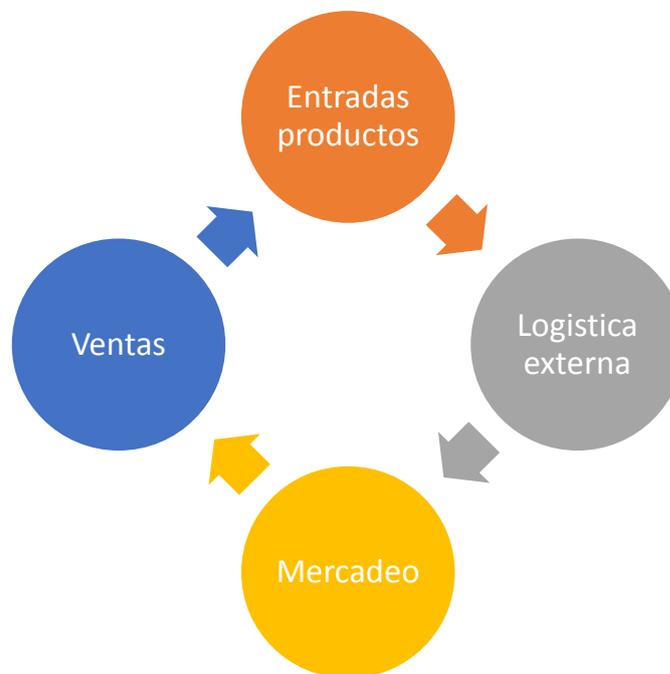


Figura 32 Cadena de valor

Misión.

Ofrecer insumos e implantes dentales a las nuevas plazas de sector odontológico de excelente calidad totalmente garantizados que cumpla con las necesidades requeridas para su desempeño en el campo de odontología.

Visión.

En el año 2024 ser una compañía líder en el sector de odontología, que brinde nuevas plazas de trabajo y que promueve la salud oral a través de la comercialización de nuestros productos.

Valores de la empresa**Persistente**

Proponer soluciones para mantener una firme relación con nuestros clientes a través de Estrategias, para crecer y generar confianza en nuestra actividad de comercialización.

Responsabilidad

Comprometernos a cumplir con las necesidades de nuestros clientes.

Calidad

Mantener un excelente estándar de calidad en nuestros productos con sus registros sanitarios.

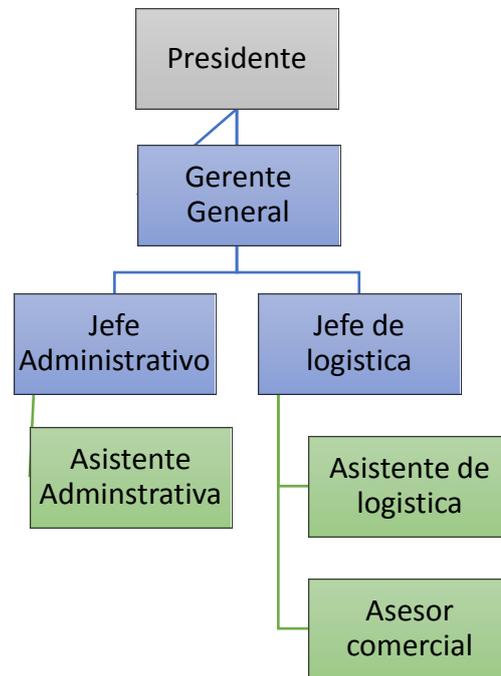
Estructura organizacional.

Figura 33 Estructura organizacional

Análisis FODA

Fortalezas

- Personal con experiencia en el campo de distribución de producto dental.
- Nueva línea Productos que generan interés en los clientes.
- Precios Accesibles acorde a los insumos y su cantidad a percibir.

Oportunidades

- Fidelización fija de nuestros clientes que inician su carrera profesional.
- La demanda creciente en el sector de odontología.
- Preferencia de los clientes, por ofrecer una distribución a sus plazas de actividades de trabajo.

Debilidades

- Falta de reconociendo por ser nuevos en el mercado
- Productos similares en el mercado
- No contar con una cartera fija de clientes

Amenazas

- Nuevas distribuidoras de insumos odontológicos.
- Compañías que cuenta con una cartera de clientes fijos.
- Crecimiento de Impuestos por importación que afectan a los precios que ofertan nuestros proveedores.

Análisis situacional

Analizar quienes serán nuestros proveedores y los precios de adquisición de los productos Donde comprar y a qué precio pagar, son unos de los factores más importantes que decide la población antes de adquirir un bien, para ello como resultado de nuestras encuestas y al manejarnos como una empresa pequeña podremos disponer de precios accesibles al mercado.

Análisis interno

Se debe manejar mediante una estructura organizacional y su cadena de valor con un análisis situacional a través de:

- Procesamiento de solicitudes de compras a proveedores
- Almacenaje de los productos
- Pago a proveedores
- Reporte de inventarios

Análisis Externo

Se estima todas las causas externas que puedan afectar al proyecto, analizando factores económicos y sociales.

Económico. La industria odontológica ha tenido resultados positivos, a excepción del año 2016 por el terremoto, hubo un decrecimiento a nivel empresarial, para el 2017 se recupera con un 6.12% el sector de odontología que se considera una oportunidad con el transcurso de los años por su crecimiento.

Social. Respecto a lo social las pequeñas y mediana empresas en el Ecuador son numerosas y estas contribuyen a la generación de nuevos empleos. Lo cual es considerado como una oportunidad de aceptación del negocio.

La empresa BETAMEDIC S.A. a pesar de tener una gran oportunidad en el ámbito económico y social deberá regirse para mantener un control externo con la siguiente cláusulas:

- seguimiento cartera de clientes
- Cumplimiento de garantía.
- Cobros de los productos

Análisis de mercadotecnia.

Se establece las 4p del marketing mix que son producto, precio, promoción y plaza.

Producto

Nosotros comercializaremos bajo el nuestro nombre de la compañía BETAMEDIC S.A. fue seleccionado como nombre, por su interpretación del sector de salud.

Logotipo. Es la representación que se le dará a la empresa mediante una imagen corporativa, en la cual se espera captar la atención de sus clientes mediante su diseño colorido y que se relaciona con la actividad de comercialización de la compañía.

El logotipo en su diseño de color morado y plomo con su fondo color arena relacionamos el nombre de la empresa entre una muela que indica su actividad de comercialización.



Figura 34 Logo de la empresa BETAMEDIC S.A.

Slogan. El eslogan de la empresa es **Su mejor elección...** que da relación a la preferencia de nuestros productos y otro factor importante a la calidad.



Figura 35 Slogan de BETAMEDIC S.A.

Precio

En nuestros insumos los precios de oferta al mercado van desde 0,01 a \$80 por unidad y en implantes dentales precio fijo de \$130.50.

Tabla 14
Costos de productos

Detalle	Costos de productos					
	Costo de venta					
	0	1	2	3	4	5
Lubri spray	\$ 6,00	\$ 6,30	\$ 6,60	\$ 6,91	\$ 7,21	\$ 7,51
Lysol	\$ 9,00	\$ 9,45	\$ 9,90	\$ 10,36	\$ 10,81	\$ 11,27
Anestésico roxicaina 2% carpul	\$ 0,80	\$ 0,84	\$ 0,88	\$ 0,92	\$ 0,96	\$ 1,00
Anestésico tópico gelato	\$ 3,50	\$ 3,68	\$ 3,85	\$ 4,03	\$ 4,21	\$ 4,38
Disco pulir resina	\$ 1,10	\$ 1,16	\$ 1,21	\$ 1,27	\$ 1,32	\$ 1,38
Fresa diamante	\$ 0,60	\$ 0,63	\$ 0,66	\$ 0,69	\$ 0,72	\$ 0,75
Cemento fuji fotocurado	\$ 30,00	\$ 31,50	\$ 33,01	\$ 34,53	\$ 36,05	\$ 37,56
Resina fluida economica	\$ 10,00	\$ 10,50	\$ 11,00	\$ 11,51	\$ 12,02	\$ 12,52
Aguja dental corta	\$ 0,05	\$ 0,05	\$ 0,06	\$ 0,06	\$ 0,06	\$ 0,06
Aguja dental larga	\$ 0,05	\$ 0,05	\$ 0,06	\$ 0,06	\$ 0,06	\$ 0,06
Aguja extra cortas	\$ 0,05	\$ 0,05	\$ 0,06	\$ 0,06	\$ 0,06	\$ 0,06
Cubetas desechables de fluor	\$ 0,15	\$ 0,16	\$ 0,17	\$ 0,17	\$ 0,18	\$ 0,19
Hemostático vicostad clear	\$ 7,50	\$ 7,88	\$ 8,25	\$ 8,63	\$ 9,01	\$ 9,39
Encident enjuague bucal	\$ 15,00	\$ 15,75	\$ 16,51	\$ 17,27	\$ 18,02	\$ 18,78
Flúor gel	\$ 4,50	\$ 4,73	\$ 4,95	\$ 5,18	\$ 5,41	\$ 5,63
Sellante de fosas y fisuras	\$ 4,00	\$ 4,20	\$ 4,40	\$ 4,60	\$ 4,81	\$ 5,01
Algodón por funda sana	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01
Implante unitite	\$ 90,00	\$ 94,50	\$ 99,04	\$ 103,59	\$ 108,15	\$ 112,69
Total	\$ 182,31	\$ 191,42	\$ 200,61	\$ 209,84	\$ 219,07	\$ 228,27

