UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TITULO

"*PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ROPA HOSPITALARIA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LAS INSTITUCIONES DE SALUD DE LA CIUDAD DE LOJA*"

Tesis previa a la obtención del grado en Ingeniería Comercial

AUTORA:

María Augusta Solórzano Alvarado

DIRECTOR:

Ing. Edison Espinosa Bailón MAE.

LOJA – ECUADOR

2014

CERTIFICACION

Ing. Edison Espinosa Bailón
DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA

Que el presente trabajo de investigación titulada ***"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ROPA HOSPITALARIA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LAS INSTITUCIONES DE SALUD DE LA CIUDAD DE LOJA"***, presentado por la aspirante María Augusta Solórzano Alvarado, ha sido dirigido y revisado durante su ejecución, por lo cual autorizo su presentación.

Loja, Enero del 2014

.....
Ing. Edison Espinosa Bailón MAE
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, María Augusta Solórzano Alvarado, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la UNL, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

Autor: María Augusta Solórzano Alvarado

Firma: .....

Cédula: 1102798236

Fecha: Loja, Enero del 2014

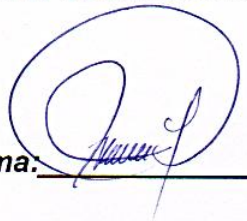
CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCION PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACION ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO

Yo, María Augusta Solórzano Alvarado, *declaro ser autor de la tesis Titulada* ***"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ROPA HOSPITALARIA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LAS INSTITUCIONES DE SALUD DE LA CIUDAD DE LOJA"****. Como requisito para optar al título de* **Ingeniera Comercial***; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de su visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.*

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de Información de país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización en la ciudad de Loja a los 31 días del mes de enero del dos mil catorce, firma el autor.



Firma:_____

Autor: María Augusta Solórzano Alvarado
Cedula: 1102798236
Dirección: *Loja, Barrio Belén.*
Correo Electrónico: *msolorzano69@hotmail.com*
Teléfono: *0983093017*

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director de Tesis: Ing. Edison Espinosa Bailón MAE

Tribunal de Grado:

Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE .	*PRESIDENTE*
Ing. Carlos Rodríguez Mg, Sc.	*VOCAL*
Ing. Galo Salcedo Mg, Sc	*VOCAL*

AGRADECIMIENTO

El llevar a feliz término el cumplimiento de una tarea, necesariamente involucra el aporte de muchas personas. Por ello, mi agradecimiento sincero a la Universidad Nacional de Loja y a las personas que dentro y fuera de la institución, participaron en el cumplimiento de esta parte de mi vida.

Gracias a cada uno de los profesores, autoridades, compañeros, familiares y amigos; pero especialmente gracias a Dios por permitirme cumplir este anhelo, recorrer este camino que me trajo satisfacciones a lo largo de su trayecto.

La Autora

DEDICATORIA.

Dedico este trabajo que es el sello del cumplimiento de una etapa más de mi vida a Aquel que lo permitió; y, con todo mi amor a quienes han sido el estímulo permanente de ella: mis hijos.

a)TITULO

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ROPA HOSPITALARIA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LAS INSTITUCIONES DE SALUD DE LA CIUDAD DE LOJA".

b). RESUMEN

El presente trabajo investigativo denominado “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA HOSPITALARIA PARA INSTITUCIONES DE SALUD DE LA CIUDAD DE LOJA”, está destinado a desarrollar una propuesta de implementación de ropa hospitalaria y determinar su factibilidad en base a los Estudios de Mercado, Técnico, Organizacional y Financiero que forman parte del proceso de elaboración y evaluación de proyectos de inversión; esto, como una nueva oportunidad de desarrollo económico para el cantón y provincia de Loja.

Cabe señalar que los establecimientos que venden la ropa hospitalaria en la ciudad de Loja, no satisfacen las necesidades de calidad de los clientes, lo que se refleja en las respuestas dadas a la pregunta No. 7 de la encuesta realizada a los demandantes.

Frente a esta realidad del mercado, se ha considerado como idea de negocio una empresa productora y comercializadora de ropa hospitalaria para las instituciones de salud de la ciudad de Loja, adaptándose a los requerimientos del Ministerio de Salud del Ecuador en cuanto a lencería hospitalaria; poniendo a disposición de los clientes la mejor calidad, buenos precios y asesoramiento, tomando en cuenta las necesidades concretas del cliente.

Desde el ámbito del MERCADO, se realizó un estudio de demanda y oferta con la recolección de datos y técnicas como: la entrevista y la encuesta; utilizando no un muestreo sino un censo dado el número tanto de demandantes como de oferentes; recurriendo a fuentes de información primarias y secundarias, que dieron paso al acopio de información fidedigna del producto, precio, plaza y promoción. Se estableció así una demanda cuantitativa insatisfecha de 4575 prendas para el primer año; y, una demanda cualitativa insatisfecha de 47.83%

.

Se determinó un precio de venta promedio de 26.42 usd al aplicar un margen de utilidad de 35%, para el primer año.

La distribución de la ropa hospitalaria será directa, es decir, del productor al consumidor final.

La publicidad se realizará en un canal de televisión y periódico locales; además se promocionará la empresa de manera directa con el cliente.

De acuerdo a la investigación realizada, existen 6 establecimientos especializados en la producción y comercialización de ropa hospitalaria en la ciudad de Loja, dato entregado por el departamento de patentes del Gobierno Municipal de Loja; y, el segmento mercado al que está dirigido este estudio cuenta con 47 demandantes entre instituciones públicas y privadas.

Con el ESTUDIO TÉCNICO y en base a la demanda insatisfecha, se pudo establecer el tamaño óptimo del proyecto, la mejor localización de la empresa utilizando el método cuantitativo por puntos, asignando una ponderación de peso relativo a una serie de factores locacionales, lo que condujo a la conclusión que la mejor ubicación para la empresa es el centro de la ciudad; además se estableció el proceso de elaboración; requerimiento de recursos humanos y equipos necesarios para su funcionamiento.

Este estudio destaca que la capacidad utilizada será de 3744 prendas anuales, que representa el 90% de la capacidad instalada; se empieza con este porcentaje por introducir el producto al mercado; y, posicionamiento de la empresa. La capacidad de producción del proyecto se incrementará en 2% hasta el tercer año; para el cuarto y quinto año crecerá en 3% hasta llegar al 100% de producción.

Con la realización de la ingeniería del proyecto, se pudo establecer el proceso de producción con cada una de sus etapas y tiempos.

El ESTUDIO ORGANIZACIONAL que incluye aspectos jurídicos y administrativos, determinó la constitución legal de la empresa; así como la fijación de sus niveles administrativos.

La empresa se constituirá como una organización de responsabilidad limitada, bajo la razón social de “PROVEMEDIC Cia. Ltda.”, nombre que recoge la misión de la misma, que es proveer de lencería hospitalaria.

Estará conformada inicialmente por Gerente, Secretaria contadora, cajera vendedora, una operaria, una costurera que tendrá el cargo de Jefe de producción.

Hablar de ropa hospitalaria, es describir más de 80 ítems de prendas, de acuerdo a lo que refiere el Manual de lencería Hospitalaria del Ministerio de salud del Ecuador; y, al no considerar viable empezar la empresa con la confección de todos, sino de una parte de ellos, los más vendidos, de acuerdo con lo expresado por el conjunto de oferentes, es necesario señalar que para el ESTUDIO FINANCIERO, se tomaron en cuenta datos promedio para establecer el presupuesto de la inversión inicial, que asciende a $22910.78 usd

Por ser una suma relativamente baja; y, teniendo en cuenta que el aporte puede ser numérico o en especies, ésta va a ser financiada exclusivamente por los dos socios de la empresa, en un porcentaje de 50% cada uno.

La evaluación financiera arrojó datos positivos para el VAN, con 70966.70 usd; TIR de 103.79% y la RBC de 1.35

Finalmente, se determinó las conclusiones y recomendaciones, siendo la principal conclusión que el proyecto es factible y como consecuencia se recomienda que la implementación puede darse.

ABSTRACT

The present investigating named “WORK OF FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A PRODUCTIVE COMPANY AND MARKETER OF HOSPITABLE CLOTHING FOR INSTITUTIONS OF HEALTH OF LOJA'S CITY, you are destined to develop a proposal of implementation of hospitable clothing and to determine his feasibility on the basis of Market Researches, Technical, Organizational and Financiero that they are a part of the process of elaboration and evaluation of projects of investment; This, like a new opportunity of cost-reducing development for the canton and province of Loja.

Stroke of ball indicating than the establishments that sell the hospitable clothing at Loja's city, do not fulfill the customers's needs of quality, that No. reflects in the given answers the question himself 7 of the opinion poll accomplished to the plaintiffs.

In front of this reality of the market, a productive company and marketer of hospitable clothing have been considered like idea of business for the institutions of health of Loja's city, becoming adapted to the requests of Salud's Ministry of the Ecuador as to hospitable lingerie; Putting to the customers's disposition the best quality, good prices and advising, taking into account the customer's concrete needs.

From the space of the MARKET, a study of request and offer with the utilization of the method of collection of data and techniques were accomplished like: The interview and the opinion poll; Utilizing not a sampling but a poll once the number was given so much of plaintiffs I eat of offerers; Turning to primary sources of information and secondary schools, that cleared the way for the product's stock of truthful information, price, plaza and promotion. A quantitative unsettled request of 4575 garments for the first year became established that way; And, 47,83 %'s qualitative unsettled request

.

An average sales price of 26.42 usd was determined when applying a margin of profit of 35 %.

The distribution of the hospitable clothing will be direct, that is, of the producer to the end consumer.

Publicity will come true in a television channel and newspaper local; Besides the company of direct way with the customer will be promoted.

According to the realized investigation, 6 establishments specialized in production and commercialization of hospitable clothing at Loja's city, piece of information delivered by Municipal Government's apartment of patents of Loja exist ; And, the segment bought the one which this study is directed counts with 47 plaintiffs between public and private institutions.

With the Technical STUDY and on the basis of the unsettled request, the optimal size of the project, the company's best location utilizing the quantitative method for points, assigning a pondering of weight relative to a series of factors locacionales could be established, that led to the conclusion that the best position for the company is the downtown; Besides the process of elaboration became established ; Request of human resources and necessary teams for his functioning.

This study emphasizes that the utilized capability will come from 3744 yearly garments, that you represent 90 % of the installed capacity; One begins with this percentage to introduce the product to the market; And, the company's positioning. The production capacity of the project will grow upon 2 % to the third year; For the room and fifth year will grow in 3 % to come to 100 % of production.

With the realization of the engineering of the project, the process of production with each of his stages and times could be established.

The ORGANIZATIONAL STUDY that includes juridical aspects and white-collar workers, you determined the company's legal constitution; As well as the fixing of his administrative levels.

The company will be made of like an organization of limited liability, under the trade name “PROVEMEDIC Cia. Ltda”, name that you gather the same mission of her, that is to decide of hospitable lingerie.

It will be shaped initially for Gerente, Secretaria bookkeeper, selling cashier, a laborer, a dressmaker that will have Production Manager's position.

Talking about hospitable clothing, you are to refer in addition to 80 items of garments, and when not considering viable to start the company with the confection of all, but of one part of them, the more sold-out according to what's been said for offerers' set, it is necessary to indicate than for the FINANCIAL STUDY, they took in account average data to establish the budget of initial investment, that usd promotes $22910.78 usd

In order to be a relatively low sum, this is going to be once each one was financed by the two associates of the company in 50%'s percentage, exclusively

The financial evaluation yielded positive data stops the VAN 70966.70; TIR 103.79%; and the RBC 1.35.

Finally, the findings and recommendations were determined, being the principal conclusion that the project is feasible and that as a result recommends itself that implementation can give itself.

c) INTRODUCCION

El crecimiento económico mundial ha ido de la mano de un gran incremento de las actividades comerciales que hoy en día con la globalización adquiere vital importancia, pues ésta plantea además del uso de nuevas tecnologías y el desarrollo de instrumentos creativos para captar nuevos mercados, la enérgica promoción de la responsabilidad social que encierra varias formas y elementos.

Ecuador más que nunca necesita el impulso de la industria y en general de la empresa que sin lugar a dudas es el agente dinamizador de la economía de cualquier pueblo. Es hora de dejar a un lado la dependencia casi única de las exportaciones de productos primarios a efecto de alcanzar mayor participación en el mercado.

La sociedad actual, en todos los niveles busca cada vez más, mejorar su calidad de vida, por ende está más preocupada por su salud, tanto preventiva como curativa. Esta reflexión nos lleva al análisis que las tendencias globales de los negocios actuales tienen que ver entre otras cosas con la salud.

La ciudad de Loja, como por herencia histórica se ha visto rezagada del poder central, por lo tanto la contribución económica de éste ha sido casi nula. Bajo este contexto no se permitió el desarrollo empresarial en la región. Más bien la economía de esta provincia se sustentó en el comercio,

y dada su condición de frontera, se activaron y fortalecieron las relaciones comerciales con el Perú.

El hecho de comerciar sin producir; y, de las distancias a los centros de distribución evidentemente eleva los costos, siendo una desventaja para el consumidor final. La poca actividad industrial de la provincia se caracterizó por ser de tipo familiar con la característica de hermetismo; es decir, no se dio paso al ingreso de capital.

Al no abrirse la visión empresarial de los lojanos, se ponía trabas a la generación de empleo, lo que explica en gran parte la elevada migración de esta provincia.

La parte inicial de esta tesis señala un resumen del trabajo realizado y se incluye además fundamentos teóricos que respaldan la investigación. El proyecto pretende determinar la conveniencia o no de aceptar esta idea de negocio y su sostenibilidad en base al estudio de diferentes parámetros.

Actualmente la nueva constitución ecuatoriana señala como su horizonte al "buen vivir". Para su cumplimiento, el Ministerio de Salud ha comenzado a regular el manejo de ropa hospitalaria en el país, por lo que se hace necesaria la especialización en la producción de la misma. Además el cambio de la matriz productiva en el país impulsa y promueve los emprendimientos productivos entre los que se cuenta la industria textil.

Lo expuesto motiva la formulación del tema planteado: "CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ROPA HOSPITALARIA Y SU

COMERCIALIZACIÓN EN LAS INSTITUCIONES DE SALUD DE LA CIUDAD DE LOJA", como un aporte permitirá abrir la visión emprendedora y será un referente para que futuros inversionistas sumen sus capitales en la instauración y fortalecimiento de nuevas empresas. Además ofrecerá productos de excelente calidad, acorde con lo dispuesto por el Ministerio del ramo en cuanto al tratamiento de ropa hospitalaria para las entidades de salud del país.

El tema está desarrollado bajo el siguiente esquema:

Título, resumen en castellano e inglés, introducción, revisión de literatura que incluye un marco referencial y un marco conceptual; materiales y métodos, resultados, discusión; finalmente se hacen las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos,

d) REVISION DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

HISTORIA DE LA ROPA

La indumentaria es un conjunto de prendas fabricadas con diversos materiales, usada en primera instancia para protegerse del calor, frío, lluvia; actualmente el tema tiene que ver con comodidad y estética. Los atuendos pueden ser visibles o no. En su sentido más amplio, la vestimenta incluye también guantes, calzado y gorros.

Hay muchos materiales con los cuales se pueden confeccionar prendas de ropa. Se distingue entre materiales de origen natural y materiales sintéticos como el poliéster.

Desde el principio de los tiempos hasta nuestros días, la vestimenta ha sufrido numerosas transformaciones que en la mayoría de los casos se han debido al descubrimiento de nuevos tejidos y materiales e indudablemente, a las tendencias que dictan los diseñadores y la moda en general.

Hay ropa para todo: interior, exterior, deportiva, de etiqueta; pero se ha ignorado por completo o no se daba importancia a la ropa que se utiliza en los centros hospitalarios.

HISTORIA DE LA TELA

Una Tela es una estructura laminar flexible, resultante de la unión de hilos o fibras de manera coherente al entrelazarlos o al unirlos por otros medios.

El arte de la tejeduría se desarrolla en el siglo XIII. En el siglo XlX se perfeccionan las máquinas de hilandería, comenzando así a sentirse los efectos de positivos de la revolución industrial. Se desarrollan luego las lanas vírgenes, cachemira, seda, lino algodón. Actualmente se conoce una gran variedad de telas como fieltros, de punto, de trama, de jeans, brocados, de encaje, tul, tafetán, permeables, etc.[1]

Para el presente proyecto se analizará las características de telas como:

ALGODÓN: Una de las telas más antiguas y conocidas del mundo, que se remonta al antiguo Egipto y al México prehistórico. Su producción en masa comenzó en 1700 con la invención de la desmotadora de algodón. El algodón sigue siendo la fibra más utilizada en el mundo y la tela más popular para la ropa en los Estados Unidos. Es muy conocida y apreciada por su suavidad, versatilidad y ligereza.

[1] http://elcosturerodeisabel.com/blog/%EF%BB%BF%EF%BB%BFhistoria-de-la-tela/

GRÁFICA 1

Las fibras de algodón pueden teñirse de cualquier color, y lo retienen bien. Puede ser tejido para varios propósitos al resultar telas sencillas o gruesas.

El algodón tiene gran capacidad para absorber líquidos. Puede absorber hasta 27 veces su peso en agua, de acuerdo con la guía de Sewing and Craft Alliance. Por esto se la utiliza para toallas y paños. Esta característica junto a la peculiaridad de permitir que el aire fluya libremente, hace a la ropa de algodón cómoda, ya que absorbe el sudor y lo libera en su superficie.

GABARDINA: La tela gabardina es una tela noble, suave al tacto, es impermeable tanto al aire como al agua y es por esto que podemos verla como materia prima en la confección de distintos tipos de ropa. Es un tejido que contiene algodón principalmente, pero también podemos encontrar gabardina confeccionada a base de fibras sintéticas o lana; o, la gabardina que usa diferentes porcentajes de algodón y poliéster.

GRÁFICA 2

Las fuerzas armadas fueron las primeras en hacer uso de la tela gabardina, ya que como este textil mantiene el calor, asegura máxima resistencia a tirones y es suave, le daban las características perfectas para la confección de uniformes.[2]

POLIESTER ALGODON: Se trata de una tela hecha de una mezcla fibras de algodón natural con poliéster sintético. Aunque ambas fibras tienes sus ventajas y desventajas, la mezcla se usa con frecuencia en la confección de prendas de ropa para ofrecer a los consumidores las ventajas de ambas.

El poliéster es un material polimérico fabricado a partir de carbón, aire, agua y productos petrolíferos. Es una fibra resistente que mantiene su forma, y por lo tanto es resistente a las arrugas. No resiste temperaturas medias y altas, se derrite y se quema al mismo tiempo, así que o se plancha el poliéster a bajas temperaturas, o no se plancha en absoluto. El hilo de poliéster dura por largo tiempo y luce bien, así que se utiliza mucho para prendas de vestir o proyectos de costura. El poliéster no se encoge como su homólogo natural,

[2] http://www.todotelas.cl/definición-telas.htm

y los tintes se le adhieren extremamente bien, lo que es bueno para el arte textil, pero es malo a la hora de quitar las manchas en los artículos de poliéster. El poliéster fue muy popular en los años 50, pero desde entonces se usa más como parte de una mezcla que como la fibra principal de las telas o prendas de ropa.

El algodón es una fibra totalmente natural fabricada a partir de la vaina de la planta de algodón. Es la principal fibra utilizada en la confección de ropa en todo el mundo, cuyas características ya se describieron anteriormente.

Una mezcla de algodón y poliéster puede ser versátil, puesto que preserva la frescura y ligereza de la fibra de algodón, y además tiene la fuerza, durabilidad y resistencia a las arrugas del poliéster. Una mezcla de algodón y poliéster se encoge muy poco en comparación con una prenda o tela que sea 100% de algodón. [3]

La mezcla de algodón y poliéster se usa principalmente para hacer prendas que las personas puedan lavar y usar sin tener que planchar, y que sean más durables y resistan más lavados que una prenda 100% de algodón. Muchas personas que gustan de coser prefieren la mezcla de algodón y poliéster puesto que es más fácil de manipular y de coser que el algodón puro, ya que se arruga y se encoge menos.

[3] http://www.ecuared.org/global/anavegar4/comunes/premiados/e/167/paginapoliester.htm

HISTORIA E INFLUENCIA HOSPITALARIA

La historia de los hospitales o centros de atención a enfermos, data de los años antes de Cristo.

Los hospitales brahmánicos fueron establecidos en Sri Lanka en el año 431 a.C. y luego para el año 100 a.C. se establecieron los hospitales romanos para el tratamiento de sus soldados enfermos o heridos.[4]

Los hospitales medievales en Europa fueron financiados por comunidades religiosas, con atención prestada por monjes y monjas.

A partir del siglo XVIII los hospitales abrieron sus puertas a estudiantes y profesionales no residentes con un énfasis en la opinión multidisciplinaria para el diagnóstico y tratamiento de la enfermedad.

La principal función de un hospital es proveer cuidados de salud. Para esto, demanda de un porcentaje elevado de presupuesto sanitario. Así mismo es el principal empleador de los servicios de salud, tanto médicos como enfermeras y otros profesionales.

El hospital postmoderno se vincula a la formación, educación e investigación; esto bajo la influencia de nuevas o evolucionadas patologías humanas, la demografía de las comunidades y las tendencias de la globalización.

---

[4] Wikipedia.org/wiki/Administración_hospital

Al igual que muchas estrategias empresariales exitosas, los hospitales también buscan una administración bajo el contexto de calidad total, por lo que buscan una mejora continua en sus procesos.

MARCO CONCEPTUAL

EMPRESA

De manera sencilla se puede definir a la empresa como la entidad que obteniendo ganancias, proporciona a los individuos (o al mercado) los productos y/o servicios que satisfacen sus necesidades o deseos.[5]

Para ello, precisa de algunos elementos indispensables: recursos humanos, recursos materiales, recursos inmateriales, recursos financieros, organización, objetivos.

IMPORTANCIA: La importancia de la empresa tiene que ver básicamente con tres aspectos: económico, social y político.

Es generadora de empleo, de recursos financieros para los individuos, por ende: dinamizadora de la economía del país al ser transformadora de productos y servicios.

Es una unidad de incubación y aplicación tecnológica y satisfactora de necesidades sociales.

---

[5] García del Junco/Cristóbal Casanueva Rocha, Fundamentos de Gestión empresarial, Madrid, ediciones Pirámide

Políticamente es generadora de divisas para el país, representando la unidad de progreso nacional al trabajar en forma conjunta para aspirar entrar en un mercado competitivo, procurando de esta manera la estabilidad económica de éste; y, a la vez, incentivando el intercambio de relaciones públicas y diplomáticas.

CLASIFICACION DE LA EMPRESA: Se pueden hacer varias clasificaciones de empresa. De acuerdo al plano jurídico, pueden ser:

-Como personal natural, hay un solo tipo de empresa que es la empresa unipersonal.

Empresa Unipersonal

El único propietario asume la capacidad legal del negocio, es decir, derechos y obligaciones a título personal y de forma ilimitada. Este se adjudica la responsabilidad de las obligaciones que la empresa pueda contraer y las garantiza con su patrimonio personal.

-Con personería jurídica, las empresas pueden ser:

Empresa de responsabilidad limitada

Constituida por mínimo de 2 socios y máximo 25. Las obligaciones se limitan al capital aportado, el mismo que está representado por participaciones (no tiene acciones) iguales, acumulables e indivisibles.

Funciona bajo una razón social y/o denominación, después de la cual se debe hacer constar la sigla Cia. Ltda. Los órganos de mando están

compuestos por la Junta General y luego la Gerencia. La administración y representación está a cargo del Gerente, pudiendo ser uno de los socios.[6]

Empresa en nombre colectivo

Se trata de una empresa asociativa, constituida por más de una persona, quienes se comprometen a participar en la gestión de la empresa con los mismos derechos y obligaciones, éstas últimas se limitan al aporte de capital que hayan realizado.

Funciona bajo una razón social que puede estar conformada por los nombres de todos o de alguno(s) de los socios.

El capital está conformado por participaciones sociales, no tiene acciones. El órgano de mando está compuesto por la Junta general de socios y todos administran y representan la sociedad.

Empresa comanditaria

Conformada por más de un socio, donde las obligaciones se limitan al patrimonio de la empresa.

El capital está formado por participaciones sociales o acciones. Y son todos los socios que administran y representan la sociedad.

Sociedad Anónima

Se llama anónima porque las acciones son negociables y transferibles; éstas pueden ser endosables o negociables una y otra vez.

---

[6] García del Junco/Cristóbal Casanueva Rocha, Fundamentos de Gestión empresarial, Madrid, ediciones Pirámide

Funciona bajo una razón social y/o denominación, seguido de las siglas S.A. Los órganos de mando están compuestos por la Junta General, Directorio (que es opcional en el caso de sociedad anónima cerrada); Gerencia y Consejo de Vigilancia (en sociedad anónima abierta cuando hay más de 50 accionistas). El Presidente del Directorio es el representante legal y la Gerencia se encarga de la administración.

LA PROVINCIA DE LOJA Y SU ECONOMÍA

De acuerdo con datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador, la provincia de Loja experimentó un crecimiento promedio del 3.67% entre 2002 y 2007. Crecimiento que se ubicó por debajo del promedio nacional de 4.3% durante el mismo periodo[7]

La población económicamente activa del cantón Loja, está dedicada mayoritariamente a la agricultura, ganadería, comercio y enseñanza, lo que representa un 70%. El resto del porcentaje se dedica a distintas actividades como construcción, administración pública, industrias manufactureras, transporte y comunicaciones. Lo que nos deja un porcentaje bajísimo de producción manufacturera en la provincia. [8]

[7] Informe de coyuntura económico dela UTPL

[8] http://slideshare.net/karen5290/desarrollo-economico-productivo-de-loja-2864619

De acuerdo al Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca, la mayoría de las fábricas lojanas se enmarcan dentro de la pequeña industria, siendo las más numerosas aquellas que se dedican a la industrialización de la madera, alimentos, bebidas y tabacos.

Los índices de pobreza rural se encuentran entre el 70 % y el 77 %, y en la zona urbana van desde el 17 % al 60%. De estos porcentajes se deduce que la población sufre de varias carencias, tanto en salud, vivienda, educación y empleo.

De acuerdo con datos proporcionados por el INEC, Loja es uno de los cantones de la provincia que presenta aumentos constantes de población. Al ser la cabecera provincial presenta mejores condiciones de vida respecto de los restantes cantones, por lo que se ha establecido como un centro de atracción provincial.

PROYECTO

Puede definirse como el conjunto de actividades planificadas, temporales, interrelacionadas y coordinadas con el fin de desarrollar un bien o servicio o resultado único que cuente con valor agregado o induzcan a cambios beneficiosos.

Se dice temporal porque el proyecto finaliza cuando se obtiene el resultado esperado.

El proyecto viene a constituirse en la unidad básica de análisis en la gestión y planeación estratégica tanto de entidades privadas como públicas.

Los procesos de desarrollo de un pueblo, los planes de generación de riquezas necesariamente deben vincularse con el planteamiento de proyectos como un mecanismo para proyectar el futuro.[9]

PROYECTO DE FACTIBILIDAD

Con el fin de tener mayores elementos de juicio que permitirán una decisión en cuanto a la viabilidad de un proyecto, es necesario refinar la información con el estudio de factibilidad. Es decir, es la investigación y desarrollo de un conjunto de acciones orientadas a determinar si un proyecto es viable o no de poner en marcha[10].

Como antecedente, es necesario señalar que la causa para que muchas implementaciones de negocios o empresas fracasen es que se hacen sin estudios de respaldo que les permita conocer la realidad del mercado o ambiente empresarial en el que pretenden desarrollarse.

PROYECTO DE INVERSIÓN

Un Proyecto de inversión es “un conjunto de informaciones que permite tomar decisiones para la asignación de recursos a una determinada actividad productiva que asegure una rentabilidad mayor que la tasa de

[9] Miranda Miranda Juan José, GESTION DE PROYECTOS, cuarta edición

[10] Miranda Miranda Juan José, GESTION DE PROYECTOS, cuarta edición.

interés de oportunidad, el costo de oportunidad de la inversión o el costo de capital".[11]

Procedimiento o plan de acción que recoge y evalúa los factores que influyen en la oferta y demanda del producto; y, que basándose en la utilización de los recursos disponibles, espera alcanzar su objetivo que es generar rendimiento económico en un plazo determinado.

Todo proyecto de inversión incluye 4 etapas que implican desde la identificación de una idea, la decisión de invertir, la administración de la inversión y la evaluación de resultados. Estas son:

Estudio de mercado

Estudio técnico

Estudio organizacional

Estudio financiero.

ESTUDIO DE MERCADO

Recoge y evalúa los elementos que van a determinar la oferta y demanda de un producto. Además permite determinar el segmento de mercado al que se enfocará el proyecto.[12]

[11] Pasaca Mora Manuel Enrique, Formulación y evaluación de Proyectos de inversión

MERCADO

Espacio físico donde confluyen compradores y vendedores, o lo que es lo mismo la demanda y la oferta del mismo producto.[13]

OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Determinar demandas potencial, real, efectiva e insatisfecha del presente estudio de mercado para la implementación de la empresa.
- Conocer los precios en el mercado y determinar cuánto estarían dispuestos a pagar los consumidores por el producto.
- Presentar a la venta un producto cuya relación precio/calidad sea excelente.
- Fomentar el consumo de productos locales, contribuyendo así a la consolidación de nuestros propios recursos.
- Determinar planes de promoción y publicidad

DEMANDA

Cantidad de bienes o servicios que requiere un mercado para satisfacer una necesidad específica.

DEMANDA POTENCIAL: Cantidad de bienes o servicios que el mercado podría en algún momento consumir o utilizar.

---

[12] http://economía.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap3.pdf

[13] FUNDAMENTOS DE GESTION EMPRESARIAL, Julio García del Junco/Cristóbal Casanueva Rocha, Ediciones Pirámide

DEMANDA REAL: Cantidad de bienes o servicios que el mercado consume o utiliza.

DEMANDA EFECTIVA: Cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado.

DEMANDA INSATISFECHA: Cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad.

OFERTA

Es la cantidad de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado a un precio y en un momento determinados. La oferta se articula alrededor de la utilización de factores productivos como tierra, trabajo, capital físico, capital humano y tecnología, cuya combinación permite obtener los bienes y/o servicios.[14]

CLASIFICACIÓN DE LA OFERTA.- Las más utilizadas:

- De libre mercado.- Hay tantos oferentes del mismo producto que su aceptación depende de la calidad, el precio y el beneficio que ofrece.
- Oligopólica.- El mercado se encuentra dominado por unos pocos productores quienes imponen sus condiciones de cantidad, calidad y precios.
- Monopólica.- Existe un solo productor que domina el mercado.

[14] *GUIA DIDACTICA ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL, 9no CICLO, Universidad Técnica Particular de Loja*

FACTORES QUE AFECTAN LA OFERTA[15]

Tecnología: supone la relación que entre mayor tecnología menor precio y mejor calidad, por lo que la oferta aumentaría.

*Costos Bajos

*Alta Calidad

Precios de los Factores:

*Materia Prima, Mano de Obra

*Gastos de Fabricación

*Habilidad Empresarial

Precios de los Bienes Relacionados: sustitutos y/o complementarios.

Política Económica: Impuestos, tasas de intereses, comercio exterior

Elementos especiales: clima, temporadas, modas, etc.

MARKETING

De acuerdo con American Marketing Asociation, el Marketing o Mercadotecnia es el "Proceso de planificar y ejecutar la concepción, el precio, la promoción y la distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales".

Todas las actividades que se realizan para acercar el producto al cliente se denominan Marketing, esto, bajo el concepto de satisfacer los deseos y necesidades del consumidor.[16]

---

[15] *GUIA DIDACTICA ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL, 9no CICLO, Universidad Técnica Particular de Loja*

A las variables del Marketing Mix o Plan de comercialización se las conoce como las 4 Ps:

- Producto
- Precio
- Plaza (distribución)
- Publicidad (comunicación).

PRODUCTO

Según Halloy y Plant, producto es cualquier cosa que se ofrece al mercado para satisfacer un deseo o una necesidad y el término abarca bienes tangibles, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas.

IDENTIFICACION DEL PRODUCTO

ROPA HOSPITALARIA: Una de las necesidades que Provemedic desea cubrir es la de protección y comodidad tanto para los pacientes como del personal que labora en los centros hospitalarios.

Respecto a esta lencería; la buena calidad en telas, diseños, confección y servicio integral se constituirán la ventaja competitiva de Provemedic

[16] Kreimer Nataniel, Programa de Implementación práctica-Desarrollo y gestión de PYME, Colombia

PRECIO

Cantidad de dinero que se necesita para adquirir un bien y/o servicio. Puesto que el precio induce a la compra, la fijación de éste debe tomar en cuenta las utilidades que se obtendrán y debe ser aceptado por el consumidor.

PLAZA o DISTRIBUCION

El término plaza abarca todo lo relacionado con el recorrido del producto hasta llegar al consumidor final. El medio por el que un producto se transfiere de un lugar a otro, o desde donde se produce hasta el consumidor final.

Para ello existen las redes o cadenas de distribución, cuya composición puede ser muy variable, dependiendo del tipo de producto y las características institucionales que intervienen en ella. En la cadena más

corta el consumidor compra directamente del productor. Pero también hay canales indirectos donde los intermediarios participan en diferentes niveles.[17]

PUBLICIDAD

Maneja o incluye dos conceptos: promoción y publicidad

PROMOCION: Conjunto de incentivos no permanentes que fortalecen la oferta de la empresa para aumentar la venta de sus productos. Son estímulos que durante cortos periodos de tiempo tratan de fomentar la compra. Por lo que su objetivo es el aumento de las ventas a corto plazo.[18]

PUBLICIDAD: Actualmente una fuerza y fenómeno social con una capacidad creciente de llegar a los clientes o posibles clientes. Comunicación masiva que utiliza medios como radio, televisión, periódicos, pancartas, internet y se da en forma unidireccional, puesto que no existe interacción con el receptor.

Tanto la promoción como la publicidad buscan los mismos objetivos: dar a conocer la marca o producto y sus características; potenciar la imagen; comunicar un incentivo; promover un comportamiento.

[17] *Kreimer Nataniel, Programa de Implementación práctica-Desarrollo y gestión de PYME, Colombia*
[18] *FUNDAMENTOS DE GESTION EMPRESARIAL, Julio García del Junco/Cristóbal Casanueva Rocha, ediciones Pirámide.*

ESTUDIO TÉCNICO

Su objetivo es determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, tomando en cuenta para ello, los datos proporcionados por el estudio de mercado.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

TAMAÑO

Es básicamente la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo. Su fijación depende de aspectos como demanda existente, la capacidad instalada y utilizada, abastecimiento de materia prima, tecnología disponible, necesidad de mano de obra, etc. [19]

CAPACIDAD INSTALADA: Determinada por la producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Se mide en el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo.

CAPACIDAD UTILIZADA: Es el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria; está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo de tiempo. En proyectos nuevos es generalmente inferior a la capacidad instalada (en los primeros años).

---

[19] *FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION, Pasaca M. Manuel Enrique*

LOCALIZACIÓN

Es ubicar geográficamente el lugar en el que se implementará la nueva unidad productiva. Las estrategias de ubicación abarcan desde una macro localización hasta la micro localización; es decir, desde la región al lugar específico donde se situaran las instalaciones.[20]

Asoman entonces una serie de alternativas, motivo de un análisis sesudo porque un error de localización puede afectar definitivamente la economía de una inversión.

MACRO LOCALIZACIÓN

Ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local frente a un mercado que puede ser regional o nacional e incluso internacional. En la localización macro de un proyecto hay factores que pueden parecer un simple detalle pero así mismo pueden tener gran importancia para el escogitamiento del sitio, factores como:[21]

- Comportamiento comunitario: Disposición de la comunidad, soporte de otros negocios.
- Servicios comunitarios: Defensa civil, bomberos, policía, etc.
- Gobierno: Actitud del gobierno frente a la industria, información, estímulo para las exportaciones, facilidades para la importación, etc.

