



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**TESIS PRESENTADA PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL**

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCIR Y COMERCIALIZAR BATAS
QUIRÚRGICAS CON TELA LAMINADA PARA LOS HOSPITALES EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”.**

AUTORES: JARAMILLO LEÓN CARLOS JEFFERSON
MARTÍNEZ LLANOS LINDA LISSETTE

TUTORA: AGILA MALDONADO MERCY VICTORIA, MFPC

GUAYAQUIL-ECUADOR
OCTUBRE, 2020



ANEXO XI.- FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN		
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCCIR Y COMERCIALIZAR BATAS QUIRÚRGICAS CON TELA LAMINADA PARA LOS HOSPITALES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL	
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	JARAMILLO LEÓN CARLOS JEFFERSON – MARTÍNEZ LLANOS LINDA LISSETTE	
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	MGS. BRAVO GAME LUIS HELIODORO – ECON. AGILA MALDONADO VICTORIA MERCY	
INSTITUCIÓN:	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	
UNIDAD/FACULTAD:	FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS	
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	INGENIERIA COMERCIAL	
GRADO OBTENIDO:	INGENIERIA COMERCIAL	
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PÁGINAS: 150
ÁREAS TEMÁTICAS:		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	PLAN DE NEGOCIOS, PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN, TELA LAMINADA, HOSPITALES.	
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): El presente trabajo se encuentra enfocado en el desarrollo de un plan de negocios para producir y comercializar batas quirúrgicas con tela laminada para los hospitales en la ciudad de Guayaquil. Se pretende impulsar el material laminado, dando a conocer la calidad del mismo por su durabilidad, resistencia y el tipo de diseño que se le puede dar al material, mejorando la seguridad y los cuidados del usuario dentro de los centros médicos. Además, la empresa contará con profesionales especializados en el desarrollo de la producción y comercialización del producto, trabajando siempre con ética y responsabilidad. El objetivo de este proyecto es determinar la viabilidad de realizar la inversión en este proyecto. El campo de estudio de esta investigación fue enfocado en la ciudad de Guayaquil, parroquia Tarqui donde se realizó el estudio de mercado basado en encuestas al personal médico de los diez hospitales más conocidos que conforman la zona norte. Finalmente se realizó el análisis financiero donde se evidenció que el proyecto será viable y generará rentabilidad, favorecerá en la protección y salud del personal médico, contribuirá al cambio de la matriz productiva ecuatoriana.		
ADJUNTO PDF:	SI ☒	NO ☐
CONTACTO CON AUTORES: Jaramillo León Carlos Martínez Llanos Linda	Teléfono: 0985022366 0989237542	E-mail: carlos.jaramillol@ug.edu.ec lisette.martínezlla@ug.edu.ec
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Ab. Elizabeth Coronel Castillo	
	Teléfono: (04) 2848487 EXT. 123	
	E-mail: fca.secretariageneral@ug.edu.ec	



**ANEXO XII.- DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y DE AUTORIZACIÓN DE LICENCIA GRATUITA
INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON
FINES NO ACADÉMICOS**

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO COMERCIAL DE LA
OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

Nosotros, JARAMILLO LEÓN CARLOS JEFFERSON, MARTÍNEZ LLANOS LINDA LISSETTE, con C.I. No. 0927346957, 0951821784 certificamos que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCIR Y COMERCIALIZAR BATAS QUIRÚRGICAS CON TELA LAMINADA PARA LOS HOSPITALES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL” son de nuestra absoluta propiedad y responsabilidad, en conformidad al Artículo 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizamos la utilización de una licencia gratuita intransferible, para el uso no comercial de la presente obra a favor de la Universidad de Guayaquil.

CARLOS JEFFERSON JARAMILLO LEÓN
NOMBRES Y APELLIDOS DEL ESTUDIANTE 1
2
C.I. NO. 0927346957

MARTÍNEZ LLANOS LINDA LISSETTE
NOMBRES Y APELLIDOS DEL ESTUDIANTE
C.I. NO. 0951821784



ANEXO VII.- CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado **Mercy Victoria Agila Maldonado**, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por **JARAMILLO LEÓN CARLOS JEFFERSON; MARTÍNEZ LLANOS LINDA LISSETTE**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de INGENIERÍA COMERCIAL.

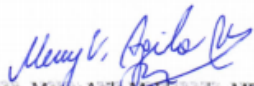
Se informa que el trabajo de titulación: PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCIR Y COMERCIALIZAR BATAS QUIRÚRGICAS CON TELA LAMINADA PARA LOS HOSPITALES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio (**URKUND**) quedando el 1% de coincidencia.



Document Information

Analyzed document	ICT-089-2020 TESIS JARAMILLO Y MARTINEZ.docx (D80428443)
Submitted	10/1/2020 6:49:00 PM
Submitted by	
Submitter email	mercy.agilam@ug.edu.ec
Similarity	1%
Analysis address	tatiana.chanp.ug@analysis.urkund.com

<https://secure.urkund.com/view/76951712-622796-494452>


Econ. Mercy Agila Maldonado, MFPC

Econ. Mercy Agila Maldonado, MFPC.
C.I. 0909687790
FECHA: 1 de octubre de 2020



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA INGENIERIA COMERCIAL



ANEXO VI. - CERTIFICADO DEL DOCENTE-TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Guayaquil, 1 de octubre de 2020

Economista:

Jorge Chabusa Vargas, MgS

DIRECTOR DE LA CARRERA DE INGENIERIA 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 PRODUCIR Y COMERCIALIZAR BATAS QUIRÚRGICAS CON TELA LAMINADA PARA LOS HOSPITALES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL de los estudiantes JARAMILLO LEÓN CARLOS JEFFERSON; MARTÍNEZ LLANOS LINDA LISSETTE, indicando que ha(n) cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación sobre un Plan de Negocio.
- 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 el (los) estudiante (s) está (n) apto (s) para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

ECON. MERCY VICTORIA AGILA MALDONADO, MFPC

TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

C.I. 0909687790



ANEXO VIII.- INFORME DEL DOCENTE REVISOR

Guayaquil, 17 OCTUBRE DEL 2020

Economista:

Jorge Chabusa Vargas, MgS

DIRECTOR DE LA CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el informe correspondiente a la REVISIÓN FINAL del Trabajo de Titulación PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCIR Y COMERCIALIZAR BATAS QUIRÚRGICAS CON TELA LAMINADA PARA LOS HOSPITALES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL del o de los estudiante (s) JARAMILLO LEÓN CARLOS JEFFERSON Y MARTÍNEZ LLANOS LINDA LISSETTE. Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimiento de los siguientes aspectos:

Cumplimiento de requisitos de forma:

El título tiene un máximo de 20 palabras.

La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida.

El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad.

La investigación es pertinente con la línea y sublíneas de investigación de la carrera.

Los soportes teóricos son de máximo 5 años.

La propuesta presentada es pertinente.

Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:

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 indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica el que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que el estudiante está apto para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,

Ing. Luis H. Bravo Game MAE

C.I. 0901468058

FECHA: 17 de octubre del 2020

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con todo amor a mi padre Carlos Jaramillo por hablarme del sacrificio. A mi madre Silvia León por enseñarme la lealtad y a cumplir las promesas. A mi familia por cada consejo brindado, por cada momento compartido. A mis amigos por la confianza, su respeto y su cariño. Y sobre todo la dedico a Dios por todos los momentos vividos. Por todas las pruebas que me han formado el carácter y la personalidad para buscar siempre la solución y cumplir con lo establecido, a llenarme de fuerza para no darme por vencido.

Jefferson Jaramillo León

Dedico este proyecto a Dios quien ha sido mi guía durante todo mi crecimiento personal y profesional. A mis padres, William y María, quienes me brindaron su apoyo incondicional a pesar de mis tropiezos, y enseñarme a salir adelante para que pueda cumplir con esta meta y ser ejemplo para mis tres hermanos, Ricky, Andreina y Willy, a quienes amo con todo mi corazón.

Linda Martínez Llanos

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco al creador de todas las cosas por brindarme la fuerza emocional y espiritual para enfrentar sin miedo cada adversidad, obstáculo y reto en mi vida. A mi querido padre Carlos Jaramillo, madre Silvia León y hermana Arianna Jaramillo por llenarme de amor y ser el pilar fundamental en cada etapa de mi vida, enseñándome valores que hoy en día son difíciles de rescatar. A mi familia que me han mostrado el valor de ser unidos en cada momento y a no abandonar a ninguno e inculcarme el amor incondicional a Dios. A mis queridos amigos por la confianza, el aprecio y el cariño dado. A los docentes que me han brindado su conocimiento y experiencia.

Jefferson Jaramillo León

Quiero agradecer este proyecto primero a Dios por llenarme de sabiduría y fortaleza en la elaboración del mismo. También quiero dar infinitas gracias a mi familia, mis padres, William y María quienes me ayudaron bastante en la parte emocional y económica y a mis tres hermanos por el amor brindado. A mi valioso círculo de amistades del cual soy feliz de tenerlos y que en su mayoría fueron parte de mi crecimiento personal y por último, a mis queridos docentes por inculcarme de sus conocimientos, y en especial a mi tutora, Econ. Mercy Agila por su apoyo y guía incondicional en el presente proyecto de tesis.

Linda Martínez Llanos

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

Tema: Plan de negocios para producir y comercializar batas quirúrgicas con tela laminada para los hospitales en la ciudad de Guayaquil.

Autores: Jaramillo León Jefferson; Martínez Llanos Linda

Tutora: Mercy Victoria Agila Maldonado

RESUMEN

El presente trabajo se encuentra enfocado en el desarrollo de un plan de negocios para producir y comercializar batas quirúrgicas con tela laminada para los hospitales en la ciudad de Guayaquil. Se pretende impulsar el material laminado, dando a conocer la calidad del mismo por su durabilidad, resistencia y el tipo de diseño que se le puede dar al material, mejorando la seguridad y los cuidados del usuario dentro de los centros médicos. Además, la empresa contará con profesionales especializados en el desarrollo de la producción y comercialización del producto, trabajando siempre con ética y responsabilidad. El objetivo de este proyecto es determinar la viabilidad de realizar la inversión en este proyecto. El campo de estudio de esta investigación fue enfocado en la ciudad de Guayaquil, parroquia Tarqui donde se realizó el estudio de mercado basado en encuestas al personal médico de los diez hospitales más conocidos que conforman la zona norte. Finalmente se realizó el análisis financiero donde se evidenció que el proyecto será viable y generará rentabilidad, favorecerá en la protección y salud del personal médico, contribuirá al cambio de la matriz productiva ecuatoriana.

Palabras clave: plan de negocios, producción, comercialización, tela laminada, hospitales.

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

Topic: Plan de negocios para producir y comercializar batas quirúrgicas con tela laminada para los hospitales en la ciudad de Guayaquil.

Authors: Jaramillo León Jefferson; Martínez Llanos Linda

Advisor: Mercy Victoria Agila Maldonado

ABSTRACT

This work is focused on the development of a business plan to produce and commercialize surgical gowns with laminated fabric for hospitals in the city of Guayaquil. The aim is to promote the laminated material, making its quality known due to its durability, resistance and the type of design that can be given to the material, improving safety and user care within medical centers. In addition, the company will have professionals specialized in the development of the production and commercialization of the product, always working with ethics and responsibility. The objective of this project is to determine the feasibility of making the investment in this project. The field of study of this research was focused on the city of Guayaquil, Tarqui parish where the market study was carried out based on surveys of the medical personnel of the ten best-known hospitals that make up the northern area. Finally, the financial analysis was carried out where it was evidenced that the project will be viable and will generate profitability, will favor the protection and health of medical personnel, and will contribute to the change of the Ecuadorian productive matrix.

Key words: business plan, production, marketing, laminated fabric, hospitals, Guayaquil.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
1. Planteamiento del problema	3
1.1. El problema.....	3
1.2. Formulación del problema.....	3
1.3. Sistematización del problema	4
1.4. Objetivos	4
1.4.1. Objetivo General.	4
1.4.2. Objetivos específicos.....	4
1.5. Justificación	4
1.6. Delimitación o alcance	5
CAPÍTULO II.....	7
2.1 Antecedentes de la investigación.....	7
2.2 Marco Teórico	10
2.3 Marco Contextual.....	18
2.4 Marco Jurídico Ecuatoriano	21
CAPÍTULO III.....	37
3.1. Metodología de la investigación	37
3.2. Tipo de investigación	37
3.3. Técnica e instrumentos de la investigación	37
3.4. Estudio de mercado	38
3.4.1. Segmentación de mercado.	40
3.4.2. Marketing Mix.	41

3.4.3. Aplicando las 4P al presente proyecto.....	42
3.5. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter	46
3.5.1. 5 fuerzas de Michael Porter y su aplicación.	47
3.6. Análisis PESTA.....	51
3.6.1. Aplicando análisis PESTA.....	51
Factores Políticos.....	52
Factores Económicos.	52
Factores Sociales.....	53
Factores Tecnológicos.....	54
Factores Ambientales.	54
3.7. Análisis de la industria o sector	54
3.8. Población y muestra	56
3.8.1. Comprobación de la muestra.	59
3.9. Interpretación y análisis del resultado de la muestra	60
3.10. Encuesta.....	61
3.10.1. Informe del Estudio de Mercado.....	75
CAPÍTULO IV	82
4.1. Desarrollo de la propuesta.....	82
4.2. Naturaleza del negocio	83
4.3. Diagnóstico o cadena de valor	83
4.4. Estrategias de comercialización.....	84
a. Estrategia de producto.	84
b. Estrategia de precio.....	84
c. Estrategia de promoción.	85

d. Estrategia de distribución.	85
4.5. Valores de la empresa	86
4.6. Procesos de Importación	86
4.7. Incoterm.....	87
4.8. Misión y visión	88
4.8.1. Misión.....	88
4.8.2. Visión.	88
4.9. Estructura Organizacional	88
4.10. Descripción de puestos.....	89
4.11. Recursos	93
4.11.1. Recursos humanos.	93
4.11.2. Recursos físicos.....	93
4.11.3. Insumos.....	95
4.12. Flujograma: línea de producción	96
4.12.1. Descripción Flujograma de producción.....	97
4.13. Localización.....	98
4.14. Distribución de la planta y diagrama de recorrido	98
4.15. Cronograma de actividades	100
CAPÍTULO V	101
5.1. Análisis financiero	101
5.1.1. Inversión	101
5.1.2. Financiamiento.....	102
5.1.3. Costos	103
5.1.4. Costo de producción.....	106

5.1.5. Gastos fijos u otros gastos	106
5.1.6. Proyección de ventas	108
5.1.7. Políticas de ventas	109
5.1.8. Políticas de compras	109
5.1.9. Proyecciones financieras	110
5.1.10. Estado de resultados proyectado	110
5.1.11. Flujo de caja proyectado	112
5.1.12. Estado de situación financiera proyectado	113
5.1.13. Cálculo de la TMAR	115
5.1.14. VAN y TIR	115
5.1.15. Payback.....	116
5.1.16. Evaluación financiera	116
5.1.17. Punto de equilibrio	117
5.1.18. Ratios financieros.....	118
Conclusiones.....	119
Recomendaciones	120
Bibliografía	121
Apéndices	125

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Participación de mercado	9
Figura 2. Parroquia Tarqui.....	19
Figura 3. Procedimiento para la constitución de una compañía (vía electrónica)	25
Figura 4. Submercados de un estudio de factibilidad.....	38
Figura 5. Etapa del estudio de mercado.....	39
Figura 6. Segmentación de mercado Empresa Baxmedic S.A.....	40
Figura 7. Marketing Mix.....	41
Figura 8. Bata Quirúrgica Tela Laminada - Frente	42
Figura 9. Bata Quirúrgica Tela Laminada - Espalda.....	43
Figura 10. Bata Quirúrgica Tela Laminada - Manga Larga	43
Figura 11. Logotipo de la empresa.....	44
Figura 12. Las 5 fuerzas de Porter.....	46
Figura 13. Análisis PESTA.....	51
Figura 14. Participación de los sectores y actividades económicas	55
Figura 15. Rango de edades	61
Figura 16. Campo laboral	62
Figura 17. Tipo de ropa quirúrgica.....	63
Figura 18. Preferencia del Hospital	64
Figura 19. ¿Por qué la opción estéril?	65
Figura 20. Selección del producto	66
Figura 21. Uso de las batas	67
Figura 22. Preferencia Nacional o Internacional.....	68
Figura 23. Seguridad de la tela laminada.....	69
Figura 24. Bioseguridad	70
Figura 25. Uso de las batas quirúrgicas	71
Figura 26. Precio Batas quirúrgicas	72
Figura 27. Forma de compra	73
Figura 28. Recomendación del uso de las batas.....	74
Figura 29. Prototipo batas quirúrgicas laminadas	78
Figura 30. Flujo de procesos para importación Tela Laminada.....	86

Figura 31. Organigrama Baxmedic S.A	88
Figura 32. Descripción de Cargo: Gerente	89
Figura 33. Descripción de Cargo: Administrador	90
Figura 34. Descripción de Cargo: Operadores.....	91
Figura 35. Descripción de Cargo: Vendedores	92
Figura 36. Máquinas de coser: overlock y costura recta.	94
Figura 37. Composición de la tela laminada polipropileno	95
Figura 38. Flujograma de la producción Batas laminadas.....	96
Figura 39. Distribución de la planta y diagrama de recorrido	99
Figura 40. Diagrama externo de la planta Baxmedic	99
Figura 41. Cronograma creación del proyecto.....	100
Figura 42. Cronograma creación del proyecto.....	100
Figura 43. Gráfica punto de equilibrio 1er año	118

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Participación de mercado	9
Tabla 2 Detalle Hospitales de la Parroquia Tarquí	20
Tabla 3 Aranceles.....	29
Tabla 4 Proveedores nacionales	48
Tabla 5 Proveedores internacionales	49
Tabla 6 Detalle proporción de médicos	57
Tabla 7 Rango de edades	61
Tabla 8 Campo laboral médico	62
Tabla 9 Tipo de ropa para quirófano	63
Tabla 10 Preferencia del hospital	64
Tabla 11 Causas para elegir ropa quirúrgica estéril	65
Tabla 12 Selección del producto	66
Tabla 13 Utilización de las batas	67
Tabla 14 Preferencia Nacional o Internacional	68
Tabla 15 Seguridad de la tela laminada.....	69
Tabla 16 Bioseguridad.....	70
Tabla 17 Uso de las batas quirúrgicas	71
Tabla 18 Precio Batas quirúrgicas.....	72
Tabla 19 Forma de compra	73
Tabla 20 Recomendación del uso de las batas quirúrgicas.....	74
Tabla 21 Comparación de precios de la competencia	79
Tabla 22 Modalidad de transporte.....	87
Tabla 23 Transporte marítimo.....	87
Tabla 24 Recursos humanos Baxmedic S.A	93
Tabla 25 Maquinarias y equipos área de producción	93
Tabla 26 Equipos y materiales del área administrativa	94
Tabla 27 Materiales y costos de la bata quirúrgica	95
Tabla 28 Inversión.....	102
Tabla 29 Capital de trabajo	102
Tabla 30 Financiamiento	103

Tabla 31 Costo total unitario.....	103
Tabla 32 Precio de venta al público	103
Tabla 33 Requerimiento hora por prenda	104
Tabla 34 Nómina de producción.....	104
Tabla 35 Hoja de costo	105
Tabla 36 Costo de producción	106
Tabla 37 Gastos de administración	106
Tabla 38 Otros gastos	107
Tabla 39 Gastos de depreciación.....	107
Tabla 40 Proyección de Ventas.....	108
Tabla 41 Políticas de Ventas.....	109
Tabla 42 Políticas de compras	109
Tabla 43 Estado de resultados integral proyectado	111
Tabla 44 Flujo de caja proyectado	112
Tabla 45 Estado de situación financiera proyectado	114
Tabla 46 Cálculo de la TMAR.....	115
Tabla 47 Cálculo para el VAN.....	115
Tabla 48 Cálculo para la TIR.....	115
Tabla 49 Payback	116
Tabla 50 Evaluación financiera.....	117
Tabla 51 Punto de equilibrio proyectado.....	117
Tabla 52 Gráfica Punto de equilibrio 1er año	117
Tabla 53 Ratios financieros	118

ÍNDICE DE APÉNDICES

Apéndice A. Formato de la encuesta.....	125
Apéndice B. Variables macroeconómicas	127
Apéndice C. Variables microeconómicas.....	128
Apéndice D. Tabla de amortización	129
Apéndice E. Proyecciones y gráficos punto de equilibrio	130

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se encuentra enfocado en el desarrollo de un plan de negocios para producir y comercializar batas quirúrgicas con tela laminada para los hospitales en la ciudad de Guayaquil, en la parroquia Tarqui. Las prendas de vestir quirúrgicas son importantes en el mercado por las necesidades de los empleados, pacientes, personal de limpieza y también personas fuera de los hospitales.

Las batas quirúrgicas de tela laminada o tela no tejida de polipropileno con tratamiento anti fluido, es de lo más reciente en tecnología por lo que tiene mayor resistencia al contacto de fluidos corporales, garantizando la protección de todo el personal médico.

El objetivo de este proyecto es analizar la factibilidad de la creación de este negocio identificando las necesidades que se presentan en los hospitales, la cual es muy recurrente por lo que este producto es indispensable en el área de salud para evitar que los usuarios puedan contagiarse de enfermedades transmisoras, mejorando la bioseguridad de las instituciones de salud y la atención a los clientes.

En el capítulo uno, se determinará las generalidades del proyecto, esto es, el planteamiento del problema que se pretende solucionar, los objetivos tanto generales como específicos que se llevarán a cabo en el desarrollo del proyecto, justificación y la respectiva delimitación o alcance de la tesis.

En el capítulo dos, se expondrá los antecedentes y la base teórica que serán utilizados a lo largo del desarrollo de la tesis. Además, dentro de este capítulo se encontrará el marco legal, puesto que, para el presente plan de negocios tenga validez y funcione de manera eficiente es necesario que la compañía esté actualizada cumpliendo con los

requisitos y ordenanzas, en sus respectivos ámbitos tributarios, contables y permisos municipales.

Con respecto al capítulo tres, aquí se encontrará la metodología a usar dentro del proyecto. Para la recopilación de información de los sucesos para la incorporación de la empresa de batas quirúrgicas de tela laminada, se va a desarrollar mediante encuestas, estas serán dirigidas al personal médico de cada hospital que se encuentre dentro de la parroquia Tarqui. Adicional, en este capítulo se expondrán los resultados de la encuesta aplicada al personal médico pertenecientes a la parroquia Tarqui.

En el capítulo cuatro, se determinará el desarrollo de la propuesta, características del producto a implementar, así como también, la parte técnica como el detalle de las maquinarias, detalle de materia prima, flujo de proceso de producción de las batas y la parte organizacional, como los recursos humanos, logotipo, organigrama, descripción de los puestos, entre otros.

Finalmente, por medio del capítulo cinco, se desarrollará un plan financiero, el mismo que determinará qué tan rentable será el negocio de las batas quirúrgicas de tela laminada, para esto se va a elaborar el estado de situación financiera que controla las cuentas correspondientes a este proyecto, indicadores financieros que son los porcentajes que miden la estabilidad de la empresa, para la viabilidad de la inversión se podrá identificar por las fórmulas del valor neto actual (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

CAPÍTULO I

Planteamiento del problema

1.1. El problema

Este proyecto pretende impulsar la confección y comercialización de batas quirúrgicas en material laminado, dando a conocer la calidad del mismo por su durabilidad, resistencia y el tipo de diseño que se le puede dar al material. En el campo hospitalario existe alta demanda de varias prendas quirúrgicas para obtener la protección adecuada de las labores que ejerce el personal de salud, ya que se encuentran expuestos a un sin número de riesgos o aparición de nuevos virus.

Conscientes de esto, surge la necesidad de ser productores directos de un tipo de ropa quirúrgica elaborada con un material diferente, de alta protección y resistencia que es la tela laminada. En la industria textil, el sector de la salud en la ciudad de Guayaquil se ha consolidado como una importante actividad generadora de desarrollo económico y social. Además, dicho sector tiene una amplia demanda en especialidades y constituye un factor económico potencial en crecimiento.

El crecimiento económico potencial de la industria hospitalaria, se convierte en uno de los clientes importantes de la industria textil y de las confecciones, por lo tanto; se evidencia la oportunidad de utilizar un nuevo material más resistente y anti-fluido en la confección de ropa y lencería médica acorde con las cambiantes necesidades del sector y que brinden valor agregado en cuanto a la protección y salud de sus usuarios.

1.2. Formulación del problema

¿Cómo elaborar un plan de negocios para la producción y comercialización de batas quirúrgicas hechas con tela laminada, que satisfagan la protección adecuada del personal de salud de los hospitales de la parroquia Tarqui, en la ciudad de Guayaquil?

1.3. Sistematización del problema

¿Cuál es la fundamentación teórica y perfil de la empresa a crear?

¿Cuál es el estudio de mercado que permitirá determinar la factibilidad del producto?

¿Qué estrategias se implementarán para la comercialización del producto?

¿Cuál es el análisis financiero que permitirá evaluar el desempeño económico y financiero de la empresa?

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General.

Diseñar un plan de negocios dedicado a la producción y comercialización de batas quirúrgicas hecha con tela laminada para los hospitales de la parroquia Tarqui, en la ciudad de Guayaquil.

1.4.2. Objetivos específicos.

- Elaborar la fundamentación teórica y el perfil de la empresa a crear.
- Realizar un estudio de mercado, aplicando las respectivas herramientas de análisis que ayudarán a determinar la factibilidad del producto.
- Determinar y establecer estrategias para la comercialización del producto.
- Realizar un análisis financiero para evaluar el desempeño económico y financiero de la empresa.

1.5. Justificación

El ambiente competitivo que existe hoy en día, ha llevado a las empresas a desarrollar nuevas estrategias de negocio, para lograr una ventaja competitiva. El presente proyecto busca introducir al mercado un producto existente, pero con un material y diseño diferente que competirá tanto en calidad como en precios en el sector de la salud. Estos productos son elaborados con tela laminada, la cual es un material

más resistente, anti fluido, impermeable y más liviano, que brinda mayor seguridad y durabilidad para satisfacer las expectativas del personal de salud.

Además, el desarrollo de este producto se caracteriza en cumplir con los requisitos reglamentarios para satisfacer las necesidades diarias de los clientes y usuarios, por lo que la empresa estará comprometida con la mejora continua y el mantenimiento de la eficacia de los procesos a través de un equipo de trabajo profesional que cumple con exigencias de calidad.

Este proyecto pretende impulsar la confección y comercialización de batas quirúrgicas en material laminado, dando a conocer la calidad del mismo por su durabilidad, resistencia y el tipo de diseño que se le puede dar; así como también por el uso del material laminado que brinda una mayor seguridad dentro de los estándares de bioseguridad.

1.6. Delimitación o alcance

Este proyecto reúne el desarrollo de un plan de negocios para producir y comercializar batas quirúrgicas con tela laminada para los hospitales de la parroquia Tarqui en la ciudad de Guayaquil, bajo los elementos de la investigación aplicada, se establece que el desarrollo de la misma está sujeta a la disponibilidad de los datos recopilados.

Para esta investigación se tomó la decisión de acotar el campo de estudio que en un inicio tenía previsto estudiar al sector hospitalario de la ciudad de Guayaquil, sin embargo; por asuntos del factor tiempo y de la situación de emergencia sanitaria por el COVID-19 en la que nos encontramos, se define el estudio a la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil, por ser uno de los sectores más grandes de la ciudad, además de

contener los principales hospitales donde concurren la mayoría de pacientes y personal hospitalario.

La investigación puede estar sujeta a eventuales variaciones o modificaciones en los costos de producción y gastos de materia prima, así como también los cambios en la legislación laboral que pudieren presentarse en el desarrollo del plan de negocios u otras regulaciones concernientes a las normas de calidad.

CAPÍTULO II

2.1 Antecedentes de la investigación

Antes del siglo XIX, en China ya se elaboraba un tipo de seda que es como una fibra formada por un árbol llamado Morera pero estos servían solo para confeccionar ropa común para sus pueblos. La vestimenta quirúrgica se empezó a utilizar a inicios del siglo XX como parte de evitar infecciones en las operaciones con contacto directo al paciente, para así poder prevenir que lo infectado se propague en el personal médico que lo está atendiendo, en ese tiempo los materiales fueron reusables y estaban hechos de algodón muselina, eran de fácil lavado, pero a su vez riesgoso y poco higiénico.

Al pasar de los años, las enfermedades transmisoras evolucionaban, y con ello la tecnología y los avances médicos tenían que mejorar en su ámbito de prevención para estar más preparados ante todos los virus, teniendo un mayor cuidado en la salud de los pacientes, personal médico, que están expuestos a contagios, se ve la necesidad de dar una mayor protección, debido a estas transmisiones que pueden afectar en el sistema humano.

En el Ecuador existen varias empresas que realizan confecciones de trajes quirúrgicos con distinto plus que se les da a las batas para un mayor impacto en los usuarios que utilizan este tipo de protección, no solo en hospitales, sino también en farmacias, clínicas, entre otras entidades. Ante estos hechos se reconoce que es de mucha importancia el uso de este tipo de prendas en el personal médico para la reducción de infecciones dentro de los hospitales.

La tela laminada es el plus que este proyecto va a incorporar a las batas quirúrgicas, como mayor protección a las personas que utilicen este tipo de ropa, y también para el

personal médico quienes están expuestos a cualquier tipo de infección o contagio, los mayores exportadores de este material que es de gran utilidad, provienen de China.

En la presente fecha la competencia en la ciudad de Guayaquil por la comercialización de este producto es variada, incluso hay penalidades las cuales pueden perjudicar a los emprendimientos, si no se lleva un buen control de los precios, o si no tienen los documentos que certifiquen la fabricación y comercialización de los productos, por lo tanto; algunas de las empresas que están posicionadas en este mercado son: Promedico S. A., Janomedical, Medical Store, Dajovic.

Algunas empresas han tenido dificultades en referencia a precios altos de sus productos, lo cual representa una oportunidad de incorporar este proyecto y lograr una importante participación en el mercado, en relación a las empresas ya posicionadas.

El plan de negocios que se propone en este proyecto, trata sobre la comercialización y la producción de batas quirúrgicas con un plus que será elaborada con tela laminada anti fluidos, la misma que dará mayor protección al personal de salud de los hospitales. Con respecto a la localización se ha determinado que será en la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil, esta idea nace tras la situación actual del Covid 19 que se está viviendo en el país y en otros países del mundo, lo que ha generado una crisis sanitaria a nivel global, debido que hay registros de datos por el número excesivo de contagios, tanto a pacientes y personal médico.