Tabla 15
Precios de productos

Detalle	Precio de productos					
	0	1	2	3	4	5
Lubri spray	\$ 12,00	\$ 12,60	13,2048	\$ 13,81	\$ 14,42	\$ 15,03
Lysol	\$ 13,05	\$ 13,70	14,36022	\$ 15,02	\$ 15,68	\$ 16,34
Anestésico roxicaina 2% carpul	\$ 1,16	\$ 1,22	1,276464	\$ 1,34	\$ 1,39	\$ 1,45
Anestésico tópico gelato	\$ 5,08	\$ 5,33	5,58453	\$ 5,84	\$ 6,10	\$ 6,35
Disco pulir resina	\$ 1,60	\$ 1,67	1,755138	\$ 1,84	\$ 1,92	\$ 2,00
Fresa diamante	\$ 0,87	\$ 0,91	0,957348	\$ 1,00	\$ 1,05	\$ 1,09
Cemento fuji fotocurado	\$ 43,50	\$ 45,68	47,8674	\$ 50,07	\$ 52,27	\$ 54,47
Resina fluida económica	\$ 14,50	\$ 15,23	15,9558	\$ 16,69	\$ 17,42	\$ 18,16
Aguja dental corta	\$ 0,07	\$ 0,08	0,079779	\$ 0,08	\$ 0,09	\$ 0,09
Aguja dental larga	\$ 0,07	\$ 0,08	0,079779	\$ 0,08	\$ 0,09	\$ 0,09
Aguja extra cortas	\$ 0,07	\$ 0,08	0,079779	\$ 0,08	\$ 0,09	\$ 0,09
Cubetas desechables de fluor	\$ 0,22	\$ 0,23	0,242088	\$ 0,25	\$ 0,26	\$ 0,28
Hemostático vicostad clear	\$ 10,88	\$ 11,42	11,96685	\$ 12,52	\$ 13,07	\$ 13,62
Encident enjuague bucal	\$ 21,75	\$ 22,84	23,9337	\$ 25,03	\$ 26,14	\$ 27,23
Flúor gel	\$ 6,53	\$ 6,85	7,18011	\$ 7,51	\$ 7,84	\$ 8,17
Sellante de fosas y fisuras	\$ 5,80	\$ 6,09	6,38232	\$ 6,68	\$ 6,97	\$ 7,26
Algodón por funda sana	\$ 0,01	\$ 0,01	0,008935248	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01
Implante unitite	\$ 130,50	\$ 137,03	143,6022	\$ 150,21	\$ 156,82	\$ 163,40
Total	\$ 267,65	\$ 281,03	\$ 294,52	\$ 308,07	\$ 321,62	\$ 335,13

Promoción

Las redes sociales serán unas de los principales medios para dar a conocer la empresa y su actividad económica, Utilizaremos las redes sociales de Facebook y Instagram son herramientas fáciles de utilizar y se puede manejar publicidad electrónica para interactuar con los clientes.



Figura 36 Publicidad de facebook BETAMEDIC S.A

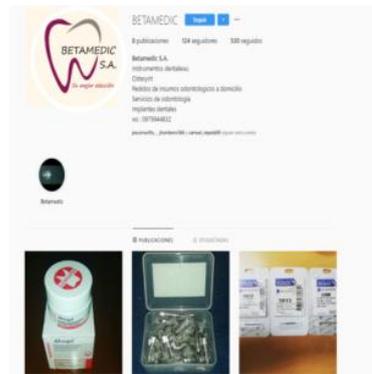


Figura 37 Publicidad de Instagram

Promoción de ventas. Las promociones de nuestros productos serán en un 10% de descuento a los nuevos clientes, los compradores mayoristas o que consumidores que estiman compras mensuales de \$100 s logrando incrementar un volumen de ventas y el crecimiento de clientes.



Figura 38 Imagen de Promoción de descuento

Plaza

La empresa BETAMEDIC S.A. se establecerá en la ciudad de Guayaquil en un lugar comercial y demanda odontológica para facilitar la vista y acceso para las personas para la comercialización de los productos.

Análisis Técnico

En el análisis técnico se describe en donde se comercializara los productos y en qué manera y cuando de acuerdo a la parte operativa de la empresa.

Instalaciones

BETAMEDIC S.A. contará con un local de 20 metros cuadrados en la que se distribuye de la siguiente manera:

- Presidencia
- Departamento de Administración
- Departamento de Logística y ventas
- Bodega

Objetivos a largo plazo

Los objetivos a largo plazo es lo que esperamos lograr mediante estrategias que desarrollaremos para que se cumplan un emprendimiento rentable.

- organizar y estimular el esfuerzo y la realización
- evaluar a personas, grupos, departamentos, divisiones y organizaciones enteras

Estrategias

Las técnicas más importantes para plantear las estrategias se integrarán en 3 etapas acorde al desarrollo del proyecto

De los insumos. En esta Etapa de los insumos se relaciona la productividad que se espera obtener de un producto y los recursos que se utilizar para alcanzar un margen alto de producción.

De la adecuación. Se analiza los factores internos y externos acorde a la situación en la que se da el emprendimiento, adaptándose al cambio y crecimiento del sector de actividad comercial.

De la decisión. A través de los análisis en base a los resultados obtenidos se identifican, evalúan y seleccionan las estrategias alternativas para la empresa.

Determinación de mercado meta

BETAMEDIC S.A. compañía que ofrecerá insumos e implantes dentales a profesionales de odontología, quienes desenvuelven en clínicas de especialidades odontológicas de emprendimiento en sociedad y consultorios personales.

Con los productos ofertados de mayor necesidad por parte de nuestros clientes y cumpliendo con los estándares de calidad, se espera la aceptación para la distribución.

Flujo grama de la empresa

Se evalúan elementos externos e internos de la empresa para la comercialización de los productos.

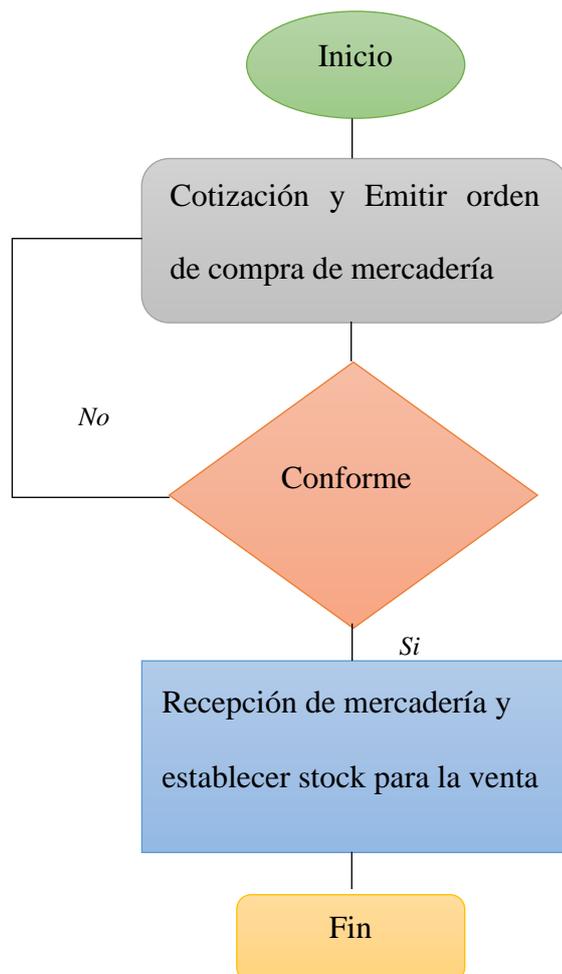


Figura 39 Flujograma

Los Clientes. Los clientes que esperamos captar son odontólogos que realizan sus trabajos de manera independientes en consultorios y están a la espera de optar por un proveedor que se ajuste a sus necesidades.