[20] *ADMINISTRACION Y DIRECCIÓN DE LA PRODUCCION, D'Alessio Ipinza Fernando,*
[21] *POLITICA ECONOMICA, Juan R. Cuadrado Roura)*

- Población: Tipo de población, nivel de capacitación, salarios de la región, crecimiento poblacional, etc.
- Educación: escuelas primarias, colegios, universidades, maestros suficientes, etc.
- Recreación: Cines, parques recreacionales, deportes, paseos.
- Transportes: Carreteras, transporte aéreo, fluvial, etc.
- Clima: efectos del clima.

MICRO LOCALIZACIÓN

Es el lugar exacto en el que se implementará la nueva empresa. De acuerdo con Fernando D'Alessio, las variables que afectan la micro localización son:

- Costo del terreno, edificio y equipos
- Costo de transporte de materias primas, materiales generales y productos terminados.
- Costo de servicios
- Impuestos y servicios
- Costos laborales
- Calidad y cantidad de mano de obra
- Clima social
- Reglamentos gubernamentales
- Calidad de vida (clima, escuelas, ambiente, recreación)
- Reacción de la competencia.

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Busca acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción. Engloba la infraestructura física, equipamiento, producto.

- Componente tecnológico: Se refiere a la maquinaria y equipo adecuado al proceso productivo que se va a realizar; debe responder a los niveles de producción esperados para satisfacer la demanda. [22]

- Infraestructura física: Son las instalaciones físicas de la empresa, en las que se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de las actividades operativas.
- Distribución de la planta: Ordenamiento físico de todos los elementos productivos: espacios necesarios para el movimiento de materiales y personal; ubicación de activos y otras actividades que permitan un óptimo desenvolvimiento para producir un producto.

  La distribución de la planta deberá procurar optimizar el uso de espacio disponible, reducir tiempos y costos de traslado de operaciones, atender las características del personal y disminuir el riesgo para los materiales.[23]

---

[22] Guía didáctica módulo IX, Administración de empresas, UNL

[23] Guía didáctica módulo IX, Administración de empresas, UNL

- Proceso de Producción: Proceso es un conjunto de equipos, personas y actividades que transforman una entrada en salida; insumos en productos; recursos en resultados. Estos pueden ser de producción, de servicios o administrativos. Su objetivo es obtener un sistema de productos, a tiempo y al menor costo permitido por unidad.[24]

  La producción tiene que ver con la creación de bienes y servicios y requiere del planeamiento, diseño, operación (procesos) y control de los sistemas que los producen. Todo proceso de producción tiene tres fases que se mantienen unidas: insumos, procesos y productos.

- Diagrama de flujo: Representación gráfica de todas las operaciones, transporte, inspección, retrasos y almacenamiento que tienen lugar durante un proceso.

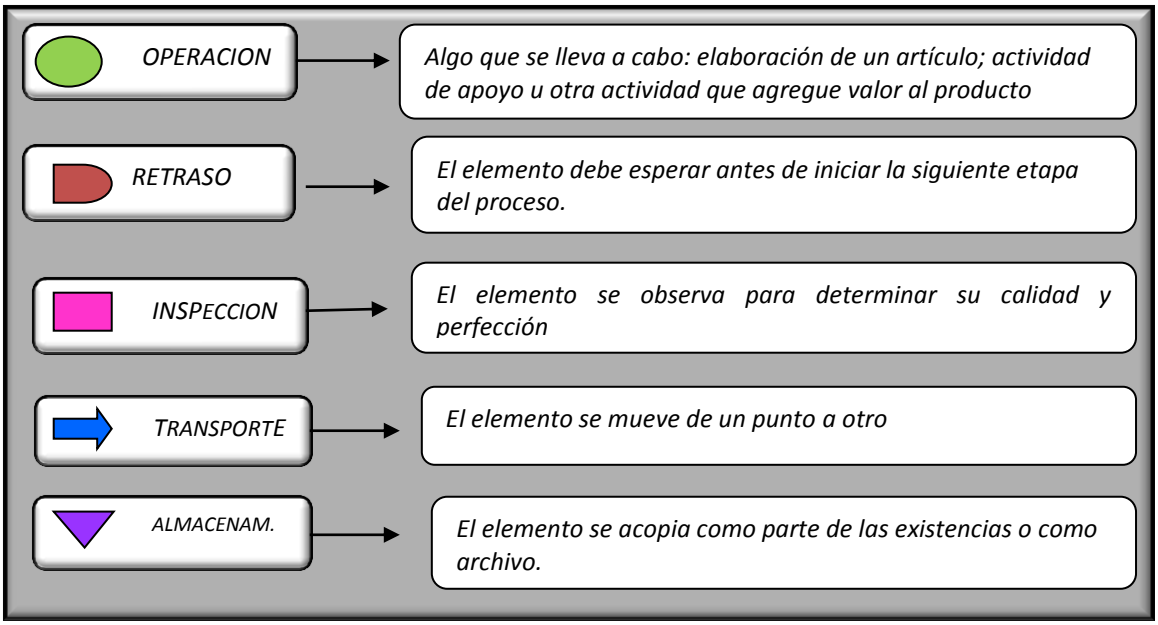
  Es útil para evidenciar los costos de periodos no productivos que pueden representar las distancias recorridas, retrasos, almacenamientos temporales.[25]

  Para representarlo se utilizan símbolos:

[24] Guía didáctica módulo VI, Administración de empresas, UNL

[25] Guía didáctica módulo VI, Administración de empresas, UNL

GRÁFICA 3



- Requerimiento Personal: Los requerimientos básicos de personal deben tener las características de cantidad adecuada, talentos y valores; todo esto con la clara visión de desarrollar la nueva empresa, permitiendo el desarrollo de los individuos.
- Control de calidad: [26]Es una de las etapas más importantes del control de operaciones (cantidad-calidad-costo-tiempo) e involucra la calidad del diseño, de los insumos y materiales indirectos, del proceso, de los productos y del servicio posventa. Lo que se busca es garantizar que el producto cumplirá correctamente con su función durante toda su vida útil.[27]

[26] González H. Juan, Gestión de calidad total, Cuenca, 3ra edición

[27] Fernando D'Alessio Ipinza, Administración y dirección de la producción, Editor División universitaria, Colombia

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional constituye la columna vertebral de la empresa; al darle forma a la plataforma jurídica sobre la cual se va a desarrollar; y por otro lado al buscar aclarar los puestos y responsabilidades que llevarán a optimizar los resultados, eliminando o disminuyendo errores en el desempeño originados por la incertidumbre.

TIPO DE EMPRESA

Hay varios criterios para determinar la tipología de las empresas.[28]

De acuerdo a su tamaño pueden ser, dependiendo del número de trabajadores:

- Grandes, con 250 o más trabajadores
- Medianas, con 50 personas
- Pequeñas, con 10 trabajadores
- Microempresa, con menos de10 trabajadores

De acuerdo al sector de actividad son:

- Primario o extractivo, el elemento básico de su actividad se obtiene de la naturaleza
- Secundario o industrial, son las empresas que realizan algún proceso de transformación

[28] García del Junco/Cristóbal Casanueva Rocha, Fundamentos de Gestión empresarial, Madrid, ediciones Pirámide

- Terciario o de servicios, realiza actividades cuyo principal elemento para realizar los trabajos, es la capacidad humana.

De acuerdo a la propiedad del capital:

- Privadas, cuando la propiedad de la organización es de esta naturaleza
- Públicas, cuando el capital pertenece al Estado
- Mixtas, cuando la titularidad es compartida entre manos privadas y el Estado.

De acuerdo a su forma jurídica:[29]

- Individuales: De un solo dueño, responsable de todas las actividades
- En nombre colectivo: Se forma a partir de dos o más personas bajo una razón social, responsables de todas las operaciones sociales de la organización.

- De responsabilidad limitada: Puede tener de dos a veinte y cinco socios que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y utilizan una razón social que llevará las palabras compañía limitada. [30]

[29] García del Junco/Cristóbal Casanueva R, Fundamentos de Gestión empresarial, Madrid, ediciones Pirámide

[30] García del Junco/Cristóbal Casanueva R, Fundamentos de Gestión empresarial, Madrid, ediciones Pirámide

- Compañía anónima: Sociedad cuyo capital dividido en acciones negociables está formada por la aportación de los accionistas que responden solo por el monto de sus acciones. Se administran por mandatarios que pueden ser socios o no. Su razón social llevará las palabras compañía anónima.[31]

- Compañía de economía mixta: Entidades públicas pueden participar conjuntamente con capital privado, tanto en la puesta de capital como en la gestión social de la compañía.

BASE LEGAL[32]

Toda actividad económica, necesariamente requiere una determinada estructura que demanda de normas que regulen el comportamiento de los sujetos que intervienen en ella. Por consiguiente, la actividad empresarial está incorporada en un ordenamiento jurídico.

Los accionistas o dueños de la empresa deberán empezar por considerar cuál es la forma jurídica más adecuada para ésta. Decisión que deberá tomar en cuenta capital, número de personas involucradas, volumen de operación, la situación de los socios, etc.[33]

---

[31] García del Junco/Cristóbal Casanueva R, Fundamentos de Gestión empresarial, Madrid, ediciones Pirámide

[32] *Guía didáctica-Organización industrial, ciclo 9, UTPL*

[33] *Guía didáctica-Organización industrial, ciclo 9, UTPL*

Acta constitutiva.- Documento que certifica la conformación legal de la empresa, en el que se incluyen referencias de los socios que la conforman.

La razón social o denominación.- Nombre bajo el cual operará la empresa.

Domicilio.- Señala claramente la dirección domiciliaria de la empresa, esto con el fin de ser ubicada ante requerimientos de clientes o de personas naturales o jurídicas.

Objeto de la sociedad.- Es el objetivo con el que la empresa nace, que puede ser producir, o comercializar bienes y/o servicios; señalando además el sector productivo al que se pertenece.

Capital social.- Monto de capital con el que se da inicio a las operaciones de la empresa y la forma como éste se ha conformado.

Tiempo de duración de la sociedad.- Tiempo de vida planificado para la empresa o actividad.

Administradores.- Se trata de la administración de la empresa, la o las personas responsables de su manejo.[34]

[34] Guía didáctica-Organización industrial, ciclo 9, UTPL

CULTURA ORGANIZACIONAL

Viene a ser la personalidad de la empresa. El conjunto de particularidades o patrones relativamente permanentes y estables que marcan el comportamiento de la organización.

La empresa es vulnerable a los cambios que se realicen en su entorno por lo que sus valores culturales van a ser de influencia primordial.[35]

VISIÓN

Es una declaración formal de lo que la empresa trata de lograr. Es el lugar ideal que la empresa desea ocupar en el mercado y funciona como el horizonte que debe ser alcanzado.

MISIÓN

La misión y metas principales de una empresa tejen el contexto dentro de cual se formularán las decisiones estratégicas. Expone el porqué de la organización y el qué debe hacer. Por lo tanto todos los miembros de la institución deben involucrarse en la definición de ésta. [36]

---

[35] Kreimer Nataniel, Programa de Implementación práctica-Desarrollo y gestión de PYME, Colombia

[36] Kreimer Nataniel, Programa de Implementación práctica-Desarrollo y gestión de PYME, Colombia

FILOSOFÍA CORPORATIVA

Principios, valores, aspiraciones y prioridades filosóficas fundamentales, ideales con los cuales se comprometen quienes toman las decisiones estratégicas **q**ue además orientan la administración de su compañía.[37]

Es indispensable que para todos los miembros de la organización queden bien claros los valores sobre los cuales se fundan todas las acciones y decisiones que se llevan a cabo en ella.

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Las empresas, por pequeñas que sean, deben perfilar su actuación pensando en que pueden y deben ser socialmente responsables.

La responsabilidad social corporativa es un compromiso que "empieza en casa", que beneficia al entorno inmediato a través de un comportamiento ético y transparente, consistente con el desarrollo sustentable y el bienestar de la sociedad, de acuerdo lo que señala un estudio sobre la situación de responsabilidad social en el Ecuador. [38]

La fortaleza básica de la empresa privada en este sentido es que puede brindar empleo, ofrecer beneficios a la comunidad, elevar los valores en el mercado, atraer capital.

---

[37] *ADMINISTRACION ESTRATEGICA, Charles W.L. Hill/Gareth R. Jones, 3ra edición).*

[38] Revista Economundo, edición 39

Los planteamientos de Responsabilidad Social deben ser factibles y para ello, es necesario identificar las necesidades del entorno laboral, comunitario, de clientes, etc.[39]

ESTRATEGIA EMPRESARIAL

Alcanzar los objetivos empresariales requiere ineludiblemente de establecer estrategias que se definen como los resultados que se esperan alcanzar en un periodo de tiempo.[40]

Para definir la estrategia empresarial se debe tomar en cuenta tres perspectivas:

Estrategia de desarrollo

Estrategia de crecimiento

Estrategia de competencia

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Busca establecer una estructura empresarial con la asignación de funciones y responsabilidades, con el fin de que el talento humano sea manejado de manera eficiente. [41]

---

[39] Stanley Block/Geoffrey A. Hirt, Fundamentos de gerencia financiera, Colombia

[40] David N. Ramírez, Contabilidad Administrativa, 5ta edición, México

[41] Guía Didáctica, módulo IX, UNL

NIVELES JERARQUICOS

Nivel Legislativo

Nivel Asesor

Nivel de apoyo

Nivel operativo

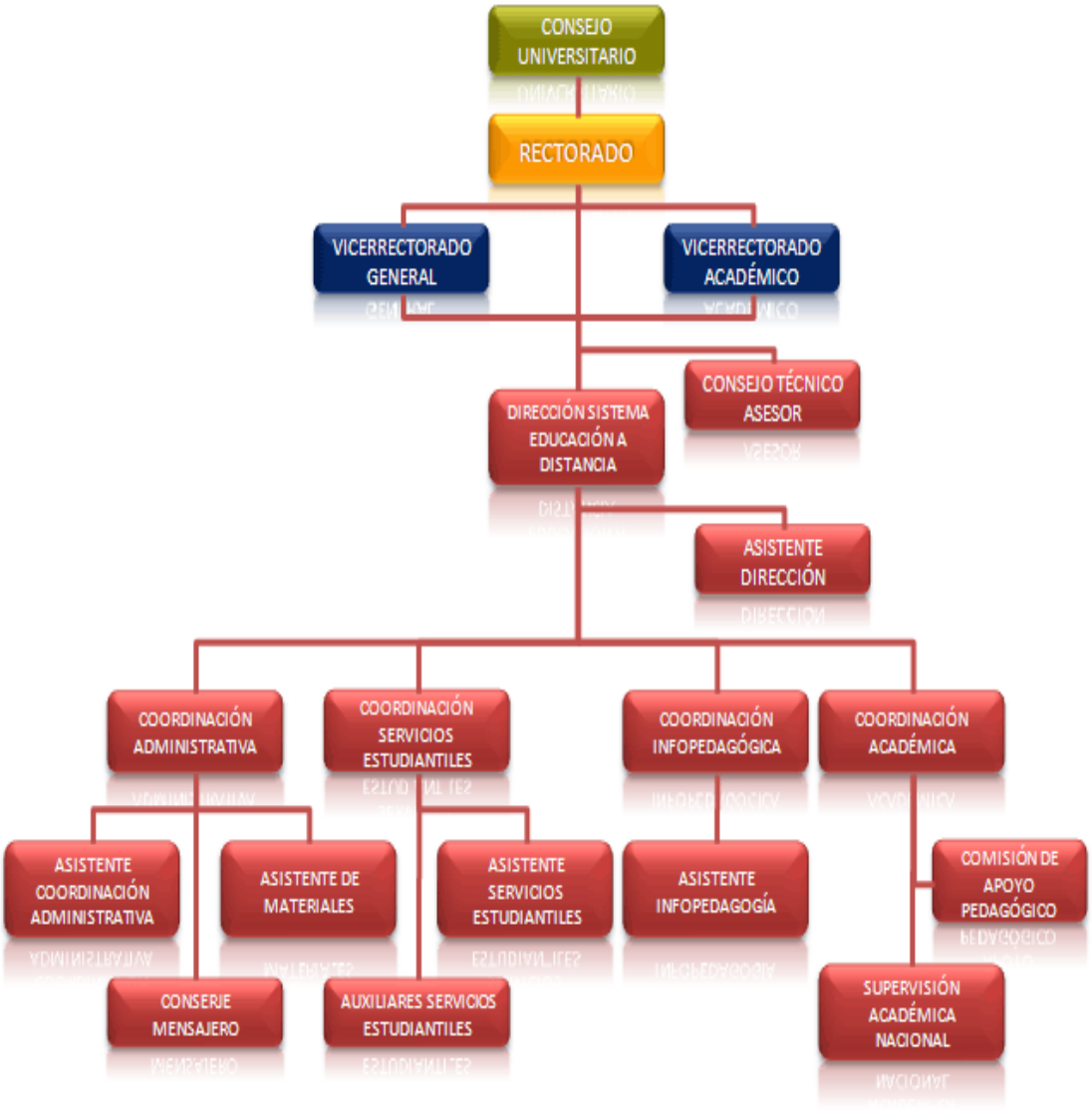
ORGANIGRAMAS

"Cuadro de organización que muestra ordinariamente los agrupamientos y otras unidades, también las principales líneas de autoridad y responsabilidad entre estos departamentos y unidades"[42] Los más utilizados son los organigramas estructurales y funcionales.

Organigrama estructural.-Representa gráficamente la estructura administrativa de la empresa. Refleja la división de funciones, niveles jerárquicos, líneas de autoridad y responsabilidad; canales de comunicación y naturaleza lineal de cada departamento. Ejemplo:

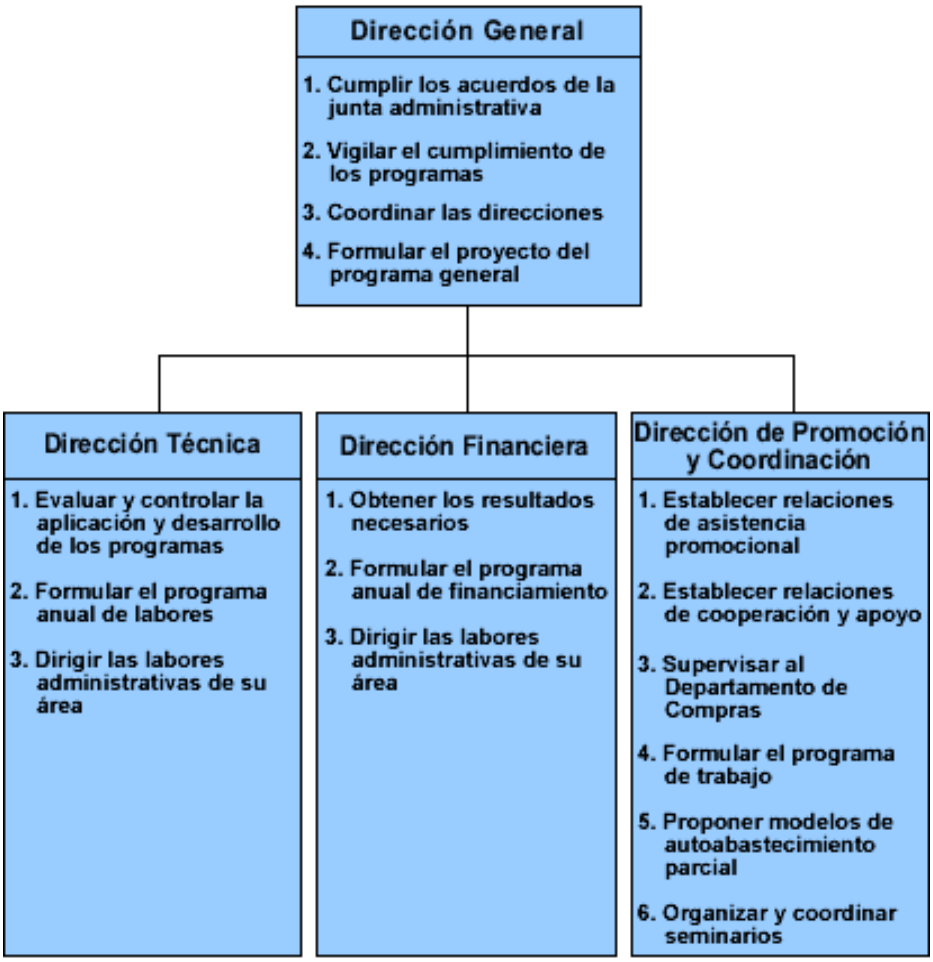
[42] ORGANIZACIÓN APLICADA, Vásquez Víctor Hugo.

GRAFICA 4



Organigrama funcional.- Organigrama que representa las funciones que deben desempeñar cada uno de los departamentos o unidades administrativas. Ejemplo:

GRAFICA 5



Fuente. Organización de Empresas, de Enrique B. Franklin [2]

Organigrama posicional.- Representa gráficamente aspectos como distribución de personal, cargo que ejercen, denominación y el sueldo que perciben.

MANUAL DE FUNCIONES Es la compilación de toda la información respecto a las tareas que debe cumplir cada persona en su puesto de trabajo y unidad administrativa. [43]

Un manual de funciones debe contener información clara sobre los siguientes aspectos:

- Relación de dependencia (ubicación interna)

- Dependencia Jerárquica (relaciones de autoridad)

- Naturaleza del trabajo.

- Tareas Principales.

-Tareas Secundarias.

- Responsabilidades.

- Requerimiento para el puesto.

ESTUDIO FINANCIERO

CONCEPTOS FINANCIEROS

EMPRESA.- Desde el punto de vista financiero, la empresa es una sucesión de proyectos de inversión y financiamientos. [44]Atiende a una demanda real

[43] Guía Didáctica, módulo IX, UNL

y desarrolla planes para hacer frente a una demanda potencial; por lo que es menester la constante atención a todos los elementos conducentes a una buena planificación de inversión. [45]

INVERSIONES.- Desembolsos en efectivo que se producen a lo largo de la vida de un proyecto para la adquisición de activos, gastos de constitución, capital de trabajo, etc. [46]Las inversiones pueden ser de tres formas:

a. Inversiones en activos fijos; es decir, en bienes tangibles como terrenos, construcciones, maquinaria y equipo, equipos de oficina, muebles y enseres, vehículos.
b. Inversiones en activos diferidos, son valores que corresponden a costos ocasionados en la formulación e implementación del proyecto. Pueden ser marcas, patentes, derecho de autor, crédito mercantil, franquicias.

c. Inversiones en capital de trabajo; son valores que sirven para dotar a la empresa de todos los componentes que permitan laborar cubriendo las obligaciones económicas.[47]

   La importancia del capital de trabajo radica en que básicamente el activo circulante de una empresa de manufactura debe equilibrarse

---

[44] Guía didáctica, módulo 5, gestión de finanzas corporativas, UNL

[45] James Van Horne/John Wachowicz, Administración financiera, undécima edición, México

[46] Juan José Miranda, Gestión de proyectos, cuarta edición

[47] FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION, Pasaca M. Manuel E

> en un poco más del 50% de su activo total, tomando en cuenta que niveles excesivos de activo circulante pueden contribuir de manera significativa a un rendimiento de la inversión por debajo de lo normal; sin embargo las compañías con muy poco activo circulante pueden tener pérdidas y problemas para operar sin contratiempos. Cuando se determina la cantidad adecuada del activo circulante se debe tener muy en cuenta el equilibrio entre rentabilidad y riesgo.[48]

FINANCIAMIENTO.- La empresa debe conseguir los recursos financieros para instalarse, subsistir y crecer; para ello debe elegir alguna forma de conseguirlos o de financiarse: los recursos pueden ser propios o provenir de otras fuentes. [49]

Financiación interna: Son los recursos generados en el interior de la propia empresa, es decir, no proceden ni de nuevas aportaciones de socios ni de deuda.

Financiación externa: Cuando la empresa no puede acudir a sus propios fondos, es necesario acudir a la financiación externa, pagando un costo por interés.

[48] FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACION FINACIERA, James C. Van Horne/John M. wachowicz, Jr; undécima edición)
[49] Juan José Miranda, Gestión de proyectos, cuarta edición

RIESGO Y RENTABILIDAD.- El margen correcto de seguridad de la inversión se ceñirá tanto al riesgo y rentabilidad como a la actitud del gerente de la empresa en lo que respecta al riesgo, porque incrementar liquidez, prolongar el calendario de vencimientos o una combinación de ambas afectará en cierta medida la generación de utilidades. Para tener determinada tolerancia al riesgo se debe determinar cuál es la solución menos costosa.

INFLACION.- El concepto más sencillo es aumento del nivel general de precios. Este debe reunir dos características: que este aumento sea sostenido; y, que como consecuencia haya una disminución del poder adquisitivo del dinero.

Así, la tasa de inflación viene a ser el porcentaje de inflación de variación del nivel general de los precios entre dos periodos consecutivos.[50]

COSTOS

El concepto de costo es uno de los elementos más importantes para la planeación, control y toma de decisiones. De acuerdo con David N. Ramírez, costo es la suma de erogaciones en las que se incurre para la adquisición de un bien o servicio, con la intención de que genere ingresos en el futuro.

---

[50] POLITICA ECONOMICA, Juan R. Cuadrado Roura

Las empresas incurren en diferentes formas del costo: [51]

- Costos de producción.- Se generan en el proceso de transformar la materia prima en producto terminado.

    - Costos de materia prima: Costo de materiales integrados al producto.
    - Costos de mano de obra: Costos que intervienen directamente en la transformación del producto.
    - Gastos indirectos de fabricación: Costos que intervienen en la transformación de los productos, con excepción de la materia prima y mano de obra directa.[52]

- Costos de distribución o venta.- Son costos realizados en el área encargada de llevar el producto de la empresa al consumidor.

- Costos de administración.- Se originan en el área administrativa, pueden ser sueldos, teléfono, oficinas, depreciaciones administrativas, seguros, etc. [53]

- Depreciación.- La utilización normal de los activos hacen que éstos sufran desgaste por lo que pierden su funcionalidad y operatividad;

[51] Juan José Miranda, Gestión de proyectos, cuarta edición
[52] *Juan José Miranda, Gestión de proyectos, cuarta edición*
[53] *Manuel Enrique Pasaca, Formulación y evaluación de proyectos de inversión*

por lo que los gastos realizados por depreciación buscan recuperar el valor de la inversión de los activos y hacer la correspondiente reserva para el momento en que deban ser reemplazados.

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

Costos fijos**:** Son independientes del proceso productivo; tienden a permanecer constante en relación con los cambios en el volumen de producción. Pueden ser sueldos, alquileres, pólizas, etc.

Costos variables: Se incurre en ellos en función de la capacidad de producción. A menor producción, menos gasto; a mayor producción, más gasto.

Costos totales: Es la suma de costos fijos y variables

PRESUPUESTO

Plan numérico, integrador y coordinador para asignar los recursos a actividades específicas. Plan porque expresa lo que la administración quiere realizar. Integrador porque toma en cuenta todas las áreas y actividades de la empresa. Numérico porque se expresa en términos financieros. [54]

Constituye la expresión cuantitativa como resultado de la planeación: además sirve como una forma de control en la medida que permite evaluaciones continuas sobre el cumplimiento de los objetivos.

[54] FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACION, CONCEPTOS Y APLICACIONES, Robbins y De Cenzo, 1996.

ESTADOS FINANCIEROS

El análisis financiero implica el uso de estados financieros que pueden tener diferentes funciones, por lo que se nombran de acuerdo a ello así[55]:

Balance general: Presenta un resumen de activos, pasivos y capital propio de una empresa en determinado momento. Indica que posee la empresa y cómo están financiados esos activos en la forma de participaciones accionarias.

Estado de pérdidas y ganancias: También se le conoce con los nombres de: Estado de resultados, Estado de utilidades, Estado de rentas y gastos.

Muestra los ingresos y los gastos así como la utilidad o pérdida resultante de las operaciones de una empresa, generalmente durante un periodo de tiempo determinado. [56]

PUNTO DE EQUILIBRIO

Las empresas nacen con un propósito, por lo tanto deben planear sus actividades, ante ello, es necesario cubrir los costos y lograr un excedente como rendimiento a los recursos puestos al servicio de la empresa. Por esto, es necesario conocer y utilizar ésta herramienta que servirá como referencia para diseñar actividades conducentes a estar siempre por encima del punto de equilibrio que es el cálculo por medio del cual sabemos el punto en que

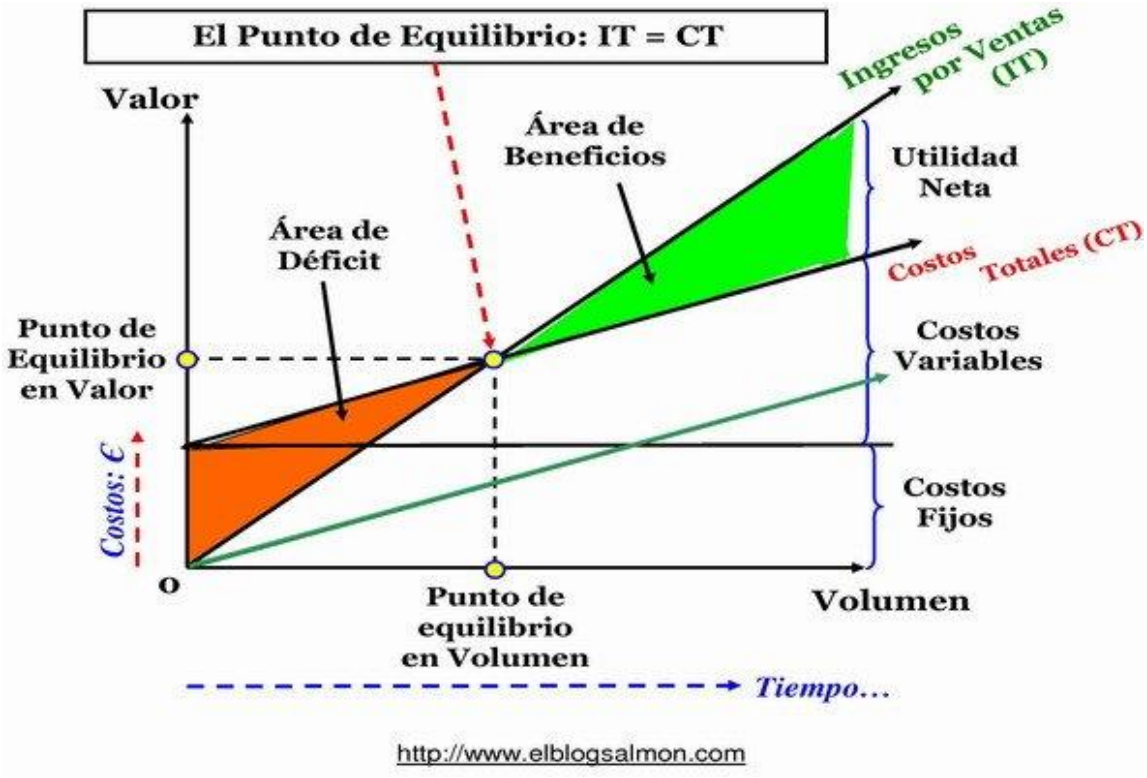
[55] *FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACION FINACIERA, James C. Van Horne/John M. wachowicz, Jr; undécima edición)*
[56] Stanley B. Block/Geoffrey A. Hirt/Fundamentos de gerencia financiera, 9na edición, Colombia

los ingresos son suficientes para igualar los costos y de esta manera poder realizar proyecciones de las utilidades. [57]

Sirve para estudiar la relación entre costos fijos, costos variables, utilidades y volumen de ventas. Se lo puede calcular:

- En función de las ventas
- En función de la capacidad instalada

GRAFICA 6



[57] David N. Ramírez, Contabilidad Administrativa, 5ta edición, México

EVALUACIÓN FINANCIERA

Se trata de medir de manera objetiva ciertas capacidades que resultan de la formulación de un proyecto y convertirlas en números para obtener indicadores que nos indiquen de su bondad. Busca analizar la rentabilidad del proyecto, a partir de este análisis se decidirá sobre la conveniencia o no del mismo y se fundamenta en criterios como[58]:

Valor Actual Neto (VAN).- Es el valor presente de los flujos de efectivo netos menos su inversión inicial. Utiliza los flujos de efectivo descontados, es decir, que los ajusta en función del valor del dinero en el tiempo. Se usa las siguientes fórmulas:

$$FA = \frac{1}{(1+i)^n}$$

VAN = ΣFLUJO NETO - INVERSIÓN

Tasa Interna de Retorno (TIR).- : Es la tasa de descuento que iguala el valor presente de los futuros flujos netos de efectivo de un proyecto de inversión con el flujo de salida de efectivo inicial del proyecto, es decir, es aquella tasa de descuento que hace que el VPN sea cero.

$$TIR = Tm + Dt\left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

[58] Guía Didáctica Módulo 5, Gestión de las Finanzas Corporativas, UNL

Relación Beneficio Costo (RBC).- es la relación entre el valor presente de los futuros flujos netos de efectivo de un proyecto con el gasto inicial del proyecto.[59]

Dado que los recursos disponibles son escasos en relación a las necesidades a cubrir, será necesario planificar y desarrollar programas que nos permitan establecer prioridades, bajo los criterios de crecimiento, equidad y bienestar. Esta es la función de éste indicador: evaluar la conveniencia y oportunidad de un proyecto al comparar el valor actualizado de unos y otros.[60]

$$RB/C = \frac{\sum IngresosActualizados}{\sum CostosActualizados}$$

Periodo de Recuperación del Capital (PRC).- Permite conocer el número de años necesarios para recuperar la inversión inicial en base a los flujos de efectivo esperados. Se requiere para que los flujos de efectivo acumulados esperados de un proyecto de inversión igualen el flujo de salida de efectivo inicial. Es decir, el número de años que se requieren para recuperar una inversión inicial en efectivo. [61]

[59] *Guía didáctica módulo 5, Gestión de las finanzas corporativas, UNL*

[60] GESTION DE PROYECTOS, Miranda Juan José, cuarta edición

[61] *GUÍA DIDÁCTICA MÓDULO 5, GESTIÓN DE LAS FINANZAS CORPORATIVAS, UNL*

$$\textbf{PRI} = \text{Año anterior a recuperar la inversión} + \frac{\text{Inversión - } \sum \text{flujo acumulado año anterior}}{\text{Flujo neto del año que recupera la inversión}}$$

Análisis de Sensibilidad.- Es una técnica de análisis de riesgo en la cual las variables fundamentales son cambiadas y posteriormente se observan los cambios en el VPN y la TIR[62]

El análisis de sensibilidad requiere la utilización de varias fórmulas:

$$NTIR = Tm + Dt\left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

Diferencia TIR = TIR del proyecto - NTIR

% Var = (Diferencia Tir / TIR del proyecto)*100

Sensibilidad= %variación / nueva tir

[62] *Guía didáctica módulo 5,Gestión de las finanzas corporativas, UNL*

e) MATERIALES y MÉTODOS

MATERIALES

Para la elaboración del presente proyecto se utilizaron los diferentes materiales y recursos que se detalla:

Recurso humano:

- ✓ Autora
- ✓ Personal encuestado (demandantes)
- ✓ Personal entrevistado
- ✓ Director de tesis

Materiales de oficina:

- ✓ Computadora, impresora
- ✓ Tinta para impresora
- ✓ Cámara Fotográfica
- ✓ Hojas de Papel Bond.
- ✓ Carpetas folder
- ✓ Calculadora.
- ✓ Flash Memory
- ✓ Libros, enciclopedias, folletos, revistas
- ✓ Internet
- ✓ Esferográficos, borrador, portaminas, cuadernos
- ✓ Formularios para las encuestas

MÉTODOS

´"Métodos son procesos ordenados y disciplinados que se utilizan para alcanzar un fin propuesto". [63]

Puesto que todas las actividades humanas tienen un objetivo, o por lo menos deberían tenerlo, y sabiendo que cada acción responde a características particulares, se deduce que cada una utilizará un método específico para lograr su cometido.

Así, dentro de los métodos generales se cuenta con el Inductivo, deductivo, analítico y sintético; y, dentro de los métodos particulares tenemos histórico, descriptivo.[64]

El presente trabajo utilizará los siguientes métodos:

Método Descriptivo.- Consiste en evaluar ciertas características de una situación particular. Detalla una situación, fenómeno, proceso o hecho social. Su objetivo es la conseguir datos objetivos, precisos y sistemáticos que puedan usarse en cálculos estadísticos. En el presente proyecto, se describe la situación económica de Loja y del grupo de centros hospitalarios censados.