Tabla 1
Participación de mercado

Nombres	Porcentaje de participación en el mercado
DHISVE	45%
PROMEDICO S.A.	22%
JANOMEDICAL	13%
MEDICAL STORE	12%
DAJOVIC	8%

Fuente: Información obtenida de Superintendencia de Compañías

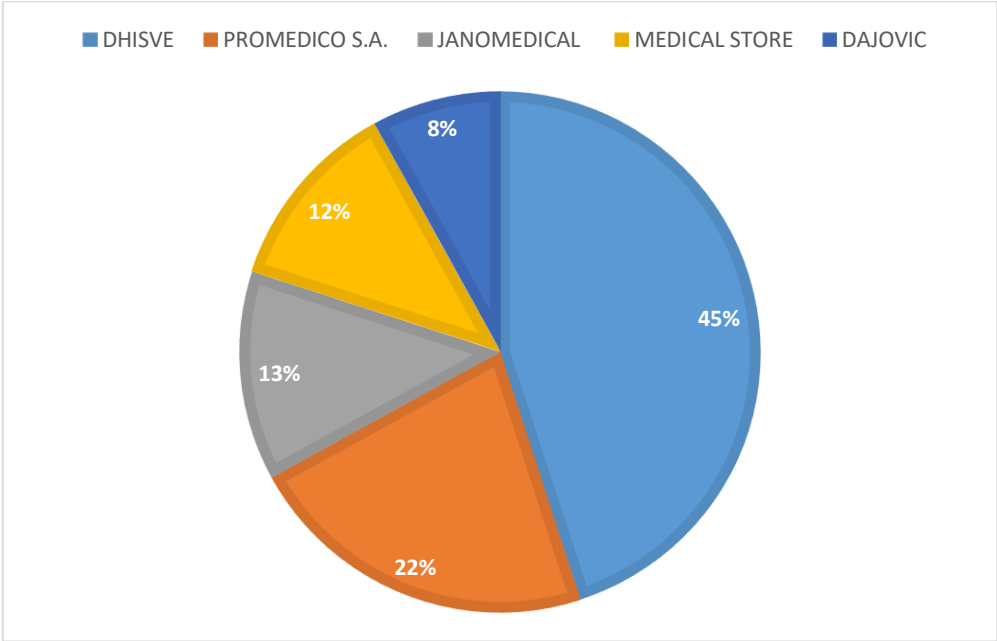


Figura 1. Participación de mercado
Fuente: Información obtenida de Supercom

2.2 Marco Teórico

Plan de negocios.

Un plan de negocios “se define como un instrumento o estrategia que reúne la información necesaria para demostrar la factibilidad comercial, técnica-operativa, económica y financiera de un emprendimiento, de una idea de negocio o de una inversión determinada” (Agila, Vizueta & Tello, 2018, p.18). Además, el plan de negocios recoge todos los elementos de su formación comercial y su experiencia de vida en general que sean pertinentes para su idea de negocio. Adicional, contribuye a un inicio más ordenado en beneficio del emprendedor, red personal, consultores y fuentes de financiamiento (Thomsen, 2010).

Ventas.

De acuerdo a lo que dice (León, 2013) la cadena de valor de una empresa es una actividad que te genera ingresos, siendo un pilar fundamental en la organización, las ventas es la que genera utilidad, y los costos de su funcionamiento forman parte del precio o costo total que los consumidores pagan al que se le adiciona la ganancia que genera un porcentaje de rentabilidad para la empresa.

Empresa.

Una empresa es un organismo con fines de lucro, que se encarga de brindar un servicio o bien, logrando como fin, cumplir con las exigentes demandas del mercado actual. Por otro lado, las empresas se clasifican según la actividad que realizan, es decir, en empresas de servicios, empresas con fines comerciales, o empresas manufactureras; se clasifican también según su dimensión en microempresa, ya sean, pequeñas, medianas o gran empresa; además se clasifican según su forma jurídica en empresas individuales, societarias o cooperativas (Van Horne & Wachowicz, 2010).

Importación.

Según (SENAE, 2010) Es el régimen aduanero de ingreso definitivo de mercancías al país, cuyos procedimientos para su aplicación serán establecidos por el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Las mercancías ingresadas bajo este régimen podrán circular libremente en el Territorio ecuatoriano una vez satisfecha la obligación tributaria aduanera.

Tela laminada.

Para (Mendoza, 2020) la tela laminada también denominada tela no tejida son producidas con fibras que se unen por procedimientos mecánicos, térmicos o químicos, pero sin ser tejidas, lo que quiere decir que no pasa por un telar. En este sentido, este material que se ha mencionado se define por su negativo; es decir, por lo que no son. El tejido no es tejido es una lámina, de fibras flexibles y porosas, sin trama.

Polipropileno.

Según el sitio web (Benavidez, 2001 - 2017) que se encontró se determina la fabricación de este tipo de producto, el polipropileno se obtiene mediante la polimerización del propileno (que se lo fabrica a partir de la dilatación del gas licuado del petróleo) por medio de catalizadores alquilmetálicos: El propileno es el polímero comercial de más baja densidad y facilidad de moldeo. Se utiliza en una gran cantidad de láminas, fibras y filamentos.

Planificación.

Según lo dicho por (Quintero, 2009) para todos los aspectos de la vida y la conducta humana es necesaria para la mayoría de actividades comerciales, que se establezcan bases que puedan definir metas correctas y después elegir los medios necesarios que logre alcanzarlos, sirve también como un instrumento para afrontar diversas

inseguridades por cuanto en muchas ocasiones suelen suceder imprevistos que por la vida de la planificación se pueden cubrir en alguna proporción, dándole una respuesta mejor planteada.

Segmentación de mercado.

Dividir un mercado en grupos más pequeños con distintas necesidades, características o comportamientos, y que podrían requerir estrategias o mezclas de marketing distintas. La empresa identifica distintas formas para segmentar el mercado y desarrolla los perfiles de los segmentos de mercado resultantes (Kotler & Keller, 2012).

Producción.

Según el análisis de (Vilcarromero, 2017) indica que la gestión de producción engloba todos los instrumentos administrativos, que permitirán incrementar todas las fases que forman parte de la productividad de una organización, dicho en otras palabras, la gestión productiva se enfoca en la organización, verificación, cumplimiento y vigilancia de diversas formas, y de esta manera conseguir un resultado de calidad.

Por otro lado, (Kotler & Keller, 2012) afirman “los consumidores prefieren los productos que son ampliamente disponibles y de bajo precio. Los directores de negocios orientados hacia la producción se concentran en lograr una alta eficiencia de producción, costos bajos y distribución masiva” (pág. 18).

Comercialización.

En toda venta de un bien o producto el único fin y propósito es el consumo y el interés de los usuarios que requieran esta necesidad, el precio debe ser preciso y apto para el consumidor, tiene como ámbito tradicional a las grandes empresas multinacionales, En un principio deben estar concentradas sobre los bienes o servicios que se vayan distribuyendo, luego sobre las instituciones necesarias para desarrollar los

procesos comerciales y por ultimo sobre las funciones realizadas para hacer posible las transacciones comerciales, para (McCarthy, 2005).

Toma de decisiones.

Para (Kotler & Keller, 2012) la toma de decisiones son “conjuntos coordinados de información, sistemas, herramientas y técnicas que, junto con sistemas informáticos, contribuyen a que la empresa recopile e interprete la información relevante del negocio y del entorno, y la convierta en un fundamento para las decisiones de marketing” (pág. 112).

Por otra parte, según los autores (Ross, Westerfiel, & Jordan, 2010) indican que para la toma de decisiones de la inversión del capital, al evaluar una inversión propuesta se presta especial atención a definir qué tipo de información es importante para la decisión y cuál no. Como se verá, es fácil soslayar piezas importantes del rompecabezas que constituye el presupuesto de capital.

Análisis de mercado.

Puede definirse como la recopilación y análisis de información, con respecto al mundo de la empresa y el mercado, realizado de forma sistemática o expresa, con el fin de tomar decisiones dentro del ámbito del marketing estratégico y operativo (Kotler & Keller, 2012).

Mercado.

Mercado es un lugar donde se reúnen compradores y vendedores, donde se ofrecen en venta bienes o servicios y donde tienen lugar las trasferencias de propiedad, según lo establecido por (Kotler & Keller, 2012). Como análisis podemos decir que para la comercialización de nuestro producto necesitaremos varios factores que identifiquen lo que vamos a vender para que este tenga buena aceptación por los consumidores.

Demanda.

La demanda es el tamaño total del producto que sería adquirido por un mercado en un espacio y período de tiempo fijo, para determinadas condiciones ambientales y un esfuerzo comercial específico. Esto para (León, 2013) aplicándolo a nuestro proyecto podemos decir que el precio que le vayamos a poner al producto que vamos a vender debe ser de manera ajustable al bolsillo de los usuarios y así tener nuestro mercado meta.

Competencia comercial.

Para (Kotler & Keller, 2012) indica que “la competencia incluye todas las ofertas rivales reales y potenciales así como los sustitutos que un comprador pudiera considerar” (pág. 11). Haciendo un ejemplo claro de lo que puede suceder con las empresas:

Un fabricante de automóviles puede comprar acero a U.S. Steel en Estados Unidos, de una empresa en Japón o en Corea o de una micro acería como Nucor y tener ahorros en sus costos, o también pudiera comprar aluminio a Alcoa con el fin de reducir el peso del automóvil, o bien comprar plásticos de ingeniería a Saudi Basic Industries Corporation (SABIC) en vez de acero. Es claro que U.S. Steel estaría pensando muy limitadamente sobre su competencia si creyera que solamente la constituyen otras empresas de acero integrado. En el largo plazo, es más probable que U.S. Steel resulte afectada por los productos sustitutos que por otras empresas acereras (Kotler & Keller, 2012, pág. 11).

Este ejercicio de tener conocimiento sobre los competidores es para innovar en nuestro producto a medida que la tecnología avanza.

Finanzas corporativas.

(Ross, Westerfiel, & Jordan, 2010) Indican lo siguiente, imagine que usted va a iniciar un negocio propio. No importa de qué tipo sea, en una u otra forma deberá responder estas tres preguntas:

¿Qué clase de inversiones de largo plazo debe hacer? Es decir, ¿en qué líneas de negocios estará o qué clase de edificios, maquinaria y equipo necesitará?

¿En dónde obtendrá el financiamiento de largo plazo para pagar su inversión?

¿Invitará a otros propietarios o pedirá dinero prestado?

¿Cómo administrará sus operaciones financieras cotidianas, como cobranza a clientes y pagos a proveedores?

Plan Financiero.

Este instrumento le permite a emprendedores y empresarios conservar una presentación cuantificada de su concepto de negocio, proyectar objetivos, descubrir la forma crecidamente adecuada de trasladar lo proyectado a la realidad y plasmar credibilidad ante los inversores. En resumen, se puede decir que es el mapa que contiene el rumbo a seguir para lograr las metas en el plano económico, como lo indica (Van Horne & Wachowicz, 2010).

Estados financieros.

Para (Gitman & Zutter, 2012) el presente trabajo se verá obligado a llevar los balances financieros quienes serán los que argumenten la factibilidad de nuestro negocio, si será rentable, medirá el precio de nuestro producto, y todo lo que tengamos que invertir. Por otro lado, los autores, Gómez, Aristizabal & Fuentes (2017) afirman que el objetivo de los Estados Financieros es brindar Información Financiera. Estos datos se fundamentan en tres aspectos: primero, como un instrumento para la toma de

decisiones, segundo, como soporte en la agestión de la entidad y tercero, como base de información orientada a los diferentes usuarios externos o internos.

Ratios financieras.

Esas razones son una manera de comparar e investigar las relaciones entre distintos fragmentos de información financiera. El empleo de las razones elimina el problema del tamaño debido a que, en efecto, el tamaño se divide. Por consiguiente, quedan porcentajes, múltiplos o períodos según lo mencionado por (Ross, Westerfiel, & Jordan, 2010).

Tipo de ratios financieros.

A continuación, se consideran una por una estas razones. Para calcular las cifras de alguna empresa se toma los números del balance final a menos que se especifique de otro modo. Así mismo, adviértase que las distintas razones se identifican con diferentes intensidades para indicar qué cifras provienen de la declaración de ingresos y cuáles del balance según como lo indican (Ross, Westerfiel, & Jordan, 2010).

Razones financieras.

Para las siguientes razones financieras se han tomado las principales y que se utilizan con más frecuencia para saber la factibilidad del proyecto que se quiere crear o implementar, para (Gitman & Zutter, 2012) están los siguientes tipos de ratios:

Liquidez.

Se mide por su capacidad para cumplir con sus obligaciones de corto plazo a medida que estas llegan a su vencimiento. La liquidez se refiere a la solvencia de la posición financiera general de la empresa, es decir, la facilidad con la que puede pagar sus cuentas según lo que dice el libro de principios de la administración financiera (Gitman & Zutter, 2012).

Actividad.

Se encargan de medir la velocidad con la que diferentes cuentas se transforman en efectivo o ventas, dicho con otras palabras, en salidas y entradas. En cierto sentido, los índices de actividad miden la eficiencia con la que opera una empresa en una variedad de dimensiones, como la administración de inventarios, gastos y cobros (Gitman & Zutter, 2012).

Endeudamiento.

Por lo dicho en el libro de (Gitman & Zutter, 2012) indica el monto del dinero de otras personas que se usa para generar utilidades. En general, un analista financiero se interesa más en las deudas a largo plazo porque estas comprometen a la empresa con un flujo de pagos contractuales a largo plazo.

Rentabilidad.

En (Gitman & Zutter, 2012) estas medidas permiten a los analistas estimar las utilidades o rentabilidad de la entidad respecto a un nivel específico de ventas, cierto nivel de activos o la inversión de los propietarios.

Mercado.

Relacionan el valor de mercado de una empresa, medido por el precio de mercado de sus acciones, con ciertos valores contables. Estas razones dan una explicación muy clara sobre qué tan bien se desarrolla la empresa en cuanto al riesgo y rendimiento, según los inversionistas del mercado (Gitman & Zutter, 2012).

Presupuesto.

Un presupuesto es un plan integrador y coordinador que expresa en términos financieros con respecto a las operaciones y recursos que forman parte de una empresa

para un periodo determinado, con el fin de lograr los objetivos fijados por la alta gerencia (Van Horne & Wachowicz, 2010).

VAN y TIR.

El VAN es la técnica más utilizada, preferible y crecidamente admitido por los evaluadores de proyectos. Al mismo tiempo, se encarga de medir la utilidad deseada después de recobrar toda la inversión. Como segunda técnica de evaluación más conocida, se presenta la tasa interna de retorno, TIR, que se utilizar para medir la rentabilidad demostrada en términos de porcentajes (Gitman & Zutter, 2012).

2.3 Marco Contextual

La parroquia Tarqui es la que comprende la mayor población en la ciudad de Guayaquil en comparación al resto, también superando a los habitantes de otras ciudades como Cuenca y Portoviejo. Se resalta por su infraestructura y monumentos, algunos de ellos son el de Eloy Alfaro y el monumento de Guayas y Quil, el estadio más representativo Monumental Isidro Romero Carbo, la Universidad de Guayaquil, el Coliseo Voltaire Paladines Polo, los terminales que son terminal terrestre, el de servicio de Metrovía Daule y Metrobastión.

A esta parroquia se la puede ubicar también por los barrios que son conocidos para una mejor localización: la Prosperina, Urdesa, Miraflores, los Ceibos, Flor de bastión, Samanes, Alborada y Sauces.

El campo de estudio de esta investigación está enfocado en la parroquia Tarqui, que cuenta con más de 800 mil habitantes, datos estadísticos se encuentran en la página del (INEC, 2010) l y con más de 10 hospitales entre ellos los que son más conocidos por el gobierno y la municipalidad de Guayaquil.

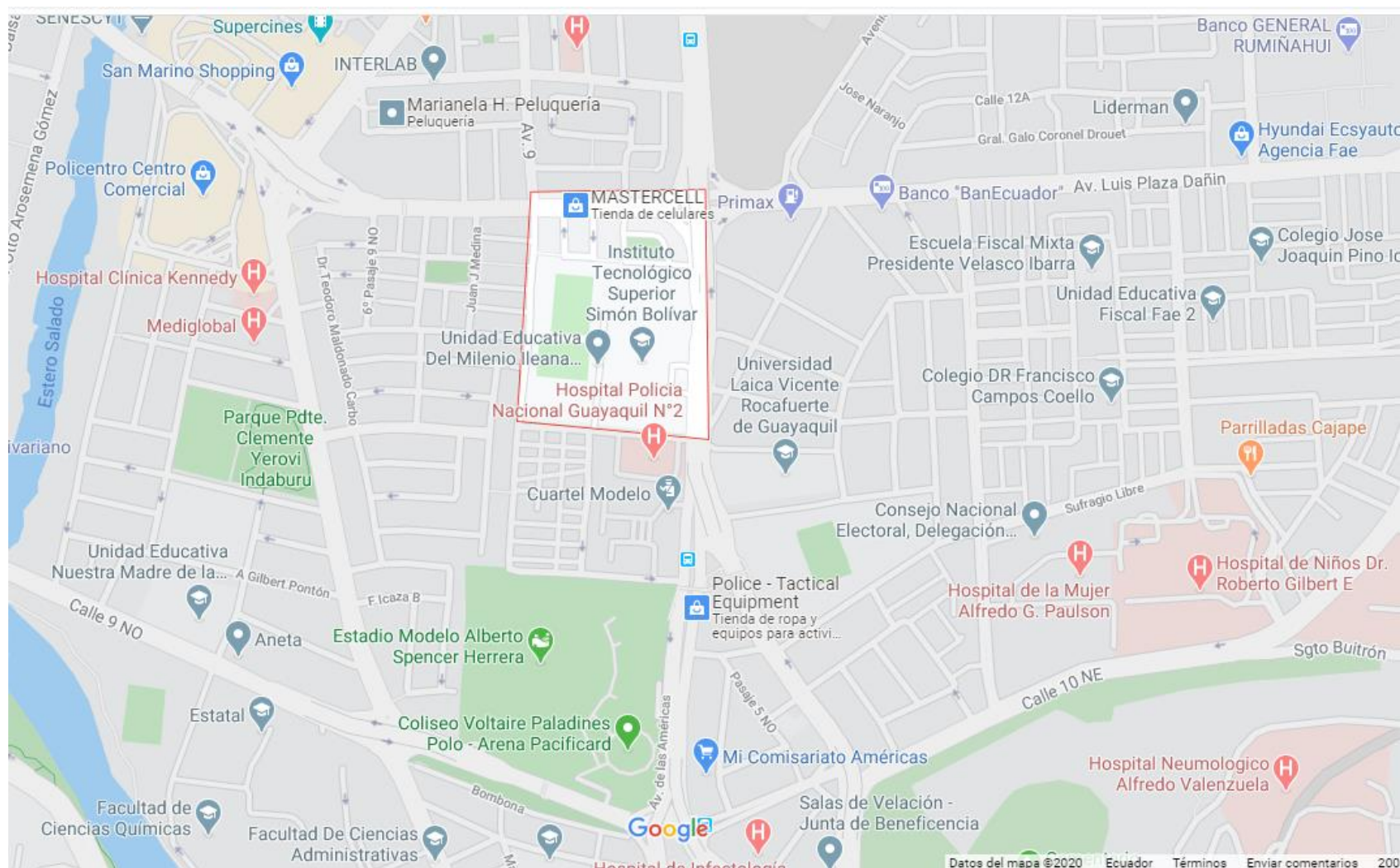


Figura 2. Parroquia Tarqui
Fuente: Obtenido de Google maps

Tabla 2

Detalle Hospitales de la Parroquia Tarqui

Hospitales	Personal médico	Dirección	Parroquia
Clínica Interhospital	170	Av. Del Bombero	Tarqui
Clínica Proaño	50	Alborada 8va etapa	Tarqui
Hospital Vite Care ViteHosp S.A.	60	Miraflores calle 3er 104 Av. Las palmas	Tarqui
Hospital General Universitario	55	Perimetral km 23	Tarqui
Hospital clínica Kennedy	150	Av. Del periodista y callejón 11 ^a	Tarqui
Clínica Dr Orlando pin	12	Flor de Bastión, Calle 24 N-O	Tarqui
Omni Hospital	2000	Av. Juan Tanca Marengo	Tarqui
Clínica Rendón	60	Miraflores, av. Central	Tarqui
Servicios Hospitalarios Alboteoton	675	Calle Crotos y Av. Rodolfo Baquerizo Nazur	Tarqui
Hospital San Francisco	450	Alejandro Andrade Coello y Juan Rolando	Tarqui
Total	3682		

Fuente: Información adecuada al estudio, tomada de Google maps

Acerca de estos hospitales se lo encuentran en el siguiente enlace para verificar todas sus atenciones y servicios para sus requerimientos:

<https://guayaquil.gob.ec/Paginas/Hospitales-de-Dia.aspx>

2.4 Marco Jurídico Ecuatoriano

Marco legal.

Para el presente proyecto de creación del negocio tenga validez y funcione de manera eficiente es necesario que la compañía o sociedad anónima este actualizada cumpliendo con los requisitos y ordenanzas, en sus respectivos ámbitos tributarios y permisos municipales.

BAXMEDIC S.A., que será el nombre de la empresa a crear, va a realizar su respectivo registro único de contribuyentes (RUC) en donde se va a especificar las actividades económicas a lo que se va a dedicar que es la producción, comprando materia prima en el territorio nacional, y a la comercialización del producto terminado, en la ciudad de Guayaquil, parroquia Tarqui.

Constitución del Ecuador.

Lo estipulado en los siguientes artículos se encuentra en la Constitución 2008 la cual indica los principios fundamentales, el trabajo y seguridad social para aquello se detalla a continuación:

Art. 1.- El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada. (Asamblea Nacional, Constitución, 2008).

La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad, y se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa previstas en la Constitución (Asamblea Nacional, Constitución, 2008).

Sección octava.

Trabajo y seguridad social.

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado. (Asamblea Nacional, Constitución, 2008)

Art 35.- El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado. La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas. (Asamblea Nacional, Constitución, 2008)

Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.

La presente ley aprobada por la Asamblea Nacional el 21 de febrero del 2020, tiene por objeto establecer el marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor. Acorde a lo que establece el artículo 5 de (Asamblea Nacional, Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020):

Art. 5.- Obligaciones del Estado. Son obligaciones del Estado para garantizar el desarrollo del emprendimiento y la innovación, las siguientes:

1. Apoyar al emprendimiento mediante políticas públicas apropiadas, que permitan crear un ecosistema favorable
2. Simplificar trámites para la creación, operación y cierre de empresas, en todos los niveles de gobierno;

3. Asignar los recursos necesarios para implementar las políticas públicas que se emitan en aplicación de esta Ley. (Asamblea Nacional, Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020).

Art. 21.- Opción de trabajo de titulación. Las Instituciones de Educación General y de Educación Superior, establecerán sin perjuicio de su régimen de autonomía, como alternativa a los trabajos de titulación y dependiendo de la carrera que se opte, el desarrollo de planes de negocios o proyectos de emprendimiento, donde se promoverá la formación, capacitación e intercambio de experiencias con el cuerpo docente y empresarios invitados (Asamblea Nacional, Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020).

Los mejores planes de negocios o proyectos de emprendimiento que se presenten serán enviados a la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, para que, de cumplir con los requisitos y condiciones establecidos para el efecto, formen parte y se beneficien de sus programas (Asamblea Nacional, Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020).

Ley de Compañías.

Se establece un marco legal, jurídico y fiscal para el desarrollo de las actividades económicas en el país (Asamblea Nacional, Constitución, 2008), en este contexto la empresa deberá cumplir con las formalidades establecidas por la Ley de compañía en la sección VI según su concepto, características, nombre y domicilio.

Por capacidad.

La empresa que se va a constituir para la producción y comercialización de batas laminadas, va a ser una sociedad anónima, para conformar este tipo de empresa se necesita cumplir con los siguientes requisitos:

- Se necesita un mínimo de dos personas, no pueden ser padres e hijos no emancipados ni cónyuges.

Art. 145.- Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

- El capital mínimo es de \$800.00, en el momento de la constitución se paga el 25% y el saldo es a dos años plazos. Según la ley de (Ley de Compañías, 2014).

Fundación de la compañía.

Art. 146.- Nuestra compañía se constituirá mediante escritura pública que se inscribirá en el Registro Mercantil en Guayaquil, lugar donde estará el domicilio principal de la compañía. La compañía existirá y adquirirá personalidad jurídica desde el momento de dicha inscripción. La compañía solo podrá operar a partir de la obtención del Registro Único de Contribuyentes en el SRI. Todo pacto social que se mantenga reservado, será nulo. Por lo estipulado en la ley de (Ley de Compañías, 2014).

Art. 147.- Ninguna compañía anónima podrá constituirse de manera definitiva sin que se halle suscrito totalmente su capital, y pagado en una cuarta parte, por lo menos. Para que pueda celebrarse la escritura pública de constitución definitiva será requisito haberse depositado la parte pagada del capital social en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones fuesen en dinero. (Ley de Compañías, 2014).

Las compañías anónimas en que participen instituciones de derecho público o de derecho privado con finalidad social o pública podrán constituirse o subsistir con uno o más accionistas. La Superintendencia de Compañías, para aprobar la constitución de una compañía, comprobará la suscripción de las acciones por parte de los socios que no

hayan concurrido al otorgamiento de la escritura pública. Como lo indica en (Ley de Compañías, 2014).

Procedimiento para la constitución de una compañía (vía electrónica).

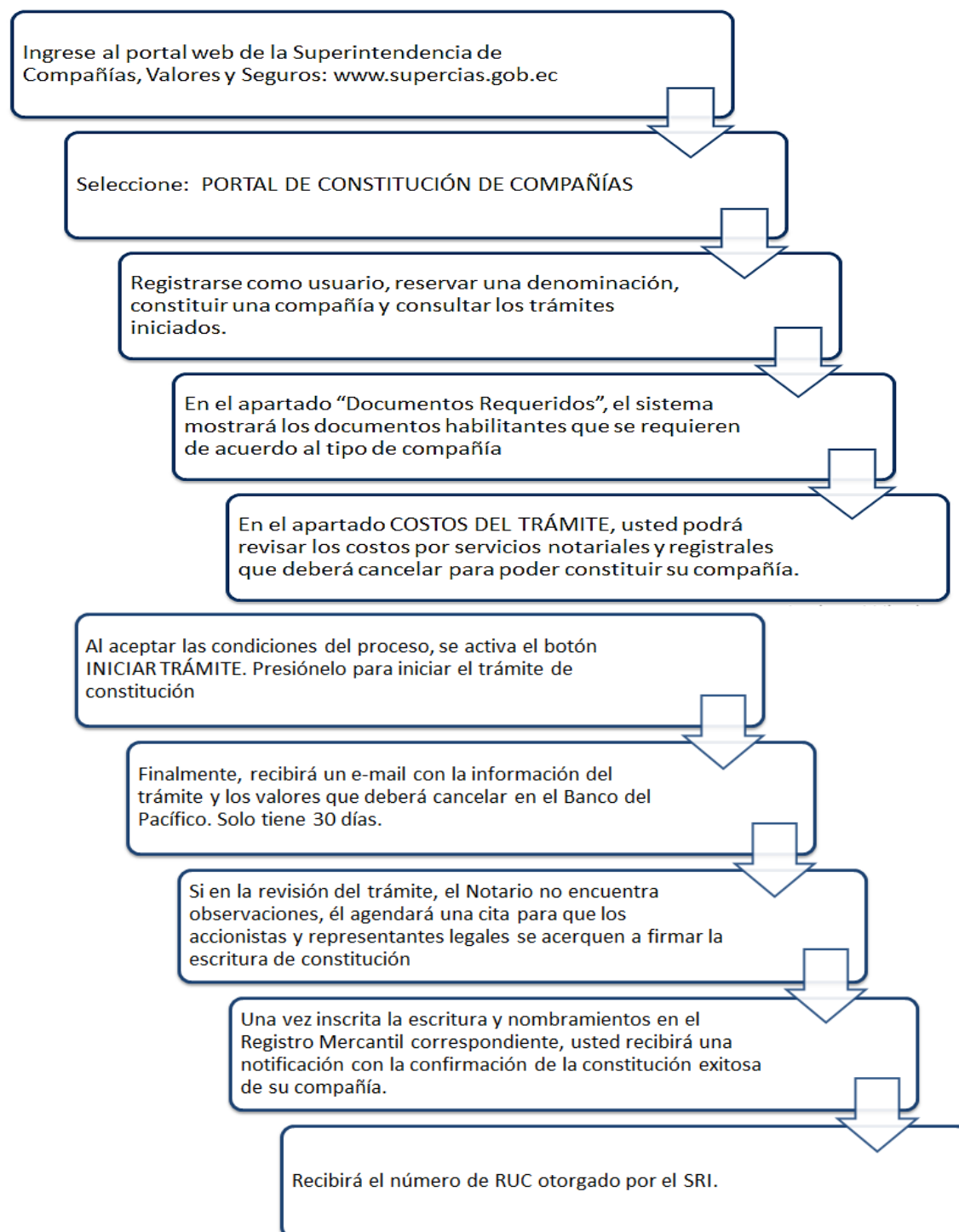


Figura 3. Procedimiento para la constitución de una compañía (vía electrónica)
Fuente: Superintendencia de Compañías

Art. 349.- El permiso de funcionamiento tendrá vigencia de un año calendario (1 de enero al 31 de diciembre) exceptuando los permisos ocasionales y es la autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local en funcionamiento que se enmarca dentro de la siguiente categorización

- a) Comercio;
- b) Industria y fabriles;
- c) Servicios;
- d) Salud;
- e) Oficinas públicas y privadas;
- f) Fundaciones;
- g) Instalaciones especiales;
- h) Concentración de público;
- i) Almacenamiento;
- j) Instituciones educativas públicas y privadas
- k) Complejos turísticos y otros.

Registro de Patente.

Artículo 551.- Impuesto de patentes como requisito. - El Servicio de Rentas Internas, previo a otorgar el Registro Único de Contribuyentes (RUC), exigirá el pago del impuesto de patentes municipales. Este documento es emitido en las oficinas de la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, ubicada en las calles 10 de agosto y Pichincha, la tasa de habilitación varía de acuerdo a la superficie física de la oficina o local. Para obtener este documento se debe cumplir con los siguientes requisitos (Municipalidad de Guayaquil):

1. Copia de cédula y certificado de votación

2. Copia del permiso de cuerpo de bomberos
3. Copia del RUC
4. Carta de impuesto predial y recibo de pago de agua
5. Estados financieros (Personas obligadas a llevar contabilidad)
6. Especie valorada

Obtención del RUC.

Para inscribirse en el RUC debe presentarse los requisitos que se presentan a continuación según el Art. 4., del Reglamento a la Ley de Registro Único de Contribuyentes:

1. Número de registro (trece dígitos).
2. Nombres y apellidos completos, para el caso de personas naturales; o, razón social o denominación, para el caso de sociedades.
3. Tipo y clase de sujeto pasivo.
4. Actividad (es) económica (s).
5. Fecha de inicio de actividad (es), de inscripción, de constitución, de actualización, de reinicio de actividades, de cese de actividades.
6. Obligaciones tributarias y formales que debe cumplir el contribuyente
7. Lugar de inscripción del contribuyente.
8. Dirección principal y otros medios de contacto (teléfono, fax, e-mail, número de celular, etc.).
9. En el caso de sociedades privadas.
 - 9.1. Identificación del representante legal; y, en el caso de las entidades y organismos del sector público, la identificación del funcionario que actúe como agente de retención (número de cédula, pasaporte o RUC; y, apellidos y nombres completos).

9.2. El detalle de la matriz y sus establecimientos registrados con su información respectiva.

9.3. Nombres y apellidos completos y número del RUC del contador.

10. Firmas de responsabilidad del funcionario que realizó el registro y del sujeto pasivo, o tercera persona que realizó el trámite a su nombre.