La amenaza de productos sustitutos. Debido a la aparición de nuevos productos innovadores y sustitutos que son más económicos, algunos profesionales buscan alternativas de acuerdo a su nivel económico con el que empiezan sus actividades.

Nuevos competidores. En el mercado odontológico hay un sin número de variedad en lo que respecta a los insumos de odontología, como lo son los depósitos dentales entre ellos: Prodontomed y Neo-tec que son unos de los que reflejan mayores ventas. Esta es la competitividad que la empresa debe afrontar y establecer estrategias.

Los proveedores. Dentro de los proveedores se establecerá una relación directa con el depósito Di-mididental que en medidas de volumen nos ofrece un descuento y Ricaurte quien provee insumos odontológicos siendo uno de nuestros proveedores principal y al menor costo ofrece con un alto nivel de calidad y así poder satisfacer las necesidades de los clientes.

Los implantes se negociarán con un importador Asamed Implant Cía. Ltda. a un menor costo que nos permite mantener un precio de venta menor al promedio de la mayoría de los comerciantes de implantes.

Recurso humano.

Para el desempeño, control y desarrollo de la empresa se requiere personal en el Área Administrativa, Área logística y comercial, en el Área Administrativa y de Presidencia a continuación se detalla el personal:

Tabla 16
Talento Humano

Talento Humano	
Cargos	Cantidad
Gerente General	1
Jefe Administrativo	1
Asistente administrativa	1
Jefe de logística	1
Asesores comercial	1
Asistente de logística	1

Recursos Físicos. BETAMEDIC S.A. necesitará un local con sus oficinas

respectivamente, con muebles y equipos de cómputo para la administración y ofrecer un servicio de calidad.

Análisis Financiero

En el presente capítulo se realizará un análisis financiero para conocer la viabilidad y factibilidad económica de la empresa BETAMEDIC S.A.

Determinación de Inversiones

Para la determinación de la inversión del proyecto se hará mediante una evaluación económica del tipo de inversión que se necesitara, estas son:

- Activos Tangibles \$ 19.846,50
- Activos Intangibles \$ 1.980,00
- Capital de Trabajo \$ 18.370,40
- Total inversión \$ 40.196,90

La inversión inicial para el cubrir los fondos requeridos del proyecto se establecerá por inversionistas que aportan el 75% y 25% será propuesto a un financiamiento.

Inversionistas. La inversión inicial requerida por el proyecto se considerará activos, inventarios y gastos para para el funcionamiento de la empresa es de \$40.196,90 provenientes del 75 % de fondos propios que se distribuye en 2 inversionistas y el 25% a través de un crédito bancario.

Activos tangibles. En la inversión de activos tangibles se incluyen activos fijos y bienes de la empresa adquiridas para las operaciones de las actividades y administración.

Los activos fijos de la compañía son:

- Equipo de computación \$ 2.490,00
- Equipo de oficina \$ 129,00
- Muebles y enseres \$ 1.227,50
- Vehículo \$16.000,00

Totales activos intangibles \$19.846,50

Equipo de Computación. Equipo para el manejo y procesamiento de información, ventas, control administrativo y de logística de la empresa BETAMEDIC S.A.

Tabla 17
Equipo de computación

Equipo de Computación			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Laptos	2	\$ 520,00	\$ 1.040,00
Computadoras	2	\$ 550,00	\$ 1.100,00
Impresora	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Total	5	\$ 1.420,00	\$ 2.490,00

Equipos de oficina. Son los suministros que completan el desarrollo de actividades administrativas diarias de la empresa.

Tabla 18
Equipo de oficina

Equipo de Oficina			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Resmas	3	\$ 3,20	\$ 9,60
Perforadoras	3	\$ 2,50	\$ 7,50
Engrapadoras	3	\$ 2,30	\$ 6,90
Calculadora	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Teléfono	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Total	14	\$ 53,00	\$ 129,00

Muebles y Enseres. Es el equipo mobiliario que son los escritorios y muebles de la oficina.

Tabla 19
Muebles y Enseres

Muebles y Enseres			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Escritorios	3	\$ 200,00	\$ 600,00
Sillas	4	\$ 40,00	\$ 160,00
Archivadores 4 pisos	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Basureros	3	\$ 2,50	\$ 7,50
Muebles de recepción	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Perchas metálicas 3 pisos	2	\$ 130,00	\$ 260,00
Total	14	\$ 572,50	\$ 1.227,50

Vehículo. Logística para la distribución de los productos

Tabla 20
Vehículo

Vehículo			
Camioneta Renault Kangoo	1	\$ 16.000,00	\$ 16.000,00
Total	1	\$ 16.000,00	\$ 16.000,00

Activos Intangibles. Son los gastos de constitución que incurren para la creación de la empresa.

Tabla 21
Gastos de constitución

Gastos de Constitución	
Detalle	Valor
Aportación capital suscrito	\$ 800,00
Permiso de funcionamiento	\$ 150,00
Registro de patente municipal	\$ 300,00
Asesoría legal	\$ 200,00
tasa de habilitación municipal	\$ 30,00
Apertura de cuenta bancaria	\$ 300,00
Permiso de cuerpo de bombero	\$ 38,00
Permiso de sanidad	\$ 50,00
Inscripción registro mercantil	\$ 112,00
Total	\$ 1.980,00

Capital de Trabajo. Son la parte operativa de la empresa la cual destaca la comercialización que son: la logística, mercadería, publicidad y la mano de obra por parte de los asesores comerciales:

Tabla 22
Capital de trabajo

Capital de Trabajo		
Detalle	Mensual	Anual
Gastos administrativos	\$ 5.319,40	\$ 63.832,80
Gastos de ventas	\$ 70,00	\$ 840,00
Mercadería	\$ 14.981,00	\$ 179.772,00
Total	\$ 20.370,40	\$ 244.444,80

Mercadería. Los productos que están relacionados directamente con la actividad económica de la empresa para su venta.

Tabla 23
Mercadería

Mercadería					
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual	
Lubri spray	250	\$ 6,00	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00	
Lysol	333	\$ 9,00	\$ 3.000,00	\$ 36.000,00	
Anestesico roxicaina 2% carpul	100	\$ 0,80	\$ 80,00	\$ 960,00	
Anestesico topico gelato	20	\$ 3,50	\$ 70,00	\$ 840,00	
Disco pulir resina	100	\$ 1,10	\$ 110,00	\$ 1.320,00	
Fresa diamante	100	\$ 0,60	\$ 60,00	\$ 720,00	
Cemento fuji fotocurado	167	\$ 30,00	\$ 5.000,00	\$ 60.000,00	
Resina fluida economica	167	\$ 10,00	\$ 1.666,67	\$ 20.000,00	
Aguja dental corta	417	\$ 0,05	\$ 20,83	\$ 250,00	
Aguja dental larga	417	\$ 0,05	\$ 20,83	\$ 250,00	
Aguja extra cortas	417	\$ 0,05	\$ 20,83	\$ 250,00	
Cubetas desechables de fluor	83	\$ 0,15	\$ 12,50	\$ 150,00	
Hemostático vicostad clear	40	\$ 7,50	\$ 300,00	\$ 3.600,00	
Encident enjuague bucal	40	\$ 15,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00	
Fluor gel	40	\$ 4,50	\$ 180,00	\$ 2.160,00	
Sellante de fosas y fisuras	20	\$ 4,00	\$ 80,00	\$ 960,00	
Algodón por funda sana	1667	\$ 0,01	\$ 9,33	\$ 112,00	
Implante unitite	25	\$ 90,00	\$ 2.250,00	\$ 27.000,00	
Total	4402	\$ 182,31	\$ 14.981,00	\$ 179.772,00	

Sueldos y salarios.