Método Deductivo.- Sigue un camino sintético-analítico; se presentan conceptos, nociones generales, de las cuales se extraen conclusiones. Se examinan casos particulares sobre la base de afirmaciones generales.

---

[63] *luisbravomorales.blogspot.com/2008/04/metodo-deductivo-e-inductivo.html*

[64] *NOCIONES BASICAS DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA, Espinoza Mireya/Morillo Rosa*

Realizamos un análisis general de los problemas en nuestro país hasta llegar a los de la ciudad de Loja, conociendo la falta de proyectos de inversión para la creación de empresas y generación de recursos económicos.

Método Analítico: Consiste en descomponer en partes algo complejo para describir a cada una.[65] Permitirá la revisión de la información recopilada por partes para luego procesarla. Dará paso a un estudio detallado de diferentes operaciones y su posterior interpretación. Se realizó un análisis del mercado al cual está dirigido el producto propuesto, es decir, a la información obtenida de los centros hospitalarios como respuesta a las preguntas planteadas en las encuestas.

Método Sintético: Se reconstruye el todo uniendo sus partes. La síntesis completa el análisis, facilitando la comprensión cabal del hecho[66]. Utilizado en las conclusiones de esta investigación,

Método Histórico.- Permitió la construcción del marco referencial. Ubica y recopila fuentes documentales, primarias y secundarias, orígenes, conceptos, aplicaciones. Utilizado al acudir a libros, revistas y otros documentos referenciales del tema investigado.

Método Estadístico.- Los datos recogidos en las encuestas permitieron la construcción de cuadros estadísticos, gráficos con su correspondiente

---

[65] Manuel Pasaca Mora, Formulación y evaluación de proyectos de inversión

[66] Manuel Pasaca Mora, Formulación y evaluación de proyectos de inversión

interpretación, proyecciones e indicadores financieros; es decir, se utilizó para la tabulación de las encuestas.

TÉCNICAS

Recolección de Datos

La recolección de la información de datos se realizó en el Ilustre Municipio de Loja, el SRI, la Superintendencia de compañías. Esta información permitió determinar la cantidad de la oferta existente en la ciudad de Loja; y, la población objetivo de este proyecto.

Además, como técnica para la recolección de la información, se utilizó la encuesta, para ello se diseñó un formulario; y, la entrevista a oferentes.

La Entrevista

Diálogo, relación directa de forma oral entre el entrevistado y el entrevistador.[67]

Se elaboró un formulario para la entrevista que estuvo dirigida a los propietarios de los establecimientos dedicados a la producción y comercialización de ropa hospitalaria en la ciudad de Loja. El resultado de las entrevistas ayudó a establecer la oferta de prendas hospitalarias en esta ciudad. La cantidad de establecimientos se determinó de acuerdo con la

[67] NOCIONES BASICAS DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA, Espinoza Mireya/Morillo Rosa

información ofrecida por el Ilustre Municipio de Loja y la oficina del SRI, que refirieron 6 establecimientos dedicados a la actividad antes señalada.

La Encuesta

Técnica destinada a obtener datos de varias personas. [68] Para ello se utiliza un listado de preguntas escritas llamado cuestionario.

Para la encuesta de este trabajo se diseñó un formulario denominado "Encuesta dirigida a los consumidores de ropa hospitalaria", que determinó las demandas potencial, actual e insatisfecha de éstos; además ayudó con datos para planificar la publicidad y el estudio técnico.

El cuestionario estuvo dirigido a la población hospitalaria de Loja como son las instituciones de salud tanto pública como privada de la ciudad, con el fin de conocer su opinión respecto a demanda de producto.

Éste se realizó en base al problema planteado que es la falta de un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de ropa hospitalaria en la ciudad de Loja, generando poca especialización y alto costo en estos productos.

Se tomó en cuenta además las variables a medir que son producto, precio, plaza y promoción.

---

[68] Manuel Pasaca Mora, Formulación y evaluación de proyectos de inversión

El censo

En estadística, censo es el recuento de individuos que forman una población. Conjunto de elementos de referencia sobre el que se realizan las observaciones. Mediciones del número total de individuos[69].

Técnica de investigación que no trabaja sobre una muestra sino sobre la población total.

El censo se lleva a cabo a través de la aplicación de un instrumento estandarizado o la encuesta a toda la población objetivo; en este contexto, se proceden a medir todos los elementos de dicha población.

En el presente trabajo, la utilización del censo en lugar de muestreo responde al hecho de que el número de instituciones que van a ser objeto de estudio es pequeño, en un número de 17 centros públicos y 30 privados, dando un total de 47 centros hospitalarios, esto, según datos obtenidos de la Jefatura de Salud de Loja, y el Ilustre Municipio de Loja, Dirección de salud.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Son todos los documentos que de una forma u otra difunden los conocimientos propios de un área. Estos dan origen a las fuentes primarias

[69] NOCIONES BASICAS DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA, Espinoza Mireya/Morillo Rosa

de información, y éstos a su vez, dan lugar a otros documentos que conforman las fuentes secundarias y terciarias.[70]

Primarias: Registros directos de primera mano; corresponde a las entrevistas y encuestas para determinar demanda y oferta de ropa hospitalaria.

Secundarias: Informes que una persona relata a cerca de un suceso. Se utilizó como referencia material bibliográfico, información del internet, datos estadísticos del INEC, normas de constitución de la empresa según La Superintendencia de compañías y contratación de personal según el Código de Trabajo, Gobierno Municipal de Loja, SRI, entre otras.

Trabajo de Campo: Las encuestas fueron dirigidas a la población en estudio para determinar la demanda, estas encuestas fueron realizadas por la autora de la investigación en la ciudad de Loja, obteniéndose la colaboración de los directivos de las instituciones de salud, tanto públicas como privadas.
Las entrevistas se realizaron en los diferentes establecimientos comerciales dedicados a la producción y comercialización de ropa hospitalaria en la ciudad de Loja, con la ayuda de los propietarios de los mismos.

[70] NOCIONES BASICAS DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA, Espinoza Mireya/Morillo Rosa

DISTRIBUCION DE LA POBLACION CENSADA

DISTRIBUCION DE LA POBLACION POR PARROQUIAS			
SAGRARIO	**SAN SEBASTIAN**	**SUCRE**	**EL VALLE**
CLINICA SAN AGUSTIN	CLINICA ABENDAÑO	CLINICA MODERNA	CLINICA NATALY
MEDILAB	CLINICA MOGROVEJO	CLINICA SANTA ANA	CLINICA SANTA MARIA
CLINICA ASTUDILLO	CLINICA SAN PABLO	DIALTICA	HOSPITAL UTPL
CLINICA GALENOS	CLINICA DEL SUR	CLINICA SAN JUAN DE DIOS	NEFROLOJA
CLINICA SANCHEZ	CLINICA SAN JOSE	CLINICA DE LA MUJER	CENTRO DE SALUD No.2
MEDICOS	CLINICA SAN FRANCISCO	C. MEDICO CACPE	LAB. IZQUIETA PEREZ
DISP. JESUS DEL GRAN PODER	CENTRO DE SALUD No. 3	DISPENSARIO COOP. LOJA	HOSPITAL SOLCA
DISPENSARIO COOPMEGO	CLINICA DEL MUNICIPIO	DISPENSARIO CLUB DE LEONES (Fundación)	HOSPITAL IESS
HOSPITAL FUERZAS ARMADAS	CENTRO ATENCION ENFERMOS TERMINALES	CENTRO MEDICO DE LA POLICIA NACIONAL	
CRUZ ROJA	DISPENSARIO CABO MINACHO		
CONSULTORIOS PATRONATO PROVINCIAL			
DISPENSARIO IESS			
HOSPITAL REGIONAL ISIDRO AYORA			
APROFE (Fundación)			
CENTRO DE SALUD No.1			

f) RESULTADOS

RESULTADO DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS DEMANDANTES

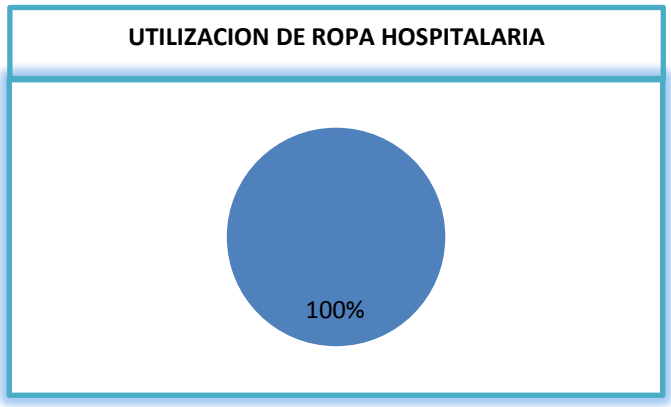
PREGUNTA 1: **LA INSTITUCION QUE USTED REPRESENTA UTILIZA ROPA HOSPITALARIA?**

CUADRO 1

UTILIZACION DE ROPA HOSPITLARIA		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	47	100
NO	0	0
TOTAL	47	100%

Fuente: Encuesta aplicada a Instituciones de salud de la ciudad de Loja
Elaboración: La Autora

GRAFICA. 7



ANALISIS E INTERPRETACION: La totalidad de las instituciones de salud de la ciudad de Loja utilizan ropa hospitalaria.

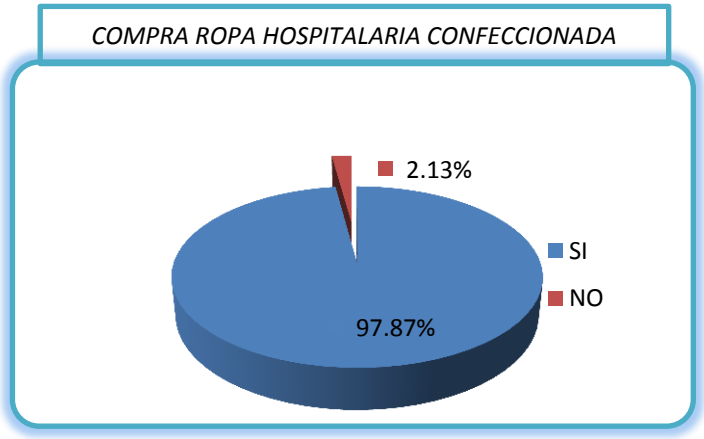
PREGUNTA 2: **LA INSTITUCION QUE USTED REPRESENTA COMPRA ROPA HOSPITALARIA CONFECCIONADA?**

CUADRO 2

COMPRA DE ROPA HOSPITLARIA		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	46	97,87
NO	1	2,13
	47	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a Instituciones de salud de la ciudad de Loja
Elaboración: La Autora

GRAFICA 8



ANALISIS E INTERPRETACION: La mayoría de instituciones de salud de la ciudad de Loja, es decir, 46 de las 47 existentes, que representan un 97.87% compran la ropa hospitalaria ya confeccionada. La institución restante, que representa el 2.13% de la población estudiada, manda a elaborar las prendas donde las costureras del sector.

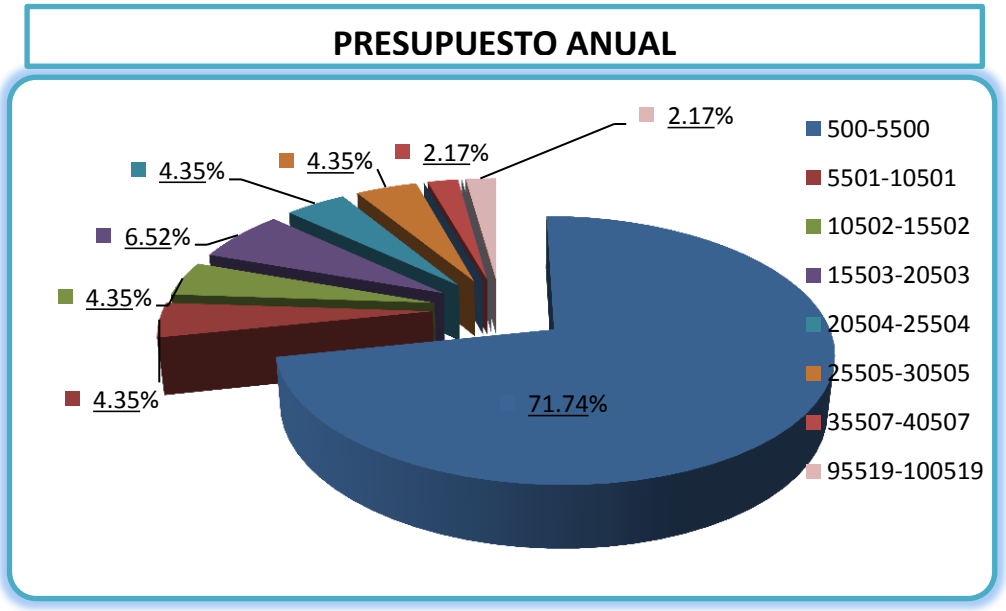
PREGUNTA 3: **CUAL ES EL PRESUPUESTO QUE ESTA INSTITUCION DISPONE ANUALMENTE PARA ROPA HOSPITALARIA?**

CUADRO 3

PRESUPUESTO ANUAL						
RANGO			**f**	**%**	**Xm**	**f . Xm**
500	-	5500	33	71,74	3000	99000
5501	-	10501	2	4,35	8001	16002
10502	-	15502	2	4,35	13002	26004
15503	-	20503	3	6,52	18003	54009
20504	-	25504	2	4,35	23004	46008
25505	-	30505	2	4,35	28005	56010
30506	-	35506	0	0,00	0	0
35507	-	40507	1	2,17	38007	38007
40508	-	45508	0	0,00	0	0
45509	-	50509	0	0,00	0	0
50510	-	55510	0	0,00	0	0
55511	-	60511	0	0,00	0	0
60512	-	65512	0	0,00	0	0
65513	-	70513	0	0,00	0	0
70514	-	75514	0	0,00	0	0
75515	-	80515	0	0,00	0	0
80516	-	85516	0	0,00	0	0
85517	-	90517	0	0,00	0	0
90518	-	95518	0	0,00	0	0
95519	-	100519	1	2,17	98019	98019
			46	**100,00**		**433059**

Fuente: Encuesta aplicada a Instituciones de salud de la ciudad de Loja
Elaboración: La Autora

GRAFICA 9



ANALISIS E INTERPRETACION: Es importante conocer la disponibilidad económica del consumidor. La presente encuesta nos señala que la mayoría de las instituciones de salud, es decir, el 71.74% de ellas cuentan con un presupuesto promedio anual para ropa hospitalaria de 3000 usd; mientras que el 6.52% tiene un presupuesto promedio anual de 18003usd; el 4.35% de instituciones manejan un presupuesto promedio anual de 8001, el mismo porcentaje tiene 13002 dólares promedio anuales; igual número de instituciones cuentan con 23004 y 28005 usd promedio; el 2.17% tienen presupuesto promedio de 38007 y el mismo porcentaje maneja 98019 dólares promedio anuales.

La suma de instituciones de salud de la ciudad de Loja, cuenta con un presupuesto promedio anual de 433059.00 dólares anuales.

Es necesario señalar que el conjunto de instituciones, sobre todo aquellas más grandes, juegan con el presupuesto asignado; es decir, no hacen una sola compra anual, sino que van haciendo adquisiciones de menor cuantía durante el año. La mayoría de los casos se ajustan al presupuesto, sin embargo muchas de ellas se ven en la necesidad de tomar fondos de otras partidas para una compra mayor o al contrario, ceden parte de la partida para otro tipo de adquisiciones

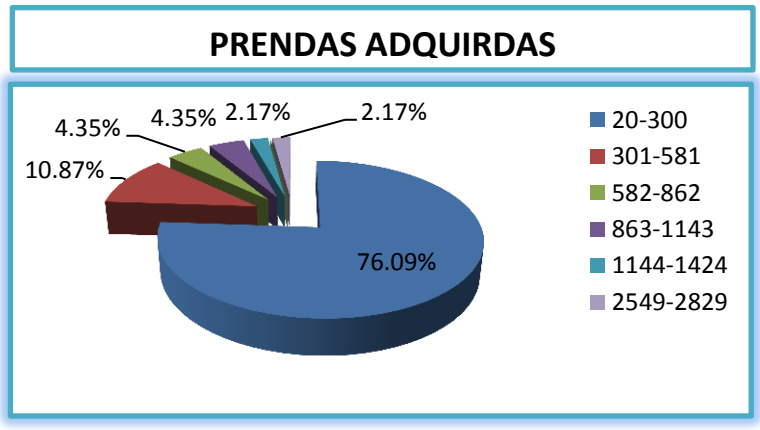
PREGUNTA 4: **CUANTAS PRENDAS HOSPITALARIAS COMPRA USTED ANUALMENTE**?

CUADRO 4

CANT. PRENDAS ADQUIRIDAS		
RANGO	**f**	**Xm**
20-300	35	160
301-581	5	441
582-862	2	722
863-1143	2	1003
1144-1424	1	1284
1425-1705	0	0
1706-1986	0	0
1987-2267	0	0
2268-2548	0	0
2549-2829	1	2689
TOTAL:	46	

Fuente: Encuesta aplicada a Instituciones de salud de la ciudad de Loja
Elaboración: La Autora

GRAFIC A 10



ANALISIS E INTERPRETACION: Treinta y cinco instituciones, que representan el 76.09% compran anualmente un promedio de 160 prendas hospitalarias. El 10.87% de ellas adquieren en promedio 441 prendas anuales; el 4.35% compran en promedio de 722 prendas; el mismo porcentaje, hacen una adquisición promedio de 1003 prendas. El 2.17% adquieren un poco más, un promedio de 1284 piezas; el mismo porcentaje compra en promedio 2689 unidades.

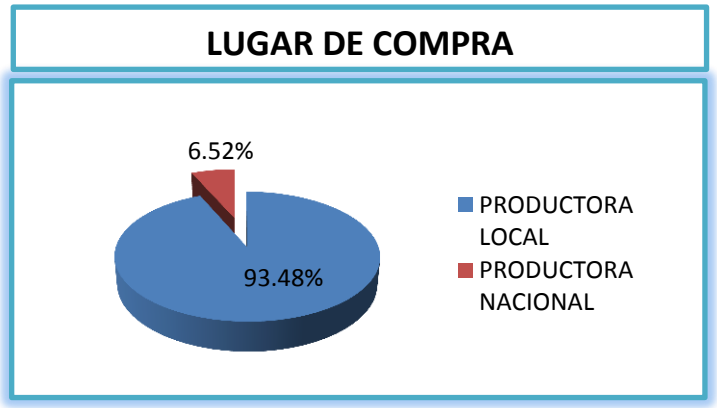
PREGUNTA 5: **DÓNDE COMPRA LA ROPA HOSPITALARIA?**

CUADRO 5

LUGAR DE COMPRA		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
PRODUCTORA LOCAL	43	93.48
PRODUCTORA NACIONAL	3	6.52
OTROS	0	0
	46	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a Instituciones de salud de la ciudad de Loja
Elaboración: La Autora

GRAFICA 11



ANALISIS E INTERPRETACION: La mayor parte de instituciones de salud, que corresponde a 93.48% hacen sus adquisiciones en una productora local.

Tres de ellas, es decir, el 6.52% han hecho parte de sus compras en productoras nacionales; sin embargo,cuando éstas han sido de menor cuantía, han acudido a la industrial local.

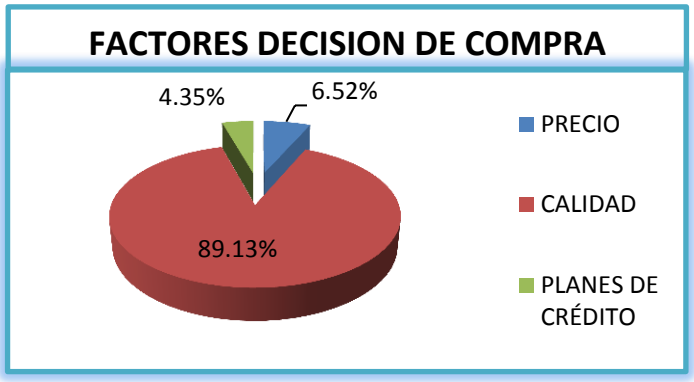
PREGUNTA 6: **¿QUÉ ASPECTOS TOMA EN CUENTA A LA HORA DE ADQUIRIR LA ROPA HOSPITALARIA?**

CUADRO 6

FACTORES DECISION DE COMPRA		
	FRECUENCIA	%
PRECIO	3	6.52
CALIDAD	41	89.13
PLANES DE CRÉDITO	2	4.35
	46	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a Instituciones de salud de la ciudad de Loja
Elaboración: La Autora

GRAFICA 12



ANALISIS E INTERPRETACION: Para el 89.13% de instituciones de salud de la ciudad de Loja, el factor más importante que toman en cuenta a la hora de decidir su compra es la calidad, a diferencia de un 6.52% que consideran más importante el precio y un 4.35% que repreentan 2 instituciones para quienes tiene más peso los planes de crédito.

Estos resultados responden seguramente al hecho de que el Ministerio de Salud Pública del Ecuador ha normado la calidad y el tratamiento de la ropa hospitalaria.

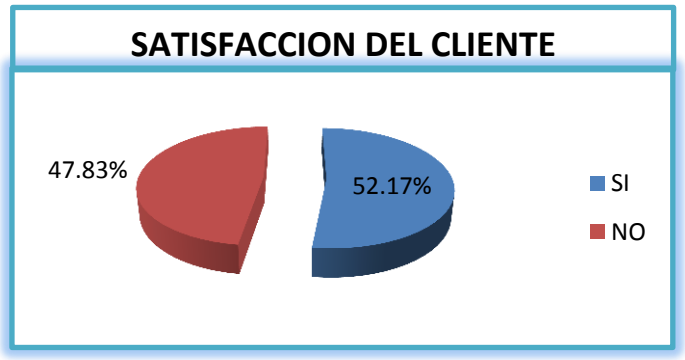
PREGUNTA 7: **LA ROPA HOSPITALARIA QUE USTED HA ADQUIRIDO HA SATISFECHO COMPLETAMENTE SUS REQUERIMIENTOS?**

CUADRO 7

SATISFACCION DEL CLIENTE		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	24	52.17
NO	22	47.83
	46	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a Instituciones de salud de la ciudad de Loja
Elaboración: La Autora

GRAFICA 13



ANALISIS E INTERPRETACION: El 52.17% de consumidores se encuentran satisfechos con las prendas adquiridas. Sin embargo es alto el procentaje de aquellos que no lo están, con un 47.83%. Hay únicamente una diferencia de 2 instituciones entre las dos alternativas.

Si tomamos en cuenta el resultado de la pregunta anterior, hay un buen porcentaje de demandantes que no está satisfecho con la calidad de la ropa.

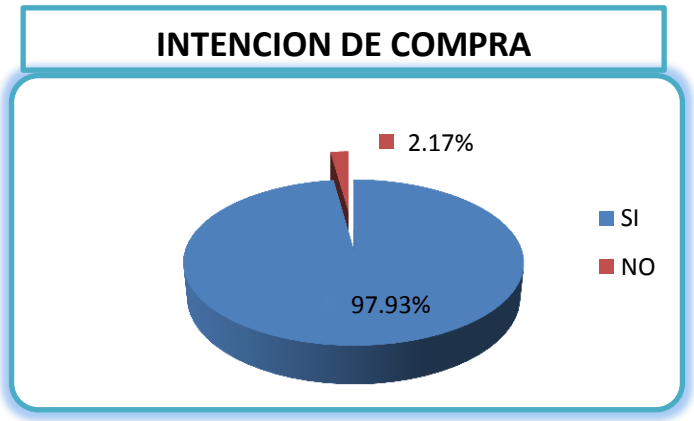
PREGUNTA 8: **SI SE CREARA UNA NUEVA EMPRESA ESPECIALIZADA EN LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA HOSPITALARIA EN LA CIUDAD DE LOJA, ESTARÍA DISPUESTO A ADQUIRIRLA?**

CUADRO 8

INTENCION DE COMPRA		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	45	97,83
NO	1	2,17
	46	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a Instituciones de salud de la ciudad de Loja
Elaboración: La Autora

GRAFICA 14



ANALISIS E INTERPRETACION: El resultado de esta pregunta demuestra que de manera efectiva la nueva empresa tendría un apoyo de 97.93% del total de instituciones de salud de la ciudad de Loja; esto frente al 2.17% que considera que no es necesaria la creación de una nueva empresa productora y comercializadora de ropa hospitalaria en la ciudad, puesto que hay suficientes.

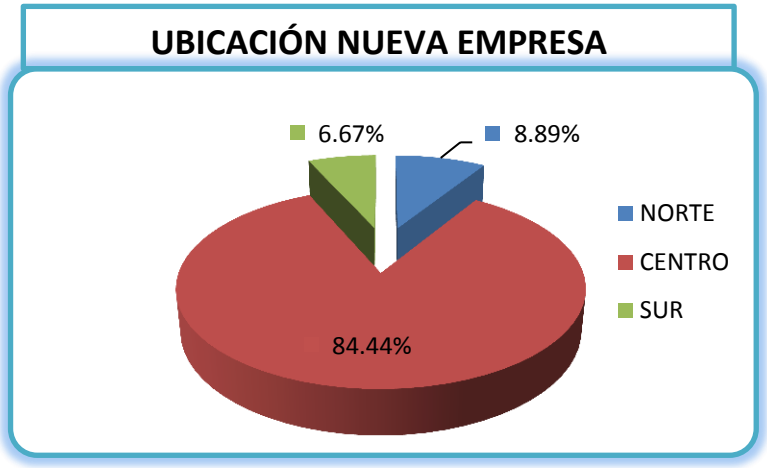
PREGUNTA 9: **EN QUÉ SECTOR DE LA CIUDAD LE GUSTARÍA ESTÉ UBICADA LA NUEVA EMPRESA?**

CUADRO 9

UBICACIÓN NUEVA EMPRESA		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
NORTE	4	8,89%
CENTRO	38	84,44%
SUR	3	6,67%
TOTAL	45	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a Instituciones de salud de la ciudad de Loja
Elaboración: La Autora

GRAFICA 15



ANALISIS E INTERPRETACION: La mayor parte de instituciones, es decir, el 84.44% prefiriría que la nueva empresa se ubique en el sector centro de la ciudad. Cuatro de ellas, que representa el 8.89% desearìan estuviera al norte; y, el 6.67% preferirían se ubique en la parte sur.

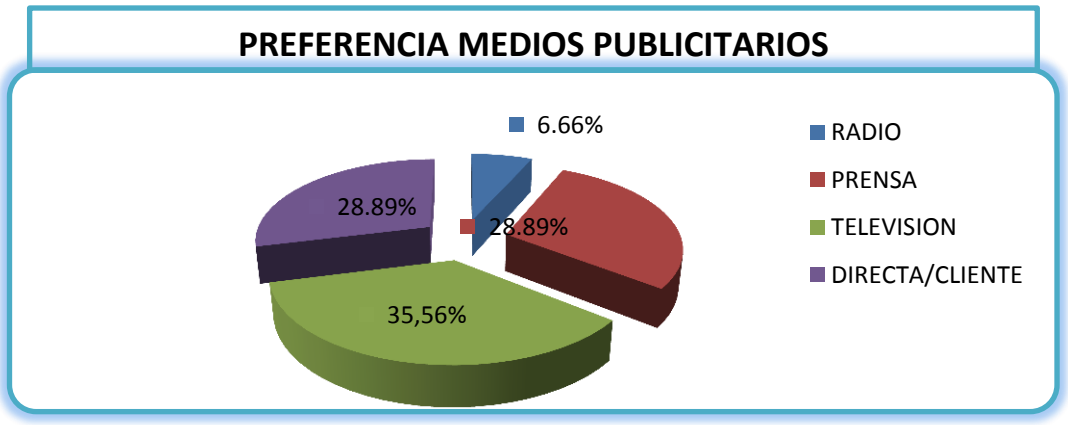
PREGUNTA 10: **CUÁL ES EL MEDIO PUBLICITARIO QUE USTED PREFERIRÍA UTILICE LA NUEVA EMPRESA?**

CUADRO 10

PREFERENCIA MEDIOS PUBLICITARIOS		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
RADIO	3	6,66%
PRENSA	13	28,89%
TELEVISION	16	35,56%
DIRECTA/CLIENTE	13	28,89%
INTERNET	0	0
VALLAS PUBLICITARIAS	0	0
TOTAL	45	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a Instituciones de salud de la ciudad de Loja
Elaboración: La Autora

GRAFICA 16



INTERPRETACION: Hay poca diferencia entre las 3 opciones con más porcentaje, quienes prefieren la televisión están en un porcentaje de 35.56%, frente a un 28.89% de quienes optan por la prensa escrita y el mismo porcentaje quienes consideran más efectivo el trato directo con el cliente.

Al parecer, para el producto que ofrece este proyecto es poco efectiva la publicidad por radio y nula su exposición en vallas publicitarias e internet al tratar de promocionarse en la ciudad.

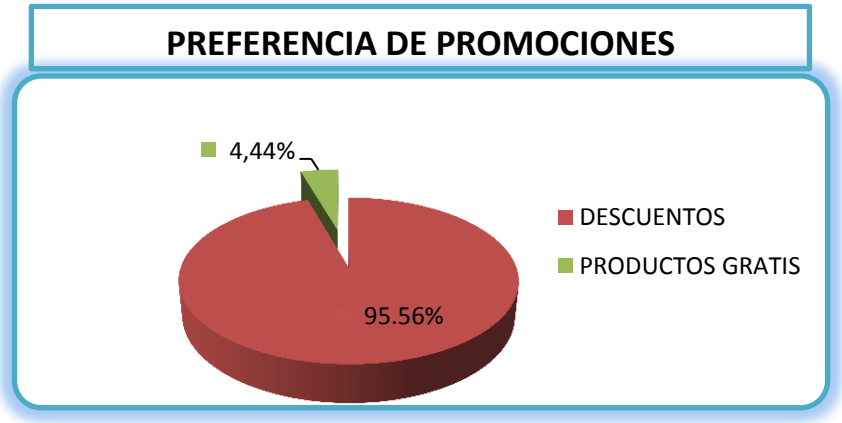
PREGUNTA 11: **QUE PROMOCIONES LE INTERESARÍA QUE OFREZCA LA NUEVA EMPRESA?**

CUADRO 11

PREFERENCIA DE PROMOCIONES		
OPCIONES	FRECUENCIA	%
SORTEOS MENSUALES	0	0,00%
DESCUENTOS	43	95,56%
PRODUCTOS GRATIS	2	4,44%
TOTAL	45	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a Instituciones de salud de la ciudad de Loja
Elaboración: La Autora

GRAFICA 17



INTERPRETACION: La mayor parte de la población, es decir, 43 instituciones que representan el 95.56% esperan que se les haga descuentos en sus compras. Solo dos demandantes prefieren que en cada compra se les entregue productos gratis.

g) DISCUSION

ESTUDIO DE MERCADO

El desarrollo del proyecto de factibilidad comienza con el Estudio de mercado. Para ello es necesario delimitar el mercado, así, tendremos una idea clara a cerca de a quienes vamos a llegar con nuestro producto.

El momento que segmentamos el mercado debemos tener un acercamiento a este, con el fin de lograr información conducente a visualizar la factibilidad del proyecto en relación a la demanda del producto que proponemos.

En el caso del presente estudio; y, debido a que la población objeto de investigación es pequeña, no fue necesario un muestreo; por lo que para aplicar las encuestas se trabajó con un censo destinado a las 47 instituciones de salud de la ciudad de Loja, tanto públicas como privadas.

Es necesario además señalar que cuando hablamos de ropa hospitalaria nos referimos a un conjunto de prendas que se utilizan en las instituciones de salud, prendas como: camisones para cirugía, para pacientes; batas, conjuntos chaqueta/pantalón, botas para cirugía, cubre camillas, cubre tubos, fundas, delantales, protector de colchón, frazadas, toallas, sábanas, pierneras, campos (varios).

Para fines del presente estudio, se registran datos promedio cuando se habla de prendas hospitalarias; y se hará referencia a las prendas que más

venden los oferentes existentes en la ciudad y que evidentemente son los que más se usan en las casas de salud locales.

Se realiza este análisis de mercado para estimar el nivel máximo de demanda que la ropa hospitalaria puede alcanzar en la ciudad de Loja.

Se determinará con relación al número de usuarios que en este caso son las instituciones de salud de la ciudad. Luego se realiza la proyección para los 5 años de vida útil del proyecto; para tal efecto y considerando que los establecimientos de salud aumentarán en número en relación directa con el crecimiento poblacional, se toma en cuenta la tasa de crecimiento para los habitantes de Loja, que de acuerdo con datos proporcionados por el INEC, el último porcentaje de crecimiento poblacional para el cantón Loja es de 2.27%

Para la determinación de la demanda potencial, real, efectiva y demanda insatisfecha se utilizó un cuestionario diseñado con preguntas de fácil comprensión para el encuestado y en el que se recogen datos relacionados con producto, precio, plaza y promoción.

Los datos obtenidos fueron tabulados y se procedió al análisis de los resultados, los mismos que sirvieron de base para el desarrollo del presente proyecto.

ESTUDIO DE LA DEMANDA

Se refiere al conjunto de bienes y servicios que un individuo requiere y que está en capacidad de adquirir a diferentes precios alternativos para satisfacer una necesidad determinada.

Para determinar la demanda de ropa hospitalaria en la ciudad de Loja, se realizaron las encuestas dirigidas a los todos los centros hospitalarios de la ciudad, tanto públicos como privados, en las personas de sus representantes. Posteriormente los datos fueron tabulados, interpretados y analizados los resultados obtenidos

El estudio de la demanda permite identificar a consumidores actuales y futuros del producto; así como también conocer los gustos y preferencias. El establecer la demanda insatisfecha nos ayuda a determinar la participación de la empresa en el mercado.

El listado de instituciones de salud de la ciudad de Loja fue proporcionado por el Gobierno Municipal de Loja.

DEMANDANTES: INSTITUCIONES DE SALUD DE LA CIUDAD DE LOJA

CUADRO 12

INSTITUCIONES PRIVADAS
CLINICA ABENDAÑO
CLINICA MOGROVEJO
CLINICA SAN AGUSTIN
MEDILAB
CLINICA NATALY
CLINICA SAN PABLO
CLINICA DEL SUR
CLINICA ASTUDILLO
CLINICA GALENOS
CLINICA SAN JOSE
CLINICA MODERNA
CLINICA SAN FRANCISCO
CLINICA SANTA MARIA
HOSPITAL UTPL
CLINICA SANCHEZ
CLINICA SANTA ANA
DIALTICA
MEDICOS
CLINICA SAN JUAN DE DIOS
CLINICA DE LA MUJER
C. MEDICO CACPE
NEFROLOJA
DISP. JESUS DEL GRAN PODER
DISPENSARIO COOPMEGO
DISPENSARIO COOP. LOJA

INSTITUCIONES PUBLICAS	
CENTRO DE SALUD No.1	2
CENTRO DE SALUD No.2	4
CENTRO DE SALUD No. 3	2
LAB. IZQUIETA PEREZ	
HOSPITAL DE LASFUERZAS ARMADAS	
CRUZ ROJA	
HOSPITAL SOLCA	
CLINICA DEL MUNICIPIO	
CONSULTORIOS DEL PATRONATO PROVINCIAL	
DISPENSARIO IESS	
HOSPITAL IESS	
HOSPITAL REGIONAL ISIDRO AYIRA	
APROFE (Fundación)	
CENTRO ATENCION ENFERMOS TERMINALES	
DISPENSARIO CLUB DE LEONES (Fundación)	
CENTRO MEDICO DE LA POLICIA NACIONAL	
DISPENSARIO CABO MINACHO	

TOTAL:	
INST. DE SALUD PUBLICAS	22
INST. DE SALUD PRIVADAS	25
	47

Fuente: Gobierno Municipal de Loja- Centros de salud
Elaborado por: La autora

DEMANDA POTENCIAL

Se tomó la población total de instituciones de salud de la ciudad de Loja, que son en número de 47, tanto públicas como privadas. Se considera potencial a toda la población porque todas **utilizan** ropa hospitalaria en sus actividades de servicio y todos eventualmente, en algún momento podrían comprar las prendas hospitalarias.