Comité de comercio exterior: Aranceles.

En la página de la aduana se puede visualizar los estipulado por (Comité de comercio Exterior, 2013) que dice sobre los términos arancelarios, Que el Arancel Nacional de Importaciones constituye un instrumento de política económica, que debe promover el desarrollo de las actividades productivas en el país, de conformidad con la política gubernamental de incremento de la competitividad de los sectores productivos en el país.

Capítulo 56: guata, fieltro y tela sin tejer hilados especiales, cordeles, cuerdas y cordajes: artículos de cordelería.

Según lo escrito en el (Comité de comercio Exterior, 2013) con referente a los términos, El término fieltro comprende también el fieltro punzonado y los productos constituidos por una capa de fibra textil cuya cohesión se ha reforzado mediante costura por cadeneta con las fibras de la propia capa.

Comprenden respectivamente el fieltro y la tela sin tejer, impregnados, recubiertos, revestidos o estratificados con plástico o caucho, cualquiera que sea la naturaleza de estas materias (compacta o celular). Esta además también comprende, la tela sin tejer aglomerada con plástico o caucho (Comité de comercio Exterior, 2013).

Tabla 3
Aranceles (Comité de comercio Exterior, 2013)

Código	Designación de la mercadería	UF	Tarifa arancelaria
56.01	Guata de materia textil y artículos de esta guata; fibras textiles de longitud inferior o igual a 5 mm (tundizno), nudos y motas de materia textil		
56.01.21.00	Guata; los demás artículos de guata: De algodón	kg	15%
56.01.22.00	De fibras sintéticas o artificiales	kg	15%
56.01.29.00	Los demás	kg	15%
56.01.30.00	Tundizno, nudos y motas de materia textil	kg	15%
56.02	Fieltro, incluso impregnado, recubierto, revestido o estratificado		
56.02.10.00	Fieltro punzonado y productos obtenidos mediante costura por cadeneta	m2	15%
56.02.21.00	Los demás fieltros sin impregnar, recubrir, revestir ni estratificar:	m2	15%
56.02.29.00	De lana o pelo fino	m2	15%
56.02.90.00	De las demás materias textiles Los demás	m2	15%
56.03	Tela sin tejer, incluso impregnada, recubierta, revestida o estratificada de filamentos sintéticos o artificiales		
56.03.11.00	De peso inferior o igual a 25 g/m2	m2	15%
56.03.12.00	De peso superior a 25 g/m2 pero inferior o igual a 70 g/m2	m2	15%
56.03.12.10	De poliéster, impregnada con caucho estireno-butadieno de peso superior o igual a 43 g/m2, precortados con ancho inferior o igual a 75 mm	m2	15%

Fuente: (Comité de comercio Exterior, 2013)

Normativa IESS.

Seguro General de Riesgo del Trabajo.

Art 155.-lineamientos de política. - El Seguro General de Riesgo del Trabajo protege al afiliado y al empleador mediante programas de prevención de los riesgos derivados del trabajo, y acciones de reparación de los daños derivados de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales incluida la rehabilitación física. (Nacional, 2014)

Art. 156.-Contingencia en cubiertas. -El Seguro General de Riesgos del Trabajo cubre toda lesión corporal y todo estado mórbido originado con ocasión o por

consecuencia del trabajo que realiza el afiliado, incluidos los que se originen durante los desplazamientos entre su domicilio y lugar de trabajo. (Nacional, 2014)

Art 157.- Prestaciones básicas. - la protección del seguro general del afiliado, ni las enfermedades excluidas en el Reglamento del Seguro General de Riesgos del Trabajo como causas de incapacidad para el trabajo. Según (Nacional, 2014) los Riesgos del Trabajo otorga derecho a las siguientes prestaciones básicas:

- a) Servicios de prevención;
- b) Servicios médico asistenciales, incluidos los servicios de prótesis y ortopedia;
- c) Subsidio por incapacidad, cuando el riesgo ocasione impedimento temporal para trabajar;
- d) Indemnización por pérdida de capacidad profesional, según la importancia de la lesión, cuando el riesgo ocasione incapacidad permanente parcial que no justifique el otorgamiento de una pensión de invalidez;
- e) Pensión de invalidez; y,
- f) Pensión de montepío, cuando el riesgo hubiese ocasionado el fallecimiento del afiliado.

Normas de calidad ISO.

Es utilidad para nuestra empresa contar con las normas de calidad ISO para que nuestros consumidores vean más atractivas las batas quirúrgicas, los sistemas de gestión de la calidad se implementan para mejorar los productos y servicios que se entregan al cliente para satisfacer sus requerimientos.

Empresarios ecuatorianos textiles buscan mejorar su producción implementando sistemas de gestión de la calidad en sus organizaciones aplicables a esta industria, con procesos y estructura que respondan a la norma ISO 9001, para consolidar el ingreso de

sus productos a mercados internacionales. Cada vez, existen más marcas ecuatorianas compitiendo por permanecer en la preferencia del consumidor. Según lo dicho en el portal web de servicio de acreditación ecuatoriano (SAE, 2018)

ISO 9001.

- **Satisfacción de nuestros clientes:** obtendremos menos quejas, reclamos, devoluciones.
- **desempeño en nuestros empleados:** estarán más motivados y satisfechos, saben lo que tienen que hacer, tienen bien clara sus tareas y existirá mejor comunicación interna, trabajo eficaz y eficiente
- **Eficiencia:** habrá una mayor productividad, reducción de gastos, se disminuirán los errores y duplicación de batas proyectadas, los trabajos serán a tiempo con el just in time, gestión de control de inventarios por parte de los dueños de la empresa.
- **Mejor imagen:** dadas las especificaciones anteriores, nuestra empresa está encaminada a tener una imagen favorable para entrar al mercado.

Ley de gestión Ambiental.

Título II: De los derechos, deberes y principios ambientales.

El código orgánico del ambiente pone a disposición los siguientes artículos para saber los procedimientos que se deben tomar respetando el ciclo de vida de la naturaleza, respetando su espacio en cada infraestructura que se quiera construir

Art. 6.- Derechos de la naturaleza. Son derechos de la naturaleza los reconocidos en la Constitución, los cuales abarcan el respeto integral de su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos, así como la restauración. Según lo dice en (Codigo Organico del ambiente,

2017)

Para la garantía del ejercicio de sus derechos, en la planificación y ordenamiento territorial se incorporarán criterios ambientales territoriales en virtud de los ecosistemas. La Autoridad Ambiental Nacional definirá los criterios ambientales y desarrollará los lineamientos técnicos sobre los ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos de la naturaleza, según lo que señala (Codigo Organico del ambiente, 2017)

Art. 9.- Principios ambientales. Con lo establecido en la Constitución y en los instrumentos internacionales ratificados por el Estado, los principios ambientales que contiene este Código constituyen los fundamentos conceptuales para todas las decisiones y actividades públicas o privadas de las personas, comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos, en relación con la conservación, uso y manejo sostenible del ambiente, de acuerdo a lo que indica (Comité de comercio Exterior, 2013)

Capítulo III de la Gestión Ambiental.

De la regularización ambiental.

Art. 173.- De las obligaciones del operador. El operador de un proyecto, obra y actividad, pública, privada o mixta, tendrá la obligación de prevenir, evitar, reducir y, en los casos que sea posible, eliminar los impactos y riesgos ambientales que pueda generar su actividad. Cuando se produzca algún tipo de afectación al ambiente, el operador establecerá todos los mecanismos necesarios para su restauración (Codigo Organico del ambiente, 2017)

Art. 174.- Catálogo de actividades. La Autoridad Ambiental Nacional elaborará y actualizará el catálogo de actividades, de los proyectos, obras o actividades existentes en el país que deban regularizarse, en función de la magnitud del impacto o riesgo ambiental que puedan generar. La periodicidad de las actualizaciones del catálogo de

actividades se sujetará a criterios técnicos (Codigo Organico del ambiente, 2017)

Capítulo IV de la Gestión Ambiental.

De los instrumentos para la regularización ambiental.

Art. 179.- De los estudios de impacto ambiental. Los estudios de impacto ambiental deberán ser elaborados en aquellos proyectos, obras y actividades que causan mediano y alto impacto o riesgo ambiental para una adecuada y fundamentada evaluación, predicción, identificación e interpretación de dichos riesgos e impactos (Codigo Organico del ambiente, 2017)

Art. 184.- De la participación ciudadana. La Autoridad Ambiental Competente deberá informar a la población que podría ser afectada de manera directa sobre la posible realización de proyectos, obras o actividades, así como de los posibles impactos socio-ambientales esperados y la pertinencia de las acciones a tomar. La finalidad de la participación de la población será la recolección de sus opiniones y observaciones para incorporarlas en los Estudios Ambientales, siempre que ellas sean técnica y económicamente viables (Codigo Organico del ambiente, 2017)

Plan Nacional de Desarrollo – Toda una Vida.

Aplicando las normativas del plan de desarrollo nacional del buen vivir

Derechos para Todos Durante Toda la Vida.

- Objetivo 1: Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas, en este punto se da a entender que nuestros empleados serán mayores de edad, pero a su vez también estamos previniendo la crisis laboral, ayudando a muchas personas a que laboren con nosotros de manera responsable

- Objetivo 2: Afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades diversas, aquí nos indica que se va a respetar toda cultura, etnia, raza o política, siendo sociables con nuestros compañeros de trabajo y clientes.
- Objetivo 3: Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones, se va a considerar que no se talara ningún árbol que este cerca a nuestro local, por lo que los árboles nos dan oxígeno, además de que se debe respetar el medio ambiente.

Economía al Servicio de la Sociedad.

- Objetivo 4: Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización, lo que quiere decir en este punto es sobre el alza de la productividad y mejorando la actividad económica del país.
- Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria, para lograr este objetivo que se menciona, se de incrementar la productividad dando trabajos, abriendo lugares de trabajos, agregar un plus al producto que se quiera vender, innovando el comercio y siendo más competitivos.
- Objetivo 6: Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir rural, si bien aquí se habla solo del ámbito de agricultura, se puede decir también que se puede relacionar con el nivel de comercio o transferencias de importación, siendo estas de manera responsable

Más sociedad, mejor Estado.

- Objetivo 7: Incentivar una sociedad participativa, con un Estado cercano al servicio de la ciudadanía, se aplica este punto siendo sociables con el gobierno para mejorar las comunicaciones con el empleador, siendo así más participativos

en mecanismos dinámicos entre el presidente de la república y la sociedad, mejorando la gestión pública democrática, quiere decir que con el apoyo del gobierno se garantiza que la empresa tendrá más afianza para buscar nuevas metas y mejores visiones

- Objetivo 8: Promover la transparencia y la corresponsabilidad para una nueva ética social, con esto se refiere al marco legal que deben tener las empresas siendo honestos con sus trabajos y no hacer negocios de dudosa procedencia, ni poniendo precios excesivos que perjudican la satisfacción del cliente
- Objetivo 9: Garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente el país en la región y el mundo, como se puede observar siguiendo estos pasos el negocio que nos propongamos y que lo conllevemos de manera legal, honesta, y responsablemente, no solo nos beneficiara a nosotros como empleadores, sino también a la economía del país.

Principios de la bioseguridad.

Medidas de eliminación de material contaminado: “conjunto de dispositivos y procedimientos adecuados, a través de los cuales los materiales utilizados en la atención a pacientes, son depositados y eliminados sin riesgo.” (MSP, 2016).

De acuerdo con estos principios, las personas que más riesgo tienen a infectarse son los enfermeros, doctores, personal dentro del área quirúrgica o infectología por lo que están expuestos a factores adversos relacionados con bioseguridad:

“Los profesionales de la salud que, en contacto con los pacientes no utilicen dispositivos médicos para protección de personal (bata, guantes, gorro, mascarilla, gafas y/o protector ocular), o que durante su actividad asistencial se encuentren expuestos a fluidos corporales y materiales corto punzantes.” (MSP, 2016).

“Los trabajadores de la salud constituyen una población con alto riesgo de sufrir alguna patología por la elevada probabilidad que tienen de llevar a cabo contactos inseguros con diferentes tipos de fluidos corporales y microorganismos que se encuentran en el ambiente donde se desenvuelven. La exposición y el contagio ocurren especialmente cuando no hay protección adecuada y se omiten las precauciones mínimas de bioseguridad.” (MSP, 2016).

CAPÍTULO III

3.1. Metodología de la investigación

Haciendo evaluaciones de la ubicación para la creación de la empresa BAXMEDIC S.A. en el mercado de venta de ropa quirúrgica, por medio de recopilación de información y encuestas, los resultados que se obtengan, serán de utilidad para establecer objetivos con el fin de posicionar el producto en un puesto considerable junto a los competidores que se encuentran alrededor.

3.2. Tipo de investigación

Para este plan de negocio se va a utilizar la técnica de investigación exploratoria, la cual identificará los problemas y sucesos que se den dentro de los límites donde vaya a estar ubicada la empresa de modo que se tenga información relevante, la metodología que se ha determinado será cuantitativa, la misma que utilizará como instrumento para recoger datos la encuesta, la misma que se realizará al personal médico, enfermeras y otras personas del departamento de compras de insumos médicos acerca de las batas quirúrgicas; por lo que su nombre lo indica expresa números, ya sean estos, cuántos hospitales existan en la parroquia Tarqui, cuántos empleados tiene cada uno, el margen de compras semanales, mensuales, etc., que servirá de información relevante para el estudio de mercado.

3.3. Técnica e instrumentos de la investigación

Para la recopilación de información de los sucesos para la incorporación de la empresa de batas quirúrgicas de tela laminada, se va a desarrollar mediante encuestas (ver Apéndice A), estas serán dirigidas al personal médico de cada hospital que se encuentre en la parroquia Tarqui, las cuales permiten tener resultados positivos o negativos. Además, se elaborará cuestionarios de respuestas objetivas que agilicen el

tiempo de cada trabajador, también serán preguntas directas, para el beneficio de ellos y el cual medirá la factibilidad de la creación de un negocio para la fabricación este tipo de batas.

3.4. Estudio de mercado

Para estudiar el mercado de un proyecto, es preciso reconocer los agentes que tendrán algún grado de influencia sobre la definición de la estrategia comercial: los submercados, proveedor, competidor, distribuidor y consumidor (Sapag, Sapag, & Sapag, 2008). Para el estudio de mercado de este proyecto se pretende establecer la factibilidad de la empresa BAXMEDIC S.A., las técnicas generales de la comercialización de las batas quirúrgicas.

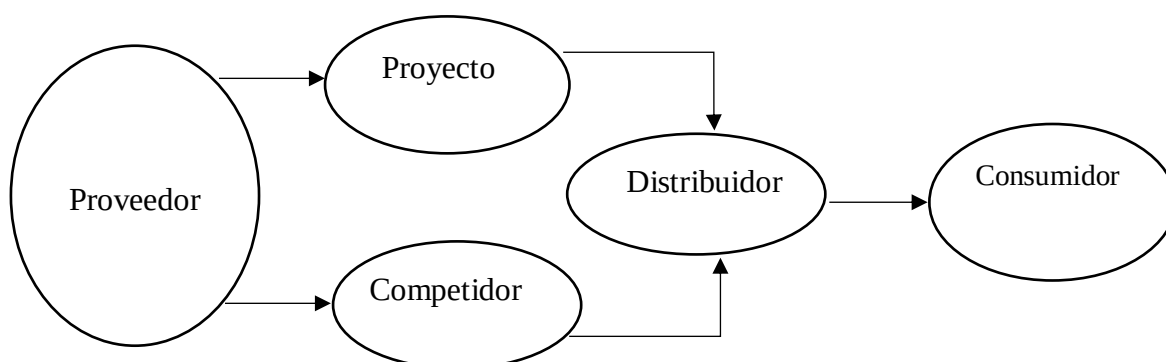


Figura 4. Submercados de un estudio de factibilidad
Fuente: (Sapag, Sapag, & Sapag, 2008)

El estudio de mercado es más que el análisis y la determinación de la oferta y la demanda, o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden proveerse simulando la situación futura y especificando las políticas y los procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial (Sapag, Sapag, & Sapag, 2008).

Se va a identificar la segmentación de donde va a estar ubicada la empresa, las estrategias que se van a aplicar mediante el estudio realizado, se analizarán los factores

de los competidores, de productos similares al que se va a comercializar, el impacto que este tendrá en el mercado, las circunstancias que van a conllevar al momento de la creación de la empresa, en que puede afectar al medio ambiente, si existen empresas con estas mismas cualidades que sirvan al gobierno o entidades municipales, el comportamiento de los consumidores al momento de adquirir el producto se podrá determinar que decisiones tomar para que la organización tenga buena apreciación

Para (Sapag, Sapag, & Sapag, 2008) menciona que para determinar el estudio de mercado existen diversas maneras de identificarlo, pero en su libro se habla de tres etapas las cuales son: a) análisis histórico, b) análisis vigente y c) análisis de situación proyectada

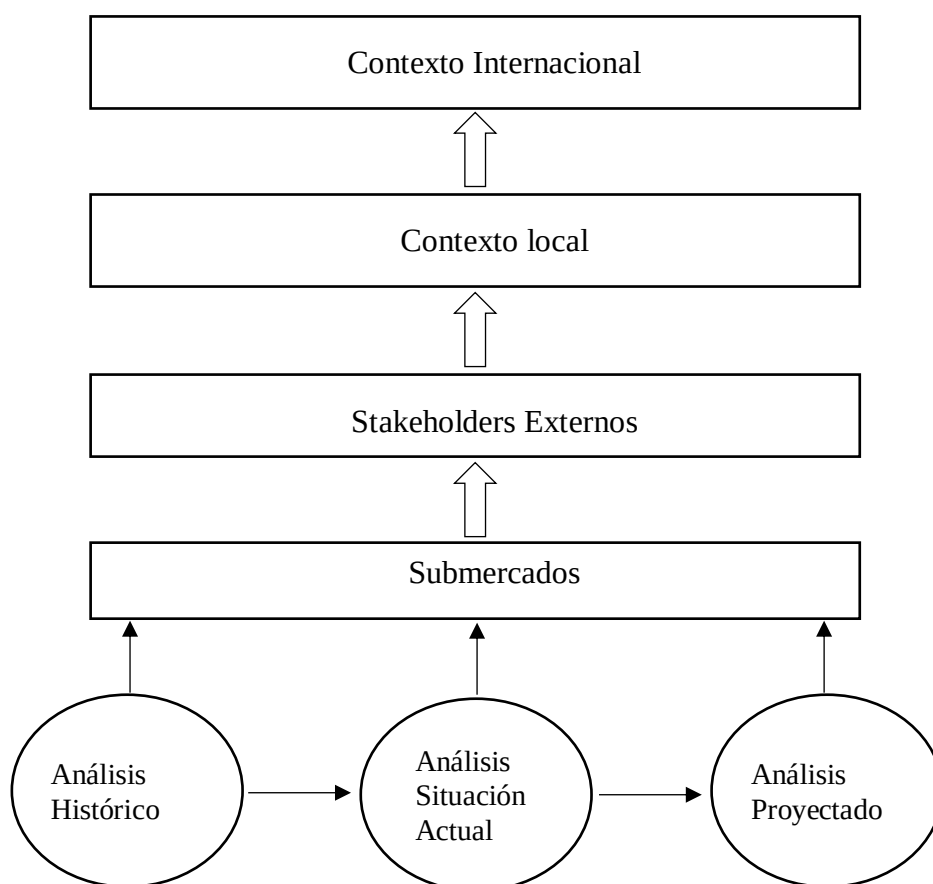


Figura 5. Etapa del estudio de mercado
Fuente: (Sapag, Sapag, & Sapag, 2008)

Como se puede observar en la figura anterior, estas etapas se llevan de lo micro a lo macro de manera que sea más entendible el comportamiento del mercado. El análisis de la situación histórica tiene como objetivo recolectar información cuantitativa para hacer las proyecciones estadísticas (Sapag, Sapag, & Sapag, 2008).

El estudio de la situación vigente es importante porque es la base de cualquier predicción. Sin embargo, hay que tener en cuenta que, por estar en permanente evolución, cualquier estudio de la situación actual puede tener cambios sustanciales cuando el proyecto se esté implementando (Sapag, Sapag, & Sapag, 2008).

Permiten proyectar una situación suponiendo el mantenimiento de un orden de cosas que con la sola implementación del proyecto debería modificarse (Sapag, Sapag, & Sapag, 2008).

3.4.1. Segmentación de mercado.

De acuerdo a lo que se indica en el libro de dirección de marketing de (Kotler & Keller, 2012) la segmentación de mercado se define como la división del mercado en grupos de consumidores consistentes, quiere decir que para satisfacer las necesidades de los clientes se debe realizar un producto acorde a lo que pida los usuarios. En la siguiente figura se especifica a quienes estará dirigida la comercialización de las batas de tela laminada en la ciudad de Guayaquil – parroquia Tarqui.

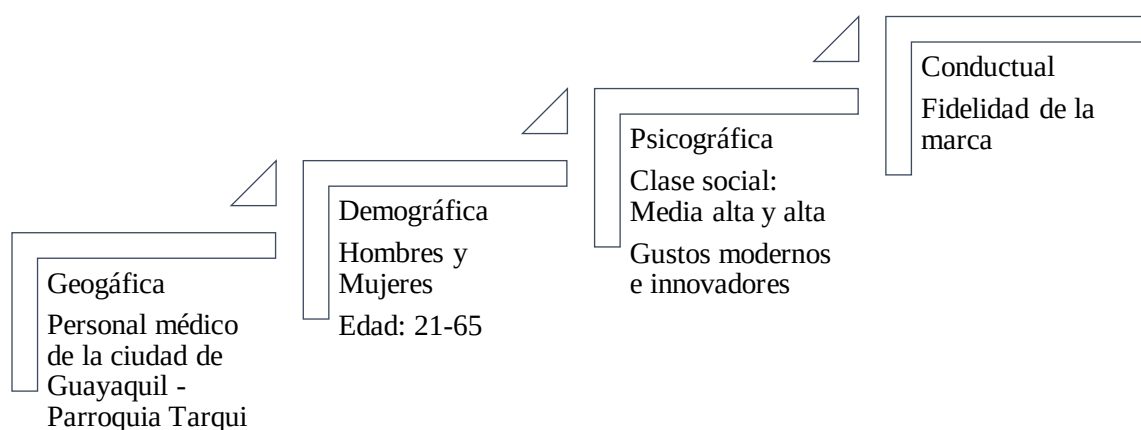


Figura 6. Segmentación de mercado Empresa Baxmedic S.A.

3.4.2. Marketing Mix.

En base a la teoría de (Kotler & Keller, 2012) sobre el mix que debe llevar el producto para una mejor orientación del mercado, indica que el marketing mix se divide en 4 P las cuales son: Producto, este puede ser tangible o intangible, de servicios o un bien. Precio, se refiere a la cantidad, la cual se le va a dar al bien o servicio. Plaza, tiene que ver con la ubicación de la empresa, es decir, donde se comercializará el producto o servicio, a su vez se conocerán los canales de distribución. Finalmente, se tiene la Promoción, la cual ayuda a impulsar el bien o servicio que se quiere ofrecer, dando precios asequibles a los consumidores.

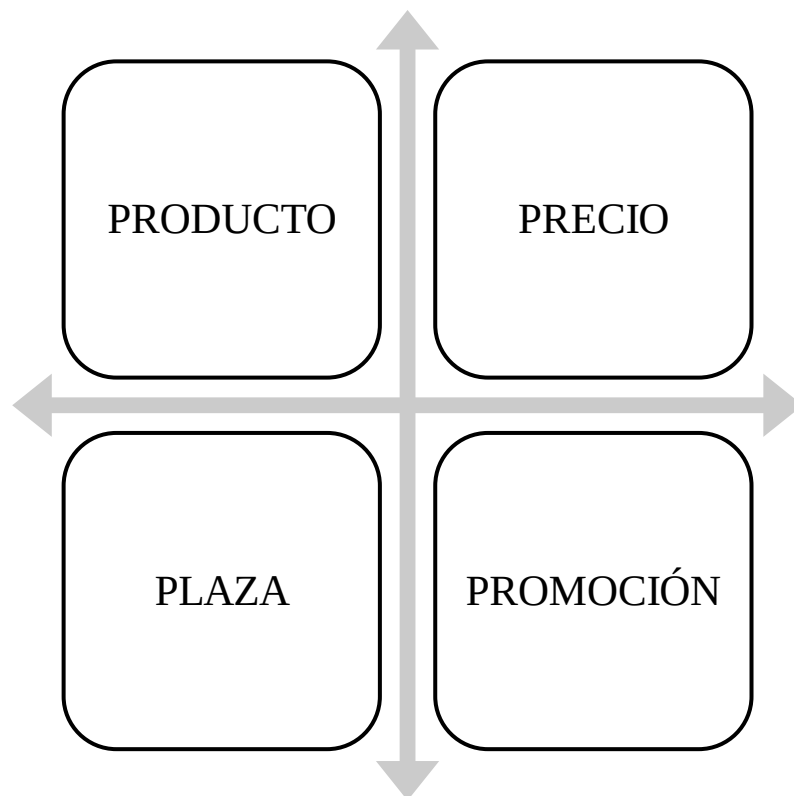


Figura 7. Marketing Mix

3.4.3. Aplicando las 4P al presente proyecto.

a. Producto.

En la empresa que se va a crear será de comercialización y producción de batas quirúrgicas de tela laminada, la cual será ofrecida a los empleados de los hospitales que están expuestos a riesgos de contagios de algún tipo de virus, el producto se lo elaborará a base de materiales en tela laminada, y su confección será resistente e impermeable mejorando la calidad para los consumidores.

Atributos del producto.

Como un plus o algo innovador se les añadirá a las batas quirúrgicas la tela laminada, la cual es un tipo de material que no es tejido, pero es resistente, además de que protege a las personas de cualquier virus en el ambiente, haciendo que el producto a ofrecer sea de atracción de los clientes, satisfaciendo sus necesidades



Figura 8. Bata Quirúrgica Tela Laminada - Frente

Las batas quirúrgicas hechas con tela laminada, es un material resistente, anti fluido el cual es el plus, algo novedoso que no todos los fabricantes de este tipo de lencería médica comercializan.

Mangas largas para mejor protección de todo el cuerpo como refuerzo de una parte propensa al contagio de enfermedades



Figura 9. Bata Quirúrgica Tela Laminada - Espalda

En el espaldar se encuentran tiras las cuales son ajustables por uno mismo o un ayudante, para que el médico o el usuario que esté usando el producto tengan un mayor rendimiento y desenvolvimiento para movilizarse



Figura 10. Bata Quirúrgica Tela Laminada - Manga Larga

Como se mencionó anteriormente las mangas serán largas, con empuñadora de algodón que haga presión de la muñeca de la mano para evitar que alguna partícula ingrese por esa vía

Empaque.

El empaque en el que se pondrá la bata quirúrgica de tela laminada será en una funda con zipper para una mejor protección del producto y para que los empleados puedan tener facilidad al momento de abrir el empaque.

Etiqueta.

La etiqueta para el producto que ofrecerá la empresa será la misma que lleve la organización, para que esta sea reconocida por los clientes o personas de la ciudad, así tener una posición más favorable dentro del mercado, en el distintivo se pondrá información necesaria del producto como los permisos de fabricación y su calidad.

Logotipo.

El logo es fundamental por lo que será el que represente y diferencie a la empresa, siendo esta reconocida por los usuarios, también recomendada por cualquier persona, y localizada fácilmente.



Figura 11. Logotipo de la empresa

Estrategias del producto.

Esta se verá enfocada en el plus que se les incorporará a las batas quirúrgicas que es la tela laminada, el mismo que brinda impermeabilidad, garantizando protección eficaz, los materiales son también parte de ella, por lo que son artículos de alta calidad los

cuales les dará seguridad y durabilidad, además de que la confección se realizará con equipos de alta tecnología para un tejido más resistente.

b. Precio.

Un factor importante en el precio será, que la cantidad que se refleje también debe ser favorable para el consumidor, por lo que poner un monto excesivo puede que la comercialización de este producto no sea factible, lo cual dificultaría la implementación de este proyecto.

Para determinar el precio de venta al público se ha tomado en cuenta los costos de la materia prima directa, mano de obra directa, y los gastos indirectos de fabricación, también se han tomado en cuenta la mano de obra indirecta, por lo tanto, el precio será de \$ 2,33 al público, el costo unitario será de 1,15 y obteniendo un margen de contribución del 103.13% de la utilidad deseada.

c. Plaza.

El producto será elaborado y comercializado en la ciudad de Guayaquil en la parroquia Tarqui, dirigido a los hospitales de esta ciudad, su distribución será directamente con cada uno de los clientes, acorde a la cantidad de pedidos que ellos quieran realizar se les llevará la mercancía a su domicilio o a la ubicación donde el usuario se encuentre. El nivel de canal de distribución será 0, por lo que uno de los empleados de la empresa será encargado de distribuir las batas quirúrgicas de tela laminada.

d. Promoción.

Para dar a conocer el producto que son las batas quirúrgicas de tela laminadas, la empresa utilizará los siguientes medios: Relaciones públicas y publicity, marketing directo, marketing digital y ventas personales directas con los usuarios, este recurso de

publicidad brindará información detallada del producto que se está ofreciendo, estableciendo así una estrategia de marketing denominada B2C que es venta de un producto directamente al cliente.

3.5. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter

Para (Porter, 2008) se debe tomar conciencia de estas 5 fuerzas competitivas para comprender la estructura del sector, en el cual el negocio que se vaya a crear se tenga conocimientos de sus competidores, elaborando así estrategias que sean beneficiosas generando más rentabilidad y sea menos vulnerable por las amenazas en el entorno.

Según (Porter, 2008) “La estructura del sector es el resultado de un conjunto de características económicas y técnicas que determinan la fortaleza de cada fuerza competitiva” quiere decir que aplicando cada una de las fuerzas servirá para realizar estrategias las cuales se podrá contrarrestar a los competidores en este mercado de la comercialización de las batas quirúrgicas.