Tabla 24
Sueldos y salarios

Colaboradores	Sueldos	N°	Total	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aportes Patronales	Fondo de Reserva	Subtotal
Gerente General	\$ 1.000,00	1	\$ 1.000,00	\$ 83,33	\$ 32,83	\$ 121,50	\$ 83,33	\$ 1.321,00
Jefe Administrativo	\$ 700,00	1	\$ 700,00	\$ 58,33	\$ 32,83	\$ 85,05	\$ 58,33	\$ 934,55
Asistente administrativa	\$ 500,00	1	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 32,83	\$ 60,75	\$ 41,67	\$ 676,92
Logística	\$ 600,00	1	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 32,83	\$ 72,90	\$ 50,00	\$ 805,73
Asesor comercial	\$ 400,00	1	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 32,83	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 548,10
Asistente de logística	\$ 400,00	1	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 32,83	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 548,10
Total	\$ 3.600,00	6	\$ 3.600,00	\$ 300,00	\$ 197,00	\$ 437,40	\$ 300,00	\$ 4.834,40

*Sueldos Administrativos.***Tabla 25**
Sueldos administrativos

Sueldo administrativos			
Detalle	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Presidente	1	\$ 1.321,00	\$ 15.852,00
Contador	1	\$ 934,55	\$ 11.214,60
Asistente administrativa	1	\$ 676,92	\$ 8.123,00
Logística	1	\$ 805,73	\$ 9.668,80
Asesor comercial	1	\$ 548,10	\$ 6.577,20
Asistente de logística	1	\$ 548,10	\$ 6.577,20
Total	6	\$ 5.319,40	\$ 63.832,80

*Gastos Administrativos.***Tabla 26**
Gastos administrativos

Gastos Administrativos		
Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Sueldos Administrativos	\$ 5.319,40	\$ 63.832,80
Internet	\$ 25,00	\$ 300,00
Servicios básicos	\$ 30,00	\$ 360,00
Arriendo	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Telefonía	\$ 30,00	\$ 360,00
Combustible – Movilización	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Total	\$ 5.804,40	\$ 69.652,80

Gastos de Ventas. Estos gastos son los rubros que se generan por la publicidad, y los medios en la cual se dan a conocer nuestros productos de comercialización.

Tabla 27
Gastos de ventas

Gastos de ventas			
Detalle	Mensual		Anual
Publicidad	\$	20,00	\$ 240,00
Medios de comunicación	\$	50,00	\$ 600,00
Total	\$	70,00	\$ 840,00

Inversión Total

La inversión inicial será de \$42.196,90.

Tabla 28
Inversión total

Total Inversión	
Activos Tangibles	\$ 19.846,50
Activos Intangibles	\$ 1.980,00
Capital de trabajo	\$ 20.370,40
Total	\$ 42.196,90

Financiamiento

Tabla 29
Financiamiento

Financiamiento		
Detalle	Valor	Porcentaje
Inversión propia	\$ 31.647,67	75%
Crédito bancario	\$ 10.549,23	25%
Total	\$ 42.196,90	100%

Préstamo bancario

El financiamiento se dará por \$10.549,23 para cubrir el faltante de los costos y gastos, mediante un crédito en el banco Guayaquil del 12% anual por un periodo de un año en pagos mensuales.

Tabla 30
Tabla de amortización

Tabla de amortización del préstamo				
Cuota mensual	Valor mensual	Interés	Aporte de capital	Salida deuda
0				\$ 10.549,23
1	\$937,29	\$ 105,49	\$831,79	\$9.717,44
2	\$937,29	\$ 97,17	\$840,11	\$8.877,32
3	\$937,29	\$ 88,77	\$848,51	\$8.028,81
4	\$937,29	\$ 80,29	\$857,00	\$7.171,81
5	\$937,29	\$ 71,72	\$865,57	\$6.306,24
6	\$937,29	\$ 63,06	\$874,22	\$5.432,02
7	\$937,29	\$ 54,32	\$882,97	\$4.549,05
8	\$937,29	\$ 45,49	\$891,80	\$3.657,26
9	\$937,29	\$ 36,57	\$900,71	\$2.756,55
10	\$937,29	\$ 27,57	\$909,72	\$1.846,82
11	\$937,29	\$ 18,47	\$918,82	\$928,01
12	\$937,29	\$ 9,28	\$928,01	\$0,00
Total	\$11.247,44	\$ 698,21	\$10.549,23	

Costos e Ingresos

Costos

Los costos para la comercialización se han establecidos por costos unitarios y se ha establecidos como objetivo calcular los precios de ventas para cada ítem. Los costos primos son determinados por la mercadería proyectada anual es de \$ 155.772,00 insumos e implantes dentales.

Depreciaciones

Son todos los activos fijos que posee la empresa y para su respectiva depreciación se establece las siguientes clausulas:

- Equipo de computación 33.33% anual y vida útil de 10 años.
- Equipo de oficina 10% anual y vida útil de 10 años.
- Muebles y enseres 10% anual y vida útil de 10 años.

Tabla 31

Tabla de depreciación

Tabla de Depreciación										
Detalle	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Equipo de computación	\$ 830,00	\$ 830,00	\$ 830,00							
Equipo de oficina	\$ 12,90	\$ 12,90	\$ 12,90	\$ 12,90	\$ 12,90	\$ 12,90	\$ 12,90	\$ 12,90	\$ 12,90	\$ 12,90
Muebles y enseres	\$ 122,75	\$ 122,75	\$ 122,75	\$ 122,75	\$ 122,75	\$ 122,75	\$ 122,75	\$ 122,75	\$ 122,75	\$ 122,75
Vehículo	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00					
Total	\$ 4.165,65	\$ 4.165,65	\$ 4.165,65	\$ 3.335,65	\$ 3.335,65	\$ 135,65	\$ 135,65	\$ 135,65	\$ 135,65	\$ 135,65

Presupuesto de Operación

Es el costo primo que es la materia prima, la mano de obra directa y los insumos, también incurren los gastos administrativos, gastos de venta y financiero.

Tabla 32
Presupuesto de operación

Detalle	PRESUPUESTO DE OPERACIÓN				
	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Mercadería	\$ 179.772,00	\$ 188.760,60	\$ 198.198,63	\$ 208.108,56	\$ 218.513,99
	\$ 179.772,00	\$ 188.760,60	\$ 198.198,63	\$ 208.108,56	\$ 218.513,99
Gastos de operación Administrativo					
Gastos administrativos	\$ 69.652,80	\$ 73.135,44	\$ 76.792,21	\$ 80.631,82	\$ 84.663,41
Gastos de ventas	\$ 840,00	\$ 882,00	\$ 926,10	\$ 972,41	\$ 1.021,03
Depreciaciones					
Equipo de computación	\$ 830,00	\$ 830,00	\$ 830,00	\$ -	\$ -
Equipo de oficina	\$ 12,90	\$ 12,90	\$ 12,90	\$ 12,90	\$ 12,90
Muebles y enseres	\$ 122,75	\$ 122,75	\$ 122,75	\$ 122,75	\$ 122,75
Vehículo	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00
Gastos Financieros					
Intereses por prestamos	\$ 698,21		\$ -	\$ -	\$ -
Total	\$ 255.128,66	\$ 266.943,69	\$ 280.082,59	\$ 293.048,44	\$ 307.534,08

El presupuesto de operación presenta los siguientes valores en el primer año con \$255.095,56, el tercer año \$280.082,59 y para el quinto año 307.534,08.

Ingresos Totales

Ingresos generados a través de la comercialización de insumos e implantes dentales. Estos se establecen acorde a la vida útil del proyecto como se presenta en el cuadro de presupuesto de operación, también se determinado el costo unitario, el margen de utilidad es de 48%..

Fuerza de ventas

La fuerza de ventas estará dada por los asesores comerciales que se rigen a través de los resultados que se obtiene a través de la metodología subjetiva mediante la coordinación con el departamento de logística en busca de nuevos clientes, que incluyen visita a odontólogos y clínicas especializadas.