CUADRO 13

AÑO	POBLACIÓN	% PARTICIPACIÓN	DEMANDA POTENCIAL
1	47	**100,00%**	**47**

Fuente: Cuadro 1
Elaboración: La Autora

DEMANDA REAL

Es la cantidad demandada o requerida en la práctica. Del total de instituciones de salud, una de ellas no compra la ropa hospitalaria confeccionada, recurre a las costureras del sector para enviar a confeccionar las prendas.

CUADRO 14

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	% PARTICIPACIÓN	DEMANDA REAL
1	47	**97,87%**	**46**

Fuente: Cuadro 2
Elaboración: La Autora

DEMANDA EFECTIVA

Se pudo conocer que un importante número de demandantes estarían dispuestos a apoyar la iniciativa de producción y comercialización de una nueva empresa.

CUADRO 15

AÑOS	DEMANDA REAL	% PARTICIPACIÓN	DEMANDA EFECTIVA
1	46	**97,83%**	**45**

Fuente: Cuadro 8
Elaboración: La Autora

CONSUMO PER CAPITA DE ROPA HOSPITALARIA

Para determinar el consumo per cápita de ropa hospitalaria en la ciudad de Loja se lo realiza en función de la cantidad promedio de prendas que cada institución de salud adquiere al año.

CUADRO 16

RANGO	f	Xm	f . Xm
20-300	35	160	5600
301-581	5	441	2205
582-862	2	722	1444
863-1143	2	1003	2006
1144-1424	1	1284	1284
1425-1705	0	0	0
1706-1986	0	0	0
1987-2267	0	0	0
2268-2548	0	0	0
2549-2829	1	2689	2689
TOTAL:	**46**		**15228**

Fuente: Cuadro 4
Elaboración: La Autora

$$X = \frac{\sum Xm \cdot f}{N} = \frac{15228}{46} = 331$$

PROYECCION DE LA DEMANDA TOTAL DE ROPA HOSPITALARIA

Para proyectar la demanda, se utilizaron los datos ofrecidos por el INEC, que para el periodo censal 2010 señalan un crecimiento de la población del cantón de 2.27%

Se obtuvo entonces los siguientes valores proyectados de la demanda:

CUADRO 17

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	PROMEDIO CONSUMO	DEMANDA ROPA HOSPITALARIA (ANUAL)
1	45	331	14895
2	46	331	15226
3	47	331	15557
4	48	331	15888
5	49	331	16219

Fuente: Cuadro 15
Elaboración: La Autora

RESUMEN DE DEMANDA PROMEDIO

CUADRO 18

AÑOS	POBLACION	DEMANDA REAL 97,87%	DEMANDA EFECTIVA 97,83%	COMPRA PROMEDIO	DEMANDA TOTAL
1	47	*46,00*	*45,00*	*331*	*14895*
2	48	*47,00*	*46,00*	*331*	*15226*
3	49	*48,00*	*47,00*	*331*	*15557*
4	50	*49,00*	*48,00*	*331*	*15888*
5	51	*50,00*	*49,00*	*331*	*16219*

Fuente: Cuadros 13-14-15
Elaboración: La Autora

ESTUDIO DE LA OFERTA

Es la cantidad de bienes o servicios que los diversos agentes económicos de un mercado (distribuidores, fabricantes, importadores), en calidad de vendedores están dispuestos a proporcionar a ciertos precios en un momento dado.

Para determinar la oferta, se entrevistó a los propietarios de los establecimientos dedicados a la producción y comercialización de ropa hospitalaria en el cantón Loja, que de acuerdo con el I. Municipio de Loja son seis.

El resultado de las entrevistas a éstos permitió identificar que sus principales clientes son clínicas y hospitales de la ciudad; además se pudo establecer su capacidad de satisfacer las necesidades de sus éstos; sus productos más vendidos; sus estrategias.

El siguiente cuadro describe la oferta de prendas hospitalarias de acuerdo a las respuestas obtenidas por los oferentes de la ciudad de Loja. Señalando que de acuerdo al análisis hecho líneas arriba respecto a los ítems de ropa hospitalaria, se trabajará así mismo con datos promedio.

CUADRO 19

OFERENTES	PRENDAS MENSUALES	PRENDAS ANUALES
TRAJES MEDICOS EMILY	120	1440
MEDICONF	170	2040
IAFA	250	3000
CASA IVONE	100	1200
CONFECCIONES REINA DEL CISNE	120	1440
ALTA TECNOLOGIA MEDICA	100	1200
TOTAL	860	**10320**

Fuente: Entrevistas oferentes
Elaboración: La Autora

Un dato importante que se obtuvo, es que las prendas que más se venden, es decir las más requeridas por los demandantes son uniformes, sábanas y campos quirúrgicos, en ese orden.

Al ser consultados por el precio de sus productos, los cinco establecimientos manejan precios similares y siendo varias las prendas que ofertan, se obtuvo el siguiente promedio de precio de venta al público.

CUADRO 20

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	
PRECIO MINIMO (En dólares americanos)	5,00
PRECIO MÁXIMO (En dólares americanos)	48.00
PROMEDIO	26.50

Fuente: Entrevistas oferentes
Elaboración: La Autora

PROYECCION DE OFERTA

Para proyectar la oferta, se tomó en cuenta el dato proporcionado por el Municipio de Loja, en cuanto a la tasa de crecimiento de negocios en la provincia de Loja, que es del 1.13%.

Al ser consultados los administradores de los establecimientos ofertantes, los más antiguos (Iafa, Casa Ivone y Alta tecnología médica) señalan que las cantidades en unidades vendidas no han tenido mayor variación respecto a la actual; otros establecimientos son relativamente nuevos en la actividad, por lo tanto no pueden dar la información solicitada.

Debido a que no hay un histórico que permita establecer un porcentaje de crecimiento del negocio de ropa hospitalaria para nuestro cantón, se tomará en cuenta el porcentaje antes mencionado para la proyección de la oferta.

CUADRO 21

PROYECCION DE LA OFERTA (prendas anuales)

AÑOS	*OFERTA ANUAL*
1	**10320**
2	10437
3	10555
4	10674
5	10795

Fuente: Cuadro 19
Elaboración: La Autora

DEMANDA INSATISFECHA

Es necesario establecer un balance entre demanda y oferta porque permitirá conocer cuáles son las necesidades de los demandantes y con ello aprovechar la oportunidad de mercado.

Se debe precisar que los datos que arroja la diferencia entre demanda y oferta responde a un análisis cuantitativo, sin embargo considero que es determinante la demanda insatisfecha cualitativa, es decir aquella que no logra satisfacer el mercado en términos de calidad.

CUADRO 22

BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA			
AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA ANUAL	DEMANDA INSATISFECHA
1	14895	10320	4575
2	15226	10437	4789
3	15557	10555	5002
4	15888	10674	5214
5	16219	10795	5424

Fuente: Cuadro 17-21
Elaboración: La Autora

PLAN DE COMERCIALIZACION

El plan de mercadotecnia pone en escena la manifestación de las variables del Marketing, las mismas que intervienen en la implementación de la nueva empresa. El análisis de las 4P (plaza, producto, precio, promoción) permitirá establecer estrategias conducentes a ubicar la ropa hospitalaria en el mercado local.

GRÁFICA 18

- **PRODUCTO**

Bien o servicio que reúne una serie de atributos que satisfacen la necesidad o deseo de un cliente.

La ropa hospitalaria elaborada por la empresa, deberá cumplir con los lineamientos dispuestos por las normas internacionales para éste producto; es más, actualmente el Ministerio de salud de nuestro país ya cuenta con un Manual para ropa hospitalaria, donde se determina los ítems que se pueden usar en un centro hospitalario, la calidad de las telas a utilizarse, los diseños, los colores y el tratamiento que debe darse a éstas prendas.

La marca de la ropa será "**PROVEMEDIC"**, nombre que resulta fácil de recordar y que señala claramente la misión de la empresa, que es proveer ropa médica.

De acuerdo con lo establecido en el Manual antes señalado, las características de la ropa tienen diferencias en cuanto a colores, tipo de tela, modelos, acabados, de acuerdo al área médica; así, para enfermera/o general, para enfermera de pediatría, enfermera de ginecología, de cirugía, de medicina interna; para laboratorio, farmacia e imagenología; para odontólogos; para médicos residentes; para médicos de cuidados intensivos; para médicos gineco-obstetras; para médicos residentes; para médicos postgradistas; para médicos asistenciales; para internos rotativos; para

medicina física y rehabilitación; para alimentación y dietética; para auxiliares; para mantenimiento; para personal administrativo.

Así mismo, están establecidas características técnicas específicas para fundas de almohada, sábanas para varios usos; bata para pacientes, bata quirúrgica; botas quirúrgicas; campos quirúrgicos; cobijas, cubrecamas, envolturas; protectores; toallas.

Al advertir la inviabilidad de comenzar la producción de la empresa con la confección de todos los ítems que sugiere el Manual de Lencería Hospitalaria, se arrancará con la producción de 17 ítems.

Además se brindará asesoramiento de forma particular a los clientes teniendo en cuenta sus necesidades concretas.

Las prendas que se elaborarán son las siguientes:

1. UNIFORME DE ENFERMERO/A

GRÁFICA 19

2. UNIFORME PARA ENFERMERA PEDIATRIA

GRÁFICA 20

3. UNIFORME PARA ENFERMERA/O DE CIRUGIA

GRÁFICA 21

4. UNIFORME PARA FARMACIA Y LABORATORIO CLÍNICO

GRÁFICA 22

5. UNIFORME PARA IMAGENOLOGIA

GRÁFICA 23

6. UNIFORME PARA MEDICOS RESIDENTES

GRÁFICA 24

7. UNIFORME PARA MEDICOS ESPECIALISTAS

GRÁFICA 25

8. UNIFORME PARA AUXILIAR DE ENFERMERIA

GRÁFICA 26

9. UNIFORME PARA PERSONAL DE LAVANDERIA

GRÁFICA 27

10. UNIFORME ALIMENTACION Y DIETETICA

GRÁFICA 28

11. BATA PARA PACIENTES

GRAFICA 29

12. BATA QUIRURGICA

GRÁFICA 30

13. BOTA QUIRURGIA

GRÁFICA 31

14. JUEGO DE SABANAS Y MEDIA SABANA

GRÁFICA 32

15. CAMPOS QUIRURGICOS

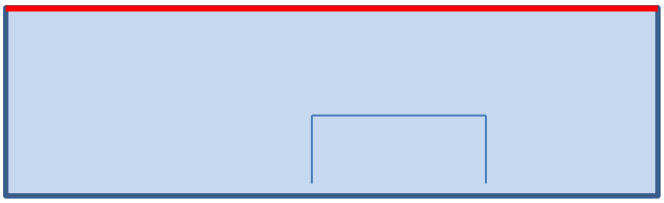
GRÁFICA 33

16. CUBRECAMA

GRÁFICA 34

17. SABANA UNIVERSAL FENESTRADA

GRÁFICA 35



Presentación del producto

GRÁFICA 36

Slogan

LA MEJOR CALIDAD AL SERVICIO DE LA SALUD

- **PRECIO**

El precio final será determinado en base a las dos variables principales que viabilizan la determinación de éste, es decir, costos de producción y competencia.

La competencia actual y la posible competencia futura, influye mucho sobre el precio base. Para nuestra empresa, hay una competencia directa de 6 establecimientos que se dedican a la producción y comercialización de ropa hospitalaria. Pero también tenemos una competencia indirecta que son las costureras. Sin embargo, en poco tiempo, éstas verán trabas en los controles del Ministerio de Salud en cuanto a la producción de este tipo de ropa.

A partir del costo de fabricación más un margen de utilidad de 35%, se estableció el precio de venta al público; que para nuestros productos, el primer año tendrá un precio promedio de 26.42 usd

- **PLAZA**

Representa el lugar donde se venderá el producto; y, el canal de distribución, que es la ruta que tomará el producto para llegar al consumidor final.

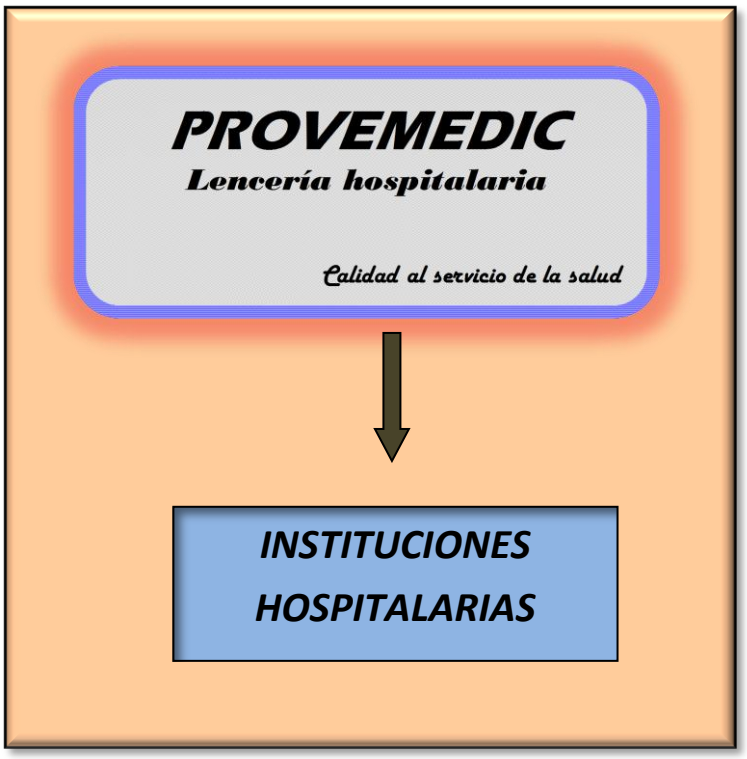
Nuestro mercado será el conjunto de centros hospitalarios (públicos y privados) de la ciudad de Loja.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Es el recorrido o trayecto que sigue el producto hasta llegar al consumidor final.

La ropa hospitalaria llegará a los consumidores utilizando un **canal directo,** es decir, desde la empresa productora “PROVEMEDIC” hasta los centros hospitalarios, sin intermediarios.

GRÁFICA 34



- **PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN**

PROMOCION

Incluye todas las actividades que se desarrollan con el fin de informar sobre los productos que la empresa ofrece, e incentivos a las personas que serán parte de nuestro mercado objetivo y al conjunto de futuros demandantes.

Estará orientada a hacer conocer las ventajas del producto que se ofrecerá, resaltando que la empresa produce de acuerdo a las normas técnicas establecidas por el Ministerio de Salud del Ecuador para la confección de ropa hospitalaria; cumpliendo por lo tanto con lo dispuesto por la legislación ecuatoriana.

Esta comunicación será directa entre personeros de cada institución de salud y un ejecutivo de Provemedic.

De acuerdo con las respuestas dadas por los encuestados respecto a sus preferencias en cuanto a promociones y que se recogen en la pregunta No. 11, la promoción que requiere la mayor parte de demandantes será descuento en el precio, a partir de un determinado volumen de compra. Decisión que será tomada por los directivos de la empresa.

PUBLICIDAD

Se trata de aquella comunicación masiva que da a conocer la existencia de la empresa y los productos que ofrece de una manera generalizada.

Se realizará una campaña propagandística con el fin de hacer conocer de la nueva empresa y captar clientes en los centros hospitalarios.

En el avance del proyecto se continuará con la campaña publicitaria con fines de captación de nuevos clientes como médicos independientes, enfermeras, estudiantes de medicina, laboratoristas, odontólogos y otros.

Las respuestas de los encuestados señalan casi en igual porcentaje (pregunta 10) que prefieren como medio publicitario la televisión, la prensa y la entrevista directa.

Es necesario subrayar que la publicidad y promoción serán tratadas bajo un contexto social. Dado que los seres humanos estamos en una búsqueda constante de nuevas y mejores formas de vida, especialmente en cuanto a salud se refiere; la empresa enfocará su propuesta, no solo en la comercialización de sus productos, sino en la presentación de un servicio integral que incluya concienciar un cambio de actitud en la gente con relación a la salud, la vida y el buen vivir de las personas.

- Se utilizará la siguiente publicidad directa: Un representante de la empresa hará visitas a los centros hospitalarios con el fin de reunirse con las autoridades encargadas de adquisiciones. Para esto, se elaborará un catálogo donde se pueda visualizar los modelos ofrecidos y sus respectivas especificaciones

- Se efectuarán comerciales televisivos en un canal de televisión de la localidad como es Ecotel, éstos se pasarán de manera alternada durante 4 meses al año, una vez por semana en un horario estelar.

- En cuanto a la prensa, al igual que la publicidad televisiva, se publicarán anuncios alternados durante 4 meses al año, una vez a la semana en el Diario la Hora, el diario de mayor circulación en la ciudad de Loja.

La frecuencia y alternancia de publicidad se especifica dentro del capítulo de inversiones en publicidad.

CUADRO 23

Campaña Publicitaria		
MEDIO DE COMUNICACIÓN	***JORNADA***	***FRECUENCIA DE PUBLICIDAD***
ECOTEL TV	*Mañana o Noche*	*Los días martes*
DIARIO LA HORA	*Mañana*	Los días lunes o jueves
DIRECTA		*Las veces que sean necesarias para establecer un contrato*

Fuente: Ecotel TV, Diario La hora, cuadro 10
Elaboración: La Autora

ESTUDIO TÉCNICO

Con el estudio técnico se pretende determinar los requerimientos de recursos como espacio físico, recursos humanos, tecnología, necesarios para el proceso de producción que se desarrollará. Todo esto en base a los datos proporcionados por el estudio de mercado que se hizo anteriormente.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

TAMAÑO

El tamaño del proyecto estará relacionado directamente con la demanda insatisfecha del producto, existencia de materia prima e insumos, distancia de los mercados potenciales, etc.

Al mismo tiempo, el tamaño tendrá incidencia en las inversiones requeridas y en el costo de inversión.

Actualmente, la demanda insatisfecha es de 4575 prendas para el primer año, cantidad que tendrá una tendencia creciente durante los 5 años del proyecto.

Al determinar el tamaño, se tomará en cuenta que únicamente se cubrirá un porcentaje de la demanda insatisfecha y se establecerá entonces la capacidad instalada de la empresa.

Puesto que el tamaño de la empresa se define en función de la capacidad, es necesario hacer diferencia entre capacidad instalada y utilizada.

CAPACIDAD INSTALADA

Indica cuál es la máxima capacidad de producción que puede alcanzar la empresa, en base a su componente tecnológico, recursos humanos y económicos, independientemente de los costos de producción que genere.

La capacidad instalada se determina en función de la demanda insatisfecha a cubrir, que son 4575 prendas inicialmente.

El rendimiento de la máquina principal en un número de 8 horas diarias establecidas de funcionamiento; de acuerdo a las características técnicas de ésta y con el apoyo del recurso humano, permite producir 80 piezas semanales, que multiplicado por las 52 semanas que tiene el año, nos da un resultado de producción de **4160** prendas anuales que corresponden al 90.93% de la demanda insatisfecha.

CUADRO 24

PROYECTO	DEMANDA INSATISFECHA	RENDIMIENTO MAQUINA	CAPACIDAD INSTALADA
5 AÑOS	4575	**4160**	90.93%

Fuente: Cuadro 22
Elaboración: La Autora

CAPACIDAD UTILIZADA

Estará determinada por el nivel de demanda que se desee cubrir durante un periodo de tiempo.

La nueva empresa iniciará sus operaciones con el 90% de su capacidad instalada, lo que corresponde a 3744 prendas; porcentaje que irá subiendo en 2% anual para el segundo y tercer año; para el cuarto y quinto año subirá en 3% hasta alcanzar el 100% de producción, es decir, 4160 unidades.

La razón por la que en un inicio no se trabaja al 100% es porque la organización deberá enfrentar introducción de la nueva empresa al mercado, conocimiento de proveedores y abastecimiento de materia prima, conocimiento de maquinaria, ausencia de personal y posicionamiento.

Con el conocimiento de los datos expuestos, se puede iniciar el programa de producción que se requerirá para los 5 años de vida del proyecto.

CUADRO 25

CAPACIDAD UTILIZADA			
AÑO	**CAPACIDAD INSTALADA EN No. PRENDAS**	**% CAPACIDAD UTILIZADA**	**CAPACIDAD UTILIZADA EN No. PRENDAS**
1	4160	90%	3744
2	4160	92%	3827
3	4160	94%	3910
4	4160	97%	4035
5	4160	100%	4160

Fuente: Cuadro 24
Elaboración: La Autora

LOCALIZACIÓN

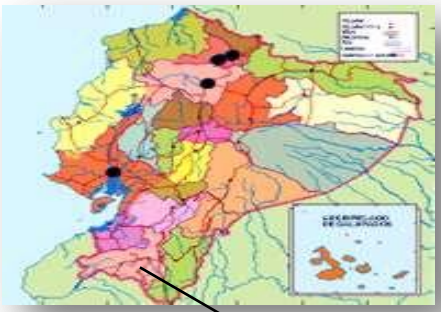
El definir la localización del proyecto tiene una importancia mayúscula porque ésta debe contribuir a la obtención de mayor rentabilidad. Para ello, se ha considerado la macro y micro localización.

MACROLOCALIZACIÓN

La empresa estará ubicada en la provincia y ciudad de Loja, situada en la región sur del Ecuador, frontera con Perú.

GRAFICA 35

MAPA POLITICO DEL ECUADOR



MAPA POLITICO PROVINCIA DE LOJA

MICROLOCALIZACIÓN

La mayor parte de encuestados, de acuerdo a la pregunta No. 9 prefiere la ubicación de la nueva empresa en la parte centro de la ciudad, por lo que para determinar la micro localización de la empresa, se tomaron en cuenta tres alternativas en el sector.

A partir de aquí, se analizaron factores locacionales como costo de arrendamiento, facilidad de acceso para los clientes, seguridad, cercanía al mercado consumidor, servicios básicos, infraestructura física.

Después del análisis de estos agentes, se considera que la localización óptima para el desarrollo de actividades de la nueva empresa es la calle Juan de Salinas, entre 18 de noviembre y Av. Universitaria.

GRAFICA 36

MATRIZ LOCACIONAL

Para llegar a la conclusión de que el sitio más adecuado se encuentra en la dirección señalada, se utilizó el método cualitativo por puntos que consiste en asignar un valor a los principales factores analizados, de acuerdo con la importancia que se les atribuye.

Para indicar la importancia de cada factor, se asignará un peso a cada uno de ellos. Luego se fijará una escala común (de 1-100 puntos). Se procede a multiplicar la calificación por el peso y finalmente se suma la puntuación de cada alternativa, esto dará una visión clara acerca de cuál es el mejor lugar para la localización de la empresa en la ciudad.

Las alternativas de localización son las siguientes:

Alternativa A: Calle 18 de noviembre y Colón

Alternativa B: Calle Lauro Guerrero y Mercadillo

Alternativa C: Calle Juan de Salinas, e/ 18 de noviembre y Av. Universitaria

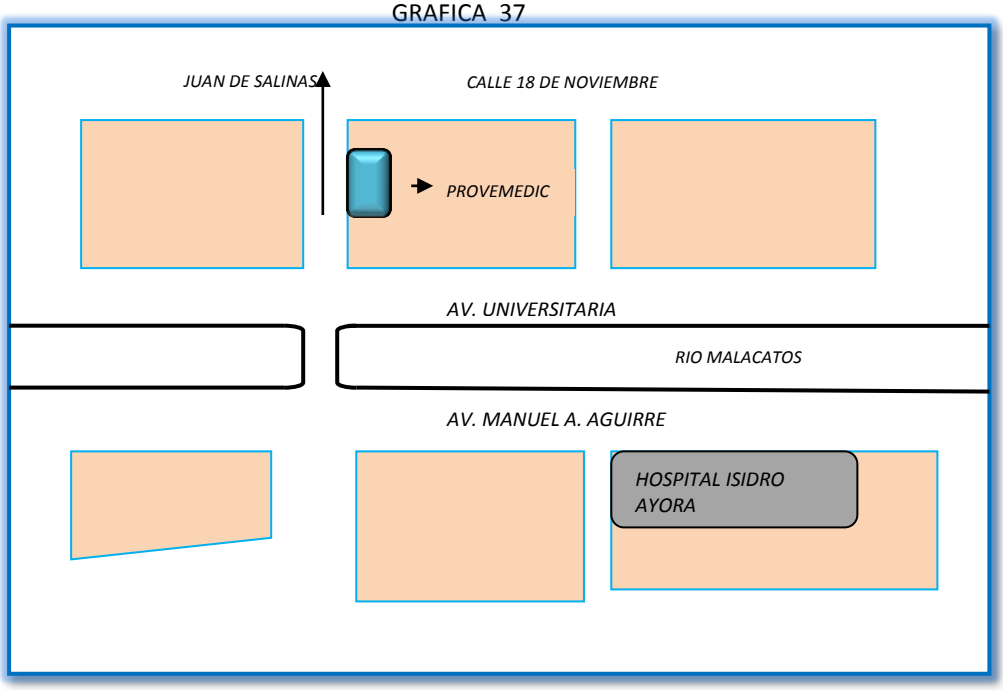
CUADRO 26

		ALTERNATIVAS DE LOCALIZACION					
		ALTERNATIVA A		ALTERNATIVA B		ALTERNATIVA C	
FACTORES LOCACIONALES	PESO %	CALIF	POND.	CALIF	POND.	CALIF	POND.
COSTO ARRENDAMIENTO	40	70	28	80	32	70	28
FACILIDAD ACCESO CLIENTES	15	50	7,5	70	10,5	85	12,75
SEGURIDAD	5	70	3,5	50	2,5	80	4
CERCANÍA CON EL CONSUMIDOR	15	75	11,25	60	9	80	12
SERVICIOS BÁSICOS	10	90	9	90	9	90	9
INFRAESTRUCTURA FÍSICA	15	75	11,25	80	12	80	12
TOTAL	100		70,5		75		77,75

FUENTE: Estudio técnico
ELABORADO POR: La autora

PLANO DE LOCALIZACIÓN

GRAFICA 37



INGENIERÍA DEL PROYECTO

El objetivo de la ingeniería del proyecto es determinar el proceso de elaboración del producto y se consideran la maquinaria, equipos y funcionamiento, de tal forma que resulte eficiente el uso de los recursos disponibles que tienen relación con la instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto

PROCESO DE PRODUCCION

Comprende una serie de operaciones secuenciales conducentes a transformar la materia prima en producto elaborado.

a. Recepción de materia prima e insumos: Después de realizado el pedido de materia prima, se hará la recepción de los productos solicitados bajo los cuidados necesarios que permitan que ésta se encuentre en las mejores condiciones para comenzar la producción.

b. Control de calidad: Se hará la inspección minuciosa de la materia prima receptada, de tal manera que si se encuentra algún desperfecto, se pida al proveedor el respectivo cambio.

c. Orden de producción: Como una forma de control, este instrumento va a dirigir el trabajo a desarrollarse en el área de manufactura y en la que se hará constar las especificaciones del trabajo a desarrollar al elaborar la ropa hospitalaria.

   El área de producción recepta y da lectura al documento para saber cuál va a ser su trabajo del día.

d. Disposición de la tela en las mesas: Una vez que se inicie el proceso de producción, se dispone las telas en las mesas de trabajo.

e. Trazado y corte: Utilizando los patrones, se hace el trazado en la tela y posteriormente se procede al corte.

f. Cosido: Las telas pasan a las máquinas para que sean cosidas, utilizando las máquinas de costura recta, overlock para bordes, recubridora para bastas y bordadora para los diseños institucionales.

g. Control de Calidad: Se hace la revisión minuciosa de las prendas cosidas, con el fin de verificar que estén realizadas de acuerdo a las características técnicas exigidas. De no ser así, deberá hacerse las rectificaciones necesarias.

h. Bordado: Las prendas serán bordadas con el logo de la institución, utilizando el color distintivo de la misma.

i. Colocación de botones: Aunque en lo posible se evita la colocación de botones y cierres en la ropa hospitalaria; son pocas las prendas que deben usar estos accesorios.

j. Planchado y doblado: Las prendas se planchan para dar una buena presentación; y, se doblan o se ubican en armadores.

k. Enfundado: Las prendas ya dobladas se ubican en fundas para su adecuada conservación.

l. Almacenamiento: Parte de las prendas serán ubicadas en las perchas para su exhibición; y, otras serán almacenadas en la bodega.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCION (DIAGRAMA DE FLUJO)

En el diagrama de flujo se describe gráficamente el proceso por el que se obtendrá el producto, indicando cada una de las fases del proceso y clasificando las acciones.

GRAFICA 38

FASES					DESCRIPCION DEL PROCESO	TIEMPO (minutos)
1					Recepción materia prima e insumos	1
2					Control de calidad	2
3					Orden de producción	2
4					Disposición de telas en las mesas	1
5					Trazado y corte	3
6					Cosido	13
7					Control de calidad	2
8					Bordado	2
9					Colocación de botones	2
10					Planchado y doblado	2
11					Enfundado	1
12					Almacenamiento	2
						33

Elaborado: La autora

FASES
ALMACENAMIENTO
OPERACIÓN
INSPECCION
OPERACIÓN COMBINADA

Resumen del tiempo de producción:

Al multiplicar los 33 minutos por las 14 prendas diarias que se elaboran, nos da un total de 462 minutos al día. Si tomamos en cuenta las horas laborables diarias que representan 480 minutos, tenemos un espacio de tiempo por día, de 18 minutos sin producir, tiempo que se reserva para cubrir eventualidades, rectificar alguna inconformidad del control de calidad o para el reporte y retroalimentación del día.

CUADRO 27

RESUMEN TIEMPO PRODUCCION	
CAPACIDAD UTILIZADA (unidades)	3744
PRENDAS SEMANALES (52)	72
PRENDAS DIARIAS (5)	14
MINUTOS/PRENDA	33
TIEMPO LABORABLE (minutos/día)	480
TIEMPO PRODUC. DIARIA (minutos)	462
TIEMPO S/PRODUCIR (minutos)	18

Fuente: Cuadro 25
Elaborado por: La autora

INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Se comenzará por alquilar un local comercial de 100$m^{2,}$ entre mezanine y planta baja; cuya construcción es moderna y funcional, con ventanales grandes, lo que permite buena iluminación. En el mezanine funcionará el área de producción. En la parte de abajo se dispondrá de un espacio para oficinas; exhibición y ventas. Cuenta con línea telefónica y medidor de luz comercial. Para la separación de ambientes se utilizará divisiones de Madera.

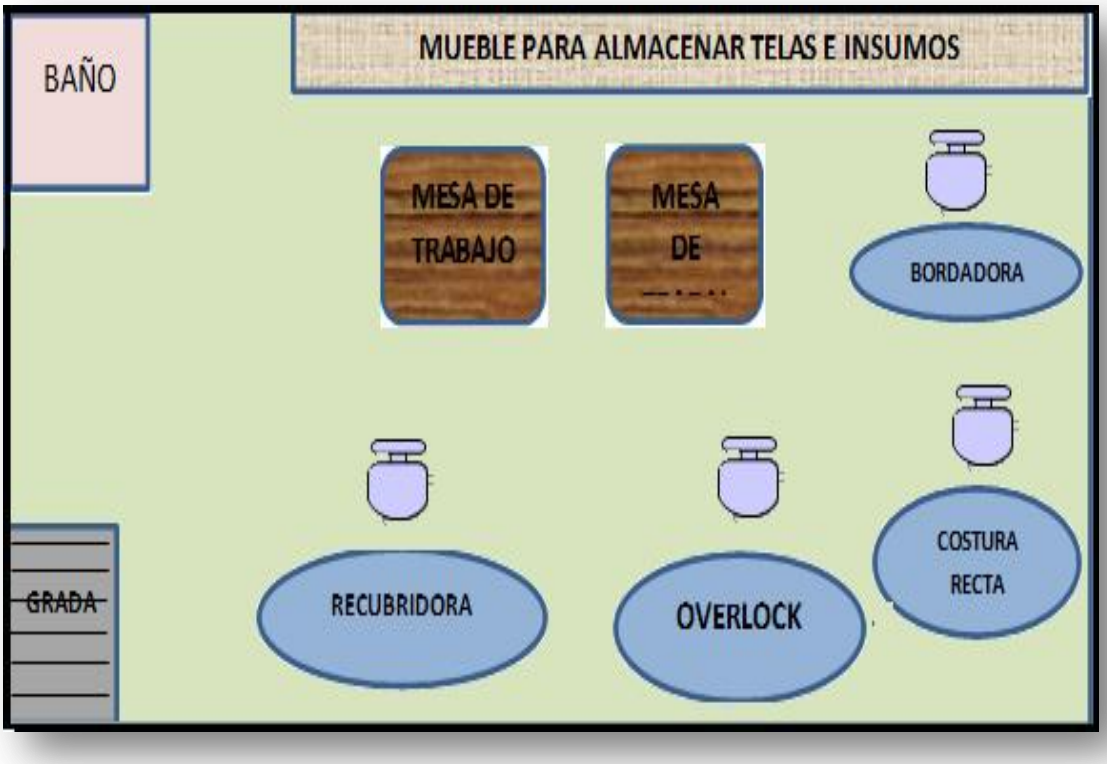
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Para determinar la distribución de la planta, se consideró las necesidades de espacio para área administrativa y de producción con sus respectivos procesos; y, de los requerimientos del personal que laborará.

En el área de producción habrá un espacio para almacenar la materia prima; un espacio para máquinas; un espacio para mesas de trazado y corte, las mismas que se utilizarán también para el planchado y doblado de prendas. Además el espacio destinado para baño.

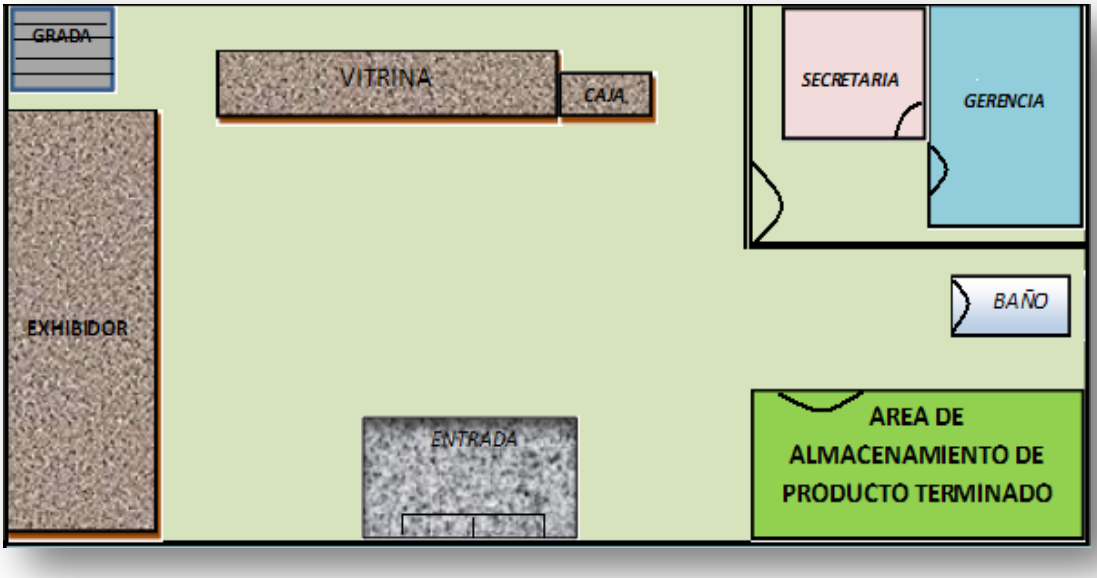
GRAFICA 39

AREA DE PRODUCCION



GRAFICA 40

AREA ADMINISTRATIVA, EXHIBICION Y VENTAS



REQUERIMIENTOS

- COMPONENTE TECNOLÓGICO

Comprende maquinaria, herramientas y equipos y materiales adecuados para desarrollar el proceso productivo de la empresa, es decir, para la producción de la ropa hospitalaria. A continuación se hace una descripción del equipo de producción.

Máquina overlock industrial Juki 4 hilos.- Es una máquina con tecnología japonesa.

GRAFICA 41

Máquina industrial de costura recta.- Es una máquina de 3450 revoluciones, cuenta con sistema automático de lubricación de alta productividad de procedencia japonesa.