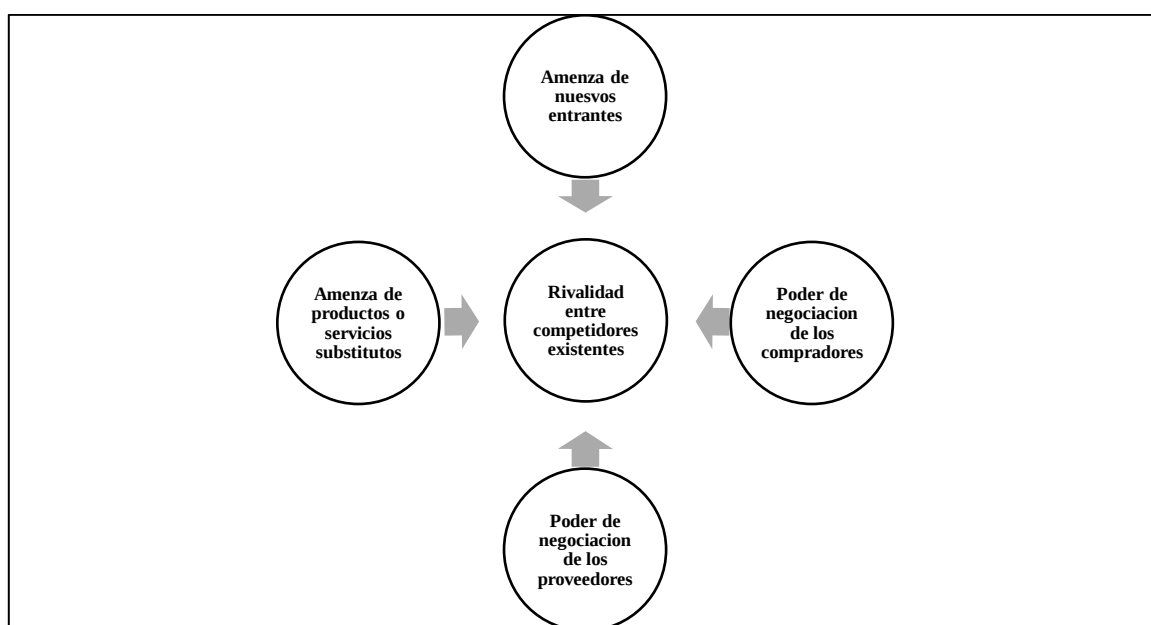


Figura 12. Las 5 fuerzas de Porter
Fuente: (Porter, 2008)

3.5.1. 5 fuerzas de Michael Porter y su aplicación.

a. Amenaza de entrada.

Según (Porter, 2008) ejerce presión sobre los precios, costos y la tasa de inversión necesaria para competir, en el presente proyecto BAXMEDIC S.A. se han detectado varios tipos de amenazas de los competidores en el mercado de la comercialización y producción de batas quirúrgicas que son:

Los proveedores inician su producción basándose en que ellos van a comercializar bajo su marca y para que cambien de idea tiene su grado de dificultad

El posicionamiento de marcas competidoras que ya tiene su mercado meta, hacer cambiar de opinión a esos clientes será difícil para BAXMEDIC S.A.

La falta de experiencia del negocio de la comercialización y producción de este tipo de ropa quirúrgica hace que los competidores tengan un paso adelante.

La política gubernamental puede influir en diversos tipos de mercado por lo que estos pueden ser clausurados si no cumplen con las normas que estos imponen, por lo que es uno de los elementos a tomar en cuenta en el aspecto legal, societario y las ordenanzas que regulan a las organizaciones.

Represalias por los competidores, cuando estos ya están posicionados en el mercado, suelen bajar sus costos haciendo que su empresa tenga más clientes y el negocio nuevo tienda a disminuir sus ventas y de no realizar ajustes con estrategias ganadoras, puede llevarlo a la quiebra por falta de consumidores.

En algunos casos existen empresas que se unen con otra para que el negocio quiebre, lo que se conoce como alianzas estratégicas, por ejemplo: Cuando el mayor local de la cadena Santa Isabel, situado en la ciudadela La Garzota, al norte de Guayaquil, interrumpió su atención al público, quedando solo una sucursal bancaria en su interior

(El Universo, 2008), en el asunto de supermercados, vendía todo tipo de productos queriendo posicionarse en el mercado, pero aquí ya existían dos grandes empresas: Corporación La Favorita y el Corporación El Rosado, estas impidieron que se posicionara, formando una alianza estratégica poniendo precios más bajos, presionando a sus proveedores, de tal forma que la empresa Santa Isabel quebró (El Universo, 2008).

b. El poder de los proveedores.

Los grupos de proveedores no depende fuertemente del sector, para sus ingresos por lo que estos abastecen a varias empresas por ende su rentabilidad será estable, según lo que indica (Porter, 2008) es importante mantener una buena relación con los proveedores para que los precios sean asequibles para la organización.

Proveedores Nacionales.

BAXMEDIC S.A. cuenta con las siguientes entidades provinciales que abastecerán de la materia prima:

Tabla 4
Proveedores nacionales

Proveedores	Materia Prima	Proveniente
Equipo Médicos Cía. Ltda.	Equipos	Cuenca
Importsubia Cía. Ltda.	Equipos	Quito
Multisalud	Equipos	Quito
American Supplies & Equipme	Equipos	Quito
Bioelectric Cía. Ltda.	Equipos	Quito
Almacenes José Puebla	Insumos	Quito
Comercial Espinel	Insumos	Quito
Comercial Inmobiliaria Dassum S.A.	Tela	Quito
Coppola	Varios	Quito

Fuente: Información adecuada al estudio, tomada de google

Proveedores internacionales.

En caso de escasez local, se presentan los proveedores internacionales, lo cuáles serán los que suministren a la compañía de la tela laminada o tela no tejida quirúrgica, que es el plus que se les pondrá a las batas quirúrgicas de la empresa BAXMEDIC S.A. a continuación se detallan estas empresas:

Tabla 5
Proveedores internacionales

Proveedores Internacionales	Producto	Precio Kilogramo	Observaciones
Zhejiang Chagying Nonwoven CO., Ltd. (China)	Tela no tejida meltblown	\$ 10,86	pedido mínimo 500 klg
Quanzhou Golden Nonwoven CO., Ltd. (China)	Tela no tejida en rollo	\$ 5,00	pedido mínimo 1000 klg
Foshan Rayson Nonwoven CO., Ltd. (China)	Tela no tejida en rollo	\$ 5,00	pedido mínimo 1000 klg

Fuente: Información adecuada al estudio, tomada de Google

c. El poder de los compradores.

Referente a lo que indica en el libro (Porter, 2008) estos siempre van a querer productos, materiales, servicios que se diferencien con otros, son exigentes con sus proveedores, en muchas ocasiones enfrentándose entre sí por la atracción de sus clientes. En el proyecto que se está presentando, BAXMEDIC S.A. cuenta con proveedores especializados, los cuales se actualizan constantemente y siempre están al tanto de sus compradores, en las batas de telas laminadas cada uno de los que nos suministran de materiales están dispuestos a renovarse para que los clientes estén satisfechos.

d. Amenaza de los sustitutos.

Otra de las fuerzas de (Porter, 2008) un sustituto cumple la misma función o similar que el producto del sector mediante formas distintas, la disponibilidad de artículos varios pueden ser el remplazante de muchos materiales, por lo tanto, al existir diversificaciones de estos, el cliente, los compradores, siempre buscan la calidad en un precio considerable. Para Baxmedic, las batas quirúrgicas en el mercado existen diversidades de materiales con los cuales se elaboran, algunos son de buena calidad, resistentes, pero con precios que no están al bolsillo del consumidor, en otras los precios bajos, pero su tipo de tela no es aceptable, por lo tanto, la empresa ofrece productos con precios que el cliente esté dispuesto a pagar y con tela laminada, que es muy resistente, antifluido, y cómoda.

e. Rivalidad de los competidores existentes.

Como se mencionó anteriormente en el caso de los supermercados, la rivalidad puede ser perjudicial si no se tiene experiencia en el mercado que se está compitiendo, lo que indica (Porter, 2008) en su última fuerza aquí influye varias cualidades, precio, marca, calidad, descuentos, el tipo de lanzamiento del producto, en ciertos casos esto puede ser beneficioso cuando cada competidor busca satisfacer las necesidades de distintos segmentos de consumidores, haciendo que la empresa pueda darse a conocer en otros lados y expandirse.

Los competidores de BAXMEDIC más fuertes que tiene la empresa son Dhisve que es una empresa de fabricación y comercialización de ropa quirúrgicas es una de las que más impacto tiene en el mercado por lo que ya cuenta con un poder en el posicionamiento en su sector y en otros, y Medical Store que solo se dedica a la

comercialización sin embargo varios usuarios acuden frecuentemente para adquirir este tipo de batas quirúrgicas y entre otros productos especializados en hospitales.

3.6. Análisis PESTA

Según los fundadores de este análisis (Fahey & Narayanan, 1968) en su libro *Análisis macro ambiental en gestión estratégica*, este método evalúa los factores externos de la empresa los cuales van a dificultar el desempeño de una organización, para entrar en más detalle sobre esta estrategia, se explicará el significado de cada una para una mejor relación al proyecto que estamos realizando:

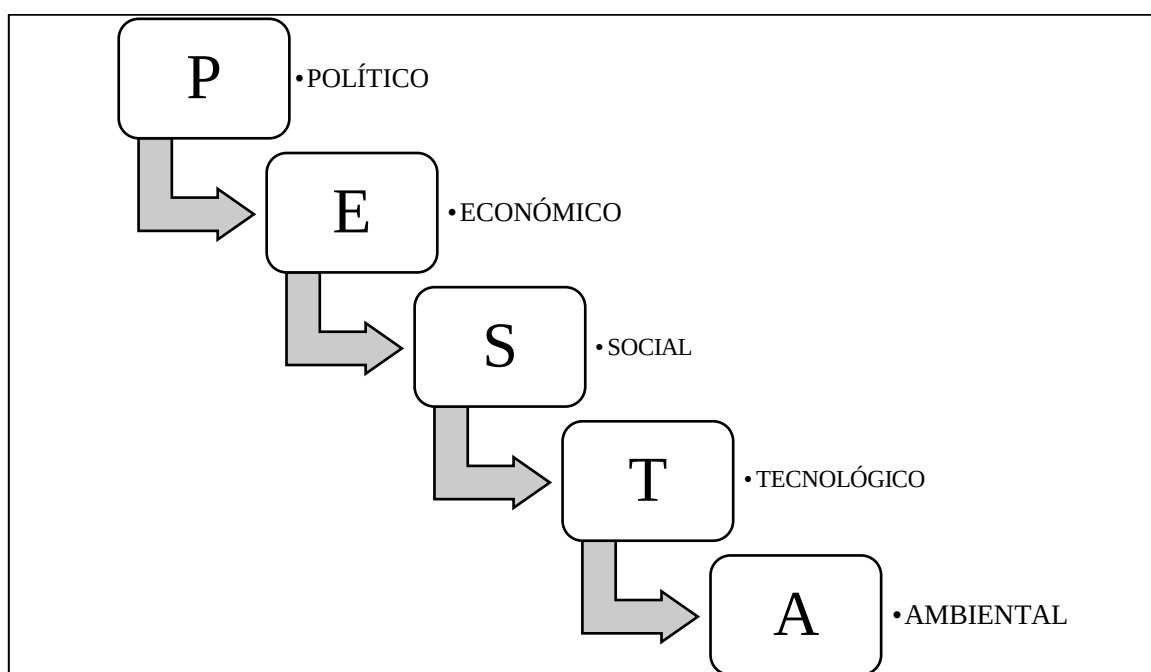


Figura 13. Análisis PESTA

3.6.1. Aplicando análisis PESTA.

Por sus siglas del modelo PESTA, son factores (Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ambientales) son los elementos que vamos a identificar de cómo se va a desenvolver la empresa en este mercado:

Factores Políticos.

- Las normas, los parámetros, los lineamientos, los entes reguladores abarcan cuestiones políticas, por lo que el gobierno, el municipio, otras personas que están dentro de la política también tienen sus empresas que ocupan un mercado, por lo que esto pueden tener implicaciones para estar en el negocio.
- La empresa debe manejar de manera adecuada y sigilosa estos obstáculos, siendo conocida por el sector donde se va a distribuir las batas, por lo que, ganándose la confianza de los usuarios, estos van a ser clientes fieles a la empresa y sería un beneficio importante, así no habrá inconvenientes, incluso hasta los políticos pueden dar su apoyo a la organización.
- Los tejidos, incluso de punto, fieltro y tela sin tejer, impregnados, recubiertos, revestidos o estratificados con plástico y los artículos de estos productos (Comité de comercio Exterior, 2013)
- Los productos textiles de los que contengan dos o más materias textiles se clasifican como si estuviesen totalmente constituidos por la materia textil que predomine en peso sobre cada una de las demás (Comité de comercio Exterior, 2013)

Factores Económicos.

- En este punto implica temas como la tasa de interés para adquirir materiales de importación, la economía del país, también lo que sucede hoy en día sobre el covid-19 que a nivel macro económico afectó y está afectando a muchos países y a sus negocios, el desempleo, la inflación en algunos productos.

- Nuevas relaciones comerciales con otros negocios que quieren ingresar al mercado, lo cual ocasiona que se bajen los precios del producto, o incrementen algunos materiales para su fabricación.
- Cuando se declaró la emergencia sanitaria, en marzo pasado, el Gobierno dijo que la afectación económica podría ser de entre 6% y 7% del PIB (El Comercio, 2020)
- Entre los sectores que más afectados está el del turismo, que depende del poder adquisitivo de la gente, y que está golpeado por el deterioro de las cifras de empleo y la reducción de salarios (El Comercio, 2020).

Factores Sociales.

- Este factor puede ser relacionado con dos aspectos, pueden afectar o puede incrementar, aquí se puede analizar el ambiente de los empleados si se encuentran bien de salud, si su nivel educativo está siendo moderado, mantiene el respeto con todo el personal, la cultura que se tiene en la empresa debe ser la correcta para que no haya diferencias entre trabajadores.
- Mantener cultura social en la empresa aumenta el nivel productivo de la empresa, tener a los empleados motivados, incrementa su desempeño dentro de cada área o departamento de la organización, por lo tanto, si se tiene estos puntos que son favorables se puede sacar provecho para seguir siendo rentables en la fabricación de las batas quirúrgicas.
- La moda en los habitantes es un factor indispensable que se tiene que tomar en cuenta por lo que los gustos de los usuarios cambian a medida que pasa el tiempo, se actualizan con nuevos modelos de batas quirúrgicas y la empresa tiene

que tomar medidas cuando esto suceda, por lo que no se puede quedar solo con este producto, se debe mantener innovados.

Factores Tecnológicos.

- Los cambios que genera la tecnología al pasar de los tiempos, las empresas deben adaptarse a estas variaciones, manteniéndose innovados, actualizando maquinarias, los softwares que se manejan dentro de la organización.
- Con la renovación de tecnología evitamos que la empresa tenga maquinarias obsoletas, lo cual dificulta el desenvolvimiento de los trabajadores, y también la productividad del área de la fabricación de batas quirúrgicas.
- Por las distintas plataformas que existen en la actualidad se puede dar a conocer el producto, incluso haciendo negociaciones con páginas de los hospitales, dando mayor agilidad en la comercialización y distribución de las batas quirúrgicas.

Factores Ambientales.

- Se ve involucrado en la tala de árboles cuando una empresa quiere ser construida en una zona poblada de arbustos, afecta al ecosistema del área donde será ubicada y también del mundo.
- Los manglares, algunas empresas botan desechos en ríos, estéreos, playas incluso, afectando la biodiversidad que existe debajo del mar, y también ocasionando un mal ambiente para los alrededores y sus habitantes.

3.7. Análisis de la industria o sector

Según los datos de la (Asobanca, 2020) se demuestra que el sector de la manufactura tiene un importante porcentaje de participación en el mercado por lo que la creación de nuevos negocios de elaboración de productos alimenticios, textiles, prendas de vestir, la fabricación de bienes minerales, pero no metálicos, entre otros, para este proyecto que

conllela la manufactura en las batas quirúrgica resulta favorable por lo que no solo aporta al desempleo, también ayuda a incrementar la economía del país.

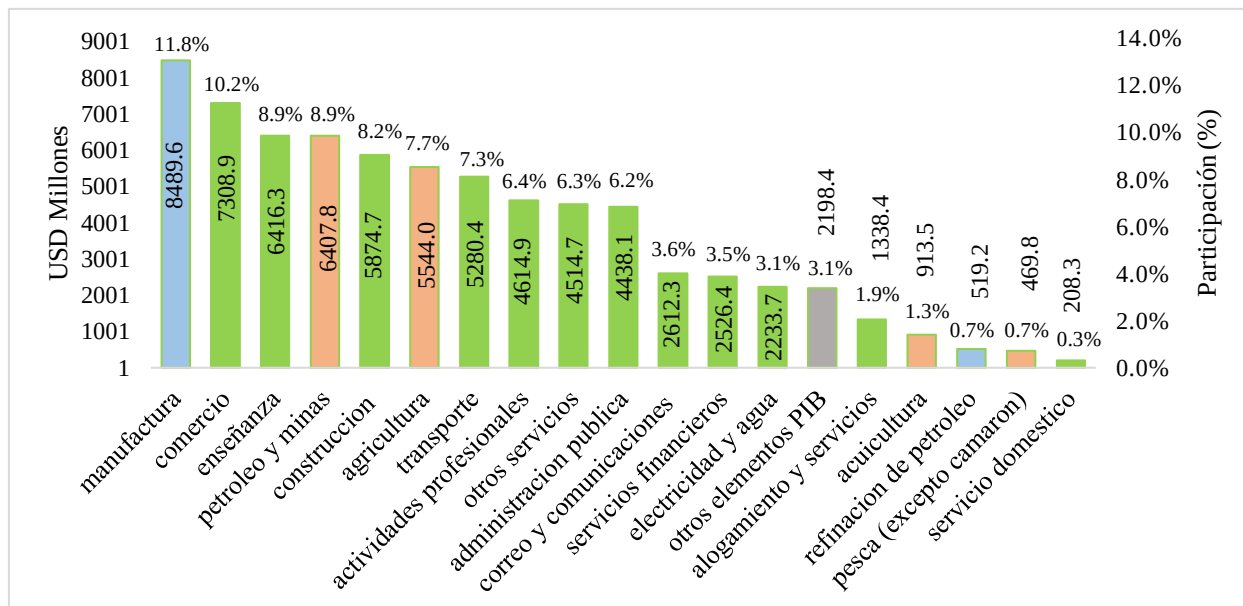


Figura 14. Participación de los sectores y actividades económicas
Fuente: (Asobanca, 2020)

La participación que tiene en este sector es considerable, por lo que muchos negocios se dedican a fabricar su propio producto para luego distribuirlo, a medida de lo que se está pasando por el COVID-19, muchos negocios surgen en la necesidad de elaborarlos ellos mismos, en algunos casos, como las batas quirúrgicas que no existen un solo fabricante, existen varios locales que se dedican a hacer este tipo de lencería, otros la compran, otros solo la distribuyen.

En este ámbito, el presente proyecto demostrará la factibilidad para la fabricación de la ropa médica, por lo que hay gran cantidad de doctores, enfermeros, entre otros, que necesitan de estos trajes para mayor protección, por lo que estos se ven vulnerables ante cualquier enfermedad.

3.8. Población y muestra

A continuación, se da una breve explicación sobre el tipo de muestro que se va a aplicar en este proyecto, para determinar el número de la muestra, se deben tomar cuatro factores que siempre se verá reflejado en la fórmula, según indica en el libro de metodología de la investigación social cuantitativa de (López Roldan & Fachelli, 2015).

La amplitud del universo también representada como N.- si la población es finita si tienes menos de 100.000 individuos o es infinita, a partir de 100.000 individuos. (López Roldan & Fachelli, 2015).

Nivel de confianza, representada por (σ) establece la probabilidad o confiabilidad de nuestros resultados, los cuales se elaboran y razonan en términos probabilísticos (López Roldan & Fachelli, 2015).

Error muestral, representada por la letra e veremos sobre todo estimaciones de medias y proporciones (López Roldan & Fachelli, 2015).

Desviación de valor, representada por la letra Z, se estiman medias es la fórmula habitual de cálculo de la varianza de una variable, y puede ser un dato disponible o estimado (López Roldan & Fachelli, 2015).

La proporción, siendo la letra p es asociado por una estimación, por ejemplo, los desempleados de Guayaquil, la cual va a ser multiplicado por el complementario siendo la letra “q” es decir la proporción de los que no están desempleados (López Roldan & Fachelli, 2015).

La determinación de los valores que se han dado son producto de una minuciosa investigación y recopilación de la información con respecto al número del personal médico de los hospitales que conforman el área en estudio y así determinar la

factibilidad de la fabricación y comercialización de batas quirúrgicas en la ciudad de Guayaquil en la parroquia Tarqui.

Tabla 6

Detalle proporción de médicos respecto al total de la población

Hospitales	Personal médico	%	# Encuesta por Hosp.
Clínica Interhospital	170	5%	13
Clínica Proaño	50	1%	4
Hospital Vite Care ViteHosp S.A.	60	2%	5
Hospital General Universitario	55	1%	4
Hospital clínica Kennedy	150	4%	12
Clínica Dr Orlando pin	12	1%	1
Omni Hospital	2000	54%	158
Clínica Rendón	60	2%	5
Servicios Hospitalarios Alborteon	675	18%	53
Hospital San Francisco	450	12%	36
Total	3682	100%	291

Fuente: Información adecuada al estudio, tomada de Google maps

Por medio de las páginas de los hospitales a los cuales se está dirigiendo el presente proyecto, se puede visualizar que la fórmula para determinar el tamaño de la muestra es finita por lo que si conocemos la población que se va a calcular, la cual está dada por la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * N * p * q}{p * q * Z_{\alpha}^2 + (N - 1)e^2}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población/universo (3682 usuarios de batas quirúrgicas) Ver tabla 5

Z = desviación del valor medio que accedemos para lograr el nivel de confianza

(1,96)

e = margen de error (0,06)

p = probabilidad que ocurra el suceso (0,15)

q = probabilidad que ocurra un fracaso (1 – p)

$$n = \frac{1,96_{\alpha}^2 * 3682 * 0,15 * (1 - 0,15)}{0,15 * (1 - 0,15) * 1,96_{\alpha}^2 + (3682 - 1)0,06^2}$$

$$n = \frac{1891,623048}{6,490668668}$$

$$n = 291$$

Se determinó que la muestra da como resultado 291 usuarios de los hospitales de Guayaquil de la parroquia Tarqui, las cuales serán encuestadas entre las edades de 21 hasta 65 años para así realizar el respectivo análisis de las respuestas que ellos especifiquen.

3.8.1. Comprobación de la muestra.

Según el libro de metodologías de la investigación de (López Roldan & Fachelli, 2015) Para la verificación de la muestra se determina la siguiente fórmula como parte del proceso para que el resultado sea comprobable:

$$N > n_{\infty} (n_{\infty} - 1)$$

$$3682 > 84100$$

Complementando a la fórmula indican los autores (López Roldan & Fachelli, 2015) que si con esta condición que pide la fórmula se cumple, se finaliza el procedimiento y se demuestra que ese tamaño de la muestra es el correcto, en este caso no se dio un resultado con las condiciones dadas, por lo tanto; se continúa con otra fase que se indican en el libro, la siguiente fórmula:

$$n = \frac{n_{\infty}}{1 + \frac{n_{\infty}}{N}}$$

$$n = \frac{291}{1,0790331342}$$

$$n = 269,685879$$

De esta manera, haciendo cumplir la condición anteriormente dada para la comprobación estadística de la muestra que se realizará para la creación del plan de negocio Baxmedic S.A.

3.9. Interpretación y análisis del resultado de la muestra

Para la recopilación necesaria de información que mida la factibilidad del negocio en la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil se ha determinado la muestra de 291 personas las cuales serán encuestadas de dos formas: presencial y virtual (e-mail), puesto que, como es de conocimiento por el virus Covid-19 la mayoría de los usuarios se localizarán por el medio virtual, llenando el cuestionario dando así mejor agilidad y evitar tener mayor exposición o contacto directo con los usuarios de las batas quirúrgicas.

Los resultados que se dan en la encuesta que se va a presentar a continuación están determinados de manera que contabilice los 291 usuarios que han sido consultados para que brinden información sobre el negocio que se va a realizar y a su vez del producto que se estará produciendo y comercializando.

Los hospitales que se han tomado para el cálculo de la respectiva muestra, fueron seleccionados en la ciudad de Guayaquil en la parroquia Tarqui, por lo que el negocio que se quiere implementar está ubicado en este sector, para un mejor desenvolvimiento de los empleados al momento de distribuir el producto.

Por medio de la recopilación de la información de cada hospital obtenido de sus respectivas páginas de internet se ha podido encontrar el personal de trabajadores de cada institución, el cual ha sido clave para determinar la muestra poblacional e identificar el número de encuestados que se van a realizar para medir la factibilidad de la creación del negocio de elaboración y comercialización de batas quirúrgicas de tela laminada.

3.10. Encuesta

Pregunta 1: Marque ¿en qué rango de edad se encuentra usted?

Tabla 7
Rango de edades

Edad	Frecuencia	Frecuencia
21 a 28	30	10%
29 a 36	120	41%
37 a 44	80	27%
45 a 52	43	15%
53 a 65	18	6%
Total	291	100%

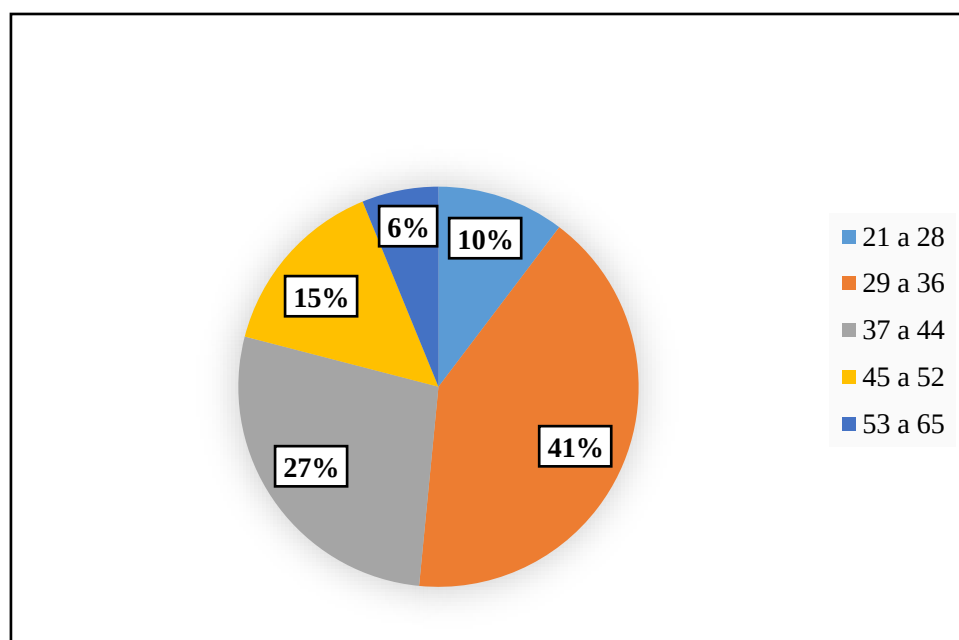


Figura 15. Rango de edades

Interpretación: Según la información recopilada en las encuestas se muestra que el 41% de los usuarios de las batas quirúrgicas tienen un promedio de edad entre 29 a 36, y el 27% está entre 37 a 44 años de edad, estos rangos de edades ayudarán en el mercado meta definiendo, así como nuestros fieles clientes al producto.

Pregunta 2: ¿Cuál es su campo laboral?

Tabla 8
Campo laboral

Detalle	Frecuencia	Frecuencia %
Cirugía	110	38%
Infectología	65	22%
Cardiología	20	7%
Central de equipos y esterilización	22	8%
Laboratorio de análisis clínico	19	7%
Obstetricia/partos	40	14%
Otros	15	5%
Total	291	100%

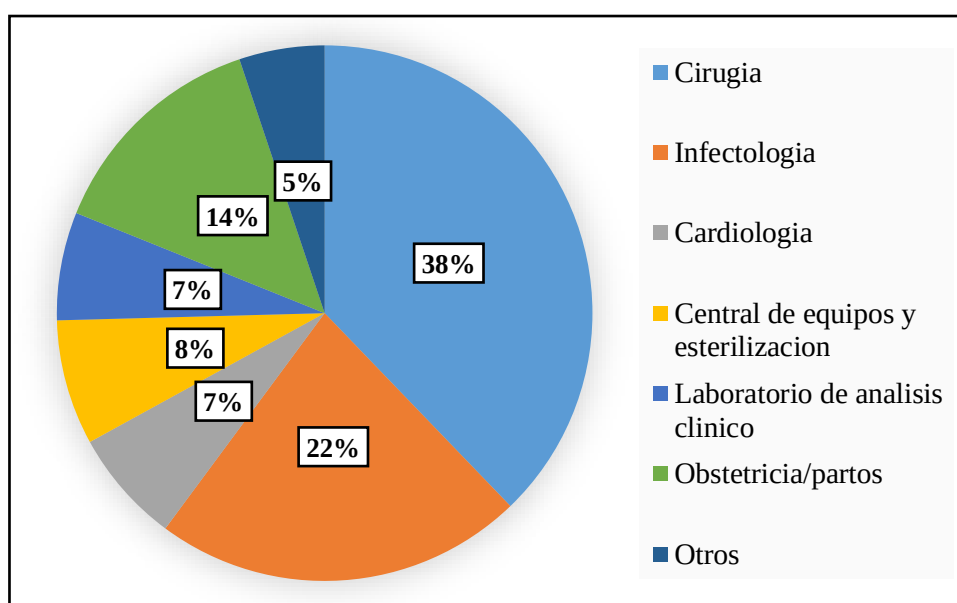


Figura 16. Campo laboral

Interpretación: Por medio de los resultados dados en la encuesta los usuarios de cirugía e infectología son los que más están expuestos a contagiarse por algún tipo de virus o una enfermedad por el contacto directo con heridas, los de obstetricia si bien es cierto, también es un grado de dificultad por las heridas internas, estas pueden ser manejables de manera más aseada con las herramientas necesarias.

Pregunta 3: ¿Qué tipo de ropa para quirófano utiliza?

Tabla 9

Tipo de ropa para quirófano

Ropa de quirófano	Frecuencia	Frecuencia %
Tela polipropileno	115	40%
Tela polyester	70	24%
Tela cambrela	44	15%
Algodón	37	13%
Todas las anteriores	25	9%
Total	291	100%

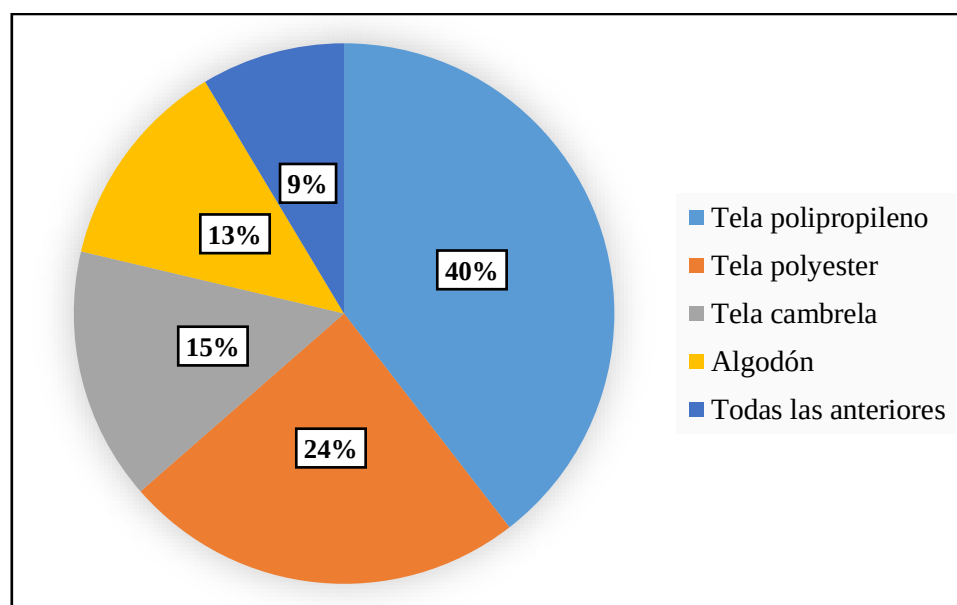


Figura 17. Tipo de ropa quirúrgica

Interpretación: Según la información analizada por medio de las encuestas, se determinó que la lencería quirúrgica con tela polipropileno es la que más adquieren los empleados de un hospital por lo que es más resistente, no se rompe con facilidad, su anti-fluido es una de las características que más mencionaron, haciendo notar su agrado por dicha tela con respecto a las demás.