Tabla 33
Proyección de ventas

Descripción	Proyección de ventas				
	Años				
	1	2	3	4	5
Lubri spray					
Unidades	3.000	3.150	3.308	3.473	3.647
P.V.P	\$ 12,00	\$ 12,60	\$ 13,23	\$ 13,89	\$ 14,59
	\$ 36.000,00	\$ 39.690,00	\$ 43.758,23	\$ 48.243,44	\$ 53.188,40
Lysol					
Unidades	4.000	4.200	4.410	4.631	4.862
P.V.P	\$ 13,05	\$ 13,70	\$ 14,39	\$ 15,11	\$ 15,86
	\$ 52.200,00	\$ 57.550,50	\$ 63.449,43	\$ 69.952,99	\$ 77.123,17
Anestésico Roxicaina					
Unidades	1.200	1.260	1.323	1.389	1.459
P.V.P	\$ 1,16	\$ 1,22	\$ 1,28	\$ 1,34	\$ 1,41
	\$ 1.392,00	\$ 1.534,68	\$ 1.691,98	\$ 1.865,41	\$ 2.056,62
Anestésico tópico					
Unidades	240	252	265	278	292
P.V.P	\$ 5,08	\$ 5,33	\$ 5,60	\$ 5,87	\$ 6,17
	\$ 1.218,00	\$ 1.342,85	\$ 1.480,49	\$ 1.632,24	\$ 1.799,54
Disco de pulir resina					
Unidades	1.200	1.260	1.323	1.389	1.459
P.V.P	\$ 1,60	\$ 1,67	\$ 1,76	\$ 1,85	\$ 1,94
	\$ 1.914,00	\$ 2.110,19	\$ 2.326,48	\$ 2.564,94	\$ 2.827,85
Fresa diamante					
Unidades	1.200	1.260	1.323	1.389	1.459
P.V.P	\$ 0,87	\$ 0,91	\$ 0,96	\$ 1,01	\$ 1,06
	\$ 1.044,00	\$ 1.151,01	\$ 1.268,99	\$ 1.399,06	\$ 1.542,46
Cemento Fuji Fotocurado					
Unidades	2.000	2.100	2.205	2.315	2.431
P.V.P	\$ 43,50	\$ 45,68	\$ 47,96	\$ 50,36	\$ 52,87
	\$ 87.000,00	\$ 95.917,50	\$ 105.749,04	\$ 116.588,32	\$ 128.538,62
Resina fluida económica					
Unidades	2.000	2.100	2.205	2.315	2.431
P.V.P	\$ 14,50	15,225	15,98625	16,7855625	17,62484063
	\$ 29.000,00	\$ 31.972,50	\$ 35.249,68	\$ 38.862,77	\$ 42.846,21
Agujas dentales					
Unidades	15.000	15.750	16.538	17.364	18.233
P.V.P	\$ 0,07	\$ 0,08	\$ 0,08	\$ 0,08	\$ 0,09
	\$ 1.087,50	\$ 1.198,97	\$ 1.321,86	\$ 1.457,35	\$ 1.606,73

Cubetas desechables					
Unidades	1.000	1.050	1.103	1.158	1.216
P.V.P	\$ 0,22	\$ 0,23	\$ 0,24	\$ 0,25	\$ 0,26
	\$ 217,50	\$ 239,79	\$ 264,37	\$ 291,47	\$ 321,35
Hemostático					
Unidades	480	504	529	556	583
P.V.P	\$ 10,88	\$ 11,42	\$ 11,99	\$ 12,59	\$ 13,22
	\$ 5.220,00	\$ 5.755,05	\$ 6.344,94	\$ 6.995,30	\$ 7.712,32
Encident enjuague bucal					
Unidades	480	504	529	556	583
P.V.P	\$ 21,75	\$ 22,84	\$ 23,98	\$ 25,18	\$ 26,44
	\$ 10.440,00	\$ 11.510,10	\$ 12.689,89	\$ 13.990,60	\$ 15.424,63
Fluor gel					
Unidades	480	504	529	556	583
P.V.P	\$ 6,53	\$ 6,85	\$ 7,19	\$ 7,55	\$ 7,93
	\$ 3.132,00	\$ 3.453,03	\$ 3.806,97	\$ 4.197,18	\$ 4.627,39
Sellante de fosas					
Unidades	240	252	265	278	292
P.V.P	\$ 5,80	6,09	6,3945	6,714225	7,04993625
	\$ 1.392,00	\$ 1.534,68	\$ 1.691,98	\$ 1.865,41	\$ 2.056,62
Algodón por funda					
Unidades	20.000	21.000	22.050	23.153	24.310
P.V.P	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01
	\$ 162,40	\$ 179,05	\$ 197,40	\$ 217,63	\$ 239,94
Implante Unitite					
Unidades	300	315	331	347	365
P.V.P	\$ 130,50	\$ 137,03	\$ 143,88	\$ 151,07	\$ 158,62
	\$ 39.150,00	\$ 43.162,88	\$ 47.587,07	\$ 52.464,74	\$ 57.842,38
TOTAL INGRESOS	\$ 270.569,40	\$ 298.302,76	\$ 328.878,80	\$ 362.588,87	\$ 399.754,23

Estado de Perdida y Ganancia

Son los ingresos de un periodo determinado el cual nos permitirá comparar con nuestros costos y egresos del periodo. Para el presente plan de negocio se lo efectuara como proyección de ingresos sustrayendo el impuesto a la renta del 22%, la utilidad a trabajadores del 15% y la reserva legal del 10% obteniendo como resultado la utilidad neta.

Tabla 34
Estado de pérdidas y ganancias

Descripción	Estado de pérdidas y ganancias				
	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	\$ 270.569,40	\$ 284.097,87	\$ 298.302,76	\$ 313.217,90	\$ 328.878,80
Costo de ventas	\$ 179.772,00	\$ 188.760,60	\$ 198.198,63	\$ 208.108,56	\$ 218.513,99
Utilidad bruta	\$ 90.797,40	\$ 95.337,27	\$ 100.104,13	\$ 105.109,34	\$ 110.364,81
Gastos Administrativos	\$ 69.652,80	\$ 73.135,44	\$ 76.792,21	\$ 80.631,82	\$ 84.663,41
Gastos de ventas	\$ 840,00	\$ 882,00	\$ 926,10	\$ 972,41	\$ 1.021,03
Gastos financieros	\$ 698,21	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de depreciación	\$ 4.165,65	\$ 4.165,65	\$ 4.165,65	\$ 3.335,65	\$ 3.335,65
= Utilidad antes de impuestos	\$ 15.440,74	\$ 17.154,18	\$ 18.220,17	\$ 20.169,46	\$ 21.344,72
(-) Utilidad trabajadores	\$ 2.316,11	\$ 2.573,13	\$ 2.733,03	\$ 3.025,42	\$ 3.201,71
= Utilidad antes Imp. Renta	\$ 13.124,63	\$ 14.581,05	\$ 15.487,15	\$ 17.144,04	\$ 18.143,01
(-) Imp. Renta	\$ 2.887,42	\$ 3.207,83	\$ 3.407,17	\$ 3.771,69	\$ 3.991,46
= Utilidad liquididad	\$ 10.237,21	\$ 11.373,22	\$ 12.079,97	\$ 13.372,35	\$ 14.151,55
(-) Reserva legal	\$ 1.023,72	\$ 1.137,32	\$ 1.208,00	\$ 1.337,24	\$ 1.415,15
= Utilidad del ejercicio	\$ 9.213,49	\$ 10.235,90	\$ 10.871,98	\$ 12.035,12	\$ 12.736,39