GRAFICA 42

Máquina industrial recubridora.- Marca Kansai Special Wx8803d, de alta potencia, de 5 agujas doble cadeneta, máxima velocidad 6000 puntadas por minuto.

GRAFICA 43

Máquina bordadora mediana.- Con enhebrador automático de la bobina y aguja principal. Tiene panel táctil y pantalla en español. Velocidad de bobinado ajustado.

GRAFICA 44

RESUMEN DE REQUERIMIENTOS VARIOS: A continuación se detalla los requerimientos de maquinaria, herramientas, materiales, enseres y materia prima para la producción de la ropa hospitalaria:

CUADRO 28
INSUMOS PARA PRODUCCION

Equipos de Producción	Maquina overlock	1
	Maquina costura recta	1
	Máquina recubridora	1
	Máquina bordadora	1
Herramientas para Producción	Tijeras	2
	Plancha	1
	Reglas	3
Materiales	Cinta métrica	3
	Agujas(mano y máquina)	10
	Hilos	10
	Juego de alfileres	1
Materia prima directa e indirecta	Telas	varias
	Hilos	varias
	Elástico	varias
	Botones	varios
	Broches	varios
	Sesgo	varias
	Cierres	varios
	Pellón	varios
	Etiquetas	varias
	Envoltura plástica	varias
Muebles y enseres para producción	Mesas	3
	Sillas	3
	Perchas	2
	Basureros	2

Fuente: Requerimientos actual proyecto
Elaborado por: La autora

REQUERIMIENTOS DE PERSONAL: El presente proyecto comenzará con el personal estrictamente necesario para arrancar sus operaciones. Para el área de producción se contratará a una operaria y a una Jefe de Producción.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Muestra la estructura organizacional de la empresa, la misma que debe estar diseñada de tal forma que facilite las posibilidades de alcanzar los objetivos de aquella.

Este proceso refleja la distribución ordenada de la empresa e implica toma de decisiones respecto a cómo se asignarán los trabajos especializados, reglas que rijan el comportamiento de los empleados en la empresa, funcionamiento de la organización, procesos[71]

La empresa PROVEMEDIC con el despliegue de criterios analíticos, busca implantar un sistema de producción cuyos aspectos organizacionales, legales, administrativos y fiscales permitan elaborar ropa hospitalaria que satisfaga e incluso supere las expectativas de calidad de los clientes; esto, a través del compromiso de su talento humano y del establecimiento de una cultura de calidad.

BASE FILOSOFICA DE LA EMPRESA

La base filosófica diseña la forma cómo la empresa intenta desarrollar sus negocios; aclara su propósito, valores, principios, aspiraciones, prioridades; y, definitivamente tendrá un impacto importante en el perfil de su dirección.

15.FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACION, Stephen Robbins/David Decenzo

MISION

La exposición de la misión se convierte en un compromiso formal de la empresa en cuanto a su intención o razón de existir y se manifiesta como respuesta a los siguientes elementos:

CUADRO 29

NATURALEZA DEL NEGOCIO	Diseño, producción y comercialización de ropa hospitalaria
RAZON DE EXISTIR	Proporcionar ropa hospitalaria a las instituciones de salud públicas y privadas.
MERCADO AL QUE SIRVE	Instituciones de salud de la ciudad de Loja
CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL PRODUCTO	Producto de excelente calidad que cumple con los requerimientos establecidos por el Ministerio de Salud del Ecuador
VALORES Y PRINCIPIOS	Comportamiento ético, honesto, responsable como forma de entender y desarrollar nuestra actividad

Fuente: Gestión Estratégica de negocios
Elaborado: *La Autora*

MISION DE PROVEMEDIC

PROVEMEDIC es una empresa textil que diseña, produce y comercializa lencería hospitalaria de acuerdo a las particularidades establecidas por el Ministerio de Salud Pública del Ecuador; con el fin de satisfacer las necesidades de indumentaria de las instituciones de salud con productos de excelente calidad y un servicio integral.

VISION

Enuncia de manera resumida lo que queremos que la organización llegue a ser en un tiempo determinado; es la orientación que la gerencia le da a la empresa y que debe sustentarse en los valores de ésta, por lo tanto deberá involucrar a todos sus miembros.

Elementos clave para construir una visión adecuada:

CUADRO 30

POSICIÓN EN EL MERCADO	Ser el líder
TIEMPO	5 años
ÁMBITO DEL MERCADO	Instituciones de salud de la ciudad de Loja
PRODUCTO	Ropa hospitalaria
VALORES	Ética, respeto, honestidad, responsabilidad, compromiso
PRINCIPIOS ORGANIZACIONALES	Mejoramiento continuo, innovación, y perseverancia en alcanzar los propósitos y metas

Fuente: Gestión Estratégica de negocios
Elaborado: La Autora

VISION DE PROVEMEDIC

Liderar la producción y comercialización de ropa hospitalaria en la ciudad de Loja, trabajando con el compromiso de mejoramiento continuo, innovando *nuestros productos y ofreciendo un servicio completo hasta convertirse en el año 2017 en una empresa de reconocido liderazgo a nivel nacional.*

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

PROVEMEDIC es una empresa cuyo objetivo principal es producir y comercializar ropa hospitalaria con características de alta calidad a las instituciones de salud de la ciudad de Loja.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Hacer conocer las características y ventajas del producto que ofrece la empresa PROVEMEDIC, a través de los medios de comunicación adecuados con la finalidad de obtener mayor apertura en el mercado.
- Entrenar al personal con el fin de desarrollar un talento humano calificado, visionario, motivado y comprometido con los valores corporativos.
- Alcanzar sostenibilidad en el mediano plazo y rentabilidad creciente en el largo plazo.
- Satisfacer los requerimientos de calidad de nuestros clientes
- Proyectar una imagen sólida y confiable de la empresa.

VALORES INSTITUCIONALES

- Honestidad: El valor más importante de nuestro crecimiento, estará presente en cada operación comercial que se realice, y en el tratamiento de cada recurso de la empresa.

- Confiabilidad: Generar en los clientes tanto internos como externos, la seguridad de que nuestro producto sea entregado de manera oportuna con calidad y seguridad.
- Compromiso: Cada miembro de la organización hará suyos los objetivos de ésta; poniendo al servicio de la empresa su potencial de iniciativas, conocimientos y recursos individuales.

ESTRATEGIA EMPRESARIAL

Alcanzar los objetivos básicos de la empresa requiere la adopción de cursos de acción o estrategias que involucran una planeación racional en un periodo de tiempo.

Uno de los principales desafíos que debe enfrentar Provemedic es la falta de conciencia de la comunidad respecto a los beneficios del apego a la normativa ministerial respecto al tratamiento de ropa hospitalaria. Por esto, tomaremos en cuenta tres perspectivas para el establecimiento de estrategias:

- Estrategia de desarrollo
- Estrategia de crecimiento
- Estrategia de competencia

Estrategia de Desarrollo: La estrategia a aplicarse será la de especialización, dedicándose a un solo segmento de mercado. Concentrará su atención y trabajo en la producción y comercialización de productos exclusivos para uso hospitalario, es decir todo lo que se refiere a artículos de lencería hospitalaria.

Estrategia de Crecimiento: El perfeccionamiento de los productos, permitirá aumentar las ventas, mediante mejoras constantes en la calidad de éstos y en el cumplimiento de las normas internacionales que para tal efecto existen y que han sido adoptadas por el Ministerio del ramo en nuestro país. Además, se concienciará tanto a los centros médicos como a usuarios de éstos, que serían el público en general, a cerca de los beneficios de exigir la calidad adecuada a la ropa de hospital.

Estrategia de Competencia: La especialización de la que hablamos anteriormente, va a conducir a la empresa a concentrar sus esfuerzos en el segmento hospitalario y sus requerimientos de lencería, cuyas necesidades aún no han sido tomadas en cuenta por la competencia, de acuerdo con las exigencias gubernamentales; aseveración que se sustenta en las entrevistas con los oferentes y en las encuestas a los demandantes.

RAZON SOCIAL, LOGOTIPO, SLOGAN

RAZON SOCIAL: “PROVEMEDIC” *es una empresa que ofrecerá una gama* completa, variada y actual de artículos de ropa hospitalaria, cumpliendo con las disposiciones emitidas por el Ministerio de Salud en cuanto a lencería hospitalaria se refiere.

El nombre de la empresa se seleccionó de acuerdo a la razón o cometido de la misma, que es proveer ropa hospitalaria a las instituciones de salud de la ciudad de Loja.

LOGOTIPO:

GRAFICA 45

SLOGAN: La mejor Calidad al servicio de la salud

CONSTITUCION DE LA EMPRESA

Para que la empresa tenga sustento legal, deberá conformarse de acuerdo a las disposiciones de la Superintendencia de compañías del Ecuador. Y corresponderá enmarcarse dentro de lo que señala el Código de trabajo y otras leyes y reglamentos pertinentes.

El trámite será encargado a un Asesor Jurídico que dispondrá la empresa.

Pasos a seguir:

- Acta constitutiva elaborada por el asesor jurídico de la empresa.
- Establecer un estatuto y notariarlo
- Aprobación de la Súper Intendencia de Compañías (regional dos)
- Obtención del registro mercantil.

Posteriormente deberán hacerse los trámites municipales y de rentas que se exigen para el funcionamiento del establecimiento.

PROVEMEDIC, se establecerá como una empresa privada, dedicada al sector secundario constituida como compañía limitada, para constituirse cumplirá con los requisitos exigidos por la Superintendencia de Compañías:

- Aprobación del nombre
- Escritura de conformación y dos copias

- Copias de la cédula de identidad y papeletas de votación de los socios
- Solicitud con firma del abogado (además los siguientes datos del abogado: nombres completos, número de cédula, dirección de oficina, número de teléfono de oficina).

Todos los pasos anteriores permitirán definir claramente los elementos constitutivos de la empresa que son:

- **Acta Constitutiva:** Es el documento notarial que certifica la conformación legal de la empresa, en él se incluirá los datos referenciales de los socios quienes son:

  Sr. Carlos Humberto Ochoa Quezada, portador de la cédula de identidad No. 110182957-8, domiciliado en la ciudad de Loja.

  Sr. Fabricio Alejandro Castillo Alvarado, portador de la cédula de identidad No. 110382802-4, domiciliado en la ciudad de Loja.
- **Razón Social:** Identifica la empresa, se dará de acuerdo a su tipo, la empresa de producción y comercialización de ropa hospitalaria, se denominará “PROVEMEDIC”
- **Objeto Social:** Será la producción y comercialización de ropa hospitalaria.
- **Domicilio:** La residencia será en:
  - Provincia: Loja
  - Cantón: Loja

- Calles**:** Parroquia El Sagrario, calle Juan de Salinas, e/ 18 de noviembre y Av. Universitaria

- **Capital Social:** La inversión de 22,910.78 dólares americanos, será aportada íntegramente por los propietarios de la empresa en numérico y especies, en porcentajes iguales.

- **Tiempo de duración:** La empresa productora y comercializadora tendrá una vida útil proyectada para cinco años.

MINUTA PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA.

Señor Notario:

En la ciudad de Loja, cabecera del cantón del mismo nombre, hoy 04 de noviembre de 2013, ante el notario quinto de la ciudad se eleva a minuta la constitución de la siguiente Compañía de Responsabilidad Limitada.

En el registro de escritura pública a su cargo, dígnese insertar una que contenga la constitución de la Compañía de Responsabilidad Limitada "PROVEMEDIC CIA. LTDA".

Concurren al otorgamiento de esta escritura los siguientes socios; Sr. Carlos Humberto Ochoa Quezada, portador de la cédula de identidad No. 110182957-8; y, Sr. Fabricio Alejandro Castillo Alvarado, portador de la cédula de identidad No. 110382802-4, de nacionalidad ecuatorianos

domiciliados en esta ciudad y quienes comparecen por sus propios derechos.

Estatuto de la Compañía de Responsabilidad Limitada “PROVEMEDIC CIA. LTDA”, se conforma con arreglo a las declaraciones y clausulas siguientes.

Capítulo Primero:

Razón Social, Domicilio, Objeto Social y Plazo de Duración.

ARTICULO UNO.- La compañía llevara la razón social “PROVEMEDIC CIA. LTDA”.

ARTICULO DOS.- En la calle Juan de Salinas 07-60 entre 18 de noviembre y Av. Universitaria, parroquia Sagrario de la ciudad de Loja.

ARTICULO TRES.-La compañía constituida mediante este instrumento tendrá como objeto la producción y comercialización de ropa hospitalaria.

ARTICULO CUATRO.- Los socios acordaron que el plazo de duración de la compañía es de cinco años, pero en resolución unánime de las mismas podrán disolver o liquidar antes del vencimiento de este plazo o prorrogar su duración.

ARTICULO QUINTO.- De la materia prima elaborada se elaborará ropa hospitalaria, utilizando mano de obra calificada con las normas de calidad correspondientes.

Capítulo Segundo: El capital Social

ARTICULO SEXTO.- El capital de la Compañía es de 22910.78

ARTÍCULO SÉPTIMO.- La compañía puede aumentar el capital social por resolución de la Junta General de los socios en valor igual por cada una.

ARTICULO OCTAVO.- La resolución de aumento y reducción de capital se tomaran con el consentimiento unánime de los socios.

Capítulo Tercero:

ARTICULO NOVENO.- Son obligaciones de los socios:

Tomar a su cargo las funciones que le fueron encomendadas por la Junta General de Socios.

Cumplir con las encomiendas y deberes que le asigne la Junta General de Socios.

Cumplir con las obligaciones de los socios previstas por la Ley.

ARTICULO DECIMO.- Los socios tendrán derecho a:

Elegir y ser elegidos administrador y demás organismos de administración y fiscalización.

Percibir utilidades y beneficios de las aportaciones pagadas.

Capítulo Cuarto:

ARTICULO UNDÉCIMO.- El gobierno y administración de la Compañía se ejercerá por medio de la Junta General de Socios.

ARTICULO DUODÉCIMO.- La Junta General de Socios es el órgano superior de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados.

Sesiones de Los Socios

ARTICULO DECIMOTERCERO.- Las Juntas Generales de los Socios son ordinarias y extraordinarias y se reunirán en el domicilio principal.

ARTICULO DECIMOCUARTO.- Las Juntas Generales ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el gerente de la compañía personalmente a cada uno de los socios y por escrito.

Declaraciones:

UNO.- El capital con que se inicia la compañía ha sido suscrito y pagado al cien por ciento por cada socio, en especies y efectivo. Aportaran la cantidad de 22910.78 dólares por los socios, cada uno el 50%.

DOS.- Los socios fundadores nombran a la Ing. Gloria Jiménez como Gerente General y le autoriza para que realice los trámites y gestiones para que pueda operar la compañía.

Agregue usted, señor notario las demás cláusulas de estilo para la validez de este instrumento.

…… ……..

Carlos Ochoa Q. Fabricio Castillo A.

……

F ABOGADO.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

NIVELES JERARQUICOS

Representan el conjunto de colectividades agrupadas de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que posee independiente de las funciones que realizan, con el fin de lograr metas y objetivos.

La empresa productora y comercializadora de ropa hospitalaria “Provemedic” se establece en la jerarquía de una empresa, conformada por los siguientes niveles:

NIVEL LEGISLATIVO: Representa el primer nivel jerárquico; conformado por la Junta general de socios y tiene la función de legislar sobre la política que debe seguir la empresa, normar procedimientos, dictar

reglamentos, ordenanzas, resoluciones y decidir aspectos de mayor importancia. En el caso de Provemedic, estas funciones serán cumplidas por la Junta de Socios.

NIVEL EJECUTIVO: Representado por el Gerente quien es el responsable por el cumplimiento de las actividades impuestas por el Nivel Legislativo.

Tiene el segundo grado de autoridad. Deberá planificar, orientar y dirigir la administración de la empresa, debiendo ejercer autoridad para su cumplimiento.

NIVEL ASESOR: No tiene autoridad de mando, sino funcional; por lo tanto no toma decisiones. Lo conforma el asesor jurídico cuya función es la de aconsejar e informar en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable y más áreas que tengan que ver con la empresa,

Este es un nivel que en el caso presente será temporal. Esta asesoría estará representada por un abogado de la localidad.

NIVEL AUXILIAR O DE APOYO: Brinda ayuda a otros niveles administrativos en forma eficiente y oportuna, estos miembros son el apoyo logístico para el desarrollo de las actividades administrativas y operativas,

este nivel está conformado por la Secretaria Contadora y por una Cajera Vendedora.

Su grado de autoridad es mínimo, se limitará a cumplir órdenes de sus jefes superiores y ejecutar actividades administrativas de rutina.

NIVEL OPERATIVO*:* Conformado por las personas que materializan la parte ejecutora de la empresa, este nivel es el responsable directo de realizar las actividades básicas que tienen que ver con la razón de existir de la misma.

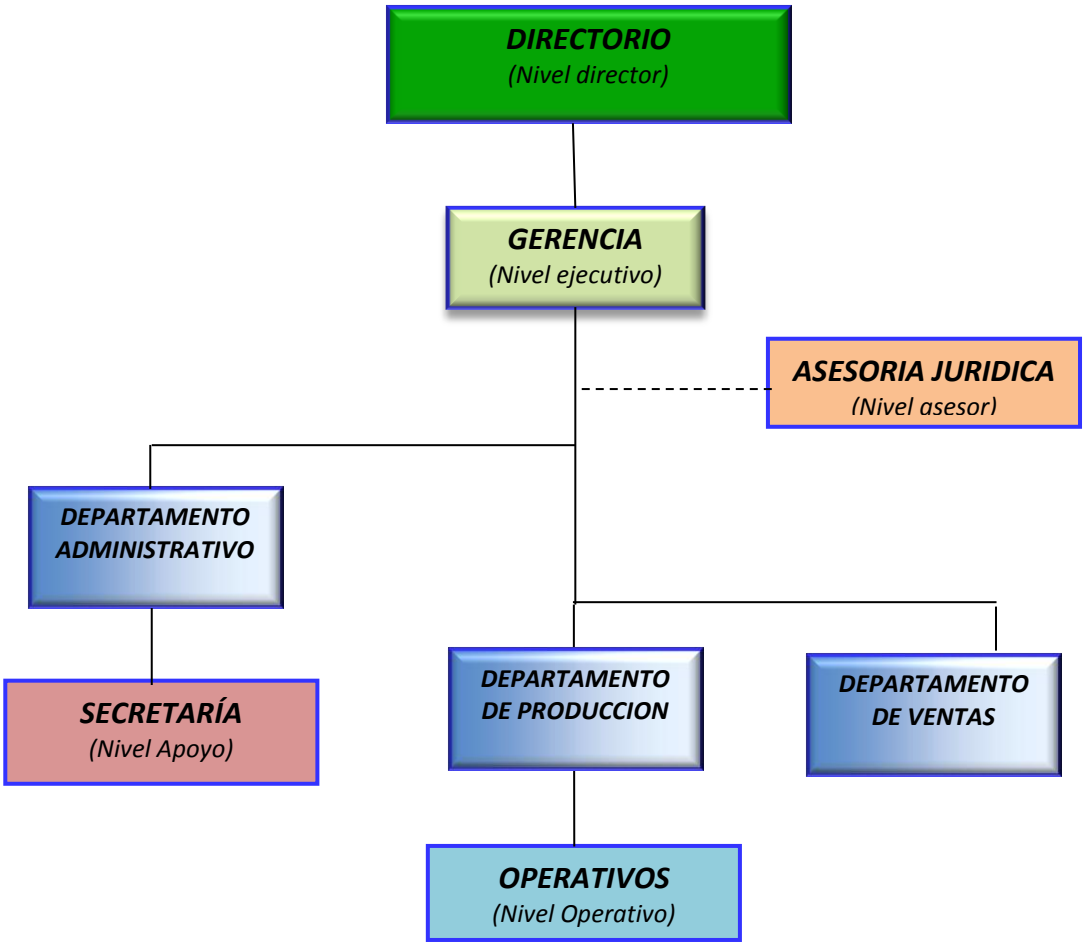
Ejecutan las órdenes emitidas por los niveles legislativo y ejecutivo; está representado por el departamento de producción, con una operaria y un jefe de producción.

ORGANIGRAMAS

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Representa el esquema básico de la empresa. Muestra su estructura administrativa, niveles jerárquicos, líneas de autoridad y responsabilidad entre los diferentes departamentos y unidades de las que estará constituida la microempresa.

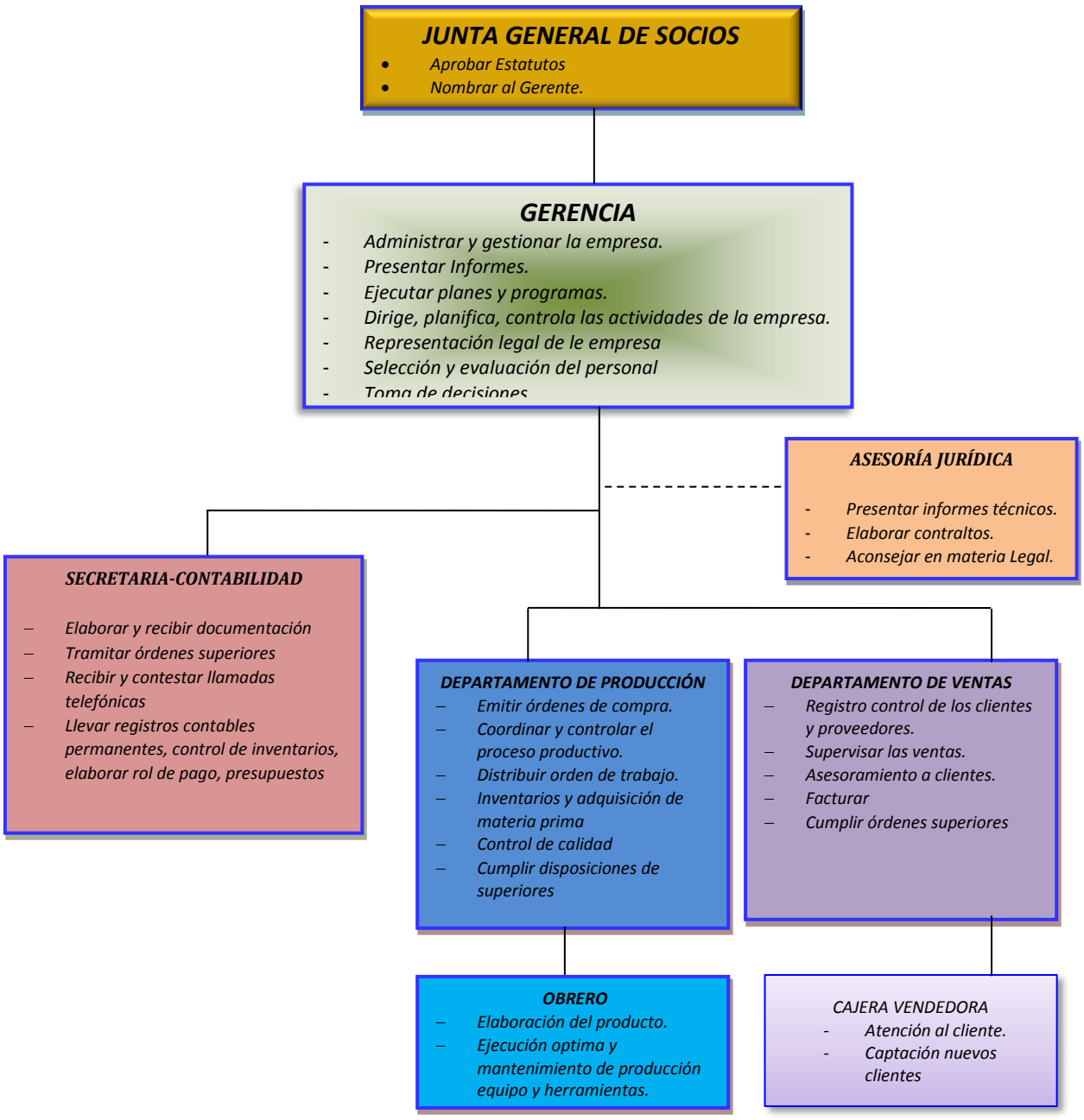
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL
EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA HOSPITALARIA "PROVEMEDIC"
GRAFICA 46



ORGANIGRAMA FUNCIONAL.- Representa las funciones básicas de una unidad administrativa.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL
EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA HOSPITALARIA "PROVEMEDIC"

GRAFICA 47



MANUAL DE FUNCIONES

La enunciación de un proyecto de inversión no exige el detalle de puestos de trabajo ni funciones, puesto que la normativa interna de la organización es competencia de los inversionistas; sin embargo, es importante señalar una guía al respecto.

MANUAL DE FUNCIONES DE LOS EMPLEADOS DE LA MICROEMPRESA PROVEMEDIC DE LA CIUDAD DE LOJA.

EMPRESA PROVEMEDIC	
CODIGO	1
TITULO	Junta General de Socios
NIVEL JERARQUICO	Legislativo
NATURALEZA DEL TRABAJO	Legislar, definir políticas, normas y procedimientos de la administración general de la empresa y toma decisiones sobre aspectos de importancia que beneficia los intereses de la misma
TAREAS TIPICAS Dictar y aprobar políticas que favorezcan la buena marcha de la empresa. Designan al Gerente. Norman los procedimientos. Dictan reglamentos ordenanzas y resoluciones. Discuten las decisiones que toman dentro de los demás niveles. Dictan, aprueban y reforman los estatutos Conocer y resolver sobre las cuentas, sus balances e informes de administración. Resolver sobre la forma de repartición de utilidades. Resolver cualquier asunto que no sea competencia del administrador	
CARACTERISTICAS DE CLASE Legislar las políticas que seguirá la organización	
REQUISITOS MINIMOS Ser accionista de la empresa	

EMPRESA PROVEMEDIC	
CODIGO	2
TITULO	Gerente
NIVEL JERARQUICO	Ejecutivo
NATURALEZA DEL TRABAJO	Planificar, organizar, dirigir, ejecutar, controlar las diferentes actividades del sistema administrativo de la empresa, a fin de lograr los objetivos propuestos.

TAREAS TIPICAS

* Planificar las diferentes actividades de Provemedic

* Organizar los recursos y actividades materiales, técnicas y humanas.

* Ejecutar la planificación estratégica trazada.

* Controlar la ejecución del plan para realizar los ajustes correspondientes.

* Representar legalmente a la empresa, interpretar planes, programas y más directrices técnicas y administrativas de alto nivel.

* Seleccionar al personal idóneo para que trabaje con la empresa.

* Controlar el desenvolvimiento del personal a su cargo.

* Planificar y programar cursos de actualización y perfeccionamiento del personal administrativo

* Delegar bajo su responsabilidad, funciones específicas en otro funcionario de la empresa.

CARACTERISTICAS DE CLASE

*Responsabilidad administrativa, técnica y económica en la ejecución de tareas

*Iniciativa y criterio para resolver problemas que se pudieran presentar en la empresa

*Actuar con independencia profesional usando su criterio para la solución de los problemas inherentes al cargo

REQUISITOS MINIMOS

* Título de Ingeniería comercial.

* Experiencia mínima dos años en trabajos similares.

* Cursos relacionados al área de trabajo

EMPRESA PROVEMEDIC	
CODIGO	3
TITULO	Asesor Jurídico
NIVEL JERARQUICO	Asesor
NATURALEZA DEL TRABAJO	Aconseja, asesora e informa sobre proyectos relacionados con el aspecto legal. Interviene en los asuntos jurídicos de la empresa.

TAREAS TIPICAS

* Representar judicial y extrajudicialmente a la microempresa.

* Asesorar a los directivos y funcionarios de la empresa sobre asuntos de carácter jurídico

* Revisar y analizar actividades relacionadas con la compra de bienes e inmuebles, derechos, acciones y más.

* Redactar contratos, convenios, poderes, pagares y otros documentos de tipo legal

* Patrocinar en defensa de la empresa en los juicios de cualquier índole relacionado con sus actividades.

* Participar en reuniones con el propietario y gerente de la empresa

* Preparar documentos de orden jurídico que sean solicitados por los miembros ejecutivos de la empresa.

CARACTERISTICAS DE CLASE

Se caracteriza por mantener autoridad funcional, mas no de mando y tener una participación eventual en la empresa pero no toma decisiones.

REQUISITOS MINIMOS

* Título de Doctor en jurisprudencia.
* Experiencia dos años en funciones similares.
* Responsabilidad para asesorar y defender los derechos de la microempresa en los aspectos legales.
* Excelentes relaciones humanas

EMPRESA PROVEMEDIC	
CODIGO	4
TITULO	Secretaria-Contadora
NIVEL JERARQUICO	Apoyo
NATURALEZA DEL TRABAJO	Manejar y tramitar documentos e información confidenciales de la microempresa y además ejecutar operaciones contables.

TAREAS TIPICAS

* Mantener buenas relacione interpersonales internas y externas

* Recibir y contestar llamadas telefónicas

* Organizar y mantener en buenas condiciones el archivo

* Elaborar y recibir pedidos, correspondencia, documentos internos, manejar la agenda de trabajo del gerente

* Ejecutar registros contables de la empresa

* Preparar la documentación y antecedentes necesarios para reuniones internas y externas a las que debe asistir el Gerente.

* Mantener la información administrativa al día

* Concertar entrevistas

* Tramitar pedidos u órdenes del jefe

* Llevar un inventario de todos los bienes muebles e inmuebles de la empresa

* Hacer las declaraciones tributarias al SRI.

CARACTERISTICAS DE CLASE

* Responsabilidad técnica y económica en el cumplimiento de sus funciones
* Responsable del equipo de oficina y computación de la empresa.
* Tiene autoridad funcional mas no de mando ya que auxilia en cualquier actividad requerida en otras áreas de la empresa

REQUISITOS MINIMOS

* Título en Contabilidad y Auditoría o carreras afines.
* Experiencia mínima dos años en funciones similares.
* Cursos de capacitación afines al puesto
* Conocimientos de secretariado
* Conocimientos de computación, relaciones humanas y tributación

EMPRESA PROVEMEDIC	
CODIGO	5
TITULO	Cajera vendedora
NIVEL JERARQUICO	
NATURALEZA DEL TRABAJO	Venta y facturación del producto

TAREAS TIPICAS

* Atención al cliente
* Búsqueda de nuevos clientes
* Mantener buenas relaciones interpersonales con los clientes.
* Facturar el producto.
* Apoyo a Secretaría en las actividades de la empresa
* Entrega de los productos a los clientes

CARACTERISTICAS DE CLASE

* Responsabilidad económica en la facturación del producto.
* Permanente concentración mental, física y visual.

REQUISITOS MINIMOS

*Cursando estudios superiores
*Experiencia en ventas
* Cursos afines al puesto
*Excelentes relaciones interpersonales
* Experiencia en conducción de vehículos-Licencia de conducir

EMPRESA PROVEMEDIC	
CODIGO	6
TITULO	Jefe de Producción
NIVEL JERARQUICO	Operativo
NATURALEZA DEL TRABAJO	Organizar y ejecutar los procesos de producción. Planificar, seleccionar y vigilar el proceso productivo.

TAREAS TIPICAS

** Señala los recursos materiales, económicos y humanos que serán empleados durante la elaboración del producto.*

** Coordina y controla actividades operacionales.*

** Cumplir las disposiciones emitida por los superiores.*

** Supervisión, control y manejo de los equipos y herramientas.*

** Realizar el control de calidad de los productos terminados.*

** Elaboración de patrones*

** Realizar diseños para la producción.*

** Instruir y capacitar a los operarios para el desarrollo óptimo del proceso productivo.*

** Procesar la materia prima y cuidar de la calidad del producto.*

** Cumplir el proceso productivo, para obtener un producto de excelente calidad*

** Realizar los inventarios y requerimientos de materia prima*

CARACTERISTICAS DE CLASE

Responsabilidad técnica y económica en el cumplimiento de sus funciones.

REQUISITOS MINIMOS

* Costurera/o titulada
* Conocimientos de producción
* Cursos de capacitación afines al puesto.
* Excelentes relaciones interpersonales
* Eficacia en los procesos de producción

EMPRESA PROVEMEDIC	
CODIGO	7
TITULO	Operarias
NIVEL JERARQUICO	Operativo
NATURALEZA DEL TRABAJO	Ejecutar actividades de transformación de la materia prima para la fabricación del producto.

TAREAS TIPICAS

* Cumplir disposiciones emanadas por los superiores
* Realizar las tareas de recepción, selección y traslado de la materia prima.
* Controlar que la materia prima tenga la calidad adecuada.
* Operar la maquinaria y herramientas bajo su cargo.
* Cuidar del orden y aseo dentro de la planta productiva.
* Evitar desperdicios de materiales y materia prima
* Procesar la materia prima y cuidar de la calidad del producto.
* Cumplir el proceso productivo, de tal manera que se obtenga un producto de excelente calidad

CARACTERISTICAS DE CLASE

Responsabilidad económica y técnica de sus labores requiere destreza manual y habilidad

REQUISITOS MINIMOS

* Costureras tituladas o aprendices
* Experiencia en manejo de máquinas de coser industriales
* Cursos de corte y confección
* Excelentes relaciones humanas

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero pretende ordenar la información monetaria proporcionada por el estudio técnico y de mercado, la misma que recoge las necesidades de recursos, financiamiento, estimaciones de ingresos y egresos; así como elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.

Se deberán cuantificar los recursos monetarios necesarios para la implantación y puesta en marcha del proyecto; empezándose con la determinación de costos totales e inversión inicial.

INVERSIONES DEL PROYECTO

Una inversión es un acto mediante el cual se aporta ciertos bienes con el ánimo de obtener rentabilidad en un determinado tiempo. En otras palabras es el empleo de algún capital en una actividad, con el objetivo de incrementarlo. Por lo tanto, cuando hablamos de la inversión en un proyecto, nos referimos a la cuantificación económica de los recursos que van a permitir la realización del proyecto.

Las inversiones que se aplicaran en el presente proyecto son de tres formas:

a. Inversiones en activos fijos

   Vehículo

   Maquinaria y equipo

Herramientas

Muebles y enseres (área administrativa y de producción)

Equipos de oficina

Equipos de computación

b. Inversiones en activos diferidos

Adecuación del local

Estudio y elaboración del proyecto

Constitución legal de la empresa

Gastos de organización

Permiso de funcionamiento y patente

c. Inversión en capital de trabajo o activos corrientes

A. INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

Los activos fijos de una empresa están formados por bienes tangibles que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones. Las inversiones en activos fijos se pueden realizar inicialmente y/o durante las operaciones del proyecto. En el presente proyecto tenemos los siguientes:

VEHÍCULO

La empresa considera necesaria la compra de una furgoneta que servirá para el traslado tanto de materia prima como de la ropa a las instituciones hospitalarias. Las especificaciones del vehículo son:

- Color exterior blanco
- Dirección hidráulica
- Frenos ABS
- Cilindraje 1300
- Año 2005
- Costo: 7800.00 usd

CUADRO 31
INVERSIÓN EN VEHÍCULO

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Minivan Chevrolet año 2005	7800.00	7800.00
TOTAL			**7800.00**

Fuente: Patio de carros "Automotores Azuay"-Cuenca
Elaboración: *La autora.*

MAQUINARIA Y EQUIPO

Las inversiones en maquinaria y equipo que se utilizarán en la empresa se obtendrán a partir de proformas que han sido solicitadas en almacenes locales y a nivel nacional que se dedican a la venta de éstos. El valor de la maquinaria asciende a un total de 2850,00 dólares americanos, que se desglosan así:

CUADRO 32
INVERSIÓN EN MAQUINARIA

CANT	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Máquina industrial costura recta	420.00	420.00
1	Máquina industrial overlock	1150.00	1150.00
1	Máquina recubridora	720.00	720.00
1	Máquina bordadora	560.00	560.00
TOTAL			2850.00

Fuente: Almacenes Montero-Quito/La máquina-Loja
Elaboración**:** La autora.