Pregunta 4: ¿En la institución prefieren que la ropa sea?

Tabla 10
Preferencia del hospital

Preferencia del hospital	Frecuencia	Frecuencia %
Estéril	74	25%
No estéril	36	12%
Ambas	181	62%
Total	291	100%

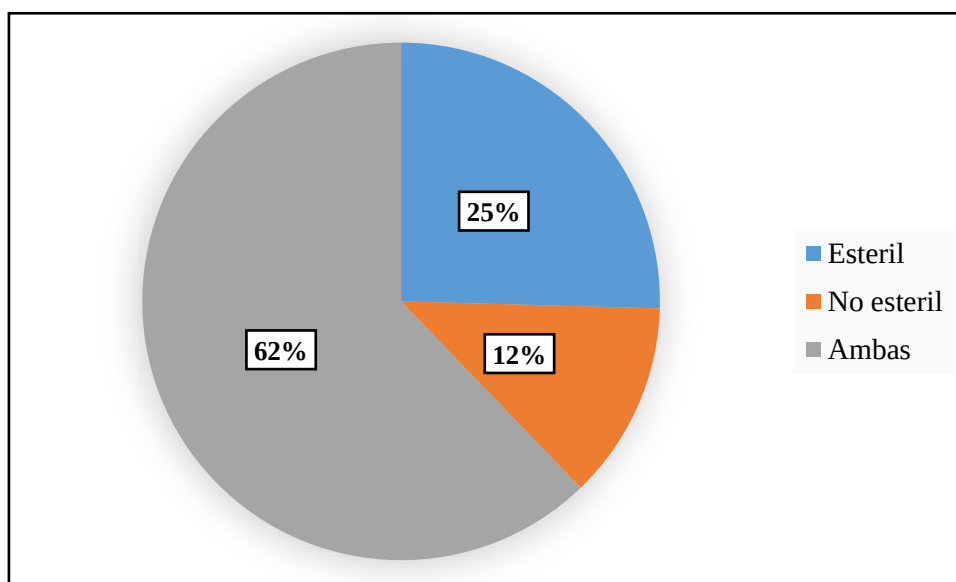


Figura 18. Preferencia del Hospital

Interpretación: Los usuarios que respondieron las encuestas en su mayoría seleccionó que el hospital hace preferencia a ambos tipos de ropa quirúrgica pero que la más recomendable es usar ropa estéril para que las pequeñas partículas no se queden impregnadas en ella, causando alguna afectación después de alguna cirugía o estar en contacto con alguna persona que tenga enfermedades contagiosas.

Pregunta 5: En caso de elegir ropa quirúrgica estéril ¿Por qué causas lo haría?

Tabla 11

Causas para elegir ropa quirúrgica estéril

Variables	Frecuencia	Frecuencia %
Reducir costos	12	4%
Imagen	5	2%
Exigencias MSP	90	31%
Comodidad	30	10%
Otro	154	53%
Total	291	100%

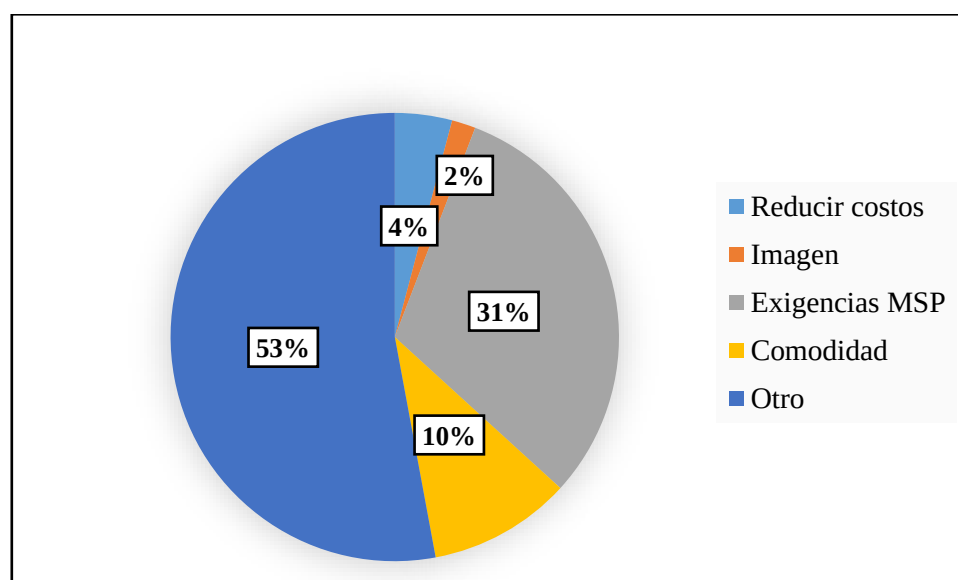


Figura 19. ¿Por qué la opción estéril?

Interpretación: Según la encuesta realizada se determina que el 53% de las personas consultadas dijeron otro motivo que es por el bienestar de ellos mismos, por el cuidado de ellos, por voluntad propia de los empleados de los hospitales, por lo tanto, el producto que se les ha ofrecido se lo comercializará de forma directa con los usuarios.

Pregunta 6: ¿Qué es lo más importante para usted al momento de elegir un producto?

Tabla 12
Selección del producto

Característica	Frecuencia	Frecuencia %
Tiempo de entrega	94	32%
Calidad	68	23%
Menor costo	110	38%
Otro	19	7%
Total	291	100%

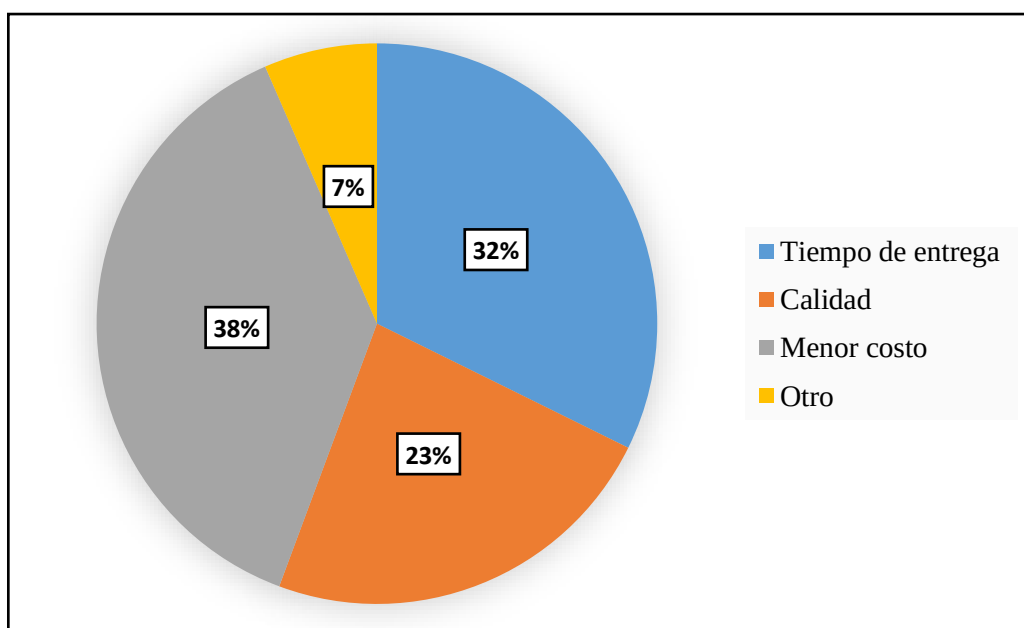


Figura 20. Selección del producto

Interpretación: Por medio de la recopilación de información de las encuestas realizadas, se determina que gran magnitud de empleados de los hospitales se fijan en el precio del producto, por lo tanto, esto indica que se debe analizar bien el precio que se le vaya a otorgar al producto a comercializar.

Pregunta 7: ¿Cuántas batas quirúrgicas utiliza en el día?

Tabla 13
Utilización de las batas

Uso de batas	Frecuencia	Frecuencia %
2 a 5	181	62%
5 a 8	95	33%
8 a 11	15	5%
Otro	0	0%
Total	291	100%

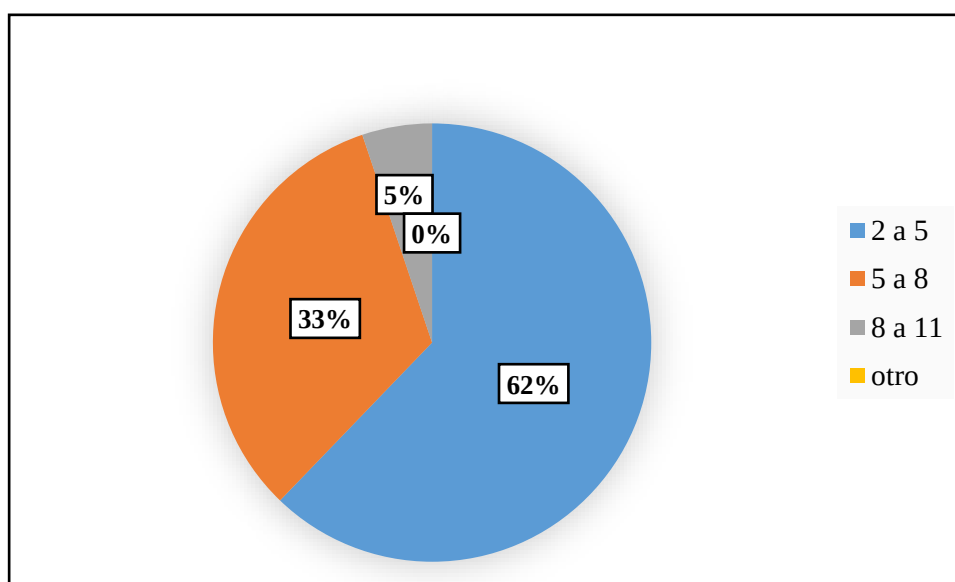


Figura 21. Uso de las batas

Interpretación: El uso de las batas es fundamental no solo en el cuidado de enfermedades tanto personal como del paciente, el cambio de las batas es cada que se realiza una operación o está en contacto con personas que tiene enfermedades contagiosas, en las encuestas se informa que el reemplazo de las batas quirúrgicas el 62% lo hace de 2 a 5 veces por día.

Pregunta 8: ¿De dónde usted prefiere la ropa quirúrgica?

Tabla 14

Preferencia Nacional o Internacional

Preferencia	Frecuencia	Frecuencia %
Nacional	205	70%
Internacional	86	30%
Total	291	100%

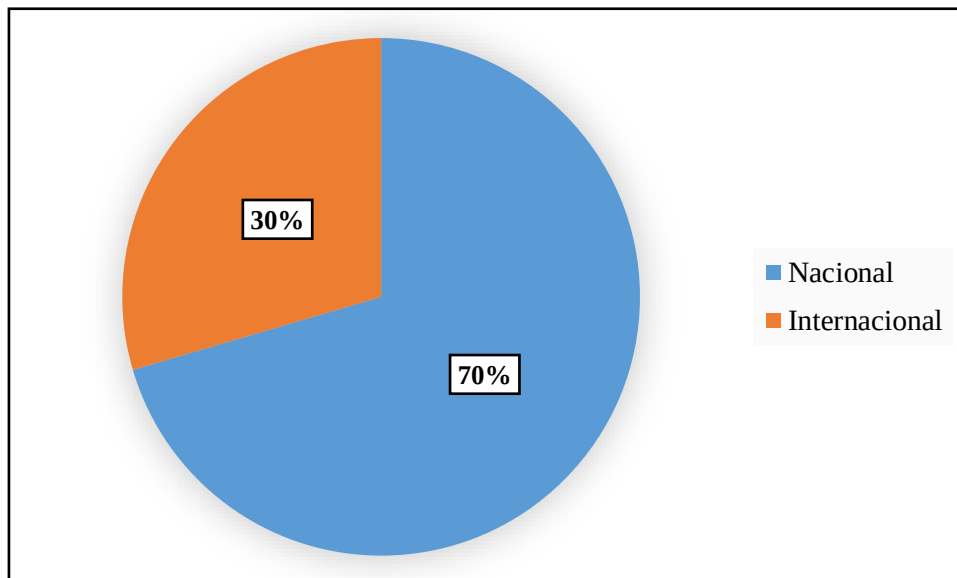


Figura 22. Preferencia Nacional o Internacional

Interpretación: Obtenida la información de las encuestas se da como resultado que la mayoría de los empleados prefieren batas quirúrgicas hechas aquí en Ecuador, por lo que es menos gastos y menos tiempo de envío, además que hoy en la actualidad, a nivel nacional también se cuenta con tecnología de mayor duración y anti-fluido para mayor protección.

Pregunta 9: ¿Usted cree que la ropa quirúrgica con tela laminada será de ayuda en la Bio-seguridad de las personas?

Tabla 15
Seguridad de la tela laminada

Seguridad de tela laminada	Frecuencia	Frecuencia %
Totalmente de acuerdo	185	64%
De acuerdo	80	27%
Neutral	15	5%
Desacuerdo	8	3%
Totalmente desacuerdo	3	1%
Total	291	100%

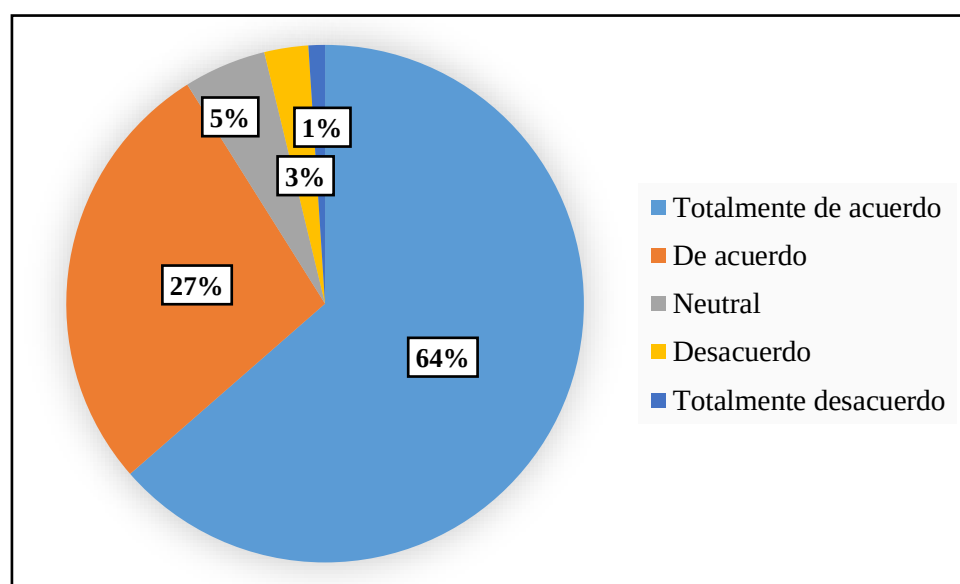


Figura 23. Seguridad de la tela laminada

Interpretación: En la encuesta realizada se ve reflejada la confianza que se tiene en la tela laminada, el 64% de los encuestados dijeron estar totalmente de acuerdo por lo tanto el nivel de factibilidad por parte de los empleados de los hospitales es alto, la comercialización de las batas quirúrgicas de tela laminada será aceptable por los consumidores.

Pregunta 10: ¿Cuentan con el cumplimiento de las normas de bioseguridad en el hospital?

Tabla 16
Bioseguridad

Normas de bioseguridad	Frecuencia	Frecuencia %
Siempre	150	52%
Frecuentemente	80	27%
A veces	30	10%
Rara vez	24	8%
Nunca	7	2%
Total	291	100%

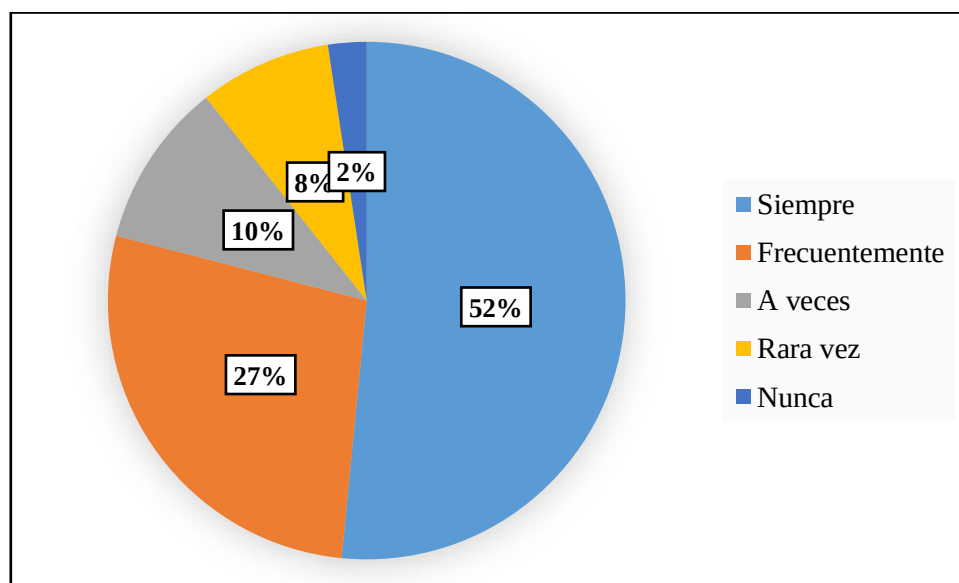


Figura 24. Bioseguridad

Interpretación: Mediante la encuesta que se ha realizado en algunos hospitales de Guayaquil en la parroquia Tarqui, se puede observar que el 52% están llevando a cabo los parámetros necesarios para no incrementar el número de contagiados, no obstante, aún existen hospitales que no cuentan con algunas medidas de bioseguridad.

Pregunta 11: ¿Al ingresar a las cirugías o en el campo de infectología usan distintas batas quirúrgicas?

Tabla 17
Uso de las batas quirúrgicas

Uso debido de las batas	Frecuencia	Frecuencia %
Siempre	250	86%
Frecuentemente	30	10%
A veces	5	2%
Rara vez	2	1%
Nunca	4	1%
Total	291	100%

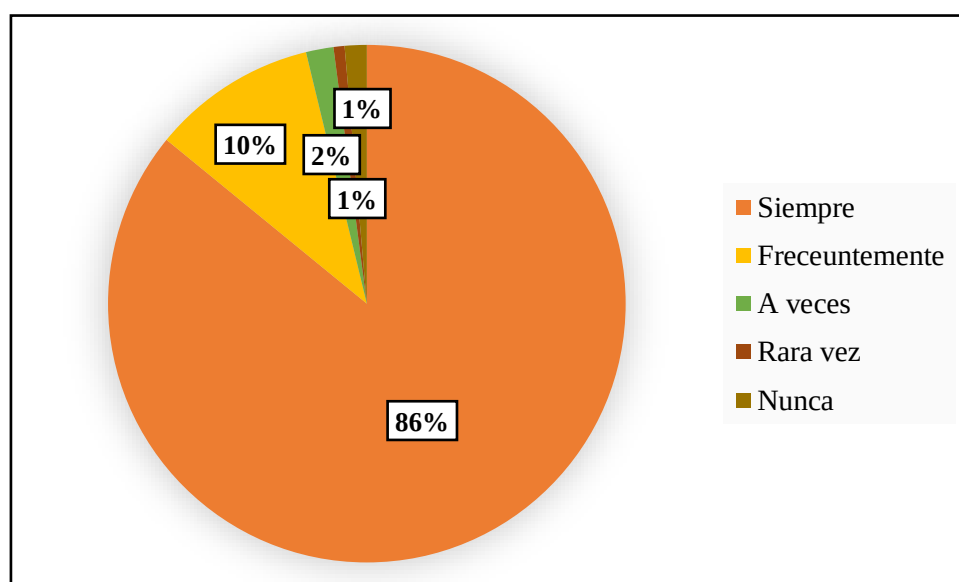


Figura 25. Uso de las batas quirúrgicas

Interpretación: El cambio frecuente de las batas quirúrgicas cada vez que entras a un quirófano o vas a un área donde existen probabilidades altas de contagio es cuidar el bienestar no tan solo propio sino también a los pacientes que se están haciendo atender en el hospital. En la encuesta realizada se presentó que el 86% lo hace siempre, y tan solo el 1% indicaron que no lo hacen por falta de recursos.

Pregunta 12: ¿Cuál es el rango del precio que usted paga por la bata quirúrgica que adquiere?

Tabla 18
Precio Batas quirúrgicas

Precio	Frecuencia	Frecuencia %
0,60 a 1,00	15	5%
1,00 a 1,80	33	11%
1,80 a 2,20	28	10%
2,20 a 2,50	152	52%
Otro	63	22%
Total	291	100%

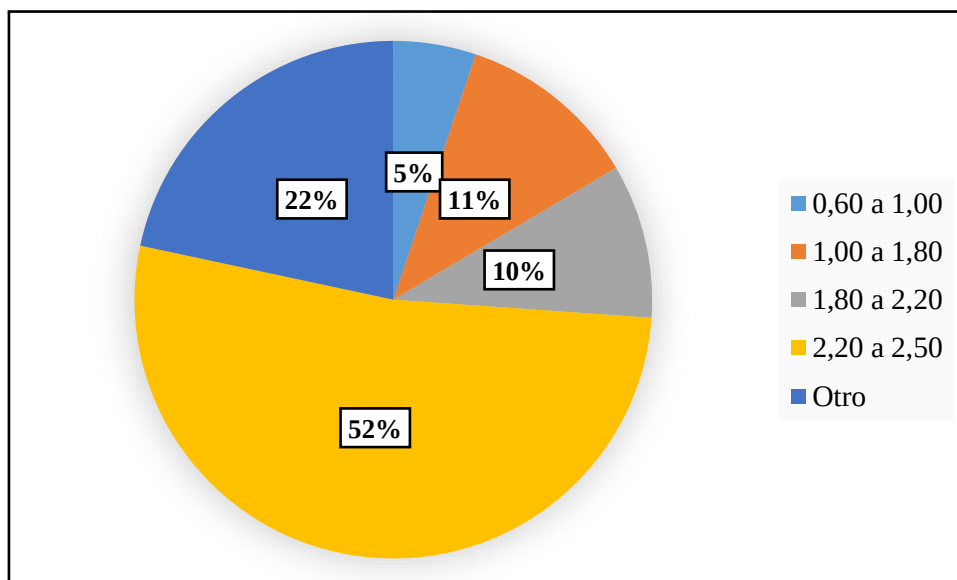


Figura 26. Precio Batas quirúrgicas

Interpretación: Mediante la encuesta realizada se puede observar que el 52% de los empleados que se han encuestado adquieren este producto entre \$ 2,20 a \$ 2,50, por lo que es un precio que está al alcance del consumidor, lo cual se va a comparar el precio del producto que se comercializará mediante la hoja de costo y hacer un análisis que determine un valor que se encuentre entre este rango.

Pregunta 13: ¿Qué procedimientos utiliza usted para adquirir las batas?

Tabla 19

Forma de compra

Forma de compra	Frecuencia	Frecuencia %
Compras por internet	28	10%
Vía telefónica	63	22%
Autoservicio	30	10%
Locales	155	53%
Elaborado propio	15	5%
Total	291	100%

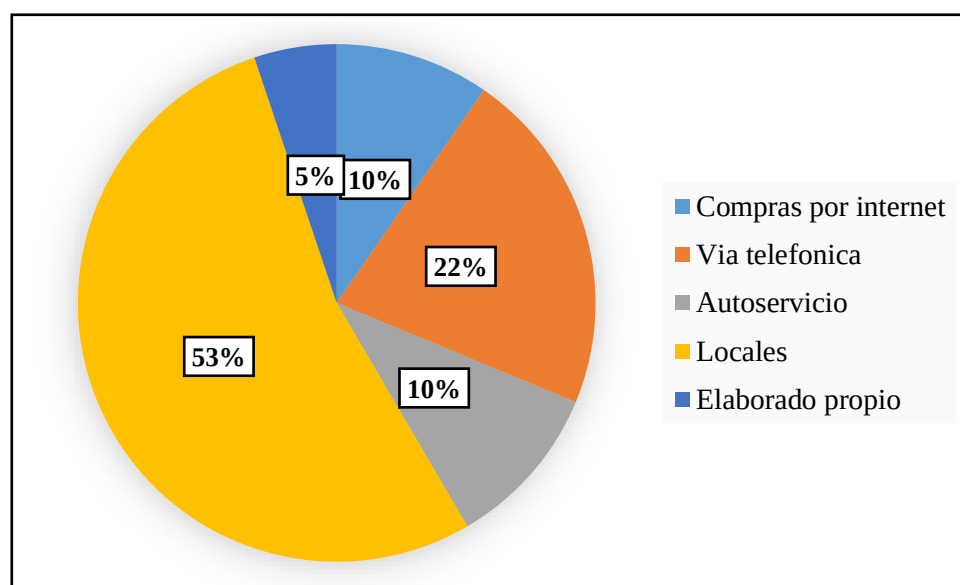


Figura 27. Forma de compra

Interpretación: Por la información dada en la encuesta se puede analizar que el 53% de los empleados que trabajan en hospitales adquieren sus productos en locales, sean estos: farmacias, locales comerciales o en bazar, a su vez también se refleja que una herramienta necesaria como es la vía telefónica también influye en la comercialización como es el caso del 22% de los empleados de hospitales llaman a adquirir o averiguar precios por el producto que se está vendiendo.

Pregunta 14: ¿Usted recomendaría el uso de las batas quirúrgicas de tela laminada?

Tabla 20
Recomendación del uso de las batas quirúrgicas

Recomendación del uso de las batas	Frecuencia	Frecuencia %
Totalmente de acuerdo	280	96%
De acuerdo	11	4%
Neutral	0	0%
Desacuerdo	0	0%
Totalmente desacuerdo	0	0%
Total	291	100%

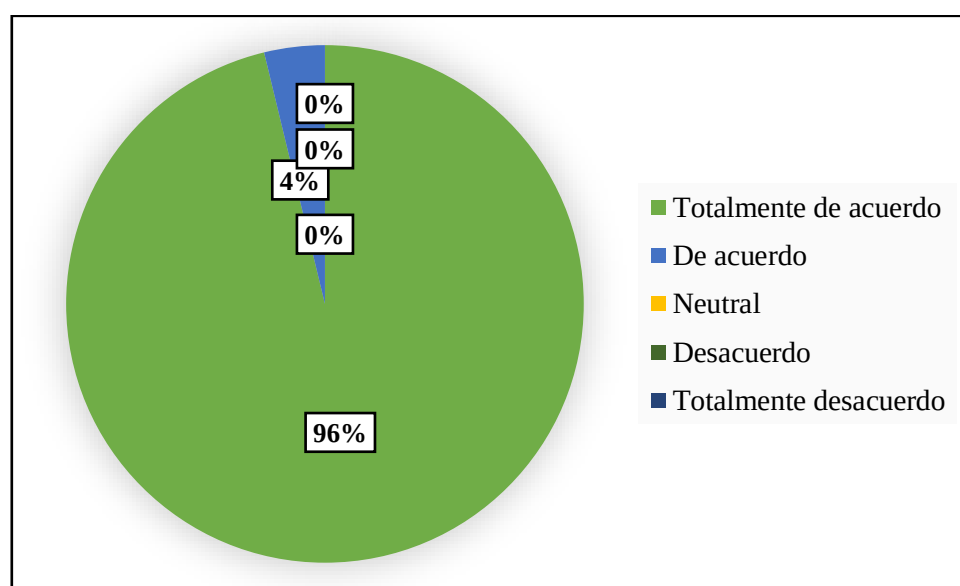


Figura 28. Recomendación del uso de las batas

Interpretación: El uso debido de las batas quirúrgicas con polipropileno o también llamado tela laminada, es algo que todos los que estén en un hospital, donde la probabilidad de contagio es más alta tienen que usar para su cuidado, el porcentaje que se ve en la imagen refleja que aun así hay personas que no lo recomiendan por lo que es fastidioso usarlo, por falta de recurso, o porque no se ven obligados a usarlo.

3.10.1. Informe del Estudio de Mercado.

1. *Introducción al estudio de mercado.*

Para el estudio de mercado de este proyecto se pretende establecer la factibilidad de la empresa BAXMEDIC S.A., las técnicas generales de la comercialización de las batas quirúrgicas, se va a identificar la segmentación del mercado en donde serán comercializadas las batas quirúrgicas, la ubicación de la empresa, las estrategias de comercialización y el análisis técnico del proyecto, para evaluar si es viable y factible.

2. *Objetivos del estudio de mercado.*

Tiene como objetivo analizar los factores de los competidores, de productos similares al que se va a comercializar, el impacto que este tendrá en el mercado, las circunstancias que van a conllevar al momento de la creación de la empresa, en que puede afectar al medio ambiente, si existen empresas con estas mismas cualidades, el comportamiento de los consumidores al momento de adquirir el producto, todo esto dependerá para poder determinar que decisiones tomar para que la organización tenga buena apreciación.

3. *Producto.*

Las batas quirúrgicas se las elaborará a base de materiales en tela laminada importada, es un tipo de material que no es tejido, pero es resistente, anti fluido lo que además protege a las personas de cualquier virus en el ambiente, su confección será con mangas largas para mejor protección de todo el cuerpo y con empuñadora de algodón que haga presión de la muñeca de la mano para evitar que alguna partícula ingrese por esa vía, en el espaldar se encuentran tiras las cuales son ajustables por uno mismo o un ayudante, será empaquetada en una funda con zipper se le pondrá un logotipo con el

nombre de bata quirúrgica de tela laminada, fecha de elaboración y expiración, registro sanitario, número de lote, talla y código de barra.

4. *Segmento de mercado.*

Según los datos obtenidos por las encuestas realizadas nuestros potenciales clientes consumidores del producto tienen una edad entre 21 y 65 años y buscan un producto que les brinde seguridad en el momento de ejercer su trabajo, como es la tela laminada que cumple con las normas de bioseguridad siendo cómodas y flexibles al momento de su uso, pagando por ellas un precio justo y razonable por el material que utiliza.

5. *Delimitación y descripción del mercado.*

Para esta investigación se tomó la decisión de acotar el campo de estudio que en un inicio tenía previsto estudiar al sector hospitalario de la ciudad de Guayaquil, sin embargo; por asuntos del factor tiempo y de la situación de emergencia sanitaria por el COVID-19 en la que nos encontramos, se define el estudio a la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil, por ser uno de los sectores más grandes de la ciudad, además de contener los principales hospitales donde concurren la mayoría de pacientes y personal hospitalario.