Balance General

Tabla 35
Estado de situación financiera

BETAMEDIC S.A.						
Estado de situación financiera						
(Expresado en miles de dólares)						
Activo	0	1	2	3	4	5
Corriente						
Inventario	\$ 14.981,00	\$ 15.730,05	\$ 16.516,55	\$ 17.342,38	\$ 18.209,50	\$ 19.119,97
Gastos de constitución	\$ 1.980,00	\$ 2.079,00	\$ 2.182,95	\$ 2.292,10	\$ 2.406,70	\$ 2.527,04
Capital de trabajo	\$ 6.087,61	\$ 6.391,99	\$ 6.711,59	\$ 7.047,17	\$ 7.399,53	\$ 7.769,50
Total activo corriente	\$ 23.048,61	\$ 24.201,04	\$ 25.411,09	\$ 26.681,65	\$ 28.015,73	\$ 29.416,52
Activo Fijo						
Equipo de computo	\$ 2.490,00	\$ 2.614,50	\$ 2.745,23	\$ 2.882,49	\$ 3.026,61	\$ 3.177,94
(-) Dep. Acumulada		\$ 830,00	\$ 830,00	\$ 830,00	\$ -	\$ -
Equipo de oficina	\$ 129,00	\$ 135,45	\$ 142,22	\$ 149,33	\$ 156,80	\$ 164,64
(-) Dep. Acumulada		\$ 12,90	\$ 12,90	\$ 12,90	\$ 12,90	\$ 12,90
Vehículo	\$ 16.000,00	\$ 16.800,00	\$ 17.640,00	\$ 18.522,00	\$ 19.448,10	\$ 20.420,51
(-) Dep. Acumulada		\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00
Muebles y enseres	\$ 1.227,50	\$ 1.288,88	\$ 1.353,32	\$ 1.420,98	\$ 1.492,03	\$ 1.566,64
(-) Dep. Acumulada		\$ 122,75	\$ 122,75	\$ 122,75	\$ 122,75	\$ 122,75
Total activo fijo	\$ 19.846,50	\$ 24.881,73	\$ 25.923,67	\$ 27.017,70	\$ 27.336,44	\$ 28.542,62
Total activo	\$ 42.895,11	\$ 49.082,77	\$ 51.334,76	\$ 53.699,35	\$ 55.352,17	\$ 57.959,14
Pasivo						
No corriente						
Préstamos bancarios	\$ 10.549,23	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Intereses por pagar	\$ 698,21					
Total pasivo corriente	\$ 11.247,44	\$ -				
Patrimonio						
Capital	\$ 31.647,67	\$ 49.082,77	\$ 51.334,76	\$ 53.699,35	\$ 55.352,17	\$ 57.959,14
Total patrimonio	\$ 31.647,67	\$ 49.082,77	\$ 51.334,76	\$ 53.699,35	\$ 55.352,17	\$ 57.959,14
Total pasivo + patrimonio	\$ 42.895,11	\$ 49.082,77	\$ 51.334,76	\$ 53.699,35	\$ 55.352,17	\$ 57.959,14

Flujo de Caja

Nos permitirá determinar el efectivo flujo dentro de los 5 años promedio de vida útil del proyecto.

Tabla 36
Flujo de caja

DESCRIPCION	FLUJO DE CAJA					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos						
Capital propio	\$ 31.647,67					
Prestamos	\$ -					
Ventas	\$ 270.569,40	\$ 284.097,87	\$ 298.302,76	\$ 313.217,90	\$ 328.878,80	
TOTAL INGRESOS	\$ 31.647,67	\$ 270.569,40	\$ 284.097,87	\$ 298.302,76	\$ 313.217,90	\$ 328.878,80
Egresos						
Costos totales	\$ 255.128,66	\$ 266.943,69	\$ 280.082,59	\$ 293.048,44	\$ 307.534,08	
Activos fijos	19846,5					
Activos diferidos	1980					
Activo circular	20370,4					
Total egresos	42196,9					
Utilidad Bruta ventas	\$ (10.549,23)	\$ 15.440,74	\$ 17.154,18	\$ 18.220,17	\$ 20.169,46	\$ 21.344,72
(-) Utilidad trabajadores	\$ -	\$ 2.573,13	\$ 2.733,03	\$ 3.025,42	\$ 3.201,71	\$ 3.201,71
Utilidad antes Imp. Renta	\$ 15.440,74	\$ 14.581,05	\$ 15.487,15	\$ 17.144,04	\$ 18.143,01	\$ 18.143,01
(-) Imp. Renta	\$ 3.396,96	\$ 3.207,83	\$ 3.407,17	\$ 3.771,69	\$ 3.991,46	\$ 3.991,46
Utilidad liquidad	\$ 12.043,78	\$ 11.373,22	\$ 12.079,97	\$ 13.372,35	\$ 14.151,55	\$ 14.151,55
+ Depreciación	\$ 4.165,65	\$ 4.165,65	\$ 4.165,65	\$ 3.335,65	\$ 3.335,65	\$ 3.335,65
FLUJO NETO DE CAJA	\$ 16.209,43	\$ 15.538,87	\$ 16.245,62	\$ 16.708,00	\$ 17.487,20	

Gastos Fijos

Son los costos que se mantienen sin cambios.

Tabla 37
Gastos fijos

Gastos Fijos		
Detalle	Mensual	Anual
Gastos de operación		
Gastos administrativos	\$ 5.804,40	\$ 69.652,80
Gastos de ventas	\$ 70,00	\$ 840,00
Depreciaciones		
Equipo de computación	\$ 69,17	\$ 830,00
Equipo de oficina	\$ 1,08	\$ 12,90
Muebles y enseres	\$ 10,23	\$ 122,75
Vehículo	\$ 266,67	\$ 3.200,00
Gastos financieros	\$ 58,18	\$ 698,21
Total	\$ 6.279,73	\$ 75.356,66

Costos variables

Tabla 38
Costos variables

Costos Variables		
Detalle	Mensual	Anual
Mercadería	\$ 14.981,00	\$ 179.772,00
Total	\$ 14.981,00	\$ 179.772,00

Punto de Equilibrio

Nos permite relacionar los costos fijos total y variables de cada producto a través de un margen de contribución ponderado relacionado a la cantidad de cada producto para la mercadería total. Esto nos permite obtener la información acorde a las ventas de unidades que debemos comercializar para logra un punto de equilibrio en donde no perdemos ni ganamos.

- Ventas \$ 270.569,40
- Costos variables \$ 179.772,00
- Gastos fijos \$ 75.356,66
- MC promedio \$ 1,72