HERRAMIENTAS

Consideradas como instrumento de uso manual o mecánico para facilitar el proceso de producción. En este proyecto su valor asciende a 85,00 usd, de acuerdo al siguiente detalle:

CUADRO 33

INVERSIÓN EN HERRAMIENTAS

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Plancha Oster 1200w,50hz	35,00	35.00
3	Reglas	2.00	6.00
2	Tijeras para tela, marca Tramontina	20.00	40.00
TOTAL			**81.00**

Fuente: Bazar Lucía/Todo hogar
Elaboración: La Autora

MUEBLES Y ENSERES PARA AREA DE PRODUCCION

CUADRO 34
INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES AREA PRODUCCION

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Mesa grande	35.00	70.00
1	Mesa pequeña (bordadora)	15.00	15.00
3	Silla	20.00	60.00
2	Percha	60.00	120.00
2	Basurero	3.00	6.00
TOTAL			**271.00**

Fuente: Almacén El Cóndor /Sr. Carlos Martínez (carpintero)
Elaborado por: La autora

MUEBLES Y ENSERES PARA AREA ADMINISTRATIVA

CUADRO 35
INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES AREA ADMINISTRATIVA

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Sillón Gerente	80.00	80.00
1	Sillón Secretaria	45.00	45.00
4	Sillas oficina	30.00	120.00
1	Escritorio Gerente	150.00	150.00
1	Escritorio Secretaria	120.00	120.00
1	Mostrador Cajera	220.00	220.00
3	Basureros	3.00	9.00
2	Perchas exhibidoras (con armadores)	170.00	340.00
2	Archivadores pequeños	40.00	80.00
1	Letrero	200.00	200.00
TOTAL			**1364.00**

Fuente: Almacén El Cóndor / Sr. Carlos Martínez (carpintero)
Elaborado por: La autora

EQUIPOS DE OFICINA

Comprende los elementos necesarios que serán utilizados por el personal administrativo. La empresa comenzará sus actividades con los siguientes equipos de oficina:

CUADRO 36
INVERSIÓN EN EQUIPOS DE OFICINA

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Teléfono marca Panasonic	35.00	70.00
2	Sumadora Casio	18.00	36.00
1	Perforadora	6.00	6.00
1	Engrapadora	6.00	6.00
TOTAL			**118.00**

Fuente: La Reforma/Todo hogar
Elaborado por: La autora

INVERSIÓN EN EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CUADRO 37
INVERSIÓN EN EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CANT.	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
3	Computadora Core 3 de 2,93 memoria de 4 Gb RAM, disco duro de 500 Gb.	520.00	1560.00
2	Impresoras pequeñas	45.00	90.00
1	impresora con scanner	60.00	60.00
TOTAL			**1710.00**

Fuente: Innovacompu
Elaborado por: La autora

INVERSIÓN EN REPOSICION DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Valor actual del bien = $ 1710,00

Tasa de Inflación[72] = 4.16%

Reposición = Valor actual del bien x Tasa de Inflación + Valor actual de bien

Reposición = 1710,00 x 4.16% + 1710.00 = **$1781.14**

CUADRO 38
INVERSIÓN EN REPOSICION EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CANT.	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Reposición equipo de cómputo	1781.14	1781.14
TOTAL			**1781.14**

Fuente: Cuadro 37
Elaborado por: La autora

CUADRO 39
RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL (USD)
Vehículo	7800.00
Maquinaria (producción)	2850.00
Herramientas	81.00
Muebles y enseres área producción	271.00
Muebles y enseres área administrativa	1364.00
Equipos de oficina	118.00
Equipos de computación	1710.00
SUMAN:	**14194.00**
Imprevistos 5%	709.70
TOTAL:	**14903.70**

Fuente: Cuadros 31 al 37
Elaborado por: La autora

[72] Banco Central del Ecuador, Inflación Acumulada

DEPRECIACIONES

La ley de Régimen Tributario Interno señala que la depreciación de bienes se calculará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil, la corrección monetaria.

Los activos fijos como vehículos, maquinaria, herramientas, muebles, equipos de oficina, computo pierden su valor por el desgaste que sufren al transcurrir los años o por obsolescencia. En el siguiente cuadro se especifica la vida útil de los activos que se deprecian conforme lo señalado por el Servicio de Rentas Internas para el año 2011.

Es muy importante señalar que pese a que el SRI señala la depreciación de equipos de computación a los 3 años, no es preciso que éstos activos se den de baja en ese tiempo; perfectamente su vida útil puede alargarse más allá de los cinco años. Por esta razón, en el presente proyecto no se incluirá un rubro de reposición de equipos de cómputo.

CUADRO 40
PORCENTAJE DE DEPRECIACION DE BIENES TANGIBLES

BIENES A DEPRECIARCE	VIDA UTIL	%
Construcción	10 años	10%
Vehículos	5 años	20%
Equipos de Producción	10 años	10%
Herramientas	10 años	10%
Muebles y Enseres	10 años	10%
Equipos de Oficina	10 años	10%
Equipos de Computo	3 años	33%

Fuente: SRI
Elaborado por: La autora

El valor de las depreciaciones se detalla utilizando el siguiente procedimiento:

$$\text{Depreciación anual} = \frac{\text{Valor Adquisición} - \text{Valor residual}}{\text{Años de vida útil}}$$

DEPRECIACIÓN DE VEHÍCULO

Valor Actual = $ 7800,00

Valor Residual = $ 7800,00 x 20% = 1560,00

Vida Útil = 5 años

CÁLCULO:

$$\mathbf{DP} = \frac{\text{VA} - \text{VR}}{\text{VU}} \qquad \mathbf{DP} = \frac{7800{,}00 - 1560{,}00}{5 \text{ años}}$$

$$\mathbf{DP} = \frac{6240{,}00}{5 \text{ años}} = \mathbf{1.248{,}00}$$

DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA

Valor Actual = $ 2850,00

Valor Residual = $ 2850,00 x 10% = 285,00

Vida Útil = 10 años

CÁLCULO

$$\mathbf{DP} = \frac{\text{VA} - \text{VR}}{\text{VU}} \quad \mathbf{DP} = \frac{2850 - 285{,}00}{10 \text{ años}}$$

$$\mathbf{DP} = \frac{2565{,}00}{10 \text{ años}} = \mathbf{256.50}$$

DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS

Valor Actual = $ 85,00

Valor Residual = $ 85,00 x 10% = 8.50

Vida Útil = 10 años

CÁLCULO

$$\mathbf{DP} = \frac{\text{VA} - \text{VR}}{\text{VU}}$$

$$\mathbf{DP} = \frac{85{,}00 - 8{,}50}{10 \text{ años}}$$

$$\mathbf{DP} = \frac{76{,}50}{10 \text{ años}} = \mathbf{7.65}$$

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

Valor Actual = $ 1641.00

Valor Residual = $ 1641.00 x 10% = 164.10

Vida Útil = 10 años

CÁLCULO

$$\mathbf{DP} = \frac{\text{VA} - \text{VR}}{\text{VU}} \qquad \mathbf{DP} = \frac{1641\text{-}164.10}{10\text{ años}}$$

$$\mathbf{DP} = \frac{1476.90}{10\text{ años}} = \mathbf{147.69}$$

DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE OFICINA

Valor Actual = $ 118,00

Valor Residual = $ 118,00 x 10% = 11.80

Vida Útil = 10 años

CÁLCULO

$$\mathbf{DP} = \frac{\text{VA} - \text{VR}}{\text{VU}} \qquad \mathbf{DP} = \frac{118 - 11.80}{10\text{ años}}$$

$$\mathbf{DP} = \frac{106.20}{10\text{ años}} = \mathbf{10.62}$$

DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE CÓMPUTO

Valor Actual = $ 1710,00

Valor Residual = $ 1710.00 x 33% = 564.30

Vida Útil = 3 años

CÁLCULO $\mathbf{DP} = \frac{\text{VA} - \text{VR}}{\text{VU}}$ $\mathbf{DP} = 381.90$

DEPRECIACIÓN DE REPOSICION DE EQUIPOS DE CÓMPUTO

Valor Actual = $ 1781,14

Valor Residual = $ 1781.14 x 33% = 587.78

Vida Útil = 3 años

CÁLCULO $$\mathbf{DP} = \frac{\text{VA} - \text{VR}}{\text{VU}} \quad \mathbf{DP} = \frac{1781{,}14 - 587.78}{3\,\text{años}}$$

$$\mathbf{DP} = \frac{1193.36}{3\,\text{años}} = \mathbf{397.79}$$

CUADRO 41

RESUMEN DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS

CONCEPTO	VALOR ADQUISICION	% DEPRECIACION	VALOR RESIDUAL	VIDA UTIL	CUOTA A DEPRECIAR
Vehículos	7800.00	20%	1560.00	5 años	1248.00
Equipos de Producción	2850.00	10%	285.00	10 años	256.50
Herramientas	81.00	10%	8.10	10 años	7.29
Muebles y Enseres	1635.00	10%	163.50	10 años	147.15
Equipos de Oficina	118.00	10%	11.80	10 años	10.62
Equipos de Computo	1710.00	33%	564.30	3 años	381.90
Reposición equipos Computación	1781.14	33%	587.78	3 años	397.79
	15975.14		**3180.48**		**2449.25**

Fuente: Cuadro 38,39

Elaborado por: La autora

B. INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

Generalmente estos gastos se efectúan al constituir la empresa; una vez pagados no son recuperables y son de un valor considerable por lo que la legislación permite amortizarlos hasta en 5 años, así se obtiene un beneficio

tributario el momento de pagar impuestos. Elemento importante dentro del estudio financiero de un proyecto; incluyen gastos por estudios preliminares o investigación, gastos de constitución de la empresa, marcas, patentes, investigación, adecuación del local y elaboración del proyecto.

ADECUACIÓN DEL LOCAL

Para la puesta en marcha de la empresa se arrendará un local lo suficientemente amplio para el desarrollo de sus actividades tanto administrativas como de producción.

CUADRO 42
ADECUACIÓN DEL LOCAL

CANT.	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
15	Metros cuadrados de adecuación	40.00	600.00
1	Extintor	35.00	35.00
TOTAL			**635.00**

Fuente: Arq. Enrique Mora
Elaboración: La autora.

OTROS GASTOS PRELIMINARES

Se incluyen estudio y elaboración del proyecto, gastos legales, impuestos, permisos, originados por la formación de la empresa e imprevistos. Su costo asciende a 1380.00 usd. Estos trámites se realizarán a través del asesor legal dela empresa.

CUADRO 43
GASTOS CONFORMACION DE LA EMPRESA

DETALLE	VALOR
Estudio y elaboración del proyecto	960.00
Constitución Legal de la empresa	300.00
Permiso de funcionamiento y patente	120.00
TOTAL:	**1380.00**

Fuente: Municipio, Superintendencia de Compañías, Autora
Elaboración: La autora.

RESUMEN DE ACTIVOS DIFERIDOS

La suma de activos diferidos (adecuación del local y gastos de conformación de la empresa) asciende a 2115.75 usd.

CUADRO 44
RESUMEN DE LOS ACTIVOS DIFERIDOS

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
Adecuación del local	635.00
Estudio y elaboración del proyecto	960.00
Constitución Legal de la empresa	300.00
Permiso de funcionamiento y patente	120.00
SUMAN:	2015.00
Imprevistos 5%	100.75
TOTAL:	**2115.75**

Fuente: Cuadros 42 y 43
Elaboración: La autora.

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

DATOS:

Total de Activos Diferidos = $ 2115,75

Años de Vida Útil = 5 años

CÁLCULO

$$\textbf{Amortizaciòn} = \frac{\text{Total de Activos Diferidos}}{\text{Años de vida util del proyecto}}$$

$$\textbf{Amortización} = \frac{2115.75}{5 \text{ años}} = \textbf{\$ 423.15}$$

C. INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO O ACTIVOS CORRIENTES

El capital de trabajo son aquellos recursos que requiere el proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes y/o servicios, y contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al ciclo productivo del proyecto.[73]

Es el dinero que se requiere para comenzar a producir, en el presente proyecto se hace necesario analizar los siguientes elementos que se detallarán a continuación:

[73] FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACION FINANCIERA, Weston John Fred

1. COSTOS DE PRODUCCCION

A) COSTO PRIMO: Constituido por materia prima directa, mano de obra directa y sus prestaciones.

MATERIA PRIMA DIRECTA.- Incluye todos aquellos materiales utilizados en la elaboración de un producto que se pueden identificar fácilmente con él mismo.

Debido a que se trabajará con más de una propuesta de lencería hospitalaria, como se lo señaló en el capítulo de Marketing-Producto, se ha presupuestado para los 17 ítems con los que se comenzará la producción, una inversión inicial de 22610.54 usd anuales.

Para esto, debo recordar que la capacidad utilizada es de 3744 prendas para el primer año; en el cuadro de programación de confecciones se notará que suman 3570 piezas, quedando una diferencia de 174 unidades respecto a la capacidad utilizada, cuyo cálculo de costo está contemplado en el cuadro de resumen inversión de materia prima. Éstas se cubrirán, teniendo en cuenta la demanda de artículos específicos que se presente en el transcurso del tiempo, es decir, podrían aumentar en cantidad uno de los 17 ítems señalados anteriormente o se podría comenzar con la confección de uno nuevo que no se tenía programado.

El cuadro de confecciones anuales servirá entonces para *estimar* la inversión tanto en materia prima directa como en materiales indirectos y podría eventualmente tener alguna variación.

En cuanto a la cantidad de hilo necesaria, los cálculos señalan 8005.6 metros, cantidad que tendrá que duplicarse porque en las máquinas se usa hilo para la parte superior e inferior de la tela, excepto en la máquina overlock que se usarán 4 hilos; por lo tanto son necesarios 16011.2 metros; esto significa que se requerirá 8 conos de 2000 mts cada uno, más 2 extras para la máquina principal, es decir, se necesitan 10 conos de hilo.

CUADRO 45

PROGRAMA ANUAL DE CONFECCIONES

TIPO DE PRENDA	CANT. PRENDAS
PANTALON ENFERMERA/O	250
PANTALON AUXILIAR ENFERMERIA	100
PANTALON ENFERMERA PEDIATRIA	80
BLUSA ENFERMERA	250
JUEGO SABANAS PEQ. (1.17x1.53)	100
JUEGO SABANAS MED. (1.58x1.83)	150
MEDIA SABANA (71x119)	80
FUNDA ALMOHADA	150
CAMISA ENFERMERA PEDIATRIA	80
CAMISA AUXILIAR ENFERMERIA	100
PANTALON FARMACIA	60
PANTALON LABORATORIO	70
PANTALON IMAGENOLOGIA	45
PANTALON RESIDENTES	200
PANTALON CIRUGIA	220
CAMISA ENFERMERA/O CIRUGIA	70
CAMISA IMAGENOLOGIA	45
CAMISA RESIDENTES	200
BATA FARMACIA	60
BATA LABORATORIO	70
BATA ESPECIALISTAS	150
BATA CIRUGIA	150
CUBRECAMAS (1.8x2.5)	250
BOTAS CIRUGIA	150
BATA LAVANDERIA	50
CAMISA DIETETICA	60
PANTALON DIETETICA	60
BATA PACIENTE ADULTO	180
BATA PACIENTE NIÑO	60
CAMPO DE VENTANA	40
SABANA UNIVERSAL	40
TOTAL PRENDAS	3570
CAPACIDAD UTILIZADA	3744
DIFERENCIA	174

Fuente: Manual Lencería Hospitalaria Min.Salud Púbica del Ecuador;
Elaboración: La Autora

CUADRO 46

CALCULO TELA

PRENDA	CANT. PRENDAS	MTS	TOTAL METROS REQUERIDOS
PANTALON ENFERMERA/O	250	265.00	
PANTALON AUXILIAR ENFERMERIA	100	106.00	
PANTALON ENFERMERA PEDIATRIA	80	84.80	
BLUSA ENFERMERA	250	210.00	
JUEGO SABANAS PEQ. (1.17x1.53)	100	244.00	
JUEGO SABANAS MED. (1.58x1.83)	75	279.00	
MEDIA SABANA (71x119)	80	59.20	
FUNDA ALMOHADA	110	59.40	1307.40
CAMISA ENFERMERA PEDIATRIA	80	67.20	
CAMISA AUXILIAR ENFERMERIA	100	84.00	151.20
PANTALON FARMACIA	60	63.60	
PANTALON LABORATORIO	70	74.20	
PANTALON IMAGENOLOGIA	45	47.70	
PANTALON RESIDENTES	200	212.00	
PANTALON CIRUGIA	180	190.80	
CAMISA ENFERMERA/O CIRUGIA	55	46.20	
CAMISA IMAGENOLOGIA	45	46.80	
CAMISA RESIDENTES	200	168.00	
BATA FARMACIA	60	72.90	
BATA LABORATORIO	70	49.00	
BATA ESPECIALISTAS	145	176.18	
BATA CIRUGIA	125	165.00	
CUBRECAMAS (1.8x2.5)	150	382.50	
BOTAS CIRUGIA	125	30.00	1724.88
BATA LAVANDERIA	50	55.00	
CAMISA DIETETICA	60	50.40	
PANTALON DIETETICA	60	63.60	169.00
BATA PACIENTE ADULTO	180	94.50	
BATA PACIENTE NIÑO	60	42.00	
CAMPO DE VENTANA	40	123.20	
SABANA UNIVERSAL	40	155.60	415.30
TOTAL	3570		

Fuente: Sra. Elsa Abad; cuadro 45
Elaboración: La Autora.

CUADRO 47
CALCULO HILO

HILO	No. PRENDAS	CANT. NECESARIA HILO (m)
pantalones	1225	1274.00
blusas manga corta	720	621.00
blusa manga larga	45	49.50
batas	430	1075.00
paciente adulto	180	192.60
paciente niño	60	45.00
bata lavandería	50	60.00
almohada	150	409.50
campo	40	340.00
sábana universal	40	440.00
botas	150	240.00
sábana pequeña	100	540.00
sábana mediana	150	1125.00
media sábana	80	304.00
cubrecama	150	1290.00
TOTALES	**3570**	**8005.60**
		2
		16011.20

Fuente: Sra. Elsa Abad, cuadro 45
Elaboración: La Autora.

CUADRO 48

INVERSION EN MATERIA PRIMA DIRECTA

TELA	CANT. TELA NECESARIA (Mts)	*USD METRO*	*COSTO ANUAL*
GABARDINA 65-35	1307.40	4.65	6079.41
GABARDINA ESTAMPADA	151.20	4.20	635.04
100% ALGODÓN	1724.88	7.36	12695.12
LINO ANTIFLUIDO	169.00	3.92	662.48
GABARDINA 50-50	415.30	4.15	1723.50
		TOTAL ANUAL	***21795.54***
		TOTAL MENSUAL	**1816.30**
HILO	**CANTIDAD**	***USD CONO***	***COSTO ANUAL***
CONO (2000 mts)	10	1.50	15.00
		TOTAL ANUAL	***15.00***
		TOTAL MENSUAL	**1.25**

Fuente: Cuadros No. 46,47; Francelana, Pintex, Textilana; Distribuciones León, cuadro 45-46
Elaborado por: La autora

CUADRO 49

RESUMEN DE INVERSION EN MATERIA PRIMA DIRECTA

MATERIAL	COSTO ANUAL (usd)	COSTO MENSUAL (usd)
TELA	21795.54	1816.30
HILO	15.00	1.25
ADICIONAL PARA LAS 174 PIEZAS RESTANTES	800.00	66.67
TOTAL:	**22610.54**	**1884.22**

Fuente: Cuadro 45,48
Elaborado por: La autora

MANO DE OBRA DIRECTA.- Se utiliza para la transformación de la materia prima en producto elaborado, se precisa el trabajo del talento humano al cual

la empresa debe pagar una remuneración, misma que debe estar acorde con las leyes laborales que rigen en nuestro país. Actualmente, el salario mínimo vital está en 318.00 usd. El monto para la mano de obra directa, incluido remuneración y prestaciones en el presente proyecto asciende a $449.38 mensuales, lo que da un costo anual de 5392.52 dólares.

En el presente documento no se incluirá rol de pagos, debido a que para presupuestos no se toma en cuenta el aporte personal que si se incluye en el rol. Lo que se hará es el cálculo del rubro que el patrono deberá considerar para pagar al personal. Es decir, el aporte personal se toma en cuenta para roles de pago, más no para presupuestos.

CUADRO 50

PRESUPUESTO PARA MANO DE OBRA DIRECTA

PERSONAL: OPERARIA

SUELDO: 318.00

PROVISIONES							
APORTE PATRONAL (11.15%)	**DECIMO TERCERO (Provisión mensual)**	**DECIMO CUARTO (Provisión mensual)**	**FONDOS DE RESERVA (Provisión mensual-8.33%)**	**VACACIONES (Provisión mensual)**	**IECE Y SECAP (1%)**	**TOTAL MENSUAL (sueldo + provisiones)**	**TOTAL ANUAL**
35.46	26.50	26.50	26.49	13.25	3.18	**449.38**	5392.56

Fuente: Ministerio de Trabajo-IESS
Elaboración: La autora

B) GASTOS DE FABRICACION: Constituidos por materiales indirectos, mano de obra indirecta con sus prestaciones. De haber medidores

independientes de luz y agua sólo para el área de producción, también se tomaría en cuenta servicios básicos para producción.

MATERIA PRIMA INDIRECTA**.-** Los costos de materia prima indirecta son aquellos que incurren en el acabado de un producto. Para la elaboración de las prendas hospitalarias necesitamos los botones, elásticos, cierres, pellón, sesgo, etiquetado y funda plástica.

Con la misma reflexión hecha renglones arriba, en la parte de Costos de materia prima directa y tomando en cuenta el cuadro de programación anual de confecciones, se calculó la inversión de materiales indirectos, siguiendo éste detalle:

CUADRO 51

CALCULO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA

INSUMOS	PRENDA QUE REQUIERE EL INSUMO	UNIDADES POR CONFECCIONAR	CANTIDAD POR PRENDA	TOTAL CANTIDAD NECESARIA DE MP INDIRECTA
Elásticos	Pantalón enfermera/o	250	0.4 m	
	Pantalón auxiliar enfermería	100	0.4 m	
	Pantalón enfermera pediatra	80	0.4 m	
	Pantalón imagenología	45	0.4 m	
	Pantalón cirugía	220	0.4 m	278 mts
Botón	Pantalón para farmacia	60	1 und	
	Pantalón para laboratorio	70	1 und	
	Pantalón para dietética	60	1 und	
	Pantalón para residentes	200	1 und	
	Camisa dietética	60	3 unds	
	Bata farmacia	60	4 unds	
	Bata laboratorio	70	4 unds	
	Bata especialistas	150	4 unds	
	Bata lavandería	50	5 unds	1940 unds
Broches	Bata cirugía	150	1und	150 unds
Sesgo	Camisa enfermera pediatra	80	1.7 mts	
	Sábana universal	40	2.7 mts	
	Camisa auxiliar enfermería	100	1.04 mts	348 mts
Cierre	Blusa enfermera	250	1und	
	Pantalón farmacia y dietética	120	1 und	370unds

Fuente: Cuadro 45; Sra. Elsa Abad-Costurera
Elaboración: La autora

Se deduce entonces la inversión inicial anual para materia prima indirecta en $400.80 usd, de acuerdo al siguiente cuadro:

CUADRO 52

PRESUPUESTO DE LA MATERIA PRIMA INDIRECTA					
ESPECIFICACIÓN	**UNID. DE MEDIDA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR MENSUAL**	**VALOR ANUAL**
ELASTICO	metro	278.00	0.10	2.32	27.80
BOTONES	Unidades	1940.00	0.02	3.23	38.80
BROCHES	Unidades	150.00	0.01	0.13	1.50
SESGO	Yarda	348.00	0.15	4.35	52.20
CIERRES	Unidades	250.00	0.35	7.29	87.50
	Unidades	120.00	0.10	1.00	12.00
PELLON	Yarda	5.00	1.00	0.42	5.00
ETIQUETA	Rollo de 1000 unds	4.00	27.00	9.00	108.00
ENVOLTURA PLÁSTICA	Paquete de 100 unds	40.00	1.70	5.67	68.00
TOTAL				**33.40**	**400.80**

Fuente: Cuadro 51; Distribuciones León; Plásticos El Cóndor
Elaboración: La autora

MANO DE OBRA INDIRECTA**.-** Se trata de la labor desempeñada por las personas que controlan el trabajo de producción; no interviene directamente en la transformación de las materias primas, en este rubro se consideró a la Jefe de producción con un sueldo de $ 420.00 usd mensuales.

PRESUPUESTO PARA MANO DE OBRA INDIRECTA

PERSONAL: JEFE DE PRODUCCION
SUELDO: 420.00

CUADRO 53

PROVISIONES							
APORTE PATRONAL (11.15%)	**DECIMO TERCERO (Provisión mensual)**	**DECIMO CUARTO (Provisión mensual)**	**FONDOS DE RESERVA (Provisión mensual-8.33%)**	**VACACIONES (Provisión mensual)**	**IECE Y SECAP (1%)**	**TOTAL MENSUAL (sueldo + provisiones)**	**TOTAL ANUAL**
46.83	35.00	26.50	34.99	17.50	4.20	**585.02**	7020.19

Fuente: Ministerio de Trabajo-IESS
Elaboración: La autora

MATERIALES.- se incluyen agujas tanto de máquina como de mano, alfileres, cinta métrica.

CUADRO 54
PRESUPUESTO DE MATERIALES

ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
AGUJAS MANO (paq)	3	0.30	0.08	0.90
AGUJAS MAQUINA (paq)	6	1.25	0.63	7.50
ALFILERES (1 paq)	3	1.00	0.25	3.00
CINTA MÉTRICA (unidad)	2	0.80	0.13	1.60
TOTAL			**1.08**	**13.00**

Fuente: Bazar Lucía
Elaboración: La autora

SERVICIOS BÁSICOS.- Dentro del presupuesto de servicios básicos que se incluyen en los costos generales de fabricación, se ha considerado el servicio de energía eléctrica; y, debido a que hay un medidor para todas las instalaciones, se tomó el porcentaje de 70% del posible total consumido.

CUADRO 55
CONSUMO DE ENERGÍA ELECTRICA

CANTIDAD (kw)	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
105	Energía eléctrica	0.18	18.90	226.80
		TOTAL	18.90	226.80

Fuente: EERSSA
Elaborado por: la Autora

2. COSTOS DE OPERACIÓN

Refiere el dinero desembolsado por la empresa en el desarrollo de sus actividades.

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Constituyen desembolsos en los que ha incurrido la empresa, dentro del área administrativa como la tramitación de documentos, manejo de información, control de inventarios entre otras actividades administrativas; además de sueldos administrativos. El personal que se requerirá para estas funciones administrativas lo detallamos en el siguiente cuadro manifestando que se contratará el personal estrictamente necesario para minimizar costos.

SUELDOS ADMINISTRATIVOS.- Retribución que se paga al empleado por su trabajo en la empresa. Están considerados el Gerente, Secretaria, Cajera vendedora y Asesor Jurídico (trabajo eventual). Su monto es de 21949.24 usd anual.

PRESUPUESTO SUELDOS ADMINISTRATIVOS

PERSONAL: GERENTE
SUELDO: **600.00**

CUADRO 56

PROVISIONES							
APORTE PATRONAL (11.15%)	**DECIMO TERCERO (Provisión mensual)**	**DECIMO CUARTO (Provisión mensual)**	**FONDOS DE RESERVA (Provisión mensual-8.33%)**	**VACACIONES (Provisión mensual)**	**IECE Y SECAP (1%)**	**TOTAL MENSUAL (sueldo + provisiones)**	**TOTAL ANUAL**
66.90	50.00	26.50	49.98	25.00	6.00	**824.38**	9892.56

Fuente: Ministerio de trabajo-IESS
Elaboración: La autora

PERSONAL: SECRETARIA

SUELDO: **450.00**

CUADRO 57

PROVISIONES							
APORTE PATRONAL (11.15%)	**DECIMO TERCERO (Provisión mensual)**	**DECIMO CUARTO (Provisión mensual)**	**FONDOS DE RESERVA (Provisión mensual-8.33%)**	**VACACIONES (Provisión mensual)**	**IECE Y SECAP (1%)**	**TOTAL MENSUAL (sueldo + provisiones)**	**TOTAL ANUAL**
50.18	37.50	26.50	37.49	18.75	4.50	**624.91**	7498.92

Fuente: Ministerio de trabajo-IESS
Elaboración: La autora

PERSONAL: CAJERA

SUELDO: **318.00**

CUADRO 58

PROVISIONES							
APORTE PATRONAL (11.15%)	**DECIMO TERCERO (Provisión mensual)**	**DECIMO CUARTO (Provisión mensual)**	**FONDOS DE RESERVA (Provisión mensual-8.33%)**	**VACACIONES (Provisión mensual)**	**IECE Y SECAP (1%)**	**TOTAL MENSUAL (sueldo + provisiones)**	**TOTAL ANUAL**
35.46	26.50	26.50	26.49	13.25	3.18	**449.38**	5392.52

Fuente: Ministerio de trabajo-IESS
Elaboración: La autora

PERSONAL: ASESOR JURIDICO

GASTO ANUAL **700.00**

RESUMEN DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS

CUADRO 59

CANT	CARGO	SBU	VALOR MENSUAL (Sueldo + provisiones)	VALOR ANUAL (USD)
1	Gerente	600.00	824.38	9892.56
1	Secretaria	450.00	624.91	7498.92
1	Cajera	318.00	449.38	5392.56
1	Asesor Jurídico		58.33	700.00
TOTAL			**1957.00**	**23484.04**

Fuente: Cuadros 56, 57,58
Elaboración: La autora

MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA

CUADRO 60

PRESUPUESTO DE MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD ANUAL	P.U.	VALOR TOTAL ANUAL (usd)
Folder para archivador	6	2.3	13.80
Papel bon F.A4 (resma)	3	3	9.00
Lapiceros (caja)	2	4	8.00
Lápices (caja)	2	3	6.00
Borradores (caja)	12	0.2	2.40
Reglas	1	1.2	1.20
Grapas (caja)	2	0.5	1.00
Clip (caja)	3	0.3	0.90
Cartuchos para impresora	2	18.5	37.00
Correctores	2	1.6	3.20
Cuaderno espiral grande	3	1.1	3.30
Fólder de cartón	6	0.2	1.20
Sellos	2	5	10.00
Sacapuntas	2	0.2	0.40
Porta papeles	2	2	4.00
Boletín de factura	2	15	30.00
Boletín de retención	1	8	8.00
Boletín orden de producción	2	15	30.00
Boletín de orden de pedido	2	8	16.00
Folder para catálogo	2	12	24.00
TOTAL ANUAL			***$209.40***
TOTAL MENSUAL			***$17.45***

Fuente: Papelería La Reforma-Imprenta El Dorado
Elaboración: La autora

MATERIALES DE ASEO.- En toda empresa se hace necesario la compra de materiales de limpieza que ayuden a mantener las instalaciones físicas impecables para una buena imagen. Se consideró los siguientes:

CUADRO 61
PRESUPUESTO DE ASEO

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
2	Escoba	1.50	3.00
2	Recogedor de basura	1,00	2,00
2	Trapeador	2.00	6,00
8	Galón de desinfectante	4.00	32.00
12	Paca de papel higiénico familia 6 unid.	3.80	45.60
6	Franelas	0.50	3.00
3	Detergente de 1 Kg	2.50	4.50
8	Paquetes de funda de basura de 25 unid.	1.20	9.60
4	Toallas de mano para baño	2.00	8.00
2	Escobillas de baño	1.00	2.00
4	Jabones líquido	3.00	12.00
TOTAL ANUAL			**119.70**
TOTAL MENSUAL			**9.98**

Fuente: Supermercados Zerimar
Elaboración: La autora.

SERVICIOS BÁSICOS.- Puesto que se dispone de un solo medidor para todo el local, se considera el consumo de energía eléctrica, agua, teléfono e internet en conjunto, tanto para el área administrativa como para producción. Sin embargo ha sido tomado en cuenta el 30% de consumo de energía eléctrica (luz) para el área administrativa.

CUADRO 62
PRESUPUESTO DE SERVICIOS BÁSICOS

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
240	Teléfono (minutos)	0.11	26.40	316.80
12	Agua (metro cúbico)	1.05	12.60	151.20
1	Internet	20.16	20.16	241.92
45	Luz (kilovatios)	0.18	8.10	97.20
		TOTAL	**67.26**	**807.12**

Fuente: EERSSA, UMAPAL, CNT
Elaboración: La autora

ARRIENDO DEL LOCAL.- Se arrendará un local ubicado en las calles Juan de Salinas entre 18 de Noviembre y Av. Universitaria, cuyo costo mensual por arriendo será de $ 460.00 que multiplicado por 12 meses del año tenemos un total anual por arriendo de $ 5520,00 dólares, valor que incluye impuestos.

CUADRO 63
PRESUPUESTO ARRIENDO DEL LOCAL

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1.00	Arriendo del Local	460.00	460.00	5520.00
TOTAL			**460.00**	**5520.00**

Fuente: Propietario del Local
Elaboración: La autora

C) GASTOS DE VENTA

Comprende todas las erogaciones relacionadas directamente con la venta y entrega de mercadería.

PUBLICIDAD.- Dentro de este rubro están los gastos de publicidad que se programaron de acuerdo a las respuestas obtenidas en el estudio de mercado; así, se realizarán en dos medios de comunicación de la ciudad: Ecotel y Diario La Hora.

Para ello se contratará el diseño gráfico que se utilizará en la publicidad de prensa; también la elaboración del spot publicitario para televisión; gasto que se hará por única vez para el año.

Es necesario resaltar que tanto la publicación escrita como la de televisión no se pasarán al mismo tiempo durante los 12 meses del año. Tomando en cuenta el criterio de la persona encargada de la elaboración de la publicidad, se hará publicación alternada, de acuerdo al cuadro que sigue:

CUADRO 64

CRONOGRAMA DE PUBLICIDAD

MES	PRENSA	TELEVISION
1	X	
2		X
3		
4	X	
5		X
6		
7	X	
8		X
9		
10	X	
11		X
12		
TOTAL	**4**	**4**

Fuente: Sr. Iván Andrade-Publicista
Elaboración: La autora

CUADRO 65
PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

CANTIDAD	DETALLE	VALOR MENSUAL
1	Paquete publicitario en Ecotel (4 mensuales)	420.00
1	Paquete publicitario en Diario La Hora (4 mensuales)	300.00
1	Paquete de diseño publicitario de prensa y spot televisivo	180.00
TOTAL ANUAL:		900.00
TOTAL MENSUAL:		75.00

Fuente: Diario La Hora, Ecotel TV, Sr. Iván Andrade
Elaboración: La Autora.

PRESUPUESTO DE COMBUSTIBLE, LUBRICANTES Y MANTENIMIENTO

Se determinó considerando las rutas dentro de la ciudad. El cambio de aceite incluye el lavado del vehículo; el ABC se lo realiza de forma anual.

CUADRO 66
PRESUPUESTO DE COMBUSTIBLE, LUBRICANTES Y MANTENIMIENTO

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
20	GASOLINA EXTRA GALON	1.48	29.60	355.20
6	CAMBIO ACEITE Y LAVADO	25.00	12.50	150.00
1	ABC (anual)	120.00	13.33	120.00
		TOTAL	52.10	625.20

Fuente: Gasolinera Jaramillo , Lavadora Calva & Calva
Elaboración: La autora.