En este mercado de la comercialización de batas quirúrgicas existen determinados grupos de consumidores consistentes, quiere decir que para satisfacer las necesidades de los clientes se debe realizar un producto acorde a las consecuencias que pueden ocasionar si no se toma conciencia, como lo es en el personal médico de la ciudad de Guayaquil - Parroquia Tarqui, los cuales se ha seleccionado en hombres y mujeres entre 21 hasta 65 años de edad, de clase social media alta y alta con gustos modernos e innovadores.

6. *Demanda del producto.*

El presente proyecto de fabricación de batas quirúrgicas está enfocado al personal médico de los hospitales de la ciudad de Guayaquil en la parroquia Tarqui, el producto será comercializado como alta gama, buscando satisfacer las necesidades de los clientes, según los datos estadísticos, en las encuestas se informa que el reemplazo de las batas quirúrgicas es del 62% de la muestra, lo hacen de 2 a 5 veces por día verificando la aceptación de las batas de tela laminada por su resistencia, anti-fluido, y su máxima protección, su demanda aproximada será de 3.840 batas quirúrgicas de tela laminada mensuales, por lo que su distribución será para los hospitales del sector norte de la ciudad de Guayaquil, considerando los precios por cada bata que sean asequibles para el usuario.

7. *Oferta del producto.*

El comportamiento de la oferta es de acuerdo a la disponibilidad del producto que se desea comercializar dentro de su mercado según las encuestas realizadas el 62% de la muestra indica que un médico hace cambio de 2 a 5 batas por día, por lo tanto, tienen variaciones al momento de seleccionar el producto que esté de acuerdo a sus necesidades.

Se determina por medio de los materiales que se necesitarán para la elaboración del producto con la finalidad de hacer proyecciones, las unidades a producir serán de 3.840 batas quirúrgicas mensualmente y 46080 anual, para su respectiva comercialización, y hacer proyecciones para otros años.



Figura 29. Prototipos batas quirúrgicas laminadas

8. Precios.

Las batas quirúrgicas de la empresa Baxmedic S.A., para determinar el precio de venta al público se ha tomado en cuenta los costos de la materia prima directa, mano de obra directa, y los gastos indirectos de fabricación, también se han tomado en cuenta la mano de obra indirecta, por lo tanto, el precio será de \$ 2,33 al público, el costo unitario será de 1,15 y obteniendo un margen de contribución del 103.13% de la utilidad deseada.

El precio del mercado se encuentra en un rango de \$ 2 a \$ 3 para esto se ha tomado a 5 distintas empresas las cuales fabrican y distribuyen este producto identificando que sus precios son elevados por la diversidad de productos que ellos comercializan, por lo tanto, las batas quirúrgicas de Baxmedic se encuentra con un nivel de aceptación por su precio bajo y está al alcance de los clientes.

Tabla 21
Comparación de precios de la competencia

Otras empresas		Baxmedic S.A.
DHISVE	\$ 3,45	
PROMEDICO S.A.	\$ 3,00	
JANOMEDICAL	\$ 2,50	\$ 2,33
MEDICAL STORE	\$ 3,00	
DAJOVIC	\$ 2,45	

9. Estrategia de comercialización del producto.

El producto será comercializado en la ciudad de Guayaquil, dirigido a los hospitales de esta ciudad, su distribución será directamente con cada uno de los clientes, acorde a la cantidad de pedidos que ellos quieran realizar se les llevará la mercancía a su domicilio o a la ubicación donde el usuario se encuentre. El nivel de canal de distribución será 0, por lo que uno de los empleados de la empresa será encargado de distribuir las batas quirúrgicas de tela laminada y para dar a conocer el producto que son las batas quirúrgicas de tela laminadas, la empresa utilizará los siguientes medios: Relaciones públicas y publicity, marketing digital y ventas personales directas con los usuarios, este recurso de publicidad brindará información detallada del producto que se está ofreciendo, estableciendo así una estrategia de marketing denominada B2C que es venta de un producto directamente al cliente.

10. El mercado de insumos.

Tenemos a los proveedores nacionales que otorgarán lo que son los insumos el Almacenes José Puebla, Comercial Espinel y el Comercial Inmobiliaria Dassum S.A.

también están los proveedores internacionales que venderán las telas para la fabricación de las batas quirúrgicas:

Zhejiang Chagying Nonwoven CO., Ltd. (China) la Tela no tejida meltblown a \$10.86 kg Quanzhou Golden Nonwoven CO., Ltd. (China) la Tela no tejida en rollo a \$5.00 kg Foshan Rayson Nonwoven CO., Ltd. (China) la Tela no tejida en rollo a \$5.00 kg

Los proveedores nacionales le darán a la empresa los materiales necesarios para la fabricación de las batas quirúrgicas de telas laminada. En cambio, solo se recurrirán a los proveedores internacionales si se llegara a presentar escasez de la materia prima local.

11. Conclusiones del estudio de mercado.

La finalidad de la empresa Baxmedic será de producir y comercializar batas quirúrgicas con tela laminada, la cual se le atribuye características positivas por su resistencia, anti-fluido, y su máxima protección Se define el mercado objetivo a la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil, por ser uno de los sectores más grandes de la ciudad, además de contener los principales hospitales donde concurren la mayoría de pacientes y personal hospitalario.

El comportamiento de la oferta es de acuerdo a la disponibilidad del producto que se desea comercializar dentro de su mercado según las encuestas realizadas el 62% de la muestra indica que un médico hace cambio de 2 a 5 batas por día, verificando la aceptación de las batas de tela laminada. Su demanda aproximada será de 3.840 batas laminadas mensuales.

El precio de venta al público de las batas será de \$2.33 teniendo en cuenta los gastos de materia prima, mano de obra, entre otros. Comparando con los precios de la

competencia, Baxmedic se encuentra con un nivel de aceptación por su precio bajo y está al alcance de los clientes. Con respecto a las estrategias de comercialización, las batas laminadas serán comercializadas en la ciudad de Guayaquil, dirigido a los hospitales de esta ciudad, parroquia Tarqui, su distribución será directamente con cada uno de los usuarios, acorde a la cantidad de pedidos que ellos quieran realizar se les llevará la mercancía a su domicilio o a la ubicación donde el usuario se encuentre.

CAPÍTULO IV

4.1. Desarrollo de la propuesta

La calidad y seguridad en protección de cualquier enfermedad contagiosa que brinde el producto, es clave para tener éxito en esta industria, por lo tanto, la marca que representa la empresa será reflejado en la elaboración de las batas quirúrgicas de tela laminada que se está proponiendo.

Características

- Bata desechable laminada de manga larga
- Fabricada en tela no tejida 58% polipropileno-42% polietileno
- Con elástico en puños, 2 bolsas al frente y 4 tiras de amarre en el espaldar
- Tallas: S,M,L
- Presentación: Caja con 100 pzas (empaquetado de forma individual)

Ventajas

- Impermeable a algunos solventes (líquidos)
- No desprende pelusa
- Fácil manejo

Utilización

- Hospitales y clínicas
- Uso médico
- Laboratorios

Almacenamiento

- Dentro del paquete
- Temperatura ambiente

4.2. Naturaleza del negocio

Baxmedic S.A. será una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de batas quirúrgicas de tela laminada o de polipropileno. Utilizando este tipo de material de alta calidad, con excelente elaboración y buen manejo del producto, permite satisfacer las necesidades del cliente quienes son exigentes para pedir un bien que sea resistente al momento de querer usarla, permitiendo tener la confianza de las personas que adquieran el producto.

Por lo tanto, la solución se enfoca en dar tranquilidad y confianza para los clientes por medio de la entrega al lugar donde el empleado del hospital se encuentre, entregándoles agilidad y ahorrándole tiempo en salir a comprar las batas.

Las personas que se encargarán de mostrar una postura de manera segura para ofrecer el producto a los clientes o indirectamente a los hospitales, detallarán el producto al usuario con el fin de que ellos estén convencidos de que están adquiriendo algo novedoso y de precio ajustable al bolsillo de los consumidores, brindándoles protección de la más alta gama.

4.3. Diagnóstico o cadena de valor

La empresa Baxmedic S.A. se centrará en adquirir e invertir para la compra de la materia prima de calidad, contratar personal eficiente que tengan conciencia sobre la calidad del producto que se va a elaborar para un sector muy sensible y expuesto a que muchas personas se contagien de enfermedades como es el sector de la salud. Estos puntos son esenciales e importantes para la satisfacción de los clientes, teniendo un mercado meta favorable.

La comercialización, cadena de distribución y atención al cliente, estarán enfocadas en dar un producto garantizado y con el cual el cliente pueda trabajar sin ningún inconveniente, garantizando el bienestar de quienes adquieran las batas quirúrgicas.

4.4. Estrategias de comercialización

Según lo que indica (Sapag, Sapag, & Sapag, 2008) en su libro de preparación y evaluación de proyecto, para el proyecto deberá basarse en cuatro decisiones fundamentales que influyen individual y globalmente en la composición del flujo de caja del proyecto. Tales decisiones se refieren a las estrategias de: producto, precio, promoción y distribución.

a. Estrategia de producto.

Para (Sapag, Sapag, & Sapag, 2008) la estrategia de producto es un aspecto fundamental para cuantificar los costos de inversión y operación derivados de la experiencia que se quiera entregar al usuario con el uso del producto o servicio

La estrategia para el producto que se va a comercializar será llevar características relevantes a los empleados de los hospitales para que puedan saber todo sobre las batas quirúrgicas, mencionando también la tela laminada que es un material innovador y que es de máxima protección.

b. Estrategia de precio.

La definición del precio de venta debe conciliar diversas variables que influyen en el comportamiento del mercado. En primer lugar, se encuentra la demanda asociada con distintos niveles de precio; luego, los precios de la competencia para productos iguales y sustitutos y, por último, los costos, como lo indica (Sapag, Sapag, & Sapag, 2008).

Muy aparte de lo que el mercado indique sobre los precios de las batas quirúrgicas, la empresa Baxmedic S.A. y su investigación de mercado, realizará una hoja de costo en

donde se va a determinar el precio por medio de recopilación de costos de cada material que se vaya a necesitar, siendo estos los más económicos para que el valor que se le vaya a dar al producto sea favorable para la empresa y para los clientes.

c. Estrategia de promoción.

La definición de la estrategia de promoción también requiere un estudio complejo que, para los fines que persigue el preparador y evaluador de proyectos, muchas veces se evidencia con una cotización solicitada a una empresa especialista, según lo dicho por (Sapag, Sapag, & Sapag, 2008).

Para la promoción se va a recurrir a poner el producto en páginas web que sean frecuentemente visitadas y que esté a la vista de sus usuarios: Facebook, Correos electrónicos, Twitter, Instagram, que son páginas gratuitas y que la mayoría de personas utilizan.

d. Estrategia de distribución.

(Sapag, Sapag, & Sapag, 2008) Indica que, el estudio de los canales de distribución también tiene importancia al definir la estrategia comercial, pues determina en gran medida el alcance de la demanda. Como se mencionó anteriormente, cuando se trata de productos de alta cobertura geográfica y dirigida a diversos segmentos de mercado geográficamente dispersos.

Para los canales de distribución del producto será dado por un encargado de la empresa mismo, el cual estará en contacto con el cliente para la entrega respectiva, el producto será dado empaquetado, en óptimas condiciones, con sus sellos respectivos, valorizando lo que el empleado del hospital indique sobre la bata quirúrgica que está adquiriendo

4.5. Valores de la empresa

Los siguientes valores son una muestra de que el presente proyecto ofrece para los clientes que sean fieles al producto y también demostrando cordialidad a quienes aún no lo sean:

- Exigir a los proveedores materia prima de calidad y a un precio favorable para la empresa y que sea asequible para los clientes.
- Los productos fabricados dentro de la empresa, no serán como resultado de una explotación laboral, como obligaciones o trabajo forzado, la empresa se enfocará en que los empleados tengan un buen ambiente laboral y que sean bien remunerados para que la calidad de las prendas sea óptima para su uso.
- Responsabilidad y relación continua con nuestros clientes por medio de nuestros canales de comunicación y atención al usuario.

4.6. Procesos de Importación

Como medida de contingencia si se llegara a presentar escasez en el local de tela laminada, Baxmedic optará por importar este material de China por lo que es un lugar habitual de muchas empresas y su libre mercado en los precios, para esto se presenta el siguiente flujo de proceso el cual determinará puntos específicos para la compra de la materia prima.

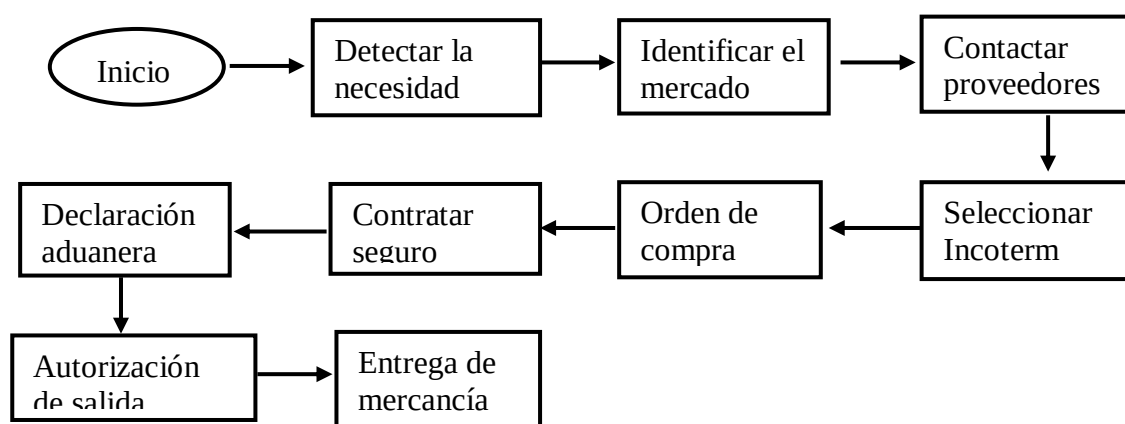


Figura 30. Flujo de procesos para importación Tela Laminada

4.7. Incoterm

Son las normas internacionales que se toman en consideración el crecimiento de la economía, aumentando la atención a la seguridad en el transporte de bienes, la flexibilidad de la cobertura del seguro y el conocimiento de embarque a bordo (García de la Serrana, 2020).

Tabla 22
Modalidad de transporte

Incoterm	Definición
EXW (Ex Works)	En fábrica, lugar conveniente
FCA (Free Carrier)	Transportista, lugar conveniente
CPT (Carriage paid to)	Transporte pagado hasta el destino
CIP (Carriage and Insurance paid to)	Transporte seguro y pagado
DAP (Delivered at place)	Entrega en el lugar convenido
DDP (Delivered duty paid)	Entregas con derechos pagados

Fuente: Guía práctica en la operativa de comercio internacional, (2020)

Tabla 23
Transporte marítimo

Incoterm	Definición
FAS	Puerto de carga
FOB	Libre a bordo
CIF	Costo, seguro y flete
CFR	Costo, flete y Puerto de destino

Fuente: Guía práctica en la operativa de comercio internacional, (2020)

Para la empresa Baxmedic S.A. El medio de transporte para la importación de la tela laminada será por vía marítima utilizando la incoterm FOB, por sus siglas en inglés

(free on board) que quiere decir libre a bordo y explicando con más detalles se ha escogido este término por lo que el propietario será quien ocupe los gastos del traslado de la mercadería que está adquiriendo, controlará el tiempo y él mismo podrá contratar a la compañía naviera que traslade la mercancía.

4.8. Misión y visión

4.8.1. Misión.

Somos una empresa que elabora y comercializa batas quirúrgicas de tela laminada con mayor durabilidad y anti-fluido, protegiendo y satisfaciendo los requerimientos de bioseguridad del personal médico, manteniendo la confianza de nuestros clientes.

4.8.2. Visión.

Baxmedic S.A. dentro de cinco años será una empresa posicionada en el mercado nacional de fabricación y comercialización de las batas quirúrgicas de tela laminada contando con sucursales ubicadas estratégicamente en diferentes sectores de la ciudad de Guayaquil, ofreciendo productos de alta calidad y satisfaciendo las necesidades del personal médico.

4.9. Estructura Organizacional

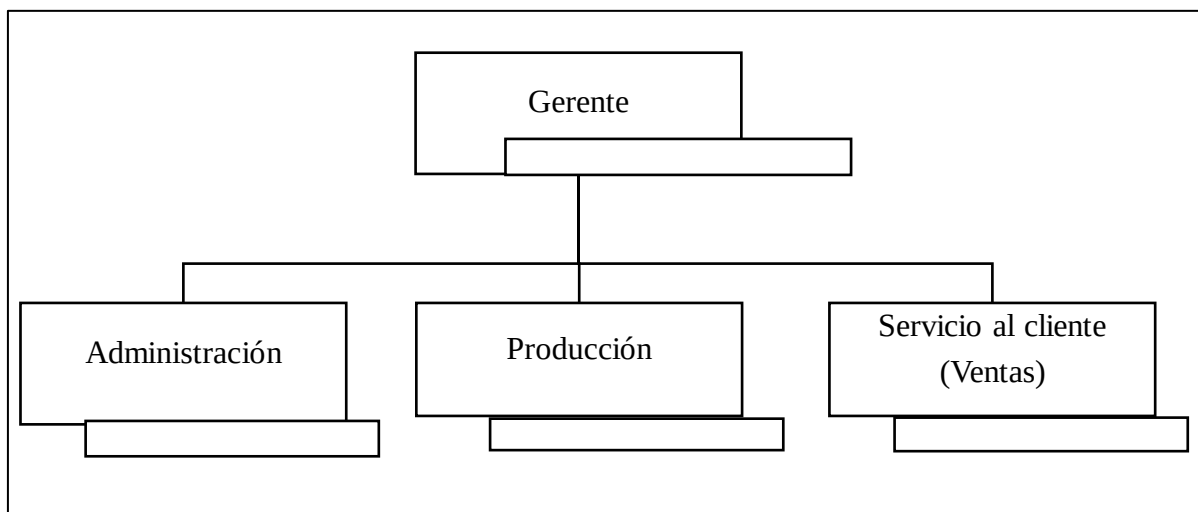


Figura 31. Organigrama Baxmedic S.A

4.10. Descripción de puestos

A continuación, se detallan cada una de las áreas de la empresa Baxmedic S.A. necesarias para el desarrollo del proyecto.

	BAXMEDIC S.A.
	Mayor protección, Mayor seguridad
	Descripción de puesto
Cargo	Gerente
Responsabilidad	Informa la situación de la empresa Buena relación laboral con todos los departamentos Toma de decisiones Actualizado sobre la competencia Hacer la empresa creativa y dinámica Lograr ventajas competitivas
Conocimientos	3 años de experiencia en cargos similares Buen manejo de ambiente laboral Motivación

Figura 32. Descripción de Cargo: Gerente

	BAXMEDIC S.A.
	Mayor protección, Mayor seguridad
	Descripción de puesto
Cargo	Administrador
Responsabilidad	Registrar y analizar datos financieros Planificación y proyección de estados financieros Medición de ingresos Presupuesto e indicadores de rendimiento Escenarios favorables y desfavorables Financiamiento Flujo del capital
Conocimientos	3 años de experiencia en cargos similares Buen manejo de ambiente laboral Carrera técnica en contabilidad Creación de presupuestos Buen manejo de recursos financieros

Figura 33. Descripción de Cargo: Administrador

	BAXMEDIC S.A.
	Mayor protección, Mayor seguridad
	Descripción de puesto
Cargo	Operadores
Responsabilidad	Las operaciones que se realicen sean de manera eficiente y oportuna Los procesos de operación sean óptimos Mejorar los sistema y gestión operativa Gestionar los estados financieros para darle un buen uso Aumenta la productividad Controla la calidad de las batas quirúrgicas Logística interna Liderazgo Optimización de procesos Desarrollo operacional
Conocimientos	3 años de experiencia en cargos similares Efectividad organizativa Principios comerciales y financieros Habilidad de liderazgo y motivación Gestión de operaciones

Figura 34. Descripción de Cargo: Operadores

	BAXMEDIC S.A.
	Mayor protección, Mayor seguridad
	Descripción de puesto
Cargo	Vendedores
Responsabilidad	Responder llamadas del cliente Buena atención y comprensión con los usuarios Buen manejo de comunicación Actualizar al cliente con nuevos beneficios Resolver inconvenientes de manera rápida Alto nivel de profesionalismo Sentido de humor Ser paciente y educado
Conocimientos	Ser cordial con los clientes Título profesional Excelente habilidad de comunicación Buen desenvolvimiento para atender a los clientes Atención inmediata Responder quejas

Figura 35. Descripción de Cargo: Vendedores

4.11. Recursos

4.11.1. Recursos humanos.

Los recursos humanos de la empresa Baxmedic serán detallados en la siguiente tabla:

Tabla 24

Recursos humanos Baxmedic S.A.

Cargo	Cant.	Tiempo de trabajo	Horas trabajadas (Diaria)
Gerente	1	Medio tiempo	6 horas
Administrador	1	Medio tiempo	6 horas
Operarios máquinas	5	Completo	8 horas
Vendedores	2	Medio tiempo	6 horas

4.11.2. Recursos físicos.

Dentro de los recursos físicos que conforman a la empresa Baxmedic se encuentran las maquinarias y equipos a utilizar para la producción, también se incluyen los equipos y muebles de oficina administrativos.

Tabla 25

Maquinarias y equipos área de producción

Área de producción	Unidades	Precio Unit.	Precio Total
Máquina de coser overlock	2	\$ 295,00	\$590,00
Máquina de coser recta	2	\$ 390,00	\$780,00
Plancha industrial	1	\$ 620,00	\$620,00
Cortadora industrial	1	\$ 352,00	\$352,00
Mesa de trabajo	6	\$ 140,00	\$840,00
Sillas	6	\$ 6,80	\$30,00
Tijeras	5	\$ 0,35	\$1,75

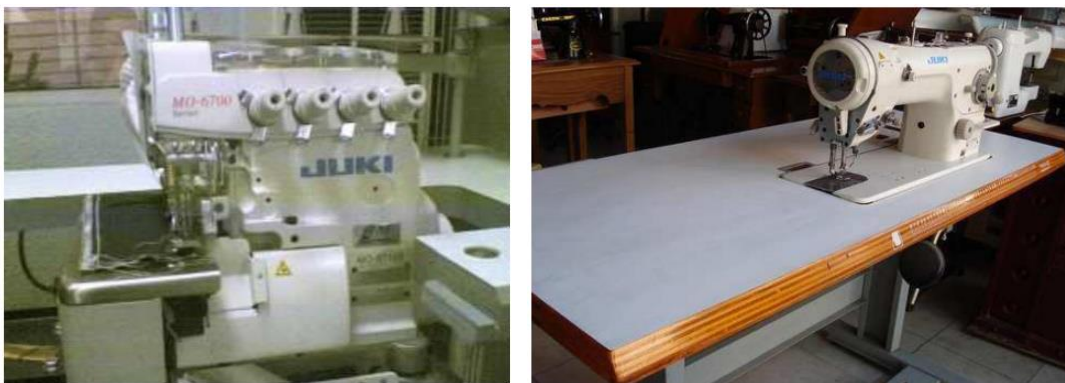


Figura 36. Máquinas de coser: overlock y costura recta.

Tabla 26
Equipos y materiales del área administrativa

MUEBLES Y ENSERES	Cantidad	Valor		Valor total
		unitario		
Escritorio	4	\$	100,00	\$ 400,00
Archivadores	4	\$	98,00	\$ 392,00
Sillas	12	\$	15,00	\$ 180,00
Vitrinas	5	\$	60,00	\$ 300,00
EQUIPO DE COMPUTO				
Computadora de oficina	3	\$	600,00	\$ 1.800,00
Impresora	3	\$	220,00	\$ 660,00
Teléfono	3	\$	12,00	\$ 36,00
EQUIPO DE OFICINA				
Calculadora	4	\$	1,50	\$ 6,00
Grapadora	5	\$	2,00	\$ 10,00
Perforadora	5	\$	2,00	\$ 10,00
Paquetes de papel	4	\$	2,50	\$ 10,00
Carpetas	6	\$	0,75	\$ 4,50
Esferos (paquete)	2	\$	1,50	\$ 3,00

4.11.3. Insumos.

Los recursos de insumos de la empresa Baxmedic son las telas que se utilizarán para la fabricación del producto, siendo estas las más esenciales, la tela laminada o polipropileno y la tela algodón en rollos. Adicional, los hilos, empaques y cartones.

Tabla 27

Materiales y costos de la bata quirúrgica

Materiales batas quirúrgica	Unidad de medida	Cantidad	Precio Unit.
Tela laminada o polipropileno (rollo de 100 mts.)	Rollo	77	\$ 1,152.00
Tela algodón (rollo de 100 mts)	Rollo	8	\$ 89.63
Hilos de tela overlock 500 mts	Metros	31	\$ 82.02
Funda de empaque zipper 20x15cm (cada paquete 100 fundas)	Cm	26	\$ 15.36
Cartón troquelado (paquete 50) 20x30x20 cm	Cm	38	\$ 12.80



Figura 37. Composición de la tela laminada polipropileno

4.12. Flujograma: línea de producción

A continuación, se presenta el flujograma de la línea de producción que llevará a cabo la empresa Baxmedic S.A. (Ver figura 38)

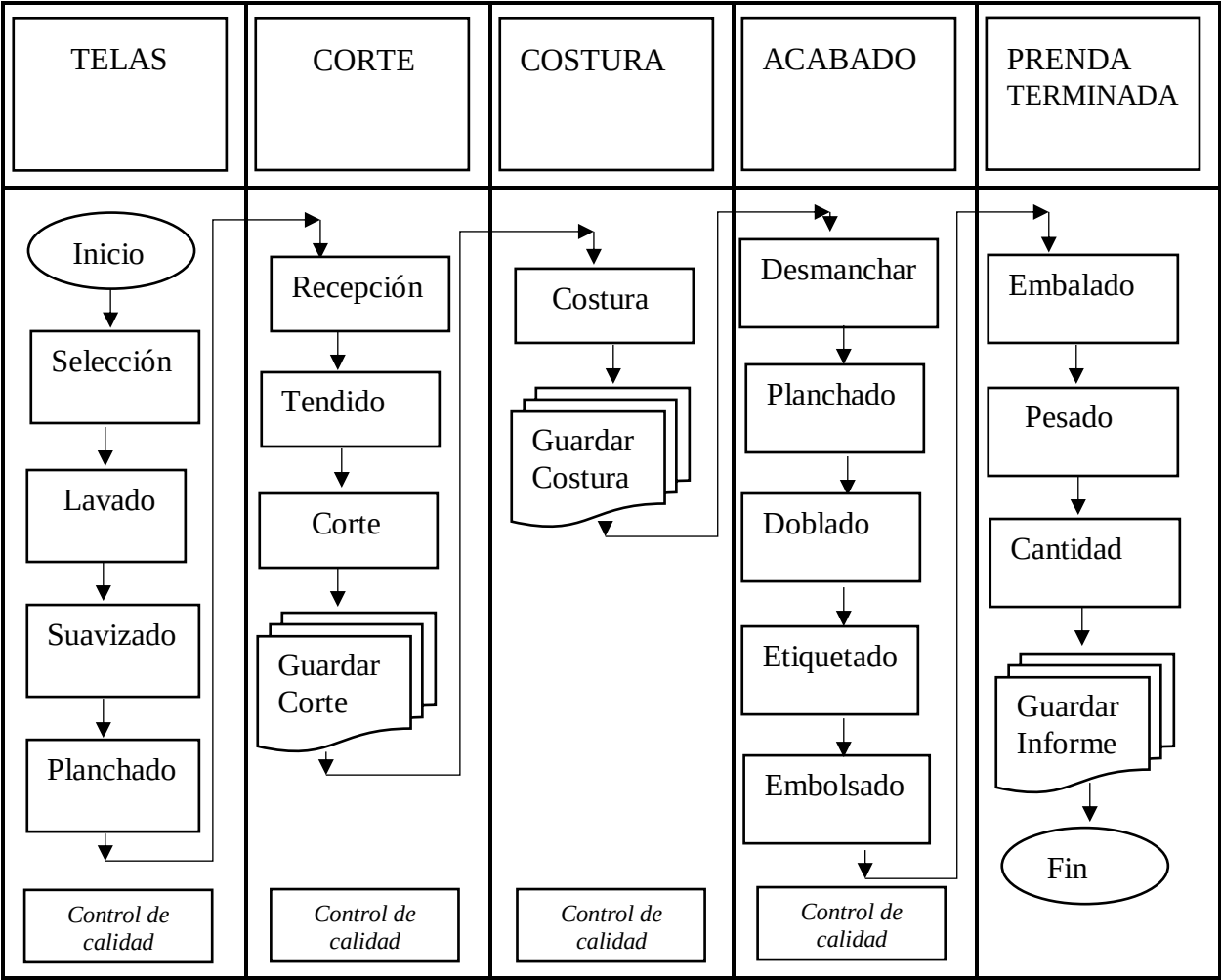


Figura 38. Flujograma de la producción Batas laminadas.

4.12.1. Descripción Flujograma de producción.

a. Telas.

Para la selección de las telas se consulta con personas que ya tienen conocimientos sobre las batas quirúrgicas y su material, se escogerá telas de alta calidad con un precio no tan exigente para que este no se incremente en el precio del producto terminado, se realizará verificación continua de las compras que se realicen, y que la tela laminada llegue en óptimas condiciones y que cuente con los registros sanitarios y de calidad correspondientes a las normas ISO 9001.

b. Corte.

En este proceso se tiende la tela sobre una mesa para realizar los respectivos cortes y que este forme un molde para el siguiente proceso, para estos cortes se van a necesitar modelos de cómo va a quedar en el producto terminado quedando así un solo formato para continuar con este mismo diseño que permita mantener la calidad y mejores resultados en la fabricación del producto.

c. Costura.

Luego de que se hayan realizado los cortes, la costura es la unión de estos, incorporándose también pequeñas partes como las tiras que van en la parte espaldar, los puños que son hechos con tela de algodón, dándole un mejor diseño para la satisfacción del cliente y complementado el producto para su etapa final

d. Acabado.

Una vez realizado todos los procedimientos anteriores el producto está finalizado, y se verifica su calidad, su resistencia, se hacen inspecciones de la prenda para su

respectiva entrega, se revisan cada mínimo detalle, hasta que sea aprobado por el gerente de la empresa.

e. Producto terminado

Finalizado e inspeccionado el producto se realiza el embalado para que no entren partículas, polvo o que no se manche, luego se lo empaqueta en sus respectivas cajas, se debe llevar los protocolos de seguridad que indican en las normas ISO 9001, se realiza un control de todos los productos que se elaboraron y se los registra en la base de datos.

4.13. Localización

La empresa BAXMEDIC S.A., en donde se encontrará la planta para la elaboración del producto, es en la ciudad de Guayaquil. La fábrica estará situada al pie de la Vía Daule, km. 30. Esta ubicación es ideal para bodegas, fábricas, industrias con acceso a servicios básicos como agua y energía eléctrica, la cual será alquilada y tendrá un costo de \$700 dólares mensuales.