$$PEU = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Mc promedio}}$$

$$PEU = \frac{75.356,66}{1,72}$$

$$PEU = 43.838$$

$$PEQ = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas netas}}}$$

$$PEQ = \frac{75.356,66}{1 - \frac{179.772,00}{270.569,40}}$$

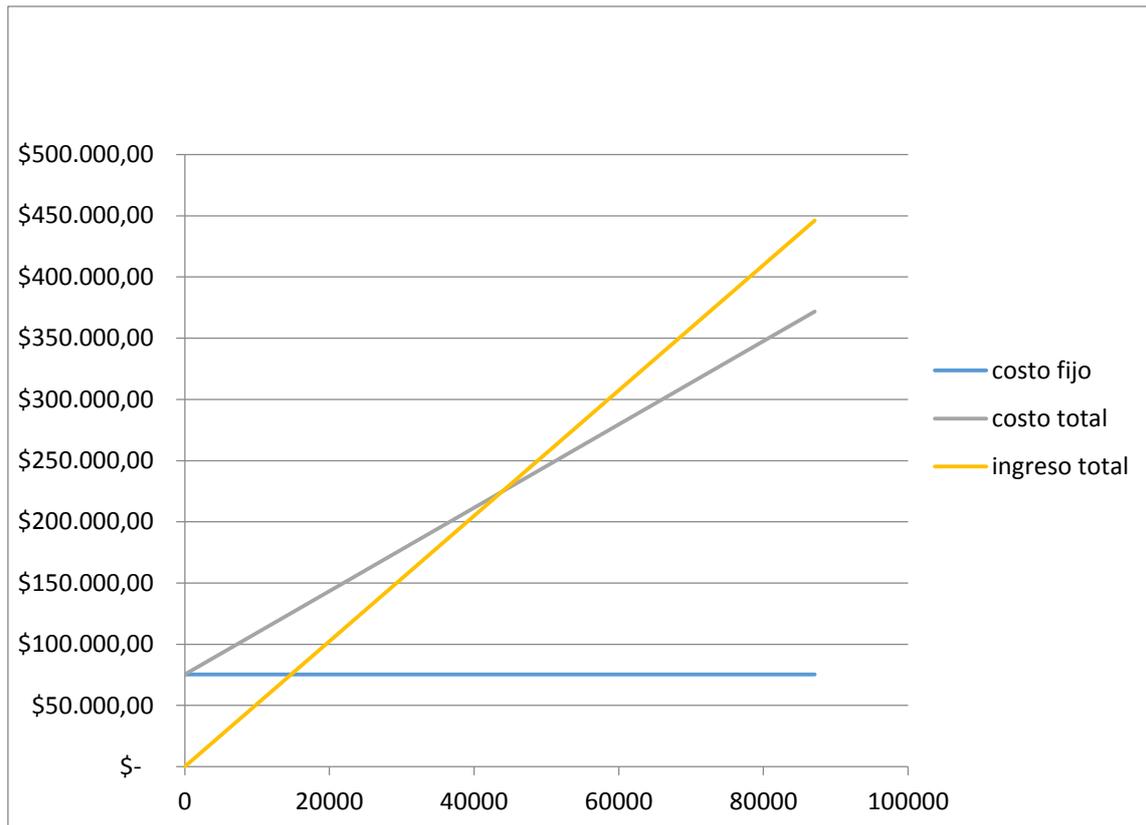
$$PE \$ = 224.557,15$$

Tabla 39
Punto de Equilibrio

Punto de equilibrio por unidades										
	Unidades a vender	Participación %	Precio de Venta	Costo variable U.	Margen de contribución	Margen ponderado	Punto de equilibrio	Costo variable total	Punto equilibrio \$	
Productos										
Lubri spray	3000	5,68%	\$ 12,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 0,34	2490	\$ 14.938,97	\$ 29.877,94	
Lysol	4000	7,57%	\$ 13,05	\$ 9,00	\$ 4,05	\$ 0,31	3320	\$ 29.877,94	\$ 43.323,02	
Anestésico roxicaina 2% carpul	1200	2,27%	\$ 1,16	\$ 0,80	\$ 0,36	\$ 0,01	996	\$ 796,75	\$ 1.155,28	
Anestésico topico gelato	240	0,45%	\$ 5,08	\$ 3,50	\$ 1,58	\$ 0,01	199	\$ 697,15	\$ 1.010,87	
Disco pulir resina	1200	2,27%	\$ 1,60	\$ 1,10	\$ 0,50	\$ 0,01	996	\$ 1.095,52	\$ 1.588,51	
Fresa diamante	1200	2,27%	\$ 0,87	\$ 0,60	\$ 0,27	\$ 0,01	996	\$ 597,56	\$ 866,46	
Cemento fuji fotocurado	2000	3,79%	\$ 43,50	\$ 30,00	\$ 13,50	\$ 0,51	1660	\$ 49.796,57	\$ 72.205,03	
Resina fluida economica	2000	3,79%	\$ 14,50	\$ 10,00	\$ 4,50	\$ 0,17	1660	\$ 16.598,86	\$ 24.068,34	
Aguja dental corta	5000	9,47%	\$ 0,07	\$ 0,05	\$ 0,02	\$ 0,00	4150	\$ 207,49	\$ 300,85	
Aguja dental larga	5000	9,47%	\$ 0,07	\$ 0,05	\$ 0,02	\$ 0,00	4150	\$ 207,49	\$ 300,85	
Aguja extra cortas	5000	9,47%	\$ 0,07	\$ 0,05	\$ 0,02	\$ 0,00	4150	\$ 207,49	\$ 300,85	
Cubetas desechables de fluor	1000	1,89%	\$ 0,22	\$ 0,15	\$ 0,07	\$ 0,00	830	\$ 124,49	\$ 180,51	
Hemostático vicostad clear	480	0,91%	\$ 10,88	\$ 7,50	\$ 3,38	\$ 0,03	398	\$ 2.987,79	\$ 4.332,30	
Encident enjuague bucal	480	0,91%	\$ 21,75	\$ 15,00	\$ 6,75	\$ 0,06	398	\$ 5.975,59	\$ 8.664,60	
Flúor gel	480	0,91%	\$ 6,53	\$ 4,50	\$ 2,03	\$ 0,02	398	\$ 1.792,68	\$ 2.599,38	
Sellante de fosas y fisuras	240	0,45%	\$ 5,80	\$ 4,00	\$ 1,80	\$ 0,01	199	\$ 796,75	\$ 1.155,28	
Algodón por funda sana	20000	37,86%	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,00	\$ 0,00	16599	\$ 92,95	\$ 134,78	
Implante unitite	300	0,57%	\$ 130,50	\$ 90,00	\$ 40,50	\$ 0,23	249	\$ 22.408,46	\$ 32.492,26	
Total	52820	100,00%	\$ 267,64	\$ 182,31	\$ 85,34	\$ 1,72	43.838	\$ 149.200,49	\$ 224.557,15	

Tabla 40
Punto de Equilibrio Anual

Punto de equilibrio anual	
Costo Fijos	\$ 75.356,66
MC Ponderado	\$ 1,72
Punto de equilibrio general	43.838



El punto de equilibrio se cumple cuando la empresa vende 43838 unidades y tiene ingresos de \$ 224.557,56.

Valor Actual Neto

El VAN permite determinar el valor del dinero presente a través de la vida útil del proyecto.

Tabla 41*Van*

VALOR ACTUAL NETO	
Inversión	\$42.196,9
Tasa	0,05
Año	Flujo neto
	0 -42196,9
	1 \$ 16.209,43
	2 \$ 15.538,87
	3 \$ 16.245,62
	4 \$ 16.708,00
	5 \$ 17.487,20
VAN	\$28.815,84

Tiempo de Recuperación de Capital

El payback es el tiempo estimado en el que se recupera la inversión del proyecto.

Tabla 42*Payback*

PLAZO DE RECUPERACION (PAYBACK)			
	FLUJO DE EFECTIVO	FLUJO DE EFECTIVO ACUMULADO	
0	-31647,67	-42196,90	
1 \$	16.209,43	\$ -25.987,47	
2 \$	15.538,87	\$ -10.448,60	
3 \$	16.245,62	\$ 5.797,03	
4 \$	16.708,00	\$ 22.505,03	
5 \$	17.487,20	\$ 39.992,23	

Tabla 43*Formula Payback*

Formula				
Año	+ Inversión inicial	(-)flujo de inversión año 1	(/)flujo neto que supera al año anterior	Tiempo
1	31.647,67	\$16.209,43	\$15.538,87	2,6000
				2 = 2 años
				0,60 = 7 meses

Tasa Interna de Retorno

Trata de medir la rentabilidad en términos de tasa de interés compuesta, tomando en cuenta el valor del dinero en el tiempo y las variaciones de los flujos de efectivo durante la vida útil del proyecto.

Tabla 44
TIR

		TIR
AÑOS		FLUJO EFECTIVO
	0	\$ (31.647,67)
	1	\$ 16.209,43
	2	\$ 15.538,87
	3	\$ 16.245,62
	4	\$ 16.708,00
	5	\$ 17.487,20
TIR		43%

Conclusiones

El soporte de logística que hemos optado es manejarnos por una distribución al puesto de trabajo de los odontólogos y a clínicas, En conclusión, podremos dar soporte al pedido de los clientes o basarnos en una distribución fija mensualidades para cumplir con sus expectativas y puedan desarrollar sus actividades de trabajo.

Debido al crecimiento de profesionales odontólogos en la ciudad de Guayaquil y de acuerdo a los resultados del cuestionario en el presente proyecto, podemos concluir que las marcas que ofreceremos se encuentran entre las preferidas de los clientes y los precios de nuestros productos se establecen como uno de los bajos en el mercado por ello esperamos tener una buena acogida con nuestro mercado meta.

Para la propuesta operativa de la empresa hemos considerado 3 factores que son la inversión inicial total del proyecto, la aportación de los socios que es equivalente al 75% y el 25% mediante un crédito bancario financiado a 1 año plazo, también evaluamos el tiempo de recuperación del capital de inversión.

Recomendaciones

Es recomendable establecer más publicidad para el proyecto y promociones para poder llegar y lograr la captación de los clientes.

Es necesario Capacitar a nuestra fuerza de ventas frecuentemente que interactúan con los consumidores, para así lograr expandir la cartera de clientes que es fundamental para la sostenibilidad del negocio y cumplir con la proyección de ventas.

Relacionarse con distribuidores que podamos comprar a menores precios y también Importar directamente los implantes dentales para ser más competitivo en el rango de los precios del mercado generando mayor margen de utilidad para el proyecto.

Bibliografía

50minutos. (s.f.). *La cadena de valor*.

Alejandro Roca, C., & Morla Meza, F. (2018). *Plan de negocio para la implementación de la unidad comercial de insumos odontológicos de Laboratorios BAGÓ DEL ECUADOR S.A.* Guayaquil: Universidad católica de Santiago de Guayaquil.

Ampudia. (2017). *dspace.uniandes.edu.ec*. Obtenido de Plan de negocios para la creación de la empresa “Zappyne:
<http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/7103/1/TUQEXCOMADM009-2017.pdf>

Berrios, R., & Lucca, N. (2016). Metodología cualitativa en la investigación de consejería: contribuciones recientes y desafíos para un nuevo siglo. *Journal of Counseling & Development*, 174 - 186.

Bigrafias y vidas. (7 de abril de 2004). *Biografía y vidas*. Obtenido de Biografía y vidas:
https://www.biografiasyvidas.com/obra/teoria_interes.htm

Burneo-Valarezo, S. D., & Vérez, M. A. (2016). Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión. *Ingeniería industrial* , 305-312.