CUADRO 67

RESUMEN CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1. COSTO DE PRODUCCIÓN		
COSTO PRIMO		
Materia prima directa	**1884.22**	22610.54
Mano de obra directa	**449.38**	5392.56
COSTOS DE FABRICACIÓN		
Materia prima indirecta	**33.40**	400.80
Mano de obra indirecta	**585.02**	7020.19
Materiales	**1.08**	13.00
Servicios básicos (energía eléctrica)	**18.90**	226.80
SUBTOTAL-COSTO DE PRODUCCION	**2972.00**	**35663.89**
2. GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldos Administrativos	**1957**	23484.04
Materiales y útiles de oficina.	**17.45**	209.40
Materiales y útiles de aseo	**9.98**	119.70
Servicios básicos (luz,agua,teléf,internet)	**67.26**	807.12
Arriendo	**460.00**	5520.00
SUBTOTAL-COSTO ADMINISTRAT.	**2511.69**	**30140.26**
3. GASTOS DE VENTAS		
Publicidad	**75.00**	900.00
Mantenimiento de vehículo	**52.10**	625.20
SUBTOTAL - GASTOS DE VENTAS	**127.10**	**1525.20**
Suma:	**5610.79**	**67329.35**
Imprevistos 5%	**280.54**	
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	**5891.33**	

Fuente: Cuadros 49, 50, 52-55,59-63, 65,66
Elaboración: La Autora

RESUMEN TOTAL DE LA INVERSION INICIAL

CUADRO 68

CUENTAS	MONTO
ACTIVOS FIJOS	
Vehículo	7800.00
Maquinaria (producción)	2850.00
Herramientas	81.00
Muebles y enseres área producción	271.00
Muebles y enseres área administrativa	1364.00
Equipos de oficina	118.00
Equipos de computación	1710.00
SUMAN:	14194.00
Imprevistos 5%	709.70
Total activos fijos	**14903.70**
ACTIVOS DIFERIDOS	
Adecuación del local	635.00
Estudio y elaboración del proyecto	960.00
Constitución Legal de la empresa	300.00
Permiso de funcionamiento y patente	120.00
SUMAN:	2015.00
Imprevistos 5%	100.75
Total activos diferidos	**2115.75**
ACTIVOS CIRCULANTES (mensual)	
Costo de producción	2972.00
Gastos administrativos	2511.69
Gastos de ventas	127.10
SUMAN:	5610.79
Imprevistos 5%	280.54
Total activos circulantes	**5891.33**
TOTAL DE LA INVERSION	**22910.78**

Fuente: Cuadros 39, 44,67
Elaboración: La Autora.
Nota: Los valores de capital circulante están calculados para 1 mes

FINANCIAMIENTO

Una vez establecidas las estimaciones de inversión, es necesario un análisis de las condiciones económicas financieras disponibles, así se puede determinar las opciones de financiamiento, que pueden ser con capital propio o con crédito.

El presente proyecto requiere una inversión inicial de 22910.78 dólares, cantidad relativamente baja si pensamos que las aportaciones pueden ser en numérico o especies; por lo tanto, el proyecto tendrá financiamiento de fuente interna, es decir, esta cantidad será proporcionada exclusivamente por los dos socios en porcentajes iguales.

PRESUPUESTOS

Es un cálculo anticipado de ingresos y gastos de una actividad económica, que generalmente se lo hace de forma anual. Su principal función tiene que ver con el control financiero de la organización.

PRESUPUESTOS DE COSTOS PROYECTADOS

Son instrumentos financieros útiles para estimar los costos que incurrirá la empresa durante los 5 años de vida del proyecto. Para ello, es necesario tomar en cuenta los valores de tasa de inflación y tasa de remuneración.

Tasa de inflación: será un indicador del incremento del precio de los productos y de acuerdo con el Banco Central, la inflación acumulada a diciembre de 2012 fue de 4.16%

Tasa de incremento de remuneración: Para los costos de sueldos se consideró el porcentaje de aumento que tiene el sueldo básico entre un periodo y otro; así, el SBU para el 2012 fue de 292.00 usd; para el 2013 es de 318.00 usd; por lo tanto y usando la fórmula que sigue, se obtuvo una tasa de incremento de la remuneración de 0.089

$$\mathbf{i} = \left[\frac{\mathbf{DF}}{\mathbf{Db}}\right]^{\mathbf{1/n}} - \mathbf{1}$$

$$\mathbf{i} = \left[\frac{318}{292}\right]^{1/1} - 1$$

$$\mathbf{i} = 1.089 - 1$$

$$\mathbf{i} = 0.089 \quad \text{x} \quad 100 \quad = 8.9\% \,(\text{tasa incremento salarial})$$

CUADRO 69

PRESUPUESTO PROFORMADO PARA LOS 5 AÑOS DE VIDA UTIL DEL PROYECTO

		Mano obra	8.90%	T.I.	4.16%
RUBROS	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
1. COSTO DE PRODUCCION					
COSTO PRIMO					
Materia prima directa	22610.54	23551.14	24530.87	25551.35	26614.29
Mano de Obra Directa	5392.56	5872.50	6395.15	6964.32	7584.14
Total de costos primos	**28003.10**	**29423.64**	**30926.02**	**32515.67**	**34198.43**
GASTOS DE FABRICACIÓN					
Materia prima indirecta	400.80	417.47	434.84	452.93	471.77
Mano de obra indirecta	7020.19	7644.99	8325.39	9066.35	9873.26
Materiales indirectos	13.00	13.54	14.10	14.69	15.30
Servicios básicos (energía eléctrica)	226.80	236.23	246.06	256.30	266.96
Depreciación equipo producción	256.50	256.50	256.50	256.50	256.50
Depreciación herramientas	7.29	7.29	7.29	7.29	7.29
Imprevistos	1783.20	1857.38	1934.65	2015.13	2098.96
Total de Gastos de Fabricación	**9707.78**	**10433.41**	**11218.84**	**12069.19**	**12990.04**
TOTAL COSTO PRODUCCION	**37710.88**	**39857.04**	**42144.85**	**44584.86**	**47188.47**
2. COSTO DE OPERACIÓN					
GASTOS DE ADMINISTRACION					
Sueldos administrativos	23484.04	25574.12	27850.22	30328.89	33028.16
Suministros de Oficina	209.40	218.11	227.18	236.64	246.48
Materiales de aseo	119.76	124.74	129.93	135.34	140.97
Servicios básicos (luz,agua,teléfono)	565.20	588.71	613.20	638.71	665.28
Internet	241.92	251.98	262.47	273.39	284.76
Arriendo	5520.00	5749.63	5988.82	6237.95	6497.45
Amortización Activos diferidos	423.15	423.15	423.15	423.15	423.15
Depreciación muebles y enseres	147.15	147.15	147.15	147.15	147.15
Depreciación equipos oficina	10.62	10.62	10.62	10.62	10.62
Depreciación equipos de cómputo	381.90	381.90	381.90	397.79	397.79
Imprevistos	1555.16	1619.85	1687.24	1757.43	1830.54
Total Gastos administrativos	**32658.30**	**35089.98**	**37721.88**	**40587.05**	**43672.34**
GASTOS DE VENTA					
Publicidad	900.00	937.44	976.44	1017.06	1059.37
Combust, lubric, mantenim. vehículo	625.20	651.21	678.30	706.52	735.91
Depreciación de vehículo	1248.00	1248.00	1248.00	1248.00	1248.00
Imprevistos	138.66	144.43	150.44	156.69	163.21
Total gastos de venta	**2911.86**	**2981.08**	**3053.17**	**3128.27**	**3206.49**
TOTAL COSTO DE OPERACION	**35570.16**	**38071.05**	**40775.05**	**43715.31**	**46878.83**
TOTAL DE COSTOS	**73281.04**	**77928.10**	**82919.90**	**88300.17**	**94067.30**

FUENTE: Cuadro 68
ELABORADO POR: La autora

COSTOS

El estudio de los costos permite analizar, registrar, resumir, informar e interpretar la información recopilada que tiene que ver con la suma de esfuerzos y recursos en materiales, mano de obra y otros gastos de fabricación utilizados en la producción.

El costo representa toda la inversión necesaria para producir y vender un bien o servicio. El costo de capital representa el total del costo de financiación de la empresa.[74]

La suma de los gastos de la empresa para obtener un producto se llama COSTO TOTAL.

Los costos que tienden a permanecer constantes en relación con los cambios en el volumen de producción son los COSTOS FIJOS.

Los costos que varían en función directa al incremento de producción se llaman COSTOS VARIABLES.

En Producción se pueden identificar cuatro clases de costos:

A. COSTOS DE FABRICACION

A.1. COSTO DIRECTO

Materias primas y materiales directos

Mano de obra directa

A.2. GASTOS DE FABRICACION

Materiales indirectos

Mano de obra indirecta

[74] FUNDAMENTOS DE GERENCIA FINANCIERA, Stanley B. Block/Geoffrey A. Hirt

A.3. OTROS

Depreciación de fábrica

Servicios

Mantenimiento

Amortización de diferidos

Otros

B. COSTOS ADMINISTRATIVOS

Sueldos administrativos

Depreciaciones administrativas

Amortización de diferidos

Suministros de oficina

Materiales de aseo

C. COSTOS DE VENTAS

Publicidad

Vehículos (para venta y distribución)

Comisiones

Gastos de representación

D. COSTOS FINANCIEROS

Ya identificadas las clases de costos, es necesario proceder a clasificar de manera específica los costos del presente proyecto, con el fin de que puedan ser utilizados para la toma de decisiones al momento de incurrir en los gastos del proyecto. A continuación se presenta la tabla de costos:

CUADRO 70

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

COSTOS TOTALES DE PRODUCCION	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Materia prima directa		22610.54		23551.14		24530.87		25551.35		26614.29
Mano de Obra Directa	5392.56		5872.50		6395.15		6964.32		7584.14	
Materia prima indirecta		400.80		417.47		434.84		452.93		471.77
Mano de obra indirecta	7020.19		7644.99		8325.39		9066.34		9873.26	
Materiales indirectos		13.00		13.54		14.11		14.69		15.30
Energía eléctrica		226.80		236.23		246.06		256.30		266.97
Sueldos administrativos	23484.04		25574.12		27850.21		30328.89		33028.16	
Suministros de Oficina	209.40		218.12		227.17		236.64		246.48	
Materiales de aseo	119.76		124.74		129.94		135.34		140.97	
Servicios básicos		565.20		588.71		613.21		638.72		665.27
Internet	241.92		251.98		262.47		273.39		284.75	
Arriendo	5520.00		5749.63		5988.83		6237.93		6497.45	
Amortización A.D.	423.15		423.15		423.15		423.15		423.15	
Depreciaciones	2051.46		2051.46		2051.46		2067.35		2067.35	
Imprevistos	3477.02		3621.67		3772.32		3929.25		4092.71	
Publicidad	900.00		937.44		976.43		1017.06		1059.37	
Combust, mantenim. vehículo		625.20		651.21		678.29		706.52		735.91
SUBTOTALES	48839.50	24441.54	52469.80	25458.30	56402.52	26517.38	60679.66	27620.51	65297.79	28769.51
TOTALES		**73281.04**		**77928.10**		**82919.90**		**88300.17**		**94067.30**

FUENTE: Cuadro 69
ELABORADO POR: La autora

PRESUPUESTO DE INGRESOS

Para establecer este presupuesto, es necesario determinar el costo unitario de producción y el precio de venta al público, recordando que el número de unidades a producirse el primer año es de 3276 al comenzar la producción con un porcentaje de 90% de la capacidad instalada.

COSTO UNITARIO DE PRODUCCION

Es considerado como el costo que tendrá cada uno de los productos que ofrecerá una empresa en el mercado. Resulta de dividir el costo total de producción para el número de unidades producidas. En este proyecto, el valor resultante representará el costo unitario promedio.

CUADRO 71

COSTO UNITARIO DE PRODUCCION

AÑO	COSTO TOTAL	UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO
1	73281.04	3744	19.57
2	77928.10	3827	20.36
3	82919.90	3910	21.21
4	88300.17	4035	21.88
5	94067.30	4160	22.61

Fuente: Cuadro 25, 69
Elaborado por: La autora

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

Representa el valor que una empresa asigna a un producto para poderlo comercializar en el mercado, se procedió a establecer este rubro tomando en cuenta dos consideraciones: el precio promedio dela competencia y el costo unitario de producción, asignándose un margen de utilidad de 35%. Así, se obtendrá el valor de 98914.61 como ingreso promedio para el primer año, al multiplicar el precio unitario promedio por el número de prendas a elaborarse; esto de acuerdo al siguiente cuadro:

CUADRO 72
PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

AÑO	COSTO UNITARIO	MARGEN UTILIDAD	PVP	UNIDADES PRODUCIDAS	INGRESOS TOTALES
1	19.57	35%	26.42	3744	98914.61
2	20.36	35%	27.49	3827	105188.92
3	21.21	35%	28.63	3910	111956.99
4	21.88	35%	29.54	4035	119185.83
5	22.61	35%	30.52	4160	126977.76

FUENTE: Cuadro 71
ELABORADO POR: La autora

PUNTO DE EQUILIBRIO

Al planear sus operaciones, la empresa pretende en cubrir el total de los costos y lograr un excedente como rendimiento a los recursos colocados por los inversionistas. Así, el punto en que estos ingresos son iguales a sus costos se llama punto de equilibrio, que representa el límite sobre el cual se diseñarán actividades tendientes a ubicarse por encima de él.

Para su cálculo, es necesario establecer costos totales, variables y fijos. Se lo hace en forma matemática y gráfica; en función de las ventas y de la capacidad instalada.

Al ser una herramienta necesaria del análisis financiero de la empresa, se calculará tanto para el primero como para el quinto año de vida útil del proyecto; esto permitirá una mejor visión del desarrollo de la empresa.

CUADRO 73
DATOS PARA PUNTO DE EQUILIBRIO

	PRIMER AÑO	QUINTO AÑO
COSTOS FIJOS	48839.50	65297.79
COSTOS VARIABLES	24441.54	28769.51
VENTAS TOTALES	98914.61	126977.76

FUENTE:Cuadro 70,72
ELABORADO POR: La autora

ANALISIS MATEMÁTICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

- EN FUNCION DE LA CAPACIDAD INSTALADA: Para determinar el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la planta para que la producción pueda generar suficientes ingresos para cubrir los costos. Se usa la siguiente fórmula:

$$\mathbf{PE} = \frac{\text{CFT}}{\text{VT - CVT}} \text{ x } 100$$

$$\mathbf{PE} = \frac{48839.50}{98914.61 - 24441.54} \text{x}\, 100 \qquad PE = 65.58$$

$$\mathbf{PE} = \frac{65297.79}{126977.76 - 28769.51} \text{x}\, 100 \qquad PE = 66.49$$

- EN FUNCION DE LAS VENTAS: Se basa en el volumen de ventas e ingresos monetarios que deberá generar el proyecto. Se usa la siguiente fórmula:

$$\mathbf{PE} = \frac{\text{CFT}}{1 - \left(\frac{\text{CVT}}{\text{VT}}\right)}$$

$$\mathbf{PE} = \frac{48839.50}{1 - \left(\frac{24441.54}{98914.61}\right)} \qquad PE = 64868.51$$

$$\mathbf{PE} = \frac{65297.79}{1 - \left(\frac{28769.51}{126977.76}\right)} \qquad PE = 84426.24$$

CUADRO 74

RESUMEN ANALISIS MATEMATICO PUNTO DE EQUILIBRIO

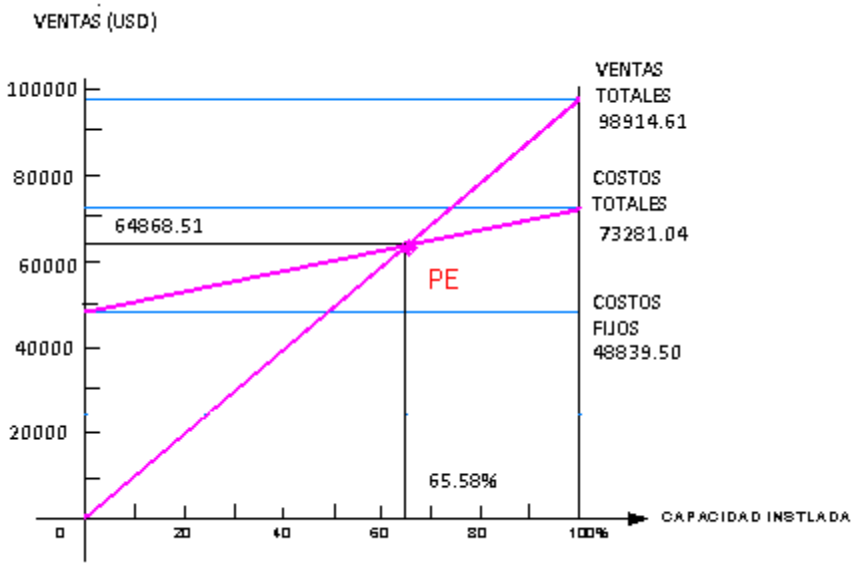
	DATOS			PUNTO DE EQUILIBRIO	
AÑO	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	VENTAS TOTALES	EN FUNCION DE CAPACIDAD INSTALADA	EN FUNCION DE VENTAS
1	48839.50	24441.54	98914.61	65.58	64868.51
5	65297.79	28769.51	126977.76	66.49	84426.24

Fuente: Cuadro 73
Elaborado por: La autora

ANALISIS GRAFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Año 1

GRAFICA 48

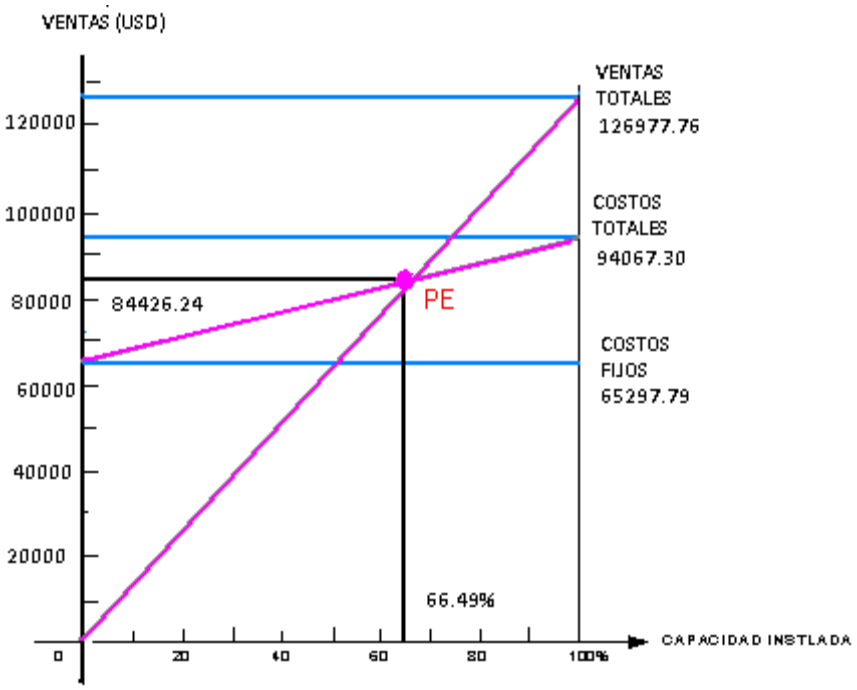


ANALISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1

El punto de equilibrio se produce en PROVEMEDIC cuando trabaja a una capacidad de 64.58% y alcanza un promedio de ventas de 64868.51 dólares.

Año 5

GRAFICA 50



ANALISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5

Al quinto año, la nueva empresa, para encontrarse en su punto de equilibrio deberá tener ventas de 84426.24usd, al trabajar a una capacidad de 66.49%.

Si se toma en cuenta los ingresos por ventas tanto para el año 1 como para el año 5, éstas superan muy bien los valores considerados de equilibrio para la empresa.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Se lo conoce también como Estado de ingresos y egresos o Estado de resultados. Es un estado financiero que nos permite determinar la utilidad o pérdida neta de un ejercicio contable, durante un determinado periodo de tiempo. Presenta en forma resumida el comportamiento de los ingresos y egresos; así como de utilidades o pérdidas resultantes de las operaciones dela empresa.

Se lo ha calculado tomando en cuenta los ingresos por ventas, esto menos el costo de producción, nos da como resultado la utilidad bruta, se resta los costos de operación dentro de los cuales tenemos los gastos administrativos y de publicidad, obteniendo la utilidad en operaciones y sobre esta se resta el 15% de reparto de utilidades para los trabajadores.

Luego de distribuir este 15% se obtiene la utilidad antes de impuestos, de la misma manera se calcula el 23% de impuesto a la renta, y obtenemos la utilidad antes de la Reserva Legal, hasta aquí se puede considerar una utilidad neta. Aquí, se resta el 5% de la Reserva Legal y de esta forma se

logra el cálculo de la utilidad líquida del año. El estado de pérdidas y ganancias se lo ha proyectado para los 5 años de vida útil de la empresa.

En cuanto a la reserva legal, la Ley de Compañías señala que las compañías de responsabilidad limitada segregarán de las utilidades líquidas el 5% y formará un fondo de reserva hasta que alcance por lo menos el 20% de capital social. Así mismo el SRI actualmente maneja un porcentaje de 23% de impuesto a la renta, dos puntos menos que antes.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO DE LA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LENCERIA HOSPITALARIA.

CUADRO 75

AÑOS	1	2	3	4	5
1. INGRESOS					
Ventas	98914.61	105188.92	111956.99	119185.83	126977.76
Total ingresos	**98914.61**	**105188.92**	**111956.99**	**119185.83**	**126977.76**
2. EGRESOS					
Costo de producción	37710.88	39857.06	42144.85	44584.86	47188.46
Costo de operación	35570.16	38071.04	40775.05	43715.31	46878.84
Total egresos	**73281.04**	**77928.10**	**82919.90**	**88300.17**	**94067.3**
UTILIDAD GRAVABLE	**25633.57**	**27260.82**	**29037.09**	**30885.66**	**32910.46**
(-)15% Trabajadores	3845.04	4089.12	4355.56	4632.85	4936.57
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	**21788.53**	**23171.70**	**24681.53**	**26252.81**	**27973.89**
(-)23% impuesto a la renta	5011.36	5329.49	5676.75	6038.15	6433.99
UTILIDAD ANTES DE RESERVA	**16777.17**	**17842.21**	**19004.78**	**20214.66**	**21539.90**
(-)5% reserva legal	838.86	892.11	950.24	1010.73	1076.99
UTILIDAD LIQUIDA	**15938.31**	**16950.10**	**18054.54**	**19203.93**	**20462.90**

Fuente: SRI, Superintendencia de cías., Cuadros 69,72
Elaborado por: La autora

EVALUACION FINANCIERA

Su función es fundamentalmente:

- Medir el grado de rentabilidad que ofrece la inversión en el proyecto.
- Brindar información para la toma de decisiones sobre la inversión en el proyecto, frente a otras alternativas de inversión.

Se basa normalmente en el análisis de los ingresos y gastos relacionados con el proyecto, teniendo en cuenta cuando son efectivamente recibidos y entregados (en los flujos de caja), con el fin de determinar si pueden retribuir adecuadamente al capital aportado por los socios. Para evaluar la vialidad de un proyecto de inversión los indicadores más utilizados: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Coeficiente Beneficio Costo, Periodo de Recuperación, Análisis de sensibilidad.

FLUJO DE CAJA.- También se lo llama flujo de efectivo; muestra la cantidad de recursos que fluyen durante el periodo analizado, que en este caso serían los 5 años de gestión empresarial, permitiendo determinar la cobertura de las necesidades de efectivo de la empresa al calcular el volumen de ingresos y gastos de esta.

Los flujos de caja permiten visualizar la capacidad de la empresa para pagar deudas o adquirir activos; y, son la base para la elaboración de los métodos de evaluación.

La estructura del flujo de caja se puede establecer de acuerdo a diferentes criterios. En éste proyecto, se ha utilizado la siguiente estructura:

CUADRO 76
FLUJO DE CAJA PROYECTADO

DENOMINACION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1. INGRESOS					
Ingreso por ventas	98914.61	105188.92	111956.99	119185.83	126977.76
Valor residual	0.00	0.00	0.00	564.30	0.00
TOTAL INGRESOS	**98914.61**	**105188.9**	**111957**	**119750.13**	**126977.8**
2. EGRESOS					
Costo de producción	37710.88	39857.06	42144.85	44584.86	47188.46
Costo de operación	35570.16	38071.04	40775.05	43715.31	46878.84
Reinversión eq. Computac.	0.00	0.00	0.00	1781.14	0.00
TOTAL EGRESOS	**73281.04**	**77928.10**	**82919.90**	**90081.31**	**94067.30**
UTILIDAD GRAVABLE	**25633.57**	**27260.82**	**29037.09**	**29668.82**	**32910.46**
Depreciaciones	2051.46	2051.46	2051.46	2067.35	2067.35
Amortizaciones	423.15	423.15	423.15	423.15	423.15
FLUJO DE CAJA	**23158.96**	**24786.21**	**26562.48**	**27178.32**	**30419.96**

Fuente: Cuadro 41, 44, 72
Elaborado por: la Autora

INDICADORES DE RENTABILDAD

VALOR ACTUAL NETO: Corresponde a la diferencia entre el valor presente de los ingresos y el valor presente de los egresos, utilizando una tasa de interés. Puesto que el valor del dinero cambia a través del tiempo, es necesario traer el flujo de efectivo a valor presente, para ello se utiliza el factor de actualización que se obtiene con esta fórmula:

$$FA = \frac{1}{(1+i)^n}$$

VAN = ΣFLUJO NETO - INVERSIÓN

El valor actual neto es el valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión realizada, los valores obtenidos en el flujo de caja se convierten en valores actuales mediante la aplicación de una fórmula señalada y luego se suman los resultados obtenidos. La regla de decisión será:

VAN > 1 es conveniente

VAN < 1 no es conveniente

VAN = 0 es indiferente

CUADRO 77
V.A.N.

VALOR ACTUAL NETO			
AÑOS	**FLUJO NETO**	**FACTOR ACTUALIZACIÓN**	**VALOR ACTUALIZADO**
		12%	
0	**22910.78**		
1	23158.96	0.8929	20678.64
2	24786.21	0.7972	19759.57
3	26562.48	0.7118	18907.17
4	27178.32	0.6355	17271.82
5	30419.96	0.5674	17260.29
SUMATORIA DE FLUJOS			93877.48
INVERSION			22910.78
VALOR ACTUAL NETO			**70966.70**

FUENTE: BNF, Cuadro 76
ELABORADO POR: La Autora

El tener un van positivo, significa que el proyecto puede ser aceptado y que el valor dela empresa aumentará.

PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL: Es el tiempo que la empresa tarda en recuperar la inversión utilizada para la ejecución del proyecto. La regla de decisión será:

Igual o superior a los años de vida del proyecto = se rechaza

Menor a los años de vida útil del proyecto = se acepta

Se utilizará la siguiente fórmula:

$$\textbf{PRI} = \text{Año anterior a recuperar la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{flujo acumulado año anterior}}{\text{Flujo neto del año que recupera la inversión}}$$

CUADRO 78

PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL			
AÑOS	**INVERSIÓN**	**FLUJO NETO**	**FLUJO ACUMULADO**
0	**22,910.78**		
1		23158.96	23158.96
2		24786.21	47945.17
3		26562.48	74507.65
4		27178.32	101685.97
5		30419.96	132105.93

Fuente: Cuadro 76
Elaborado por: la Autora

PRC = 0.99

PRC = 0.99 X 12 = 11.88 meses

PRC = 0.88 X 30 = 26.40 días

Los resultados señalan que el capital a invertir en este proyecto se recuperará en 0 años, 11 meses, 26 días. Esto significa que de acuerdo a la regla de decisión, el proyecto se acepta.

RELACION BENEFICIO COSTO: Sirve para medir la rentabilidad o cantidad obtenida como beneficio por cada dólar invertido. Es la cantidad obtenida como beneficio Para determinarlo, se utiliza ingresos y costos actualizados, es decir, tomando en cuenta el factor de actualización. La regla de decisión será:

RBC	>	1	el proyecto es realizable
RBC	<	1	el proyecto se rechaza
RBC	=	1	el proyecto es indiferente

CUADRO 79

RELACION BENEFICIO COSTO

RELACIÓN BENEFICIO COSTO (BóC)						
ACTUALIZACION COSTO				ACTUALIZACION INGRESOS		
AÑOS	COSTO ORIGINAL	FACTOR ACTUALIZACIÓN	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACTUALIZACIÓN	INGRESO ACTUALIZADO
		12%			12%	
1	73281.04	0.89286	65,429.71	98914.61	0.89286	88,316.90
2	77928.10	0.79719	62,123.50	105188.92	0.79719	83,855.56
3	82919.90	0.71178	59,020.73	111956.99	0.71178	79,688.75
4	88300.17	0.63552	56,116.52	119185.83	0.63552	75,744.98
5	94067.30	0.56743	53,376.61	126977.76	0.56743	72,050.99
			296,067.07			**399,657.17**

Fuente: BNF, Cuadro 69,72
Elaborado por: la Autora

$$RB/C = \frac{\sum IngresosActualizados}{\sum CostosActualizados}$$

RBC = 1.35

La relación beneficio-costo obtenida es de 1.35, es decir, por cada dólar invertido, se recibirá 35 centavos de utilidad; por lo tanto, el proyecto es viable.

TASA INTERNA DE RETORNO: Es la tasa de interés de oportunidad ante la cual el proyecto será aceptable; “es el valor crítico que representa la menor rentabilidad que el inversionista está dispuesto a aceptar”. (Miranda Juan José). Por esto, considera el valor valor del dinero en el tiempo y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto.

Expresa en forma porcentual la capacidad de ganancia del proyecto de inversión y la factibilidad de ejecutarlo o no. El cálculo se lo realiza utilizando una tasa mayor hasta cuando se consiga un valor actualizado neto negativo, y una vez logrado esta tasa única se requiere la comparación de la misma con otra tasa de descuento.

La regla de decisión será:

TIR	>	Tasa de oportunidad	es conveniente
TIR	<	Tasa de oportunidad	no recomendable
TIR	=	Tasa de oportunidad	es indiferente

CUADRO 80

TASA INTERNA DE RETORNO

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)					
AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		103.00%		104.00%	
0	22,910.78		22,910.78		22,910.78
1	23158.96	0.492611	11,408.35	0.490196	11,352.43
2	24786.21	0.242665	6,014.76	0.240292	5,955.93
3	26562.48	0.119540	3,175.27	0.117790	3,128.80
4	27178.32	0.058887	1,600.44	0.057740	1,569.29
5	30419.96	0.029008	882.43	0.028304	861.01
SUMATORIA			23,081.24		22,867.46
		VAN menor	170.46	VAN mayor	-43.32

Fuente: Cuadro 76
Elaborado por: la Autora

$$FA = \frac{1}{(1+i)^n}$$

Tm= 103 Dt= 1

VAN menor= 170.46 VAN mayor= -43.32

TIR = 103.79%

El presente proyecto, en base a la tasa interna de retorno, se puede aceptar ya que luego de haber realizado los cálculos respectivos, ésta tiene un valor de 103.79% que es mayor al costo de oportunidad asignado en el mismo.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD: Frente a la vulnerabilidad de los proyectos, se realiza este análisis para conocer el grado máximo de soporte que éste pudiera tener, sabiendo que se enfrenta a eventuales variaciones económicas del entorno.

El proyecto será analizado bajo dos condicionantes: elevación en costos y disminución de ingresos.

La regla de decisión será:

Coeficiente resultante	>	1	Sensible
Coeficiente resultante	=		No se ve efecto
Coeficiente resultante	<	1	No sensible

CUADRO 81

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 18.09% EN LOS COSTOS								
AÑO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL CON INCREMENTO	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		18.09%			51.00%		52.00%	
0						22910.78		22,910.78
1	73281.04	86537.58	98914.61	12,377.03	0.662252	8,196.71	0.657895	8,142.78
2	77928.10	92025.29	105188.92	13,163.63	0.438577	5,773.27	0.432825	5,697.55
3	82919.90	97920.11	111956.99	14,036.88	0.290449	4,076.99	0.284754	3,997.05
4	88300.17	104273.67	119185.83	14,912.16	0.192350	2,868.35	0.187338	2,793.61
5	94067.30	111084.07	126977.76	15,893.69	0.127384	2,024.60	0.123249	1,958.87
						22,939.92		22,589.88
						29.14		-320.90

Fuente: Cuadros 69,72
Elaborado por: la Autora

1) NUEVA TIR

$$NTIR = Tm + Dt\left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

NTIR = 51.08%

2) DIFERENCIA DE TIR

Dif TIR = TIR del proyecto - NTIR **Dif TIR= 52.71%**

3) PORCENTAJE DE VARIACION

% Var = (Dif Tir/TIR del proy.)*100 **%Var = 50.78%**

4) SENSIBILIDAD

Sensibilidad= %var / nueva tir **Sensibilidad=0.99**

CUADRO 82

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 13.40% EN LOS INGRESOS								
AÑO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO CON DECREMENTO	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			13.40%		51.00%		52.00%	
0						22,910.78		22,910.78
1	73281.04	98914.61	85660.05	12,379.01	0.662252	8,198.02	0.657895	8,144.09
2	77928.10	105188.92	91093.60	13,165.50	0.438577	5,774.09	0.432825	5,698.37
3	82919.90	111956.99	96954.75	14,034.85	0.290449	4,076.40	0.284754	3,996.48
4	88300.17	119185.83	103214.93	14,914.76	0.192350	2,868.85	0.187338	2,794.10
5	94067.30	126977.76	109962.74	15,895.44	0.127384	2,024.83	0.123249	1,959.09
						22,942.20		22,592.12
						31.42		-318.66

Fuente: Cuadro 69,72
Elaborado por: la Autora

1) NUEVA TIR

$$NTIR = Tm + Dt\left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

NTIR = 51.09%

2) DIFERENCIA DE TIR

Dif TIR = TIR del proyecto - NTIR **Dif TIR= 52.70%**

3) PORCENTAJE DE VARIACION

% Var = (Dif Tir/TIR del proy.)*100 **%Var = 50.78%**

4) SENSIBILIDAD

Sensibilidad= %var / nueva tir **Sensibilidad=0.99**

El análisis de sensibilidad del presente proyecto nos permite ver que su máximo soporte frente a un aumento en los costos es de 18.09%; y, como tope, acepta hasta un 13.40% de disminución en los ingresos.

h) CONCLUSIONES

Al comenzar este trabajo, se plantea como su objetivo central determinar la conveniencia o no de la instauración de una nueva empresa dedicada a la producción y comercialización de ropa hospitalaria para la ciudad de Loja.

Finalizada la investigación y con los resultados obtenidos, se concluyó lo siguiente:

- ✓ En cuanto al ESTUDIO DE MERCADO, en el presente trabajo no se realizó con un muestreo, debido a que el segmento de mercado es pequeño (47 demandantes); se utilizó un censo para conocer la demanda efectiva del producto propuesto.

  Así, se determinó que hay una demanda insatisfecha cuantitativa de 4575 unidades para el primer año; sin embargo, es necesario resaltar que la demanda cualitativa insatisfecha de 47.83% es considerable.

  Este análisis permitió establecer que en la ciudad de Loja hay un nicho de mercado que necesita ser atendido.
- ✓ En el ESTUDIO TECNICO se establecieron los requerimientos de maquinaria, materia prima, insumos y personal para la puesta en marcha de este proyecto. Los mismos que pueden obtenerse con facilidad en el entorno local y nacional.

- ✓ De acuerdo con las respuestas dadas por los demandantes, la empresa se instalará en la ciudad de Loja, en un sector central, alquilando un local que dispone de buenas condiciones para el funcionamiento de la nueva empresa.
- ✓ Inicialmente, el proyecto arrancará con el 90% de la capacidad utilizada, debido a la necesidad de posicionamiento de la misma. Porcentaje que irá subiendo hasta alcanzar el 100% en el quinto año.
- ✓ EL ESTUDIO ORGANIZACIONAL permitió establecer la misión, visión, objetivos, base legal y constitución de la nueva empresa; poniendo énfasis en la necesidad de enmarcarse dentro de la responsabilidad social corporativa.
- ✓ La razón social de la empresa será PROVEMEDIC, organización que se sujetará a las disposiciones de la Ley de Compañías, Servicio de rentas internas y Código de trabajo.
- ✓ El ESTUDIO FINANCIERO señaló que la inversión inicial requerida es de 22910.78 dólares, cantidad relativamente pequeña si se considera que las aportaciones de los socios pueden ser en numérico o especies.
- ✓ Para el precio de venta al público promedio se trabajó con un margen de utilidad de 35%, lo que representa un precio promedio para el primer año de 26.42 usd, valor que es similar al promedio que maneja la competencia.