4.14. Distribución de la planta y diagrama de recorrido

La proporción de la empresa será de 32m de ancho y 25m de largo, contará con áreas específicas la cuales se las visualizará en el diagrama de recorrido donde se va a determinar el área de la producción de las batas quirúrgicas (Ver figura 39). Aquí se ubicarán las máquinas de coser, la cortadora, la plancha industrial, las sillas para que los empleados estén cómodos, además, este espacio será de 18 mts de ancho y 10 mts de largo, dejando espacios de dos mts a los lados para un mejor desenvolvimiento de los trabajadores, también señalando salidas de emergencia las cuales serán de ayuda si la situación lo amerita. Por otra parte, el área administrativa, que es donde se encontrará el departamento del gerente y el servicio al cliente, cada espacio será de 4 mts² y también un espacio en donde se pueda almacenar el producto terminado (Bodega).

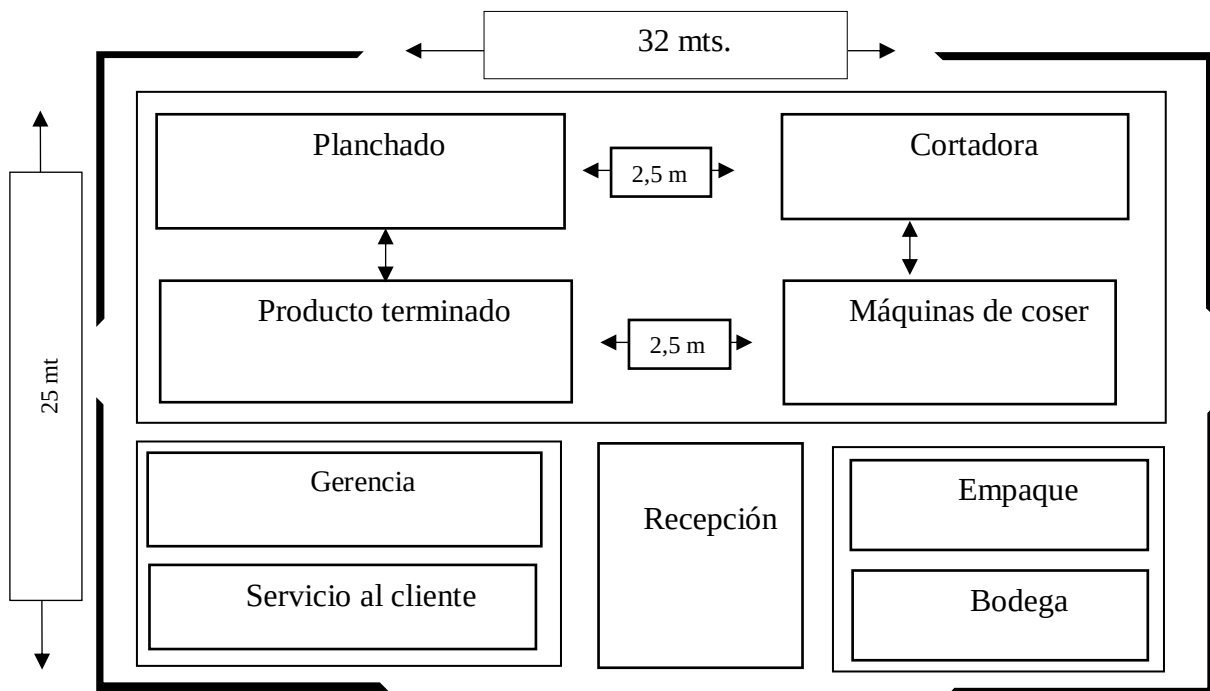


Figura 39. Distribución de la planta y diagrama de recorrido

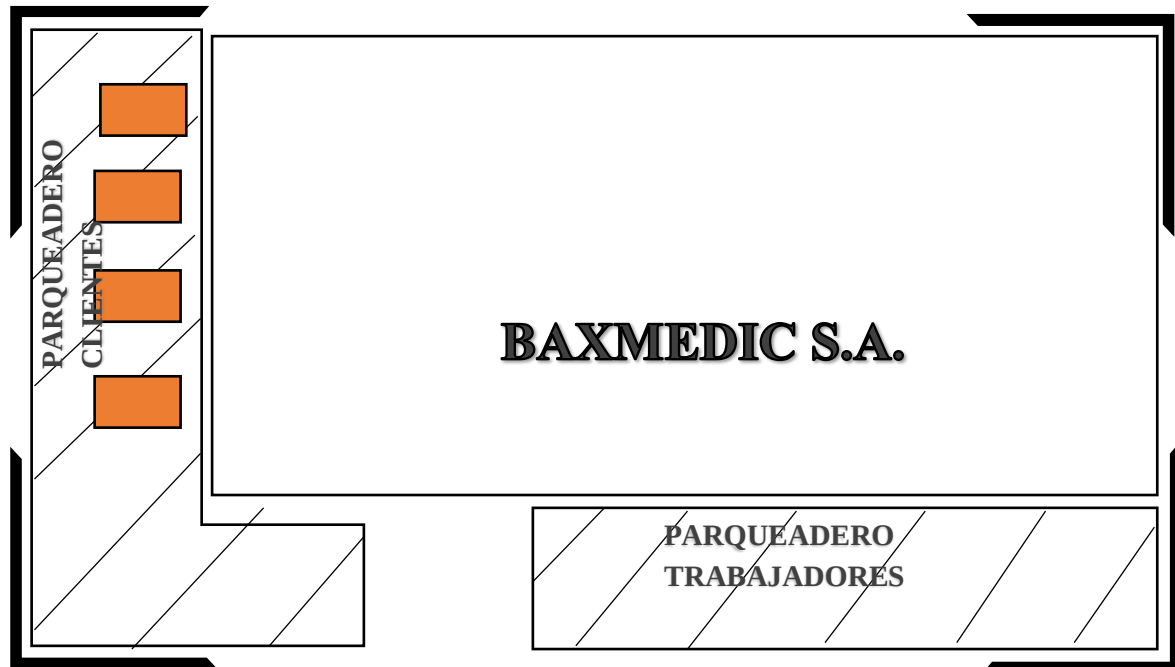


Figura 40. Diagrama externo de la planta Baxmedic

4.15. Cronograma de actividades

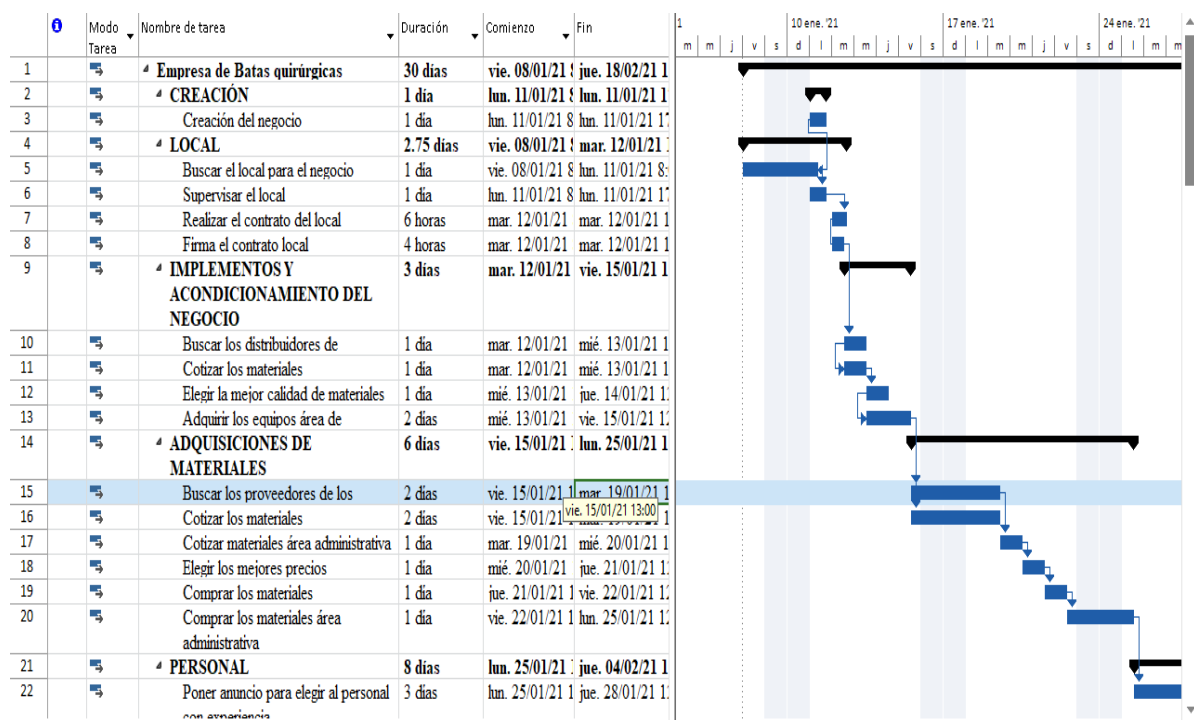


Figura 41. Cronograma creación del proyecto

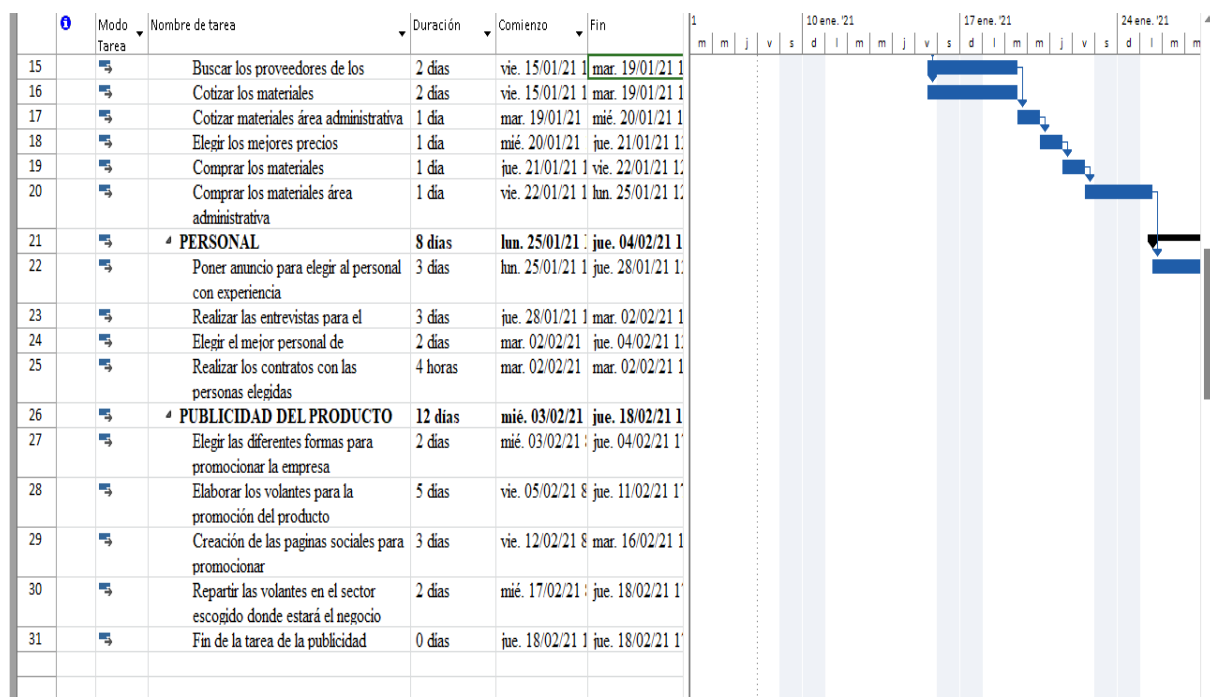


Figura 42. Cronograma creación del proyecto

CAPÍTULO V

5.1. Análisis financiero

La elaboración de un plan financiero permite al negocio tener una situación económica estable, identificando estrategias para que la empresa pueda manejar su rendimiento de forma adecuada y llevando un registro contable de todas las actividades.

El análisis financiero del presente proyecto que se determinará en este capítulo, constará de algunas etapas como la inversión en activos fijos, dentro del cual se detallarán las maquinarias y equipos necesarios para el giro del negocio. Además, se visualizará el capital de operaciones, el cual en base al resultado se procederá al análisis del financiamiento mediante préstamos bancarios con el Banco Pacífico.

Adicional, constará con la hoja de costos y gastos proyectados a un período de cinco años, en base a estos cálculos se determinará el precio de venta que estarían dispuestos a pagar los usuarios y la ganancia que reflejará el proyecto para el período de cinco años.

Finalmente, se realizarán los estados financieros principales y requeridos para el análisis económico del negocio: estados de resultado integral, flujo de efectivo, estado de situación financiera, el retorno de la inversión y los indicadores necesarios para evaluar la factibilidad del negocio.

5.1.1. Inversión

Para la empresa Baxmedic la inversión que se necesitará para la implementación del proyecto son los activos fijos necesarios para la puesta en marcha del negocio, además del efectivo propio, los gastos de pre operación, así como también las adecuaciones. En la tabla 28 se detallan los rubros mencionados anteriormente:

Tabla 28

Inversión Inicial

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Efectivo	\$ 15,000.00
Activos fijos	\$ 11,033.25
Gastos de preoperación	\$ 2,000.00
Adecuaciones	\$ 3,000.00
TOTAL INVERSIÓN	\$ 31,033.25

Tabla 29

Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Efectivo	\$ 15,000.00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 15,000.00

La empresa Baxmedic contará con capital de trabajo para este proyecto, el cual será de \$15,000.00 lo cual se sumará al total de activos fijos, gastos pre operativos y adecuaciones, como se refleja en la tabla 28, dando como resultado del total de la inversión \$31,033.25.

5.1.2. Financiamiento

Siendo la inversión total de \$31,033.25, el financiamiento del negocio se estructurará en dos partes, 36% capital propio de parte de los accionistas, lo cual asciende a \$11,033.25 y el 64% capital ajeno correspondiente a \$20,000.00, mediante el cual se solicitarán un préstamo al Banco Pacífico a largo plazo a 8 períodos semestrales y a una tasa de interés del 8% dando un valor mensual a pagar de \$ 3,414.54. Se aplica la tabla de amortización francesa. (Ver apéndice D).

Tabla 30
Financiamiento

Financiamiento			
Capital propio	36%	\$	11,033.25
Capital ajeno	64%	\$	20,000.00
Total	100%	\$	31,033.25

5.1.3. Costos

Para determinar el precio de venta al público se ha elaborado una hoja de costos tomando en cuenta los valores de la materia prima directa, mano de obra directa, y los gastos indirectos de fabricación, también se han tomado en cuenta la mano de obra indirecta, por lo tanto, el precio será de \$ 2,33 al público, el costo unitario será de 1,15 y obteniendo un margen de contribución del 103.13% de la utilidad deseada.

Tabla 31
Costo total unitario

Costo por unidad	
Costo fijo unitario (\$853/3840)	\$ 0.22
Costo variable unitario (\$3,551.70/3840)	\$ 0.92
Costo total unitario (0.22+0.92)	\$ 1.15

Tabla 32
Precio de venta al público

Precio de venta al público	
Costo unitario de producción	\$1.15
Costo unitario "otros"	\$0.40
Costo total	\$1.55
Precio de venta sin IVA	\$2.33
Precio de venta con IVA	\$2.61
Margen de contribución	103.13%

Tabla 33
Requerimiento hora por prenda

N° Operarios	Tiempo Requerido en min	Min. al día	Unidades diarias	Unidades mensuales	Unidades anuales				
5	15	480	160	3840	46080 AÑO1	48195 AÑO 2	50407 AÑO 3	52721 AÑO 4	55141 AÑO 5
Costo Total					\$52,856.36	\$55,583.76	\$58,396.66	\$61,293.89	\$64,273.96

Tabla 34
Nómina de producción

MANO DE OBRA DIRECTA	SUELDO MENSUAL		DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	IESS	VALOR MENSUAL CON BENEFICIOS		VALOR ANUAL					
Operador 1	\$	400.00	\$	33.33	\$	33.33	\$	11.11	\$	37.80	\$	439.98	\$	5,279.73
Operador 2	\$	400.00	\$	33.33	\$	33.33	\$	11.11	\$	37.80	\$	439.98	\$	5,279.73
Operador 3	\$	400.00	\$	33.33	\$	33.33	\$	11.11	\$	37.80	\$	439.98	\$	5,279.73
Operador 4	\$	400.00	\$	33.33	\$	33.33	\$	11.11	\$	37.80	\$	439.98	\$	5,279.73
Operador 5	\$	400.00	\$	33.33	\$	33.33	\$	11.11	\$	37.80	\$	439.98	\$	5,279.73
TOTAL	\$	2,000.00	\$	166.67	\$	166.67	\$	55.56	\$	189.00	\$	2,199.89	\$	26,398.67

Tabla 35
Hoja de costo

CANT.	Costo unit.	MEDIDA	DETALLE	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
77	\$15.00	Rollo de 100 mts	Tela laminada		\$ 1,152.00
8	\$11.67	Rollo de 100 mts	Tela algodón		\$ 89.63
31	\$2.67	Rollo 500 metros	Bobina Hilo		\$ 82.02
26	\$0.60	Paquete 100u	Fundas		\$ 15.36
38	\$0.33	Paquete 100u	cartón troquelado		\$ 12.80
8		Horas	Mano de Obra Marcado y Corte		\$ 400.00
8		Horas	Mano de Obra Confección		\$ 800.00
8		Horas	Mano de Obra Armado y Term		\$ 800.00
			Alquiler local	\$ 700.00	
			Suministro de limpieza	\$ 8.00	
			Gastos Teléfono	\$ 60.00	
			Agua	\$ 25.00	
			Energía Eléctrica	\$ 60.00	
Total				\$ 853.00	\$ 3,551.70

5.1.4. Costo de producción

Para poder identificar el costo de la producción, se ha identificado como primer paso establecer cuantas unidades vamos a producir anualmente tal como lo indica la tabla 33, en donde se visualiza el tiempo requerido para confeccionar una bata. Como segundo punto se plantea todos los costos variables y fijos, en donde se detalla la materia prima, la mano de obra, y los gastos indirectos de fabricación.

Tabla 36
Costo de producción

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima	\$ 52,856.36	\$ 55,583.76	\$ 58,396.66	\$ 61,293.89	\$ 64,273.96
Mano de obra directa	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
Costos indirectos de fabricación	\$ 345.20	\$ 345.20	\$ 348.75	\$ 348.75	\$ 348.75
Costo de producción	\$ 55,201.56	\$ 57,928.96	\$ 60,745.41	\$63,642.64	\$ 66,622.71

5.1.5. Gastos fijos u otros gastos

A continuación, se detallan los gastos fijos de la empresa Baxmedic, los cuales son aquellos que no intervienen en la producción del producto directamente, pero que se deben desembolsar de forma mensual y de manera fija.

Tabla 37
Gastos de administración

MANO DE OBRA INDIRECTA	SUELDO MENSUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	IESS	VALOR ANUAL
Gerente	\$ 500.00	\$ 41.67	\$ 33.33	\$ 13.89	\$ 47.25	\$ 6,499.63
Contador	\$ 450.00	\$ 37.50	\$ 33.33	\$ 12.50	\$ 42.53	\$ 5,889.66
Asesor comercial 1	\$ 300.00	\$ 25.00	\$ 33.33	\$ 8.33	\$ 28.35	\$ 4,059.76
Asesor comercial 2	\$ 300.00	\$ 25.00	\$ 33.33	\$ 8.33	\$ 28.35	\$ 4,059.76
Total	\$ 1,550.00	\$ 29.17	\$ 133.32	\$ 43.06	\$ 146.48	\$ 20,508.81

Tabla 38
Otros gastos

Otros gastos	Valor	1	2	3	4	5
	mensual					
Alquiler	\$ 700.00	\$ 8,416.13	\$ 8,429.89	\$ 8,441.27	\$ 8,450.26	\$ 8,456.85
Agua potable	\$ 25.00	\$ 300.58	\$ 301.07	\$ 301.47	\$ 301.79	\$ 302.03
Energía eléctrica	\$ 60.00	\$ 721.38	\$ 722.56	\$ 723.54	\$ 724.31	\$ 724.87
Telefonía e internet	\$ 60.00	\$ 721.38	\$ 722.56	\$ 723.54	\$ 724.31	\$ 724.87
Total	\$ 845.00	\$ 10,159.47	\$ 10,176.08	\$ 10,189.82	\$ 10,200.67	\$ 10,208.63

Tabla 39
Gastos de depreciación

Activo	Valor	Vida Útil	Valor anual
Maquinarias y Equipos	\$ 3,213.75	10	\$ 321.38
Muebles y enseres	\$ 1,323.50	10	\$ 132.35
Vehículo	\$ 4,000.00	5	\$ 800.00
Equipo de cómputo	\$ 2,496.00	3	\$ 832.00
Total depreciación			\$ 2,085.73

5.1.6. Proyección de ventas

Se presenta la proyección de ventas de la empresa Baxmedic para un período de cinco años. Los valores se obtuvieron multiplicando las unidades anuales por el precio de venta al público. En el primer año, se estima que las unidades anuales serán de 46080 multiplicado por el precio de venta \$2,33 se determina que para el año uno, las ventas anuales serían de \$107,184.54.

Tabla 40
Proyección de Ventas

Volumen de ventas anuales	1	2	3	4	5
Producto					
Bata médica	46080	48195	50407	52721	55141
Total	46080	48195	50407	52721	55141
VENTAS BRUTAS ANUALES					
Producto					
Bata médica	\$ 107,184.54	\$ 112,715.28	\$ 118,419.41	\$ 124,294.55	\$ 130,337.67
Total	\$ 107,184.54	\$ 112,715.28	\$ 118,419.41	\$ 124,294.55	\$ 130,337.67
VENTAS NETAS ANUALES					
Producto					
Bata médica	\$ 107,184.54	\$ 112,715.28	\$ 118,419.41	\$ 124,294.55	\$ 130,337.67

5.1.7. Políticas de ventas

La empresa Baxmedic establecerá las siguientes políticas de ventas: 35% de contado y 65% de crédito.

Tabla 41

Políticas de Ventas

PRESUPUESTO DE VENTAS	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
VENTA CONTADO (35%)	37,514.59	39,450.35	41,446.80	43,503.09	45,618.18
VENTA CREDITO (65%)	69,669.95	73,264.93	76,972.62	80,791.46	84,719.49
VENTA TOTAL	107,184.54	112,715.28	118,419.41	124,294.55	130,337.67
CUENTAS POR COBRAR	5,805.83	6,105.41	6,414.38	6,732.62	7,059.96

5.1.8. Políticas de compras

La empresa Baxmedic establecerá las siguientes políticas de compras: 50% de contado y 50% de crédito.

Tabla 42

Políticas de compras

PRESUPUESTO DE COMPRAS	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
COMPRA CONTADO	27,600.78	28,964.48	30,372.71	31,821.32	33,311.36
COMPRA CRÉDITO	27,600.78	28,964.48	30,372.71	31,821.32	33,311.36
COSTO TOTAL	55,201.56	57,928.96	60,745.41	63,642.64	66,622.71
CUENTAS POR PAGAR	2,300.07	2,413.71	2,531.06	2,651.78	2,775.95

5.1.9. Proyecciones financieras

Con los datos que se han demostrado anteriormente, se empieza a realizar los estados financieros correspondientes, los cuales van a determinar la viabilidad y factibilidad de la empresa, la información presentada se encuentra de forma real, con índices de precios investigados en otras empresas, y según lo que está reflejado en el Instituto nacional de estadísticas y censos (INEC).

A continuación, se presentará los siguientes estados: de resultados, flujo de efectivo y el estado de situación financiera. También se va a determinar el punto de equilibrio, el cual ayudará a la empresa a saber cuánto se va a ofrecer y la demanda que se va a necesitar, además, se va a identificar si la empresa es viable y determinando los ratios financieros correspondientes se demostrará la factibilidad del negocio de las batas quirúrgicas de tela laminada.

5.1.10. Estado de resultados proyectado

Este informe muestra los ingresos, gastos, ganancias y pérdidas. En el primer año, se tiene un costo de \$55,201.56 lo cual se restan de las ventas anuales del año uno \$101,378.71. Seguido de esto, se proceden a restar los gastos fijos para obtener la utilidad antes de interés e impuestos denominado UAIT dando un valor de \$ 12,120.31, para posteriormente restar el porcentaje de participación de trabajadores 15% e impuesto a la renta 25% para obtener la utilidad neta del ejercicio, la cual es de \$ 7,726.70 llegando al año cinco con \$ 18,463.13.

Tabla 43
Estado de resultados integral proyectado

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
Ventas	\$	101,378.71	\$	112,415.70	\$	118,110.44	\$	123,976.31	\$	130,010.33
(-) Costo de venta	\$	-55,201.56	\$	-57,928.96	\$	-60,745.41	\$	-63,642.64	\$	-66,622.71
Utilidad Bruta	\$	46,177.15	\$	54,486.74	\$	57,365.03	\$	60,333.67	\$	63,387.62
Gastos Administrativos	\$	31,581.28	\$	33,480.09	\$	33,528.11	\$	34,398.03	\$	34,425.84
Sueldos y Salarios	\$	18,600.00	\$	18,630.41	\$	18,655.56	\$	18,675.43	\$	18,690.00
Décimo Tercera remuneración	\$	1,550.00	\$	1,552.53	\$	1,554.63	\$	1,556.29	\$	1,557.50
Décimo Cuarta remuneración	\$	1,599.84	\$	1,602.46	\$	1,604.62	\$	1,606.33	\$	1,607.58
Fondos de Reserva	\$	-	\$	1,843.76	\$	1,846.25	\$	1,848.22	\$	1,849.66
IESS por pagar	\$	1,757.70	\$	1,760.57	\$	1,762.95	\$	1,764.83	\$	1,766.20
Otros Gastos										
(-) Depreciacion	\$	-2,085.73	\$	-2,085.73	\$	-2,085.73	\$	-1,253.73	\$	-1,253.73
Alquiler	\$	8,416.13	\$	8,429.89	\$	8,441.27	\$	8,450.26	\$	8,456.85
Agua potable	\$	300.58	\$	301.07	\$	301.47	\$	301.79	\$	302.03
Energia electrica	\$	721.38	\$	722.56	\$	723.54	\$	724.31	\$	724.87
Telefonía e internet	\$	721.38	\$	722.56	\$	723.54	\$	724.31	\$	724.87
Utilidad Operacional	\$	14,595.86	\$	21,006.65	\$	23,836.92	\$	25,935.63	\$	28,961.78
(-) Gastos Financieros	\$	-2,475.55	\$	-1,939.74	\$	-1,320.54	\$	-604.98	\$	-
Utilidad antes de participación	\$	12,120.31	\$	19,066.91	\$	22,516.38	\$	25,330.65	\$	28,961.78
15% Participación trabajadores	\$	-1,818.05	\$	-2,860.04	\$	-3,377.46	\$	-3,799.60	\$	-4,344.27
Utilidad antes de impuestos	\$	10,302.26	\$	16,206.87	\$	19,138.93	\$	21,531.06	\$	24,617.51
25 % Impuesto a la Renta	\$	-2,575.57	\$	-4,051.72	\$	-4,784.73	\$	-5,382.76	\$	-6,154.38
Utilidad neta	\$	7,726.70	\$	12,155.15	\$	14,354.19	\$	16,148.29	\$	18,463.13

5.1.11. Flujo de caja proyectado

En este análisis se va presentar de manera comprensible los flujos del efectivo del proyecto, en el cual en el año 0 hay un saldo negativo, mientras los siguientes 5 años el saldo es positivo y se refleja en la TIR y el VAN favorable, el flujo de efectivo será detallado a continuación:

Tabla 44

Flujo de caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial	\$-31,033.25					
<u>Ingresos</u>						
Ventas	\$ 101,378.71	\$ 112,415.70	\$ 118,110.44	\$ 123,976.31	\$ 130,010.33	
(-) Costo de venta	\$-55,201.56	\$-57,928.96	\$-60,745.41	\$-63,642.64	\$-66,622.71	
UTILIDAD BRUTA	\$ 46,177.15	\$ 54,486.74	\$ 57,365.03	\$ 60,333.67	\$ 63,387.62	
<u>Gastos operativos y financieros</u>						
Gastos administrativos	\$ 31,581.28	\$ 33,480.09	\$ 33,528.11	\$ 34,398.03	\$ 34,425.84	
Gastos financieros	\$2,475.55	\$939.74	\$1,320.54	\$604.98	\$ -	
TOTAL GASTOS OPERATIVOS Y FINANCIEROS	\$ 34,056.84	\$ 34,419.83	\$ 34,848.65	\$ 35,003.01	\$ 34,425.84	
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN E IMPUESTOS	\$ 12,120.31	\$ 20,066.91	\$ 22,516.38	\$ 25,330.65	\$ 28,961.78	
15% Participación trabajadores	\$ 1,818.05	\$ 3,010.04	\$ 3,377.46	\$ 3,799.60	\$ 4,344.27	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 10,302.26	\$ 17,056.87	\$ 19,138.93	\$ 21,531.06	\$ 24,617.51	
25% Impuesto a la renta	\$ 2,575.57	\$ 4,264.22	\$ 4,784.73	\$ 5,382.76	\$ 6,154.38	
UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS	\$ 7,726.70	\$ 12,792.65	\$ 14,354.19	\$ 16,148.29	\$ 18,463.13	
(+) Depreciación	\$2,085.73	\$2,085.73	\$2,085.73	\$1,253.73	\$1,253.73	
(-) Amortización	\$-600.00	\$-600.00	\$-600.00	\$-600.00	\$-600.00	
FLUJOS POSITIVOS DE EFECTIVO	\$-31,033.25	\$ 9,212.42	\$ 14,278.38	\$ 15,839.92	\$ 16,802.02	\$ 19,116.86

5.1.12. Estado de situación financiera proyectado

Este informe sirve para comparar años futuros o con años anteriores y tomar buenas decisiones con respecto a lo que esté sucediendo, determina la evolución de la empresa, y cómo contrarrestar lo que está afectando o también como invertir en nuevas obligaciones si la empresa está generando mayor riqueza.

Como se puede observar en el balance de Baxmedic S.A. incrementan satisfactoriamente los valores con el pasar de los años, por lo tanto, se debe tomar decisiones en la cuales poder invertir un poco más en diversidades de productos para así generar mayor utilidad y también incrementar el negocio de la producción y comercialización de batas quirúrgicas.