Cabeza. (2016). Obtenido de ESTADO DE SALUD ORAL EN EL ECUADOR.

CEAACES. (2018). Obtenido de <https://www.caces.gob.ec/>

Cunalema. (2013). <http://repositorio.ucsg.edu.ec>. Obtenido de PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN DÉPOSITO DENTAL ESPECIALIZADO:
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/8665/1/T-UCSG-PRE-ESP-IE-172.pdf>

derecho ecuador. (25 de junio de 2015). *derecho ecuador*. Obtenido de derecho ecuador.

Expreso. (5 de septiembre de 2017). *expreso.ec*. Obtenido de La estética bucal se vuelve más accesible: <https://www.expreso.ec/guayaquil/odontologia-dentadura-tratamientos-sonrisa-XB1672044>

- Fisher, I. (1999). *La Teoría del Interés*. Madrid: Ediciones Aosta.
- Gomez. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Cordova : Editorial Brujas.
- Gómez, M. M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Argentina : Edorial Brujas .
- González Santoyo, F., & Flores Romero, B. (2017). Evaluación financiera de las empresas usando lógica difusa. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración*,, 233-251.
- Grande, E. I., & Abascal, F. E. (2017). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*. Madrid: ESIC.
- INEC. (2014). *ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de Anuario de Estadística:
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Recursos_Actividades_de_Salud/Publicaciones/Anuario_R ec_Act_Salud_2014.pdf
- INEC. (2017). *ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de Registro Estadístico de Recursos y Actividades de Salud: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Recursos_Actividades_de_Salud/RAS_2017/Principales_Resultados_%28RAS%29.pdf
- INEC. (5 de Enero de 2019). *INEC*. Obtenido de <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>
- Koontz, O. (1985). Teoria de la administracion. En M. Sanchez, *Administracion I* (pág. 45). mexico: Grupo editorial patria.
- Ley de compañías. (20 de mayo de 2014). *Supercias*. Obtenido de Supercias:
https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf

Ley de compañías. (20 de mayo de 2014). *Supercias*. Obtenido de Supercias:

https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf

Loureiro, D. M. (2015). *Investigación y recogida de información de mercados: Identificación de variables de estudio y desarrollo del trabajo de campo*. Vigo: Ideaspropias.

Lugo. (11 de enero de 2014). *scielo.org*. Obtenido de La cultura en salud bucal como problema actual de la sociedad:

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1029-30192013000400015

Malhotra. (2009). *Investigación de mercado*. México: IBSN.

Martinez. (2018). *Odontología mínimamente invasiva y agentes remineralizantes*. España: Amazing Books.

Martinez, J. S. (2013). *Investigación y recogida de información de mercados*. Malaga: IC Editorial.

Méndez, J. (10 de agosto de 2014). *Repositorio Institucional Universidad de cuenca*.

Obtenido de Repositorio Institucional Universidad de cuenca:

<http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/20242>

Milanesi, G. S. (2016). Comparación entre distintos Criterios de decisión (VAN, TIR y PRI). *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 39-47.

Morales, V. (27 de noviembre de 2018). *Econopedia*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/payback.html>

MSP. (2016). *msp.gob.ec*. Obtenido de Plan Nacional de Salud Bucal:

<https://aplicaciones.msp.gob.ec/salud/archivosdigitales/documentosDirecciones/dnn/archivos/PLAN%20NACIONAL%20DE%20SALUD%20BUCAL.pdf>

Muñoz, R. C. (2017). *Metodología de la investigación*. Mexico: Oxford University Press Mexico.

- Newman, I., & Ramlo, S. (2010). *Uso de la metodología Q y el análisis del factor Q para facilitar la investigación de métodos mixtos* ". En *el Manual de métodos mixtos en investigación social y del comportamiento*. Sage: Thousand Oaks.
- Porter. (1987). *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Mexico: Grupo Editorial Patria.
- Ramirez. (1 de junio de 2015). *siicsalud.com*. Obtenido de COMPONENTES CULTURALES QUE INFLUYEN EN LA SALUD BUCAL :
<https://www.siicsalud.com/dato/experto.php/139635>
- Ramlo, S., & Newman, I. (2011). Metodología Q y su posición en el continuo de métodos mixtos. *La subjetividad operante: la revista internacional para la metodología Q*.
- Rattinger, A. (8 de noviembre de 2018). *Merca* . Obtenido de
<https://www.merca20.com/diferencia-entre-plan-de-negocios-y-plan-estrategico/>
- Ricaurte, M. (20 de abril de 2016). *Repositorio Digital Universidad De Las Américas*. Obtenido de Repositorio Digital Universidad De Las Américas:
<http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/6096/1/UDLA-EC-TIC-2016-101.pdf>
- Roca & Meza. (2018). *repositorio.ucsg.edu.ec*. Obtenido de Plan de negocio para la implementación de la unidad comercial de insumos odontológicos de Laboratorios BAGÓ DEL ECUADOR S.A: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/10333>
- Sánchez Albarracín, C. A. (2016). *Plan de negocio para una cadena de centros de imágenes dentales I-EXMED*. Santiago de Chile: Universidad de Chile .
- Santillán Calderón, A. G., & Ruales Carrera, M. V. (2015). *Plan de negocio para la creación de una empresa dedicada al turismo odontológico en la ciudad de Quito*. Quito : Universidad de las Américas .
- Senescyt, S. d. (2018). *Titulos registrados - Diciembre 2018*. Guayaquil .

Serta. (26 de diciembre de 2018). *Serta*. Obtenido de <https://www.serta.com.mx/ventajas-estudio-de-factibilidad-de-mercado/>

Sevilla, A. (27 de noviembre de 2018). *Economipedia* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>

Toala. (5 de Septiembre de 2018). *Repositorio ug*. Obtenido de Estudio técnico económico para la creación de una empresa de implantes dentales:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/36714/1/Estudio%20T%C3%A9cnico%20Econ%C3%B3mico%20para%20la%20Creaci%C3%B3n%20de%20una%20empresa%20de.pdf>

Toala, L. (2018). *repositorio*. Obtenido de repositorio ug:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/36714/1/Estudio%20T%C3%A9cnico%20Econ%C3%B3mico%20para%20la%20Creaci%C3%B3n%20de%20una%20empresa%20de.pdf>

Toala, L. (5 de septiembre de 2018). *repositorio ug*. Obtenido de repositorio ug:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/36714/1/Estudio%20T%C3%A9cnico%20Econ%C3%B3mico%20para%20la%20Creaci%C3%B3n%20de%20una%20empresa%20de.pdf>

4. ¿Qué elementos utiliza para realizar restauraciones?

Resina fluida económica	<input type="text"/>
Disco de pulir resina	<input type="text"/>
Fresa de diamantes	<input type="text"/>
Agujas dentales	<input type="text"/>
Hemostático viscotad	<input type="text"/>
Baberos odontológicos	<input type="text"/>
Cemento fuji fotocurado	<input type="text"/>

5. ¿Qué elementos de prevención aplica usted en sus pacientes?

Flúor	<input type="text"/>
Encident enjuague bucal	<input type="text"/>
Cubetas desechables	<input type="text"/>
Aplicadores de resina	<input type="text"/>

6. ¿Cuál de estas marcas de implantes considera usted que es la mejor?

Bionnovación	<input type="text"/>
Megagen	<input type="text"/>
DSP Biomedical	<input type="text"/>
Paltop	<input type="text"/>
Unitite	<input type="text"/>
Zimmer	<input type="text"/>

7. ¿Cuánto invierte usted en insumos dentales mensualmente?

Entre \$0 - \$50	<input type="text"/>
Entre \$51 - \$100	<input type="text"/>
Entre \$101 - \$150	<input type="text"/>
Entre \$151 - \$200	<input type="text"/>

8. ¿Cuál es el material que prefieren los clientes en los implantes dentales?

Zirconio	<input type="text"/>
Titanio	<input type="text"/>
Cerámicos	<input type="text"/>

9. ¿Cuál es el precio invierte por un implante dental de material titanio?

Entre \$150 - \$170	<input type="text"/>
Entre \$171 - \$190	<input type="text"/>
Entre \$191 - \$210	<input type="text"/>
Entre \$211 - \$250	<input type="text"/>

10. ¿Estaría dispuesto a comprar insumos e implantes en un nuevo local comercial?

Si	<input type="text"/>
No	<input type="text"/>