- ✓ La evaluación financiera arroja un resultado para el VAN de 70966.70, valor que está por encima del valor de la inversión, por lo que el proyecto es aceptable.
- ✓ La TIR del proyecto es de 103.79% lo cual está por arriba del costo del capital, lo que hace rentable la inversión.
- ✓ Los inversionistas recuperarán su inversión en un periodo 11 meses, 26 días.
- ✓ En lo que respecta a la RELACIÓN BENEFICIO COSTO del proyecto es de 1.35, indicador que sustenta la realización del proyecto, ya que por cada dólar invertido, se recibirá 35 centavos de utilidad.
- ✓ El ANALISIS DE SENSIBILIDAD llevó a la conclusión de que el proyecto puede resistir un aumento en costos hasta 18.09%; y, aceptaría hasta un 13.40% de disminución en los ingresos
- ✓ En general el estudio financiero llevó a determinar que el proyecto es factible en función de los resultados obtenidos.

i) RECOMENDACIONES

- ✓ Una vez determinado que el proyecto es factible, se recomienda ponerlo en ejecución, dado que cuenta con un mercado establecido, rentabilidad para los inversionistas, se dispone de materia prima de la mejor calidad y su importante aporte al desarrollo empresarial de la ciudad y provincia de Loja.

- ✓ Al ejecutarse el proyecto, deberá enmarcarse en parámetros de excelencia en la calidad y de responsabilidad social.

- ✓ Promover la industria local que cada vez más está alcanzando niveles de excelencia tanto en sus productos como en sus servicios. Contribuyendo así al desarrollo de nuestro cantón y provincia, al dinamizar su economía brindando trabajo y favoreciendo así mismo las condiciones de vida de sus habitantes.

- ✓ Aprovechar el potencial de crecimiento de consumo
- ✓ Potenciar el desarrollo de iniciativas de negocios
- ✓ Evaluar permanentemente el cumplimiento de objetivos

j) BIBLIOGRAFIA

Fuentes de consulta e información:

Literatura:

- ✓ *Block Stanley/Geoffrey A. Hirt, FUNDAMENTOS DE GERENCIA FINANCIERA,*
- ✓ *Cuadrado Roura Juan R., POLITICA ECONOMICA*
- ✓ D'Alessio Ipinza Fernando, ADMINISTRACION Y DIRECCIÓN DE LA PRODUCCION, Editor División universitaria, Colombia
- ✓ *Espinoza Mireya/Morillo Rosa NOCIONES BASICAS DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA*
- ✓ García del Junco Julio/Cristóbal Casanueva Rocha, FUNDAMENTOS DE GESTION EMPRESARIAL, Ediciones Pirámide, Madrid
- ✓ González H. Juan GESTIÓN DE CALIDAD TOTAL, Cuenca, 3ra edición
- ✓ Hill Charles W.L /Gareth R. Jones, ADMINISTRACION ESTRATEGICA, 3ra edición
- ✓ Horne James Van/John Wachowicz, ADMINISTRACIÓN FINANCIERA, undécima edición, México
- ✓ Kreimer Nataniel PROGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN PRÁCTICA-DESARROLLO Y GESTIÓN DE PYME, Colombia
- ✓ Miranda Juan José, GESTION DE PROYECTOS, cuarta edición
- ✓ Pasaca Mora Manuel Enrique FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN
- ✓ Ramírez David N., CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA, 5ta edición, México

- ✓ Robbins y De Cenzo, FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACION, CONCEPTOS Y APLICACIONES,1996.
- ✓ Vásquez Víctor Hugo, ORGANIZACIÓN APLICADA
- ✓ GUIA DIDACTICA ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL, 9no CICLO, Universidad Técnica Particular de Loja
- ✓ GUIA DIDACTICA, MODULO IV, El proceso de Mercadotecnia y la gestión de la comercialización de bienes y servicios, UNL
- ✓ GUÍA DIDÁCTICA, MÓDULO V, Gestión de finanzas corporativas, UNL
- ✓ GUÍA DIDÁCTICA MÓDULO VI, Administración de la producción de bienes y servicios, UNL
- ✓ *GUÍA DIDÁCTICA MÓDULO IX, Elaboración y evaluación de proyectos de inversión empresarial, UNL*
- ✓ ECONOMUNDO, Revista, edición 39
- ✓ *Informe de coyuntura económico de la UTPL*

Páginas web:

- ✓ http://elcosturerodeisabel.com/blog/%EF%BB%BF%EF%BB%BFhistoria-de-la-tela/
- ✓ http://www.todotelas.cl/definición-telas.htm
- ✓ http://www.ecuared.org/global/anavegar4/comunes/premiados/e/167/paginapoliester.htm
- ✓ http://slideshare.net/karen5290/desarrollo-economico-productivo-de-loja-2864619
- ✓ http://economía.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap3.pdf

- ✓ *http://luisbravomorales.blogspot.com/2008/04/metodo-deductivo-e-inductivo.html*

Otros:

,

- ✓ Banco Central del Ecuador/Inflación acumulada
- ✓ Gobierno Autónomo Municipal Descentralizado
- ✓ Instituto nacional de estadísticas y censos
- ✓ Servicio de rentas internas
- ✓ Superintendencia de compañías

k) ANEXOS

ANEXO 1
FICHA DE RESUMEN

a. TEMA

"*PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ROPA HOSPITALARIA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LAS INSTITUCIONES DE SALUD DE LA CIUDAD DE LOJA*"

b. PROBLEMATICA

Lamentablemente, dada la situación geográfica de la provincia de Loja que se encuentra distante a las principales ciudades del país, el regionalismo y su condición histórica de comerciar sin producir, la ha relegado; convirtiéndola en una ciudad y provincia pasiva en la producción, pese a que cuenta con mano de obra calificada y que en la actualidad se ha facilitado acceder a materia prima de buena calidad y tecnología. Todo esto, sumado a la falta estudios técnicos que permitan una visualización objetiva de las posibilidades de negocio en la ciudad y provincia, han abierto paso a la entrada y posicionamiento de industrias ajenas a nuestra tierra.

Estas razones: la falta de estudios técnicos y aplicación de herramientas administrativas para la producción y comercialización, sumado a la poca

visión empresarial de los lojanos, no han permitido un desarrollo competitivo armónico y sostenido en la provincia de Loja.

En la ciudad de Loja existen empresas productoras dedicadas a la fabricación de ropa hospitalaria, sin embargo, casi en su totalidad realizan un trabajo poco tecnificado, lo que permite visualizar un nicho de mercado cuyos demandantes aspiran excelencia en la calidad de los productos.

Luego de haber analizado estas problemáticas, creemos que es necesaria y beneficiosa la implementación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de ropa hospitalaria a fin de satisfacer adecuadamente las necesidades del consumidor.

PROBLEMA:

“La falta de estudios técnicos, de adecuada aplicación de herramientas administrativas en las empresas; y, la deficiente calidad de los prendas hospitalarias ofrecidas actualmente, han abierto una oportunidad de mercado en la producción y comercialización de ropa hospitalaria para los centros hospitalarios de la ciudad de Loja”

c. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad para implementar una empresa de elaboración de ropa hospitalaria en la ciudad de Loja, en base a los diferentes

estudios que comprenden la elaboración y evaluación de proyectos de inversión, como una nueva oportunidad para el desarrollo económico de esta ciudad y provincia.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1.- Realizar una INVESTIGACIÓN DE MERCADO para determinar la demanda insatisfecha existente: y características de mercado (producto, plaza, precio, promoción y publicidad), lo que nos permitirá establecer estrategias de mercado, para lograr su posicionamiento.

2.-Realizar un ESTUDIO TÉCNICO para conocer cuál será la localización más óptima; determinar el tamaño, ingeniería del proyecto, procesos productivos que involucran.

3.- Presentar un ESTUDIO ADMINISTRATIVO que dará forma legal a la nueva empresa; y la organización administrativa (niveles jerárquicos, organigramas, manual de funciones), que va a distribuir el recurso humano.

4.-Realizar un ESTUDIO FINANCIERO para determinar cuál será el monto de la inversión inicial, fuentes de financiamiento, punto de equilibrio y evaluar la factibilidad del proyecto.

5.- Dar a conocer las conclusiones, recomendaciones y resumen ejecutivo, una vez finalizado el trabajo de investigación y evaluado sus resultados. Esto como fuente de información para futuros inversionistas.

d. METODOLOGÍA.

Para viabilizar la elaboración del presente proyecto de tesis, ha sido necesario fundamentarse en los procedimientos que recomienda la investigación científica y social; así, este trabajo se ha basado en los métodos deductivo, analítico, sintético, histórico, descriptivo y estadístico. Así, se los utilizó para tener un referente histórico, para elaborar cuadros estadísticos y realizar el análisis de los resultados obtenidos, para sacar conclusiones.

Debido a que el segmento de mercado al cual está dirigido el proyecto es relativamente pequeño, se realizó un censo, obteniendo información de los 47 demandantes y de los 6 oferentes de la localidad.

ANEXO 2

FORMATO DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS DEMANDANTES DE LA CIUDAD DE LOJA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES

Como egresada de la carrera de Administración de Empresas me encuentro empeñada en elaborar un "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ROPA HOSPITALARIA Y SU COMERCIALIZACION EN LAS INSTITUCIONES DE SALUD DE LA CIUDAD DE LOJA", para lo cual le pido de manera comedida y respetuosa se digne contestar las siguientes preguntas:

1. **¿**LA INSTITUCION QUE USTED REPRESENTA UTILIZA ROPA HOSPITALARIA**?**

   SI ( ) No ( )

2. **¿** LA INSTITUCION QUE USTED REPRESENTA COMPRA ROPA HOSPITALARIA CONFECCIONADA

   Si ( ) No ( )

3. **¿**CUAL ES EL PRESUPUESTO QUE ESTA INSTITUCION DISPONE ANUALMENTE PARA ROPA HOSPITALARIA?

   ……

4. CUANTAS PRENDAS HOSPITALARIAS COMPRA USTED ANUALMENTE

……

5. **¿**DONDE COMPRA LA ROPA HOSPITALARIA?

Productora local ( )
Productora nacional ( )

6. ¿QUE ASPECTOS TOMA EN CUENTA A LA HORA DE ADQUIRIR LA ROPA HOSPITALARIA?

Calidad ( )
Precio ( )
Planes de crédito ( )

7. **¿**LA ROPA HOSPITALARIA QUE USTED HA ADQUIRIDO HA SATISFECHO COMPLETAMENTE SUS REQUERIMIENTOS?

Si ( ) No ( )

8. ¿SI SE CREARA UNA NUEVA EMPRESA ESPECIALIZADA EN LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA HOSPITALARIA EN LA CIUDAD DE LOJA, ESTARÍA DISPUESTO *A ADQUIRIRLA?*

Si ( ) No ( )

9. ¿EN QUÉ SECTOR DE LA CIUDAD LE GUSTARÍA ESTÉ UBICADA LA NUEVA EMPRESA?

Norte ( )
Centro ( )
Sur ( )

10. CUAL ES EL MEDIO PUBLICITARIO QUE USTED PREFERIRIA UTILICE LA NUEVA EMPRESA?

Radio ( )
Prensa ( )

Televisión ( )
Directa con el posible cliente ( )
Internet ( )
Vallas publicitarias ( )

11. ¿QUE PROMOCIONES LE INTERESARÍA QUE OFREZCA LA NUEVA EMPRESA?

Sorteos mensuales ( )
Descuentos ( )
Producto gratis ( )

Gracias por su Colaboración

ANEXO 3

FORMATO DE LA ENTREVISTA REALIZADA A LOS OFERENTES DE LA CIUDAD DE LOJA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS OFERENTES

Con el propósito de cumplir con los requerimientos académicos de la carrera administración de empresas de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, estoy realizando una investigación de mercado con la finalidad de determinar el número de empresas productoras y comercializadoras de Ropa hospitalaria, para lo cual preciso de su información veraz y confiable.

1.- ¿PRODUCE USTED ROPA HOSPITALARIA?

Si ( ) No ( )

2.- ¿ÚNICAMENTE COMERCIALIZA ROPA HOSPITALARIA?

Si ( ) No ( )

3.- ¿QUIÉNES SON SUS PRINCIPALES CLIENTES?

Clínicas ( )
Hospitales ( )
Médicos independientes ( )
Estudiantes ( )

4.- ¿CUÁNTO (EN DINERO) VENDE USTED MENSUALMENTE A LAS INSTITUCIONES DE SALUD DE LA CIUDAD DE LOJA?

…….

5.- ¿QUÉ PRENDAS USTED VENDE CON MÁS FRECUENCIA?

……

6.- INDIQUE CUÁL ES EL PRECIO DE LA PRENDA MÁS ECONÓMICA QUE USTED VENDE; Y, DE LA PRENDA MÁS CARA EN LAS INSTITUCIONES DE SALUD DE LA CIUDAD

Precio más bajo……. Precio más alto…….

6.- ¿ESTOS PRECIOS SON ACEPTADOS POR SUS CLIENTES?

Si ( )
No ( )

9.**- ¿**QUÉ FACTORES TOMAN EN CUENTA SUS CLIENTES AL MOMENTO DE COMPRAR LA ROPA QUE USTED VENDE?

Calidad ( )
Precio ( )
Variedad de diseños ( )

10**.- ¿**HACE PUBLICIDAD DE SU NEGOCIO EN ALGÚN MEDIO PUBLICITARIO LOCAL?

Si ( ) No ( )

11. SI LO HACE, QUE MEDIO DE PUBLICIDAD UTILIZA?

……..

12.- **¿**OFRECE USTED ALGUN TIPO DE PROMOCION EN LAS INSTITUCIONES DE SALUD DONDE USTED VENDE?

Si ( ) No ( )

13.- ¿QUÉ TIPO DE PROMOCIONES OFRECE USTED A SUS CLIENTES?

Sorteos mensuales ( ) Descuentos ( )

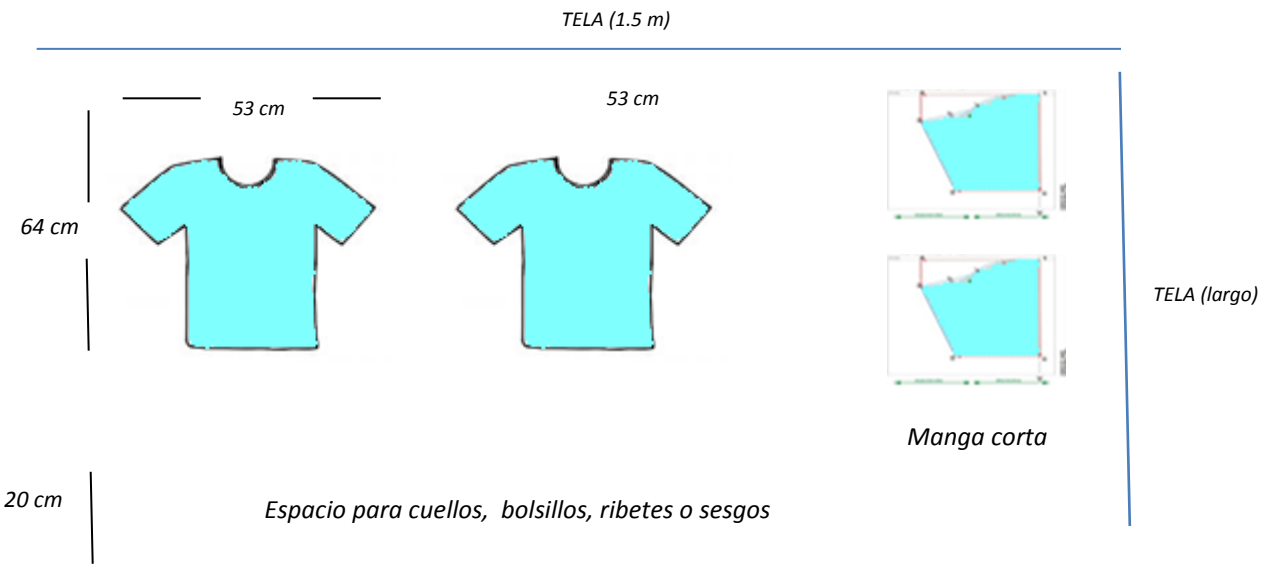
Producto gratis ( ) Ofertas ( )

Gracias por su Colaboración

ANEXO 4

CALCULO DE TELA PARA LAS DIFERENTES PRENDAS HOSPITALARIAS PROGRAMADAS PARA CONFECCION

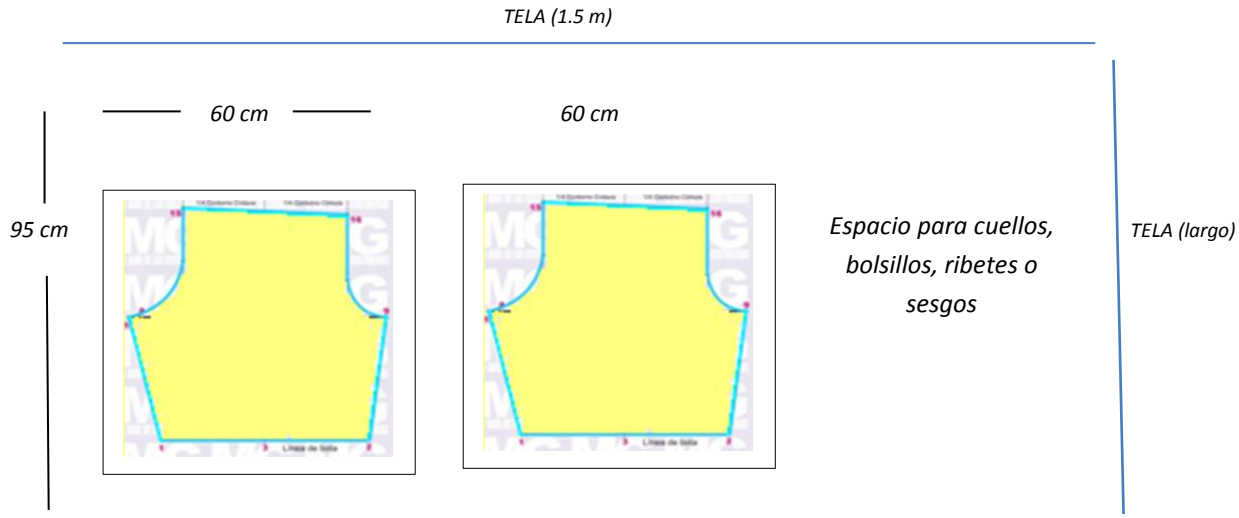
CALCULO DE TELA PARA TRAZO DE BLUSA O CAMISA



Promedio de tela utilizado para blusa o camisa manga corta: 0,84 m por prenda

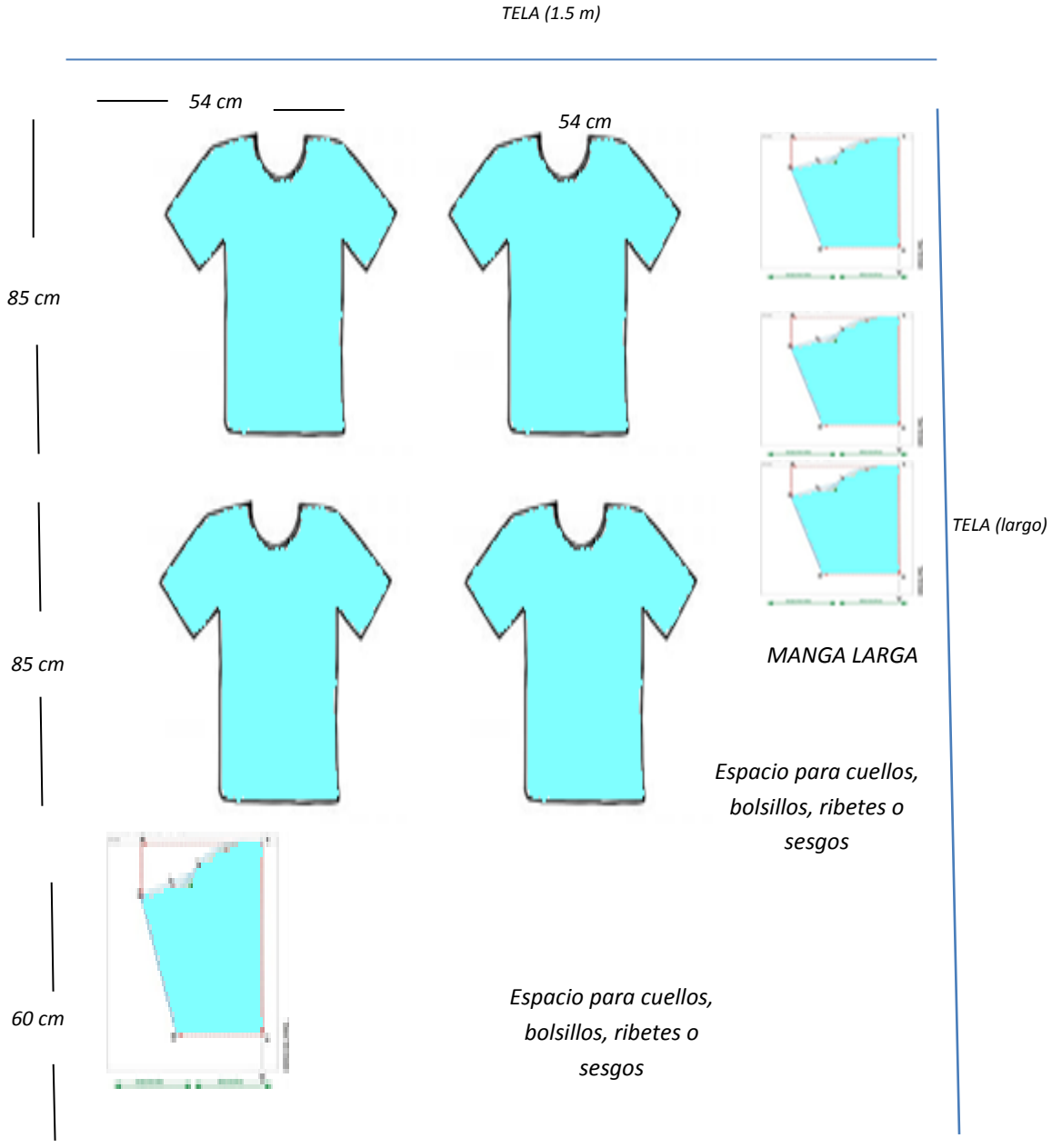
Promedio de tela utilizado para blusa o camisa manga larga: 1.04 m por prenda

CALCULO DE TELA PARA TRAZO DE PANTALON



Promedio de tela utilizado para pantalón de mujer: 0,95 m por prenda
Promedio de tela utilizado para pantalón de hombre: 1.14 m por prenda
Promedio tela pantalón: 1.06 m por prenda

CALCULO DE TELA PARA TRAZO DE BATA

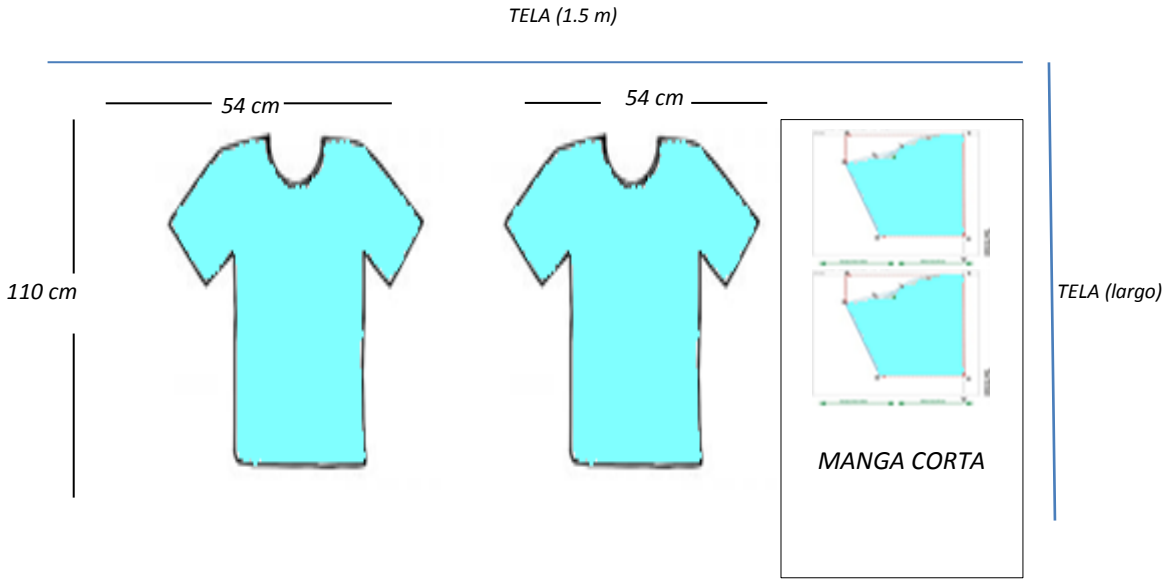


Promedio de tela utilizado para bata de mujer: 2.30m por 2 prendas
Promedio de tela utilizado para bata de hombre: 2.56 m por 2 prendas
Promedio tela para batas: 2.43 m por 2 prendas

NOTA:

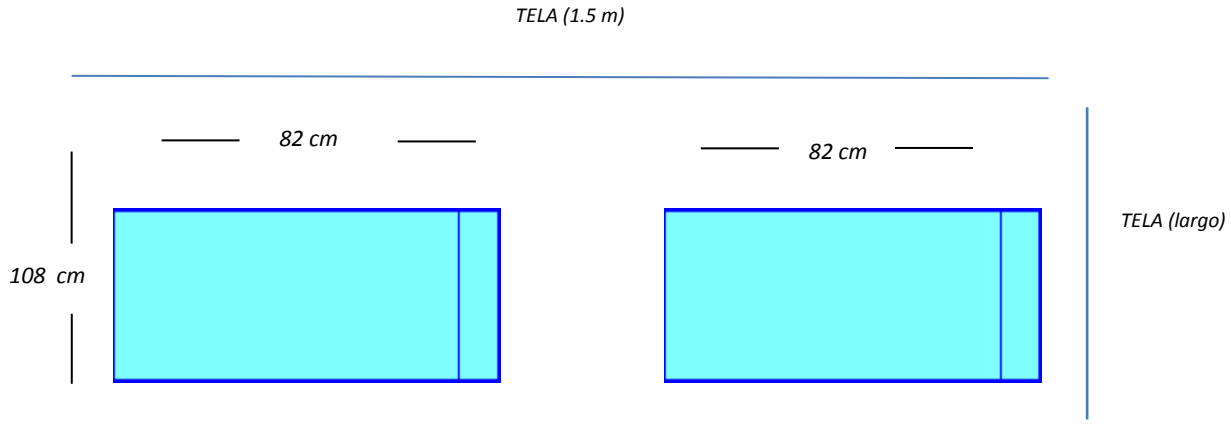
- La bata del paciente adulto es más larga, pero tiene manga corta, por lo que se calcula 1.05m por prenda
- La bata del paciente niño es más pequeña, se calcula : 1.40m para dos prendas

CALCULO DE TELA PARA BATA DE LAVANDERIA



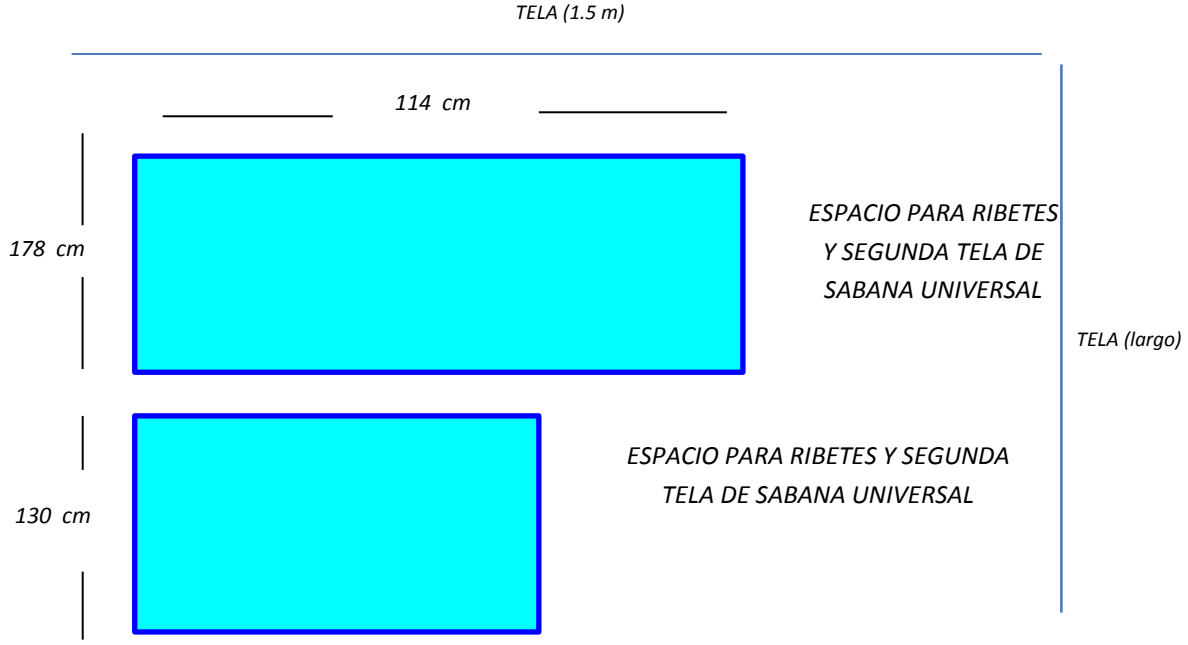
- Promedio de tela utilizado para bata de lavandería: 1.10 para una prenda
- Los cuellos y filo de manga que serán de color blanco se harán de las partes que sobre en la confección de otras prendas.

CALCULO DE TELA PARA TRAZO DE FUNDA DE ALMOHADA



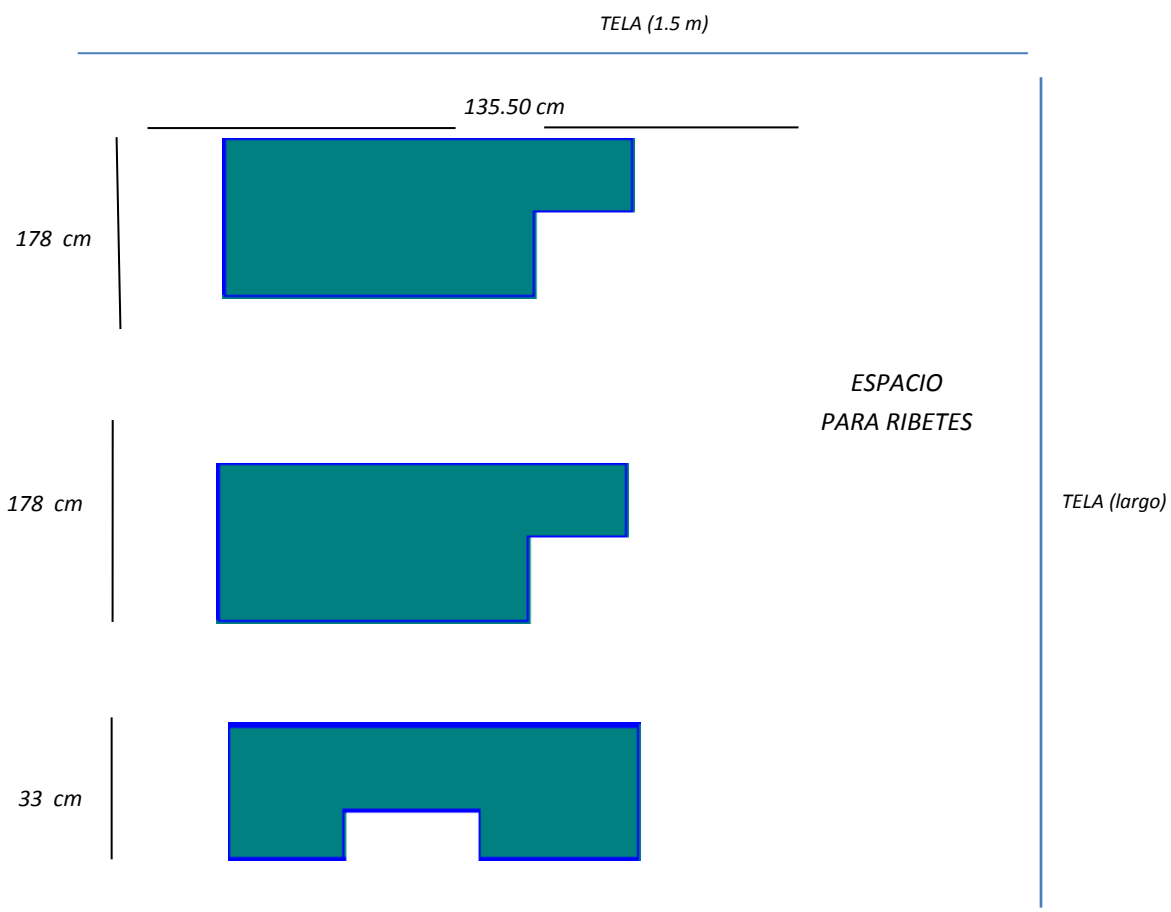
- Tela utilizada para 2 fundas de almohada: 1.08 m

CALCULO DE TELA PARA CAMPO DE VENTANA



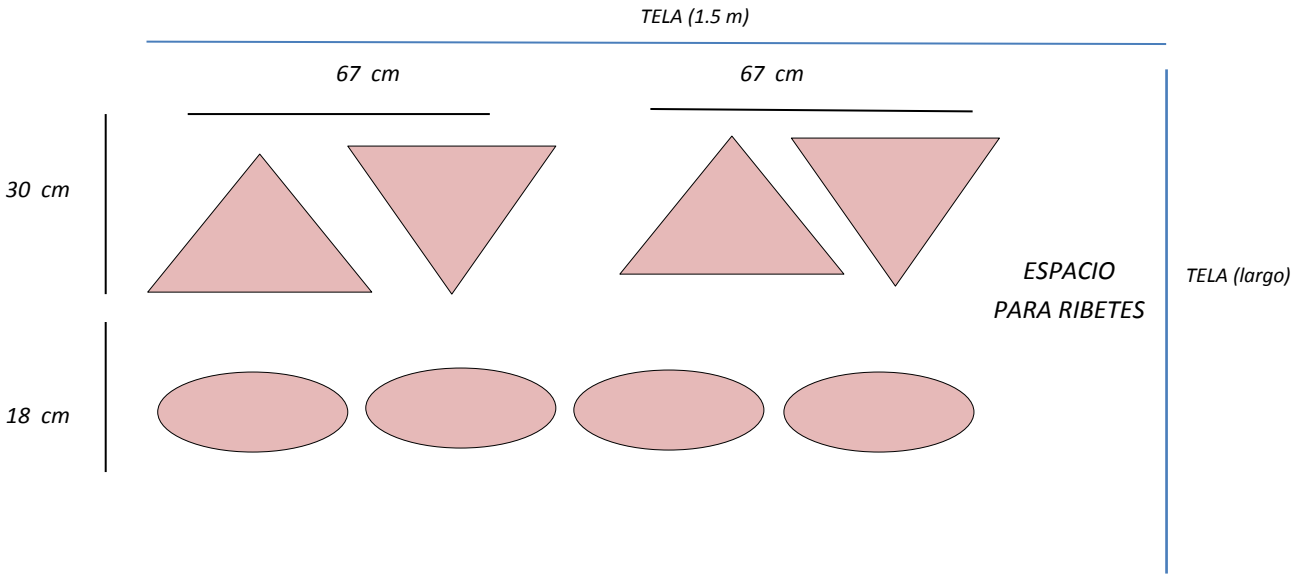
- Tela utilizada para 1 campo de ventana: 3.08 m

CALCULO DE TELA PARA SABANA UNIVERSAL



- Tela utilizada para una sábana universal: 3.89

BOTAS DE CIRUGIA



- Tela utilizada para 2 pares de botas: 0.48 m

INDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA	I
CERTIFICACIÓN	II
AUTORÍA	III
CARTA DE AUTORIZACIÓN	IV
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VI
a. TITULO	1
b. RESUMEN	2
c. INTRODUCCIÓN	10
d. REVISIÓN DE LITERATURA	13
e. MATERIALES Y MÉTODOS	59
f. RESULTADOS	67
g. DISCUSIÓN	79
ESTUDIO DE MERCADO	79
ESTUDIO TECNICO	104
ESTUDIO ORGANIZACIONAL	121
ESTUDIO FINANCIERO	146
h. CONCLUSIONES	206
i. RECOMENDACIONES	209
j. BIBLIOGRAFIA	210
k. ANEXOS	213
INDICE	230