Tabla 45
Estado de situación financiera proyectado

ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CIRCULANTE						
Efectivo y equivalente de efectivo	\$ 15,000.00	\$ 28,670.45	\$ 34,560.12	\$ 40,912.56	\$ 49,475.90	\$ 57,900.25
Cuentas por cobrar		\$ 5,805.83	\$ 11,911.24	\$ 18,016.65	\$ 24,122.06	\$ 30,227.47
Inventarios		\$ 14,990.01	\$ 21,964.13	\$ 27,558.89	\$ 31,667.39	\$ 32,765.40
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	\$ 15,000.00	\$ 49,466.29	\$ 68,435.49	\$ 86,488.10	\$ 105,265.35	\$ 120,893.12
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO						
Maquinarias y equipos	\$ 3,213.75	\$ 3,213.75	\$ 3,213.75	\$ 3,213.75	\$ 3,213.75	\$ 3,213.75
Equipos de Computación	\$ 2,496.00	\$ 2,496.00	\$ 2,496.00	\$ 2,496.00	\$ 2,496.00	\$ 2,496.00
Muebles y Enseres	\$ 1,323.50	\$ 1,272.00	\$ 1,272.00	\$ 1,272.00	\$ 1,272.00	\$ 1,272.00
Vehículos	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00
(-) Depreciacion		\$ -2,085.73	\$ -2,085.73	\$ -2,085.73	\$ -1,253.73	\$ -1,253.73
TOTAL PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 11,033.25	\$ 8,896.03	\$ 8,896.03	\$ 8,896.03	\$ 9,728.03	\$ 9,728.03
OTROS ACTIVOS						
Gastos de pre-operación	\$ 2,000.00					
Adecuaciones	\$ 3,000.00					
(-) Amortizacion	\$ -	\$ -600.00	\$ -600.00	\$ -600.00	\$ -600.00	\$ -600.00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 5,000.00	\$ -600.00	\$ -600.00	\$ -600.00	\$ -600.00	\$ -600.00
TOTAL ACTIVOS	\$ 31,033.25	\$ 57,762.32	\$ 76,731.52	\$ 94,784.13	\$ 114,393.38	\$ 130,021.15
PASIVO CIRCULANTE						
Cuentas por pagar	\$ -	\$ 2,300.07	\$ 4,713.77	\$ 7,127.48	\$ 9,541.19	\$ 11,954.89
Sueldos y Salarios por pagar	\$ -	\$ 18,600.00	\$ 18,630.41	\$ 18,655.56	\$ 18,675.43	\$ 18,690.00
Beneficios sociales por pagar	\$ -	\$ 4,907.54	\$ 6,759.33	\$ 6,768.45	\$ 6,775.66	\$ 6,780.94
Participación de trabajadores por pagar	\$ -	\$ 1,818.05	\$ 2,860.04	\$ 3,377.46	\$ 3,799.60	\$ 4,344.27
Impuesto a la renta por pagar	\$ -	\$ 2,575.57	\$ 4,051.72	\$ 4,784.73	\$ 5,382.76	\$ 6,154.38
TOTAL PASIVO CIRCULANTE	\$ -	\$ 30,201.22	\$ 37,015.26	\$ 40,713.68	\$ 44,174.64	\$ 47,924.48
PASIVO LARGO PLAZO						
Préstamo bancario por pagar	\$ 20,000.00	\$ 6,585.20	\$ 6,585.20	\$ 6,585.20	\$ 6,585.20	\$ -
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	\$ 20,000.00	\$ 6,585.20	\$ 6,585.20	\$ 6,585.20	\$ 6,585.20	\$ -
TOTAL DE PASIVOS	\$ 20,000.00	\$ 36,786.42	\$ 43,600.47	\$ 47,298.88	\$ 50,759.84	\$ 47,924.48
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 11,033.25	\$ 13,249.20	\$ 13,249.20	\$ 13,249.20	\$ 13,249.20	\$ 13,249.20
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 7,726.70	\$ 12,155.15	\$ 14,354.19	\$ 16,148.29	\$ 18,463.13
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ 7,726.70	\$ 19,881.85	\$ 34,236.05	\$ 50,384.34
TOTAL PATRIMONIO	\$ 11,033.25	\$ 20,975.90	\$ 33,131.05	\$ 47,485.25	\$ 63,633.54	\$ 82,096.67
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 31,033.25	\$ 57,762.32	\$ 76,731.52	\$ 94,784.13	\$ 114,393.38	\$ 130,021.15

5.1.13. Cálculo de la TMAR

A continuación, se presenta el cálculo del TMAR, el cual será utilizado para valorar la factibilidad de la empresa Baxmedic.

Tabla 46

Cálculo de la TMAR

CÁLCULO DE LA TMAR		
Tasa de interés pasiva (Oct-20)	16.00%	Bco Pacífico
Tasa de riesgo país (Ago-20)	2.17%	
<i>Tasa ajustada por el riesgo</i>	<i>18.17%</i>	

5.1.14. VAN y TIR

Son métodos de viabilidad para la empresa, el valor neto actual se tiene que tomar bases de los ingresos y egresos del flujo de efectivo y así determinar el saldo que se refleja, en este caso será positivo de \$ 13,499.55 lo cual es beneficioso para la empresa.

La tasa interna de retorno da como resultado de 34% por lo tanto el negocio será rentable y factible para entrar en el mercado de la fabricación y comercialización de las batas quirúrgicas laminadas.

Tabla 47

Cálculo para el VAN

CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN)						
	Inversión	A1	A2	A3	A4	A5
Valor presente de los flujos	\$ -31,033.25	\$ 7,795.91	\$ 10,225.03	\$ 9,599.12	\$ 8,616.53	\$ 8,296.22
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	\$ 13,499.55					

Tabla 48

Cálculo para la TIR

TASA INTERNA DE RETORNO	
	FLUJO NETO
INVERSION INICIAL	\$ -31,033.25
Año 1	\$ 9,212.42
Año 2	\$ 14,278.38
Año 3	\$ 15,839.92
Año 4	\$ 16,802.02
Año 5	\$ 19,116.86
TIR	34%

El valor actual neto refleja que será de \$13,499.55 lo que quiere decir que generará mayores ganancias más allá del retorno del capital invertido en el proyecto.

Para la tasa interna de retorno indica que es mayor a 0 y es mayor a la tasa de descuento de 18.17% lo que quiere decir, que el proyecto es viable para su implementación.

5.1.15. Payback

Empleando el método de valoración de la inversión del período de recuperación es posible conocer el tiempo en el que se va a recuperar la inversión, en este plan de negocio será desde el tercer año de operaciones.

Tabla 49
Payback

<i>Período de recuperación de la Inversión</i>			
Inversión		\$	(31,033.25)
Flujo 1er año	\$	9,212.42	\$ (21,820.83)
Flujo 2do año	\$	14,278.38	\$ (7,542.45)
Flujo 3er año	\$	15,839.92	\$ 8,297.47
<i>Diferencia positiva al 3er año</i>			

5.1.16. Evaluación financiera

Se presenta la siguiente tabla de evaluación financiera, donde los resultados reflejan que el negocio será rentable y factible para entrar en el mercado de la fabricación y comercialización de las batas quirúrgicas laminadas. Ver tabla 50.

Tabla 50
Evaluación financiera

<i>Evaluación Financiera</i>	
Tasa de descuento	18.17%
Valor Actual Neto	\$ 13,499.55
Tasa Interna de Retorno	34%
Recuperación de la Inversión	3er año de actividad

5.1.17. Punto de equilibrio

Como se puede observar el punto de equilibrio en las ventas será de \$65,117.96 para el año uno, para el siguiente año será de \$68,880.66, en el tercer año estará en \$68,841.74, cuarto año \$70,492.23 y en el quinto año \$70,422.77, las gráficas de todos los años se la podrán encontrar en el apéndice E.

Tabla 51
Punto de equilibrio proyectado

	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 107,184.54	\$ 112,715.28	\$ 118,419.41	\$ 124,294.55	\$ 130,337.67
Costos	\$ 55,201.56	\$ 57,928.96	\$ 60,745.41	\$ 63,642.64	\$ 66,622.71
Gastos	\$ 31,581.28	\$ 33,480.09	\$ 33,528.11	\$ 34,398.03	\$ 34,425.84
Volumen	46080	48195	50407	52721	55141
Punto equilibrio \$	\$ 65,117.96	\$ 68,880.66	\$ 68,841.74	\$ 70,492.23	\$ 70,422.77
Punto equilibrio V	27995	29452	29304	29900	29793
C.V.U.	\$ 1.20	\$ 1.20	\$ 1.21	\$ 1.21	\$ 1.21
P.V.U.	\$ 2.33	\$ 2.34	\$ 2.35	\$ 2.36	\$ 2.36
	\$ 2.33	\$ 2.34	\$ 2.35	\$ 2.36	\$ 2.36

Tabla 52
Gráfica punto de equilibrio – 1er año

AÑO 1			
Volumen	Gastos	Ventas	Costos Totales
15,000	31,581	34,891	49,551
30,000	31,581	69,782	67,520
48,000	31,581	111,651	89,083
27,995	31,581	65,118	65,118
80,000	31,581	186,084	127,417
95,000	31,581	220,975	145,387

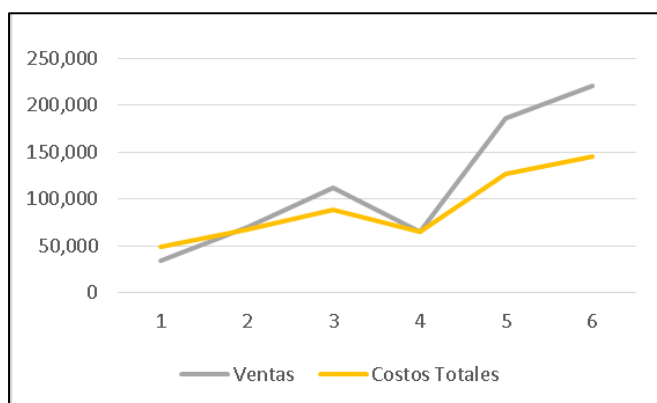


Figura 43. Gráfica punto de equilibrio – 1er año

5.1.18. Ratios financieros

En el análisis de las ratios se empieza por la liquidez que va a tener la empresa con respecto a los pasivos y que pueda cubrir alguna deuda que ponga en riesgo a la empresa, la rotación de los activos es porque los ingresos van aumentando lentamente, el endeudamiento va disminuyendo esto es bueno por lo que la empresa tiene buena liquidez lo que hace que cubra los pasivos de manera adecuada.

Tabla 53
Ratios financieros

	RAZÓN DE LIQUIDEZ		ROTACIÓN DE ACTIVOS		RAZÓN DE DEUDA		RAZONES DE UTILIDAD		ROA	ROE
							MARGEN DE UTIL OPERATIVA	MARGEN DE UTILIDAD NETA		
AÑO 1	\$	1.64	\$	1.76	64%		14%	8%	13%	37%
AÑO 2	\$	1.85	\$	1.47	57%		19%	11%	16%	37%
AÑO 3	\$	2.12	\$	1.25	50%		20%	12%	15%	30%
AÑO 4	\$	2.38	\$	1.08	44%		21%	13%	14%	25%
AÑO 5	\$	2.52	\$	1.00	37%		22%	14%	14%	22%

Conclusiones

Por medio del estudio de mercado se pudo identificar que la comercialización del producto será rentable por lo que en la parroquia Tarqui están situadas más de 20 entidades de salud, que por los resultados de las encuestas se determinó que estos hospitales están dispuestos a adquirir las batas quirúrgicas laminadas.

En el desarrollo del proyecto se pudo obtener los resultados requeridos, demostrándose en la parte financiera, mediante los indicadores VAN y TIR que miden la viabilidad del negocio reflejando así datos positivos para la empresa dedicada a la confección comercialización de batas quirúrgicas de tela laminada en la ciudad de Guayaquil en la parroquia Tarqui.

Por el análisis financiero que se realizó, el precio de venta de las batas quirúrgicas será de \$2,33 lo cual es rentable en comparación a otras empresas que vende sus productos a un precio más elevado, y que no cuentan con el plus en la lencería médica que Baxmedic ofrece como es la tela laminada.

Para medir la factibilidad del negocio se determinó en el plan financiero que el negocio es rentable y viable como lo demuestra la TIR y el VAN dando como resultados positivos, 34% como tasa interna de retorno y el valor neto actual que es de \$13,499.55. Otros indicadores financieros fueron los de liquidez de la empresa que en su primer año logra obtener \$ 1,64 y va aumentando en los otros años, la rotación de activos es \$1,76, por otro lado, el ROA que es el que mide la rentabilidad económica de la empresa es de 13% que quiere decir que los activos rotarán manera rápida y oportuna.

Recomendaciones

La empresa Baxmedic S.A., deberá analizar la incorporación de otros productos como guantes de látex, gorros quirúrgicos con tela laminada, que complete la vestimenta médica para que los usuarios solo tengan una empresa donde adquirir todos estos implementos que son de mucha utilidad para los empleados de las instituciones de la salud.

Mantener en óptimas condiciones las áreas de la empresa, para que los trabajadores no tengan retrasos al momento de la elaboración de las batas quirúrgicas, tener buena relación con los operadores del área de producción, y con los clientes de Baxmedic S.A.

Aplicar estrategias como son las 5s que es de gran ayuda en empresas de fabricación teniendo el lugar de la producción limpio y que no se tengan retrasos o inconvenientes que afecte en la elaboración ni en los tiempos, darle mantenimiento a las máquinas constantemente, y que los operadores se desempeñen de manera adecuada.

Por motivos de la pandemia se recomienda manejar esta situación de acorde a las tasas que indican en el INEC, el Ecuador pasa por momentos de declive por lo tanto, las ventas serán apretadas, pero como las batas quirúrgicas laminadas son insumos médicos, sus ventas se mantendrán en un buen nivel, como se demuestra en el plan financiero.

Bibliografía

- Asamblea Nacional, R. d. (2008). Constitución. En R. d. Asamblea Nacional, *Constitución* (págs. 33-34). Quito: Republica del Ecuador.
- Asamblea Nacional, R. d. (2020). Ley Organica de Emprendimiento e Innovacion. En R. d. Asamblea Nacional, *Ley Organica de Emprendimiento e Innovacion* (págs. 4-10). Quito: Evolucion Juridica.
- Asobanca. (2020). *Información financiera y macroeconómica del País*. Obtenido de Boletín macroeconómico: <https://www.asobanca.org.ec/publicaciones/boletin-macroeconomico>
- Benavidez, T. (2001 - 2017). *Compra y venta de Polipropileno para Inyección*. Santa Fe: Baires Polimeros.
- Codigo Organico del ambiente, 2. (2017). Ley de gestión ambiental. En 2. Codigo Organico del ambiente, *Ley de gestión ambiental* (págs. 11-13). Quito: LexisFinder.
- Comité de comercio Exterior, 2. (2013). ARANCELES. En C. d. 2013, *ARANCELES* (págs. 250-251). Quito: Boletines.
- El Comercio, P. (5 de 06 de 2020). La economía ecuatoriana puede caer hasta 9,6% en ste 2020. *El Comercio*, págs. 1-15.
- El Universo, P. (28 de 10 de 2008). Varios Supermercados Cerraron. *El Universo*, págs. 1-15.

Fahey, L., & Narayanan, v. (1968). *Analisis Macro-Ambiental en Gestión Estrategica*. Cleburne: West Publishing.

García de la Serrana, J. (1 de Julio de 2020). *Operaciones Logistica*. Obtenido de EAE Business School: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/que-son-los-incoterms-y-cual-es-su-significado/>

Gitman, L., & Zutter, C. (2012). *Principios de Administración Financiera*. Mexico: 12th.

Holded. (11 de Octubre de 2017). *Holded*. Obtenido de Ratios Financieros ¿qué son y qué tipos existen?: https://www.holded.com/es/blog/ratios-analizar-situacion-financiera-empresas#Que_son_los_ratios_financieros

INEC. (15 de julio de 2010). *Instituto Nacional de Estadistica y Censos*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadistica y Censos: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

JCV Shipping. (2020). *Guía práctica en la operativa de comercio internacional*. Obtenido de INCOTERMS.

Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. Mexico: Pearson Educación.

León, N. (2013). Fuerzas de ventas determinante de la competitividad empresarial. *Revista de Ciencias Sociales (ve)*, 381 - 282.

Ley de Compañías. (20 de mayo de 2014). *Ley de Compañías*. Obtenido de Ley de compañías: <https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/77091929-52ad->

4c36-9b16-

64c2d8dc1318/LEY+DE+COMPA%C3%91IAS+act.+Mayo+20+2014.pdf?MO

D=AJPERES&CACHEID=77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318

López Roldan, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Barcelona: Creative Commons.

McCarthy, J. (2005). Comercialización: Un enfoque gerencial. *Paso de los libre - Corrientes*, 4 - 7.

Mendoza, M. d. (2020). *Tela no Tejida de Polipropileno*. Mexico: Biossmann. Obtenido de Biossmann.

MSP. (2016). *Bioseguridad para establecimientos de salud*. Quito: Direccion Nacional de Calidad.

Nacional, C. (2014). Ley de Seguridad Social. En L. Moreno, *Codigo Organico Integral Penal* (págs. 2-3). Quito: Registro Oficial Suplemento.

Porter, M. E. (2008). *Las 5 Fuerzas Competitivas que le dan forma a la estrategia*. Mexico: Harvard Business Review.

Quintero, J. C. (15 de octubre de 2009). *eudmet.net*. Obtenido de Contribución a la economía: <http://www.eudmet.net/ce/2009b/jcqp2.htm>

Ross, S., Westerfiel, R., & Jordan, B. (2010). *Fundamentación de Finanzas Corporativas*. Mexico: 9th Edición.

- SAE. (14 de agosto de 2018). *Servicio de acreditacion ecuatoriano*. Obtenido de sistema de gestion de calidad: <https://www.acreditacion.gob.ec/sistemas-de-gestion-en-industria-textil/>
- Sapag, N., Sapag, R., & Sapag, j. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. D.F. Mexico: Mac Graw Hill Education.
- SENAE. (29 de diciembre de 2010). *aduana*. Obtenido de servicio nacional de aduana del ecuador: <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>
- SuperCías, 2. (04 de 01 de 2020). *Superintendencia de Compañía*. Obtenido de portalConstitución Electronica: <https://appscvs.supercias.gob.ec/constitucionElectronicaApp/>
- Van Horne, J., & Wachowicz, J. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera* (Décimotercera edición ed.). México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Vilcarromero, R. (2017). *La Gestión en la Producción*. segunda edición.

Apéndices

Apéndice A. Formato de la encuesta



Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Carrera de Ingeniería Comercial



ENCUESTA #

Objetivo: Verificar la propuesta de factibilidad de la creación de una empresa de fabricación y comercialización de batas quirúrgicas de tela laminada en la ciudad de Guayaquil – parroquia Tarqui



Nota: La información brindada será confidencial y utilizada únicamente para fines académicos

1. Marque ¿en qué rango de edad se encuentra usted?

21 a 28 ☐ 37 a 44 ☐ 53 a 65 ☐
29 a 36 ☐ 45 a 52 ☐

2. ¿Cuál es su campo laboral?

Cirugía ☐ Central de equipos y esterilización ☐ Obstetricia/partos ☐
Infectología ☐ Laboratorio de análisis clínico ☐ Otros ☐
Radiología ☐
Cardiología ☐

3. ¿Qué tipo de ropa para quirófano utiliza?

Tela polipropileno ☐ Tela cambrela ☐ Todas las anteriores ☐
Tela sms ☐ Algodón ☐

4. En la institución prefieren que la ropa sea...

Estéril ☐ No estéril ☐ Ambas ☐

5. En caso de elegir ropa quirúrgica estéril ¿Por qué causas lo haría?

Reducir costos ☐ Comodidad ☐
Imagen ☐ Otro ☐
Exigencias del MSP ☐

6. ¿Qué es lo más importante para usted al momento de elegir un producto?

Tiempo de entrega ☐ Menor costo ☐
Calidad ☐ Otros ☐

7. ¿Cuántas batas quirúrgicas utiliza en el día?

2-5 ☐ 8-11 ☐
5-8 ☐ Otros ☐

8. ¿De dónde usted prefiere la lencería quirúrgica?

Nacional ☐ Internacional ☐

9. ¿Usted cree que la ropa quirúrgica con tela laminada será de ayuda en la bioseguridad de las personas?

Totalmente de acuerdo ☐
De acuerdo ☐
Neutral ☐

Desacuerdo ☐
Totalmente desacuerdo ☐

10. ¿Cuentan con el cumplimiento de las normas de bioseguridad en el hospital?

Siempre ☐
Frecuentemente ☐
A veces ☐

Rara vez ☐
Nunca ☐

11. ¿Al ingresar a las cirugías o en el campo de infectología usan distintas batas quirúrgicas?

Siempre ☐
Frecuentemente ☐
A veces ☐

Rara vez ☐
Nunca ☐

12. ¿Cuál es el rango del precio que usted paga por la bata quirúrgica que adquiere?

0,60 a 1,00 ☐
1,00 a 1,80 ☐
1,80 a 2,20 ☐

2,20 a 2,50 ☐
Otros ☐

13. ¿Qué procedimientos utiliza usted para adquirir las batas?

Compras por internet ☐
Vía telefónica ☐
Autoservicio ☐

Locales ☐
Elaborados propios ☐

14. ¿Usted recomendaría el uso de las batas quirúrgicas de polipropileno?

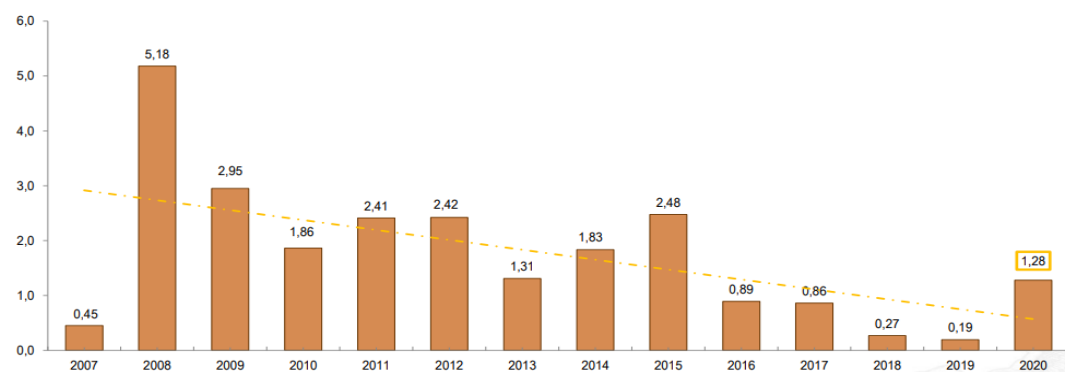
Totalmente de acuerdo ☐
De acuerdo ☐
Neutral ☐

Desacuerdo ☐
Totalmente desacuerdo ☐

Apéndice B. Variables macroeconómicas

VARIABLES MACRO						
Tasa de Interés		Corto	Mediano	Largo		
Activa		11.23%	13%	10%		
Comisiones		0%	2%	3%		
Pasiva		3.10%	4.25%	5.15%		
		2020	2021	2022	2023	2024
Inflación anual	0.19%	1.28%	1.09%	0.90%	0.71%	0.52%
Compras	50%	0.6%	0.5%	0.5%	0.4%	0.3%
Ventas	50%	0.6400%	0.55%	0.45%	0.36%	0.26%
Gastos	15%	0.19%	0.16%	0.13500%	0.11%	0.08%
Factor Económico		E	-3%	97%		

lación acumulada de abril de 2020, fue de 1.28%, resultado que constituye el mayor porcentaje desde 2016. En 8 de las 12 divisiones, el resultado fue vo: *Alimentos y bebidas no alcohólicas* (5.94%); *Comunicaciones* (2.59%); y, *Salud* (1.44%), fueron las principales variaciones incluso por sobre el adio general



Fuente: INEC

Impuestos	
IVA	12%
Retenciones	1.75%
Impuesto a la Renta	25%
Par. Trabajadores	15%
Aportación patronal	11.15%
Aportación personal	9.45%

Apéndice C. Variables microeconómicas

VARIABLES MICRO			
	Corto	Mediano	Largo
Tiempo	180	4	7
Períodos	6	2	4
Períodos de gracia	0	0	0
-			
Factor de Ajustes	F	0	
Ajustes	a	0	
Cambio	b	0	
Crecimiento	c	0	
-			
Factor Administrativo	A	3%	103%
-			
Crecimiento del mercado			
Bata médica	104.59%		

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) presenta en el siguiente boletín, los resultados del Índice de Precios al Consumidor y la medición oficial de la inflación en el mes de marzo de 2020.

La **inflación mensual** en marzo 2020, respecto a febrero 2020, fue de 0,20%. La **inflación anual** de precios de marzo de 2020, respecto a marzo de 2019, alcanzó 0,18%; como referencia, en marzo de 2019 fue del -0,12%. Finalmente, en marzo de 2020 el costo de la **Canasta Familiar Básica (CFB)** se ubicó en USD 713,89, mientras que, el ingreso familiar mensual de un hogar tipo fue de USD 746,67, lo cual representa el 104,59% del costo de la CFB.

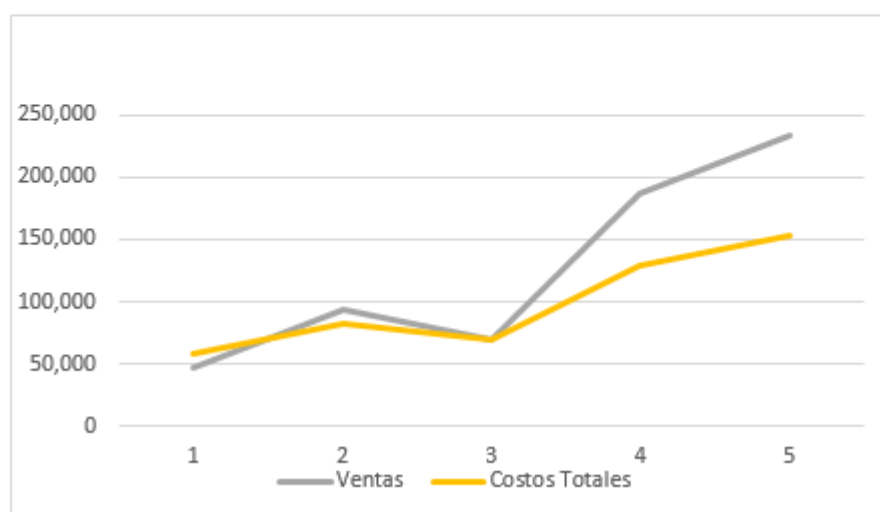
Palabras clave: IPC, inflación, variaciones mensuales-anuales, incidencias, divisiones de consumo.

Apéndice D. Tabla de amortización

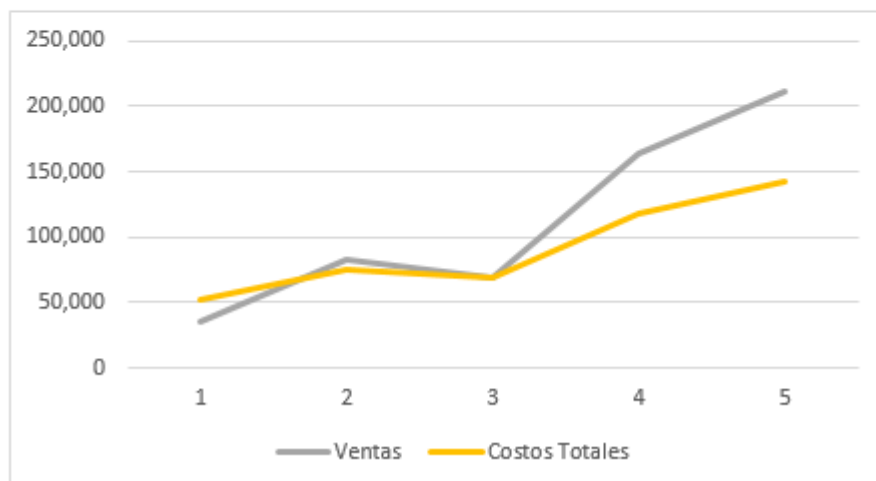
TABLA DE AMORTIZACIÓN								
Períodos	Intereses	Comisión	Amortización	Dividendo	Saldo Capital	Años		
1	\$ 1,300.00	\$ 200.00	\$ 1,914.54	\$ 3,414.54	\$ 18,085.46			
2	\$ 1,175.55	\$ 180.85	\$ 2,058.13	\$ 3,414.54	\$ 16,027.33	1	AÑO	
3	\$ 1,041.78	\$ 160.27	\$ 2,212.49	\$ 3,414.54	\$ 13,814.84			
4	\$ 897.96	\$ 138.15	\$ 2,378.43	\$ 3,414.54	\$ 11,436.41	2	AÑOS	
5	\$ 743.37	\$ 114.36	\$ 2,556.81	\$ 3,414.54	\$ 8,879.60			
6	\$ 577.17	\$ 88.80	\$ 2,748.57	\$ 3,414.54	\$ 6,131.03	3	AÑOS	
7	\$ 398.52	\$ 61.31	\$ 2,954.71	\$ 3,414.54	\$ 3,176.32			
8	\$ 206.46	\$ 31.76	\$ 3,176.32	\$ 3,414.54	\$ -	4	AÑOS	
Total	\$ 6,340.81	\$ 975.51	\$ 20,000.00	\$ 27,316.32				

Apéndice E. Proyecciones y gráficos punto de equilibrio

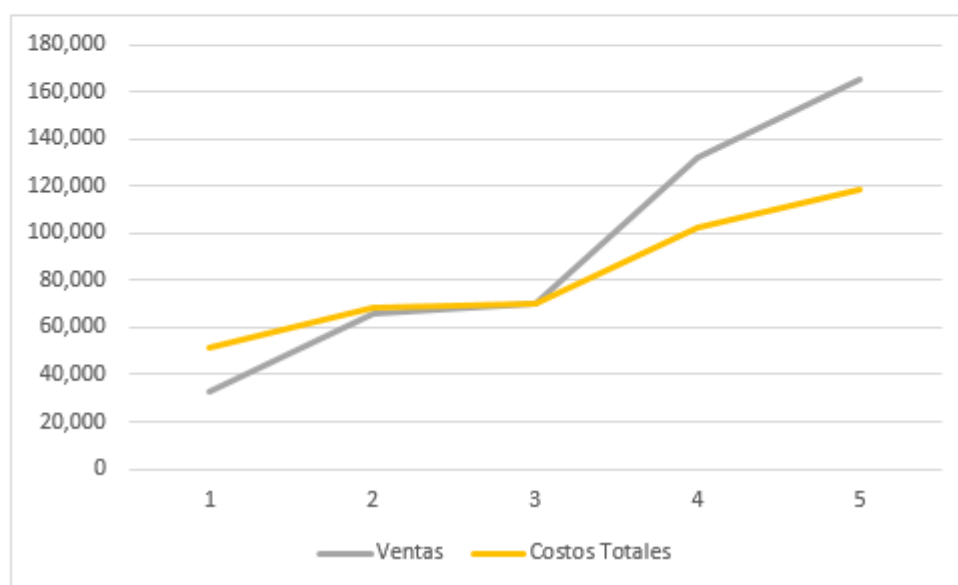
AÑO 2				
Volumen	Gastos	Ventas	Costos Totales	
20,000		33,480	46,775	57,519
40,000		33,480	93,549	81,559
29,452		33,480	68,881	68,881
80,000		33,480	187,098	129,638
100,000		33,480	233,873	153,677



AÑO 3				
Volumen	Gastos	Ventas	Costos Totales	
15,000		33,528	35,239	51,605
35,000		33,528	82,224	75,706
29,304		33,528	68,842	68,842
70,000		33,528	164,448	117,885
90,000		33,528	211,433	141,987



AÑO 4				
Volumen	Gastos	Ventas	Costos Totales	
14,000		34,398	33,006	51,298
28,000		34,398	66,013	68,199
29,900		34,398	70,492	70,492
56,000		34,398	132,025	101,999
70,000		34,398	165,032	118,899



AÑO 5				
Volumen	Gastos	Ventas	Costos Totales	
10,000		34,426	23,637	46,508
20,000		34,426	47,274	58,590
29,793		34,426	70,423	70,423
41,000		34,426	96,913	83,963
51,000		34,426	120,550	96,